

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **DAVID ANDRÉS LANDÁZURI YACELGA** C.I. **100355932-3** autor del trabajo de graduación titulado: **"SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DEL CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACU UBICADO EN EL CANTÓN DE URCUQUÍ PROVINCIA DE IMBABURA"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

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 SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

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

Quito, 19 de Enero de 2015



David Andrés Landázuri Yacelga

C.I. 1003559323

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mgs. Santiago Serrano , director de esta disertación, certifico que el sr., la David Andrés Landázuri Yacelga ha realizado con mi dirección este trabajo titulado SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DEL CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACU UBICADO EN EL CANTÓN DE URCUQUÍ PROVINCIA DE IMBABURA, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mgs. Santiago Serrano
Quito, enero 19 de 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERO EN GESTIÓN
HOTELERA

“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DEL CENTRO TURÍSTICO
TIMBUYACU UBICADO EN EL CANTÓN DE URCUQUÍ PROVINCIA DE
IMBABURA”

DIRECTOR: Santiago Serrano

David Andrés Landázuri Yacelga

Quito, 2015

DEDICATORIA

Quiero dedicar ésta tesis a mi familia quienes con su cariño, consejos, comprensión y su apoyo incondicional han colaborado con mi formación personal y para lograr concluir esta meta en mi vida.

Autor: David Landázuri

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento más sincero a Santiago Serrano Director de esta disertación, ya que con sus conocimientos colaboró para sacar adelante este proyecto.

De igual forma quiero agradecer al Centro Turístico Timbuyacu y a su administrador el Sr. Carlos Escanta por la apertura brindada y las facilidades para llevar a cabo este proyecto.

Un agradecimiento infinito para mis amigos, amigas por brindarme todo su apoyo, amistad y cariño para compartir momentos inolvidables que han hecho que mi vida sea una gran aventura.

Agradezco de manera afectuosa y respetuosa a mis lectores Irina y Yamil, por sus conocimientos, por su paciencia y contribuciones a este trabajo.

Finalmente a mis profesores que a más de brindarme sus enseñanzas también supieron compartir sus concejos y ayudarme a ser una mejor persona cada día.

TABLA DE CONTENIDOS

1. CAPITULO 1: CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACO.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Características Generales de la parroquia de San Blas	3
1.2.1. Demografía	3
1.2.2. Geografía y Clima de la parroquia de San Blas	5
1.2.3. Infraestructura y Servicios Básicos del centro turístico Timbuyacu.....	6
1.3. Principales Servicios Turísticos de Timbuyacu	6
1.4. Como llegar al centro turístico Timbuyacu	8
2. CAPITULO 2: PRINCIPIOS DE CALIDAD Y METODOLOGÍAS PARA SU EVALUACIÓN.....	9
2.1. Parámetros técnicos y teóricos para una evaluación de la calidad de los servicios turísticos	10
2.1.1. Parámetros de calidad	10
2.1.2. Servicios turísticos de calidad	12
2.1.2.1. Calidad en el alojamiento.....	13
2.1.2.2. Calidad en la alimentación	15
2.2. Certificaciones de calidad.....	16
2.2.1. Total Quality Management (TQM)	17
2.2.2. Normas ISO	18
2.2.3. Sellos verdes	21
2.2.4. SERVQUAL	23
2.3. Metodologías de evaluación de servicios.....	25
2.4. Definición de un método para evaluar los servicios en Timbuyacu.....	26
2.4.1 Delimitación del área de estudio	26
3. CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CASO DE ESTUDIO.....	28
3.1 Servicio de alojamiento	29
3.1.1 Cumplimiento de normas.....	29

3.1.2	Infraestructura	29
3.1.3	Personal.....	29
3.1.4	Satisfacción del cliente	30
3.2	Servicio de alimentación.....	40
3.2.1	Cumplimiento de normas.....	41
3.2.2	Capacitación del personal	41
3.2.3	Satisfacción del cliente	41
4.	CAPITULO 4: ROPUESTA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA EL CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACU	79
4.1	Mapa de Procesos.....	79
4.2	Procedimientos de los procesos de Cadena de Valor o procesos clave	80
4.3	Plan de implementación	80
4.3.1	Procedimientos en Alojamiento.....	81
4.3.2	Procedimientos en Alimentos y bebidas	87
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
5.1	Conclusiones:.....	92
5.2	Recomendaciones:	92
6	BIBLOGRAFÍA	94
7	ANEXOS.....	97

CAPITULO1: CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACO

1.1. Introducción

En la actualidad la evolución del sector turístico constante de la tecnología y la diversidad de servicios y productos turísticos que se oferta en el mercado han llevado a las diferentes organizaciones que se dedican a la actividad turística a tomar a la calidad en el servicio como uno de los pilares fundamentales en el funcionamiento de sus empresas y es la que las obliga a adaptar e innovar nuevos procesos para estar al nivel exigente y cambiante del entorno turístico.

Los conceptos de calidad han ido evolucionando con el tiempo y actualmente existe una variedad de las definiciones, muchas de ellas se enfocan en el proceso de elaboración de un producto o servicio y en el cumplimiento de especificaciones.

El concepto de calidad tiene un alcance muy amplio ya que las necesidades de los consumidores son diversas e incluyen diferentes aspectos como fiabilidad, seguridad y medio ambiente.

Según Bolaños (2005) la calidad del servicio es satisfacer los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que acudió al servicio. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entregan. La calidad de servicio es la mejor estrategia para conseguir lealtad de los clientes evitando fallas en el servicio y así superar las expectativas de los clientes.

El cantón Urcuquí actualmente cuenta con varios establecimientos que brindan servicios y actividades relacionadas con el turismo, los cuales en su mayoría no demuestran su interés por optar por un sistema de gestión de calidad que mejore la prestación de servicios y garantice una satisfacción de sus clientes.

Para la realización de este proyecto se utilizan varias herramientas y parámetros de medición, que ayudan a analizar la situación actual del centro turístico Timbuyacu en los aspectos de: calidad del servicio, colaboradores, satisfacción del cliente, certificaciones de calidad y ambientales como son las normas internacionales ISO, los Sellos verdes y SERVQUAL.

Luego de conocer la situación en la que se encuentra del centro turístico Timbuyacu se lleva a cabo la tabulación del resultado de las evaluaciones, encuestas y de más herramientas que se utilizaron para obtener información, la cual sirve para realizar procesos y la elaboración del Sistema de Gestión de Calidad del servicio.

1.1. Desarrollo Turístico del centro turístico Timbuyacu

Según Escanta, (2014) Timbuyacu en sus inicios solo existía la fuente, sobre la cual como base construyeron una “cocha” piscina rudimentaria que la realizaron los habitantes de la zona, el acceso hacia la Cocha era dificultoso ya que solo existía un camino de herradura y esto hacia que fuera difícil para los turistas llegar a ella.

La construcción del centro turístico se ha dado con el pasar de los años a base de mingas comunitarias y, posteriormente, se realizó la construcción de los baños, vestidores y de las dos piscinas que existen actualmente. En sus inicios, el azulejo utilizado para la construcción de las piscinas no fue de buena calidad, lo cual al estar en contacto con los diferentes minerales que contiene el agua termal y conjuntamente con el mantenimiento inadecuado, hizo que el deterioro de los mismos sea inminente.

La construcción del restaurante vino después, el cual en su apertura tuvo mucha acogida, pero con el pasar del tiempo y la falta de conocimiento en el manejo del mismo tuvo que permanecer cerrado por algunos años, ya que no se contaba con el personal calificado para que vuelva a poner en marcha.

Al estar el centro turístico Timbuyacu ubicado en una zona privilegiada como es la reserva ecológica Cotacachi-Cayapas, su gran potencial paisajístico es muy alto y la comunidad decidió ofrecer a los visitantes del centro turístico la opción de realizar caminatas y cabalgatas a estos lugares, acción que incremento el número de visitantes al lugar.

En cuanto a las vías de acceso que se tenía para llegar a Timbuyacu, los mismos no eran de primer orden, ya que la única vía asfaltada era la vía que conecta el cantón Ibarra con la cabecera cantonal que es Urcuquí. Desde la cabecera cantonal hasta el centro de la comunidad de Iruguincho donde se encuentra localizado el centro turístico era empedrado y de ahí hasta Timbuyacu la vía era lastrada y en invierno se dañaba lo cual hacia muy difícil el acceso especialmente de automóviles pequeños lo que causaba mal estar y desilusión entre los turistas que tenían el deseo de conocer este lugar.

En el presente, con el apoyo del CONDEDNPE, el centro turístico Timbuyacu realizó una mejora en sus instalaciones empezando por el cambio de azulejos de las dos piscinas, mejoramiento de los baños y vestidores, así también la construcción de cabañas para el alojamiento, la construcción de boleterías y readecuaciones en sus áreas verdes y senderos que conducen a las cascadas.

En cuanto a las vías de acceso, en la actualidad, cuenta con una vía de primera orden asfaltada que va desde la cabecera cantonal Urcuquí hasta el complejo turístico, con un recorrido no mayor a 50 minutos comenzando desde la ciudad de Ibarra.

1.2. Características Generales de la parroquia de San Blas

1.2.1. Demografía

El cantón San Miguel de Urcuquí se encuentra situado al noroeste de Ibarra a 2300 m sobre el nivel del mar, fue fundado el 9 de febrero de 1984 en la administración del presidente de la república Dr. Oswaldo Hurtado Larrea.

Urcuquí está limitado al norte y al este con Ibarra, al sur con los cantones Antonio Ante y Cotacachi y al oeste con Cotacachi y la provincia de Esmeraldas. Este cantón está rodeado por majestuosos paisajes que están desde los 1700 msnm en los valles hasta los 4539 en los páramos del cerro Yanahurco.

Urcuquí viene de dos voces kichwas; Urcu que significa Cerro y Cique que significa asiento; es decir que el significado es asiento de cerro. Este cantón está compuesto por seis parroquias, una urbana y cinco rurales: Urcuquí como cabecera cantonal, San Blas, Tumbabiro, Cahuasquí, Pablo Arenas y La Merced de Buenos Aires. Comprende una extensión territorial de 757 km² aproximadamente.

La principal actividad es la agrícola que comprende el 90% de sus habitantes realizan esta actividad como su principal fuente de ingresos económicos, ya que cuenta con un clima privilegiado, que hace posible el cultivo de productos como: caña de azúcar, maíz, fréjol, aguacates, guayabas, chirimoyas, tomate de árbol, entre otros. (Cruz, 2005)

El cantón Urcuquí cuenta con un gran potencial turístico ya que posee varios atractivos entre naturales, arqueológicos y culturales. Entre sus principales atractivos turísticos se encuentran los balnearios de Chachimbiro y Timbuyacu los que son conocidos a nivel nacional por las propiedades curativas de sus aguas termales. De igual forma tiene paisajes únicos que son ideales para la realización de diversas actividades, como son turismo de aventura, senderismo, paseos en bicicleta, pesca deportiva entre otros. En cuanto a lo arquitectónico posee un gran número de haciendas que guardan historias y tradiciones ancestrales. (GADMU, 2014)

En los últimos meses en el cantón Urcuquí se está construyendo una ciudad Yachay enfocada al desarrollo de innovaciones tecnológicas, en dicha ciudad convergerán ideas nuevas, recurso humano e infraestructura de última generación la cual producirá diferentes y novedosas aplicaciones, que contribuirán con el Buen Vivir.

En el interior de la ciudad se creará la Primera Universidad de Investigación de Tecnología Experimental, conjuntamente con diferentes institutos públicos y privados de investigación, varios centros de transferencia tecnológica, empresas especializadas en tecnología y agrícola industrial del Ecuador, conformando de esta forma el único laboratorio del conocimiento en América Latina.

La palabra YACHAY, que está escrita en idioma kichwa significa conocimiento. Yachay tiene una excelente ubicación y su sistema de conexión vial es muy bueno ya que se encuentra a 115 km del actual aeropuerto internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, aproximadamente a una hora y media adicionalmente es cercano a un cantón importante como lo es Ibarra, el cual a tan solo un tiempo de 15 minutos y que tiene conexión hacia el norte del país. (Yachay, 2014).

La parroquia de San Blas a la cual pertenece la comunidad de Irugincho y donde se localiza Timbuyacu, fue fundada el 1 de Diciembre de 1946, se encuentra situada en el cantón Urcuquí, al Noroccidente de la ciudad de Ibarra, posee una variedad de climas como el frío, templado y subtropical, que favorece a la diversidad agrícola. Tiene una superficie de 75.28 Km².

San Blas limita al Norte con las parroquias rurales de Cahuasquí, Pablo Arenas, Tumbabiro y Urcuquí del mismo cantón; al Sur con la parroquia rural de Imantag del cantón Cotacachi, al Oriente la parroquia urbana de Urcuquí y al Occidente con la parroquia rural de Imantag del cantón Cotacachi.

Es una tierra de belleza incomparable, sus montañas en cuyas faldas se divisan grandes sembríos, dibujan un paisaje de un magnífico colorido, así también sus riachuelos dan vida a esta parte de la región.

Sus habitantes se dedican principalmente a la agricultura y ganadería. Los productos que se cultivan son desde el clima frío hasta el subtropical en este orden anotamos: las papas, el maíz, ocas, mellocos, morochillo, trigo, habas, cebada, banano, fréjol, caña de azúcar, yuca, entre otros. En cuanto a la ganadería, existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballo y lanar. Existen microempresas que producen lácteos y todos los derivados de la leche.

San Blas es la parroquia más poblada del Cantón San Miguel de Urququí con un total de 2800 habitantes. (GADMU, 2014)

1.2.2. Geografía y Clima de la parroquia de San Blas

La parroquia de San Blas está ubicada a 2 km de la ciudad de Urququí, su altura sobre el nivel del mar va desde los 2226 msnm hasta los 2371 msnm en la cabecera parroquial.

San Blas se divide en seis comunidades que son San Alfonso de Iruguincho, San Juan, San Juan de Dios, Santa Teresita de Pisangacho, Santa Clara del el Tablón y Santa Cecilia de Jijón.

La parroquia de San Blas cuenta con varios atractivos turísticos los naturales culturales y arquitectónicos. El centro turístico Timbuyacu, la reserva ecológica Cotacachi-Cayapas, que comprende los páramos de Piñan y sus lagunas, la cascada Conrrayaro, el Churo, entre otros.

El centro turístico Timbuyacu.- se encuentra ubicado a 7 km de la cabecera cantonal Urququí. Se encuentra rodeado de una gran diversidad de flora y fauna que pertenecen a la reserva Cotacachi-Cayapas, sus aguas termales que nacen de la tierra son conocidas por su poder curativo y medicinal, debido a su alta concentración de minerales como bicarbonato, hierro, calcio, magnesio entre otros, ya que atraviesa por yacimientos salinos y piedras que contienen cloruros.

Se encuentra ubicada en la red hidrográfica de las Micro cuencas del Cari yacu y Huarmi yacu.

El clima de Timbuyacu oscila entre los 13°C y 16°C esto viene dado por su geografía particular geografía. (Cruz, 2005)

1.2.3. Infraestructura y Servicios Básicos del centro turístico Timbuyacu

En cuanto a la infraestructura el centro turístico Timbuyacu cuenta en la actualidad con:

- Área húmeda: dos piscinas, vestidores para hombres y mujeres, baños, duchas.
- Área Administrativa: Oficina, boleterías.
- Área de mantenimiento: Bodega para herramientas y suministros, vivienda de guardianía.
- Área de Alojamiento: Cabañas.
- Áreas verdes y de recreación: Canchas deportivas, jardines, senderos, mirador, juegos infantiles, puente colgante.
- Área de alimentos y bebidas: Restaurante, kioscos de comida típica, baño, cocina
- Los servicios básicos en Timbuyacu son: Agua, luz, recolección de desechos sólidos

1.3. Principales Servicios Turísticos de Timbuyacu

El centro turístico Timbuyacu oferta varios productos y servicios turísticos a los visitantes que llegan a este lugar entre los que se encuentran:

- **Alojamiento:** Cuenta con dos cabañas equipadas con baño completo para albergar a un máximo de 4 personas, que brindan gran comodidad a los turistas y elaboradas con materiales que van en contraste con el paisaje.
- **Alimentación:** Timbuyacu cuenta con un restaurante que tiene la capacidad para albergar a 20 personas, donde se ofrecen platos a la carta, comida típica, snacks, bebidas calientes, frías, etc. Además cuenta con 4 kioscos pequeños en los cuales habitantes de la comunidad ofrecen comida elaborada con productos de la zona como son choclos con queso, habas, mellocos, entre otros.
- **Piscinas:** Cuenta con dos piscinas de aguas termales ricas en hierro y minerales que salen de las entrañas de las montañas Condayaro, Cuchillas y Pan de Azúcar que son las que rodean al centro Turístico, estas aguas emergen del interior de la tierra a una temperatura de 20° C, por lo que las han hecho ganar fama por sus propiedades curativas.

- **Senderismo:** gracias a su ubicación geográfica Timbuyacu ofrece una gran variedad de opciones para realizar senderismo como lo son las que se detallan a continuación:

- ✓ **Cascadas:** Se pueden visitar dos cascadas, la de Conrayaro aproximadamente a 1 km. desde las piscinas, es la más grande y tiene 45 m. de caída, y la cascada de Guagalá en el curso del río. Al realizar esta caminata se puede encontrar varias especies de flora huatsi, guayabo, pucuna, sauce, arrayan, aliso, pumamaqui, helechos, arrayancillo, chilca, laurel, entre otros. Entre la fauna es posible observar torcazas, tortolas, pavas, soche o venado, zorros, lobos, murciélagos, búhos, colibríes y golondrinas, chihuacos, pajaros carpinteros. (Cruz, 2005).

- ✓ **Churo de los Pucaraes:** Éste es un mirador natural el cuál, en tiempo precolombino, era utilizado como fuerte militar y punto estratégico para observar al enemigo.

- **Cabalgatas:** este es un modo divertido de realizar el recorrido hacia las cascadas y las montañas que rodean al centro turístico, esta es una forma de que los visitantes conozcan de una manera más profunda de la forma de vida de algunos de los miembros de la comunidad que realizan la actividad del pastoreo a caballo diariamente.

- **Zona de Camping:** Para las personas que les gusta más el contacto con la naturaleza se ha destinado una zona de camping dentro del centro turístico en la cual también está destinada un área exclusiva para fogatas.

- **Zona BBQ:** Esta área es exclusiva para los visitantes que deseen llevar sus propios alimentos para prepararlos a las brasas y así de esta manera delimitar el lugar y no molestar a los demás turistas que se encuentren en Timbuyacu.

- **Deportes y recreación:** En el centro turístico se puede realizar deportes como es el fútbol y el tradicional ecua-vóley en sus canchas adecuadas para estos deportes. Para los niños de la familia se ha delegado un espacio el cual está equipado con

juegos infantiles, tarabita, y una gran cantidad de áreas verdes de las que pueden disfrutar.

1.4. Como llegar al centro turístico Timbuyacu

Desde el terminal de Ibarra: Transporte inter cantonal “Urcuquí” hasta Timbuyacu, con dos frecuencias diarias 8h00 y 12h15. El vehículo de regreso a Ibarra sale a las 14h00.

En carro particular desde Ibarra: por la vía a Urcuquí siguiendo la carretera principal hasta el desvío a San Blas por la carretera de segundo orden hasta la comunidad de Irugincho y desde aquí hasta Timbuyacu (Cruz, 2005).

Timbuyacu es una privilegiada zona de la provincia de Imbabura ya que al investigar sus atractivos, se concluye que tiene diferentes atractivos tanto culturales, naturales y gastronómicos que se encuentran cercanos al centro turístico y algunos incluso dentro del mismo. Esto lo hace un lugar con un gran potencial que se debe aprovechar de la mejor manera.



Fuente: imbaburaturismo.

CAPITULO 2: PRINCIPIOS DE CALIDAD Y METODOLOGÍAS PARA SU EVALUACIÓN.

Los principios de gestión de la calidad de acuerdo a la norma ISO 9001 son ocho los cuales han sido elaborados para que las administraciones de una empresa puedan emplearlos para mejorar el funcionamiento y desempeño de las mismas. Estos principios hay que cumplirlos y a su vez constantemente encontrar sistemas y herramientas que nos ayuden a mejorar el funcionamiento de estos mismos, para hacer más eficientes nuestros procesos.

Los principios de calidad según la norma ISO 9000 son los siguientes:

- **Enfoque al Cliente:** Analizar y comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus necesidades e intentar superar sus expectativas.
- **Liderazgo:** Lograr un ambiente interno, en el cual los colaboradores hagan suyos cada objetivo alcanzado por la empresa.
 - Los líderes de la organización deben aplicar las 3 bases del liderazgo (3 D's):
 - 1ª Base: Dirigir
 - 2ª Base: Delegar
 - 3ª Base: Desarrollar/Preparar
- **Participación del Personal:** Los colaboradores deben involucrarse activamente con la empresa esto permitirá que sus habilidades sean usadas para un beneficio mutuo.
- **Enfoque Basado en Procesos:** el contar con procesos claros y establecidos conllevaran a que se llega a resultados planteados y esto será realizando adecuadamente las actividades y utilizar los recursos de la manera responsable que dicta el proceso.
- **Enfoque de Sistemas para la Gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema.
- **Mejora Continua:** El mejorar continuamente de las actividades de la empresa debería ser una meta permanente.
- **Hechos que influyen para la Toma de Decisiones:** el mantener una base de datos y hechos documentados ayudan a tomar respaldar las decisiones
- **Relaciones de Beneficio Mutuo con el Proveedor:** Al tener una relación de beneficio mutuo con el proveedor aumentara la capacidad de generar valor. (ISO,2008)

2.1. Parámetros técnicos y teóricos para una evaluación de la calidad de los servicios turísticos

Existen muchas definiciones y conceptos que hablan acerca de los principios y conceptos que se utilizan para la evaluación de la calidad de los servicios turísticos como es el caso de Gurría (1998), que expresa que no es solo necesario establecer un sistema de calidad para generación de un producto turístico, también debe haber eficiencia de personal y equipos en la prestación de servicios, este debe hacerse de acuerdo a la conformidad de las necesidades y deseos de los usuarios, para ello debe haber un deber ético de proporcionar un servicio eficiente, sin importar cuál sea el precio que se haya pagado por el mismo. (Gurría, 1998)

Según Santos Silva (1998), la experiencia del turista puede ser valorada y así se podría medir la calidad de los servicios que este recibió, para ello se debería tener en cuenta varios parámetros que sobresalen al momento de brindar un servicio de calidad, los mismos que son: la capacidad de respuesta de solucionar los imprevistos, la aplicación de las técnicas de gestión de calidad, a lado de la capacidad de las organizaciones y de la profesionalidad de sus recursos humanos. En conjunto estos parámetros representan elementos diferenciadores los cuales hacen que, en un mercado altamente competitivo, la empresa pueda ser evaluada. (Santos, 1998)

2.1.1. Parámetros de calidad

En cuanto a los factores que influyen y aquellos que determinan un análisis de la calidad del servicio en una empresa principalmente relacionada al turismo, se las podrá determinar de acuerdo al caso que va a ser estudiado y la dimensión del mismo, es decir que los parámetros serán diferentes para cada caso.

En el estudio realizado en la ciudad de Madrid , según el autor Mediavilla Lázaro (2010), la formulación de cuestionarios es primordial y son la base para realizar un análisis correcto donde los parámetros principales expuestos en su trabajo investigativos son ocho y los cuales tienen como base la teoría de Ishikawa (1994). Como herramienta se usa un gráfico basado en forma de “espina de pescado” que

representa una relación de causa-efecto. En este esquema técnico los datos obtenidos de la identificación de los parámetros es la causa y la calidad del servicio es el efecto en las empresas de turismo activo (Mediavilla, 2010).

Los parámetros identificados para una organización que proporciona servicios turísticos son:

- *Los requisitos legales básicos:* El principio de encontrar la calidad de un servicio de calidad tiene como base aspectos como la legitimidad en relación a contratación de empleados, cumplimiento de los convenios, seguridad laboral, etc.
- *La seguridad:* debe ser constante, y poner mayor atención y priorizar la misma en actividades que tengan cierto compromiso físico y riesgo, la seguridad influye con otros aspectos como son materiales, actividad, técnicos, instalaciones y cliente.
- *El medio ambiente:* es fundamental, puesto que es el espacio en el que se realiza la actividad y la razón por la que todas estas entidades desarrollan este tipo de actividades turísticas.
- *El cliente:* se lo puede catalogar como una de las piezas indispensable de este proceso en el momento de realizar un servicio de turismo. La calidad depende mucho de él ya que tiene muchos factores que en él se concentran, es decir, de cómo se cubran sus expectativas y necesidades y de cuál sea el resultado final obtenido.
- *Las actividades:* son los mecanismos mediante los cuales interactúan el cliente y el entorno que los rodea. Son de vital importancia debido a que es el propio cliente el cual los elige, y la empresa que brinda el servicio es la que demuestra su capacidad para brindarlo.
- *Recursos humanos:* Todos los colaboradores de la empresa, son los más vulnerables y decisivos a la vez, ya que entre otras funciones son la principal conexión entre el cliente y la imagen de la empresa. Los recursos humanos son claves en obtener la satisfacción del cliente.

- *Recursos Materiales*: los materiales son pieza fundamental en la actividad turística, ya que de ellos depende las actividades, seguridad y lo principal la satisfacción del cliente. Respecto a las instalaciones, son la publicidad directa, suponen la primera impresión que tiene el cliente de la empresa, la entidad y el futuro servicio que va a recibir (Mediavilla, 2010).

Estos parámetros son los que ayudan a tener una mejor perspectiva al analizar la calidad de los servicios que se está brindando por parte de la empresa. De igual manera contribuyen con la identificación de falencias, en las cuales luego de analizarlas se puede implementar planes de mejoramiento y de esta manera los servicios que se presten por parte de la empresa sean siempre monitoreados y de una calidad adecuada.

2.1.2. Servicios turísticos de calidad

En la actualidad la actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta. Para la Organización Mundial del Turismo OMT (2006), el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. Según el secretario general de la OMT Francesco Frangialli, el turismo es un motor de la economía mundial, ya que es la primera partida del comercio internacional, que llega a producir una significativa cantidad de ingresos por exportaciones y que genera millones de plazas de trabajo para las personas, al ser un producto que se lo realiza en diferentes sectores y pese a todos los conflictos que han atentado contra su expansión ha logrado mantenerse fervientemente. Es por eso que una gran cantidad de países ha optado por invertir en su desarrollo turístico, ya que han visto que el turismo en las últimas décadas ha tenido un crecimiento considerable. (OMT, 2006)

Como es de conocimiento universal, el viaje de un turista involucra la utilización de diferentes servicios (transporte, alojamiento, alimentación, guías, entre otros), es decir que alguno de esos servicios será los que la empresa brinde y esto la hará parte activa de este proceso. Sin embargo, para el turista que es el eje principal de del interés, su experiencia en el sitio turístico no solo se dará en base al servicio brindado por la empresa, sino también a diferentes aspectos que confluyen y que pueden ser: la cultura local, la acogida hacia turista, la conservación ambiental de entorno, la seguridad, entre otros. (SERNATUR, 2002)

2.1.2.1. Calidad en el alojamiento

En cuanto a la calidad en el alojamiento hay muchos autores. Para Briceño (2000) la importancia del servicio de alojamiento, se da debido a que muchos hoteles no son solo sitios para dormir o pernoctar, sino que también son considerados como atractivos turísticos, mismos que incluyen gran variedad de servicios como: restaurantes, comercio, recreación, comunicación y transporte. Algunos con servicios, muy innovadores parecen ser una pequeña ciudad, al contar con todos estos servicios se ven obligados a cumplir deseos, requisitos y necesidades de sus clientes, es decir, logran agrupar y combinar todos los componentes de la actividad turística. La hotelería es un producto intangible (servicio), que se expresa en personas atendiendo a otras personas. Sin importar la categoría de hotel, la excelencia en la atención brindada a otros seres humanos depende principalmente de la calidad del servicio prestado y de ésta a su vez depende directamente la permanencia, retorno y recomendación del visitante. Las percepciones del huésped en relación al servicio, son difíciles de analizar, pues los usuarios tienen diferentes expectativas del servicio y diferentes formas de interpretarlo. (Briceño, 2000)

De igual manera, Morillo (2006) insisten que la importancia de la calidad debe ser constante ya que el éxito del servicio hotelero, dependerá en buena medida del éxito de todo el destino turístico. (Morillo, 2006)

Según Maithé del Toro Soto (2011), la mayoría de expertos en el sector Calidad para la Gestión de Alojamiento, indica algunas acciones base para la prestación de un servicio de esta naturaleza. Las acciones para proporcionar un servicio de calidad son:

- *Determinación correcta de los requisitos del cliente:* conocer las expectativas de los viajeros y los aspectos que estas determinan:
 - Expectativas sobre el servicio de alojamiento.
 - Expectativas sobre el producto que va a comprar.
 - Expectativas sobre el desarrollo y estancia del cliente.
- *Directrices para los recursos humanos* hacia la excelencia en el servicio y la satisfacción de los clientes.

- Constante evaluación de la *satisfacción de los clientes* y utilización de esta información para corrección en los procesos y mejorar la calidad del servicio. (Del Toro, 2011)

En cuanto a las dimensiones de la calidad en el servicio de alojamiento, una investigación realizada por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), con el auspicio del Marketing Science Institute (E.E.U.U.), consistió en conocer cuáles son las características que los clientes esperan encontrar en los servicios. (Zeithami, Parasuraman, & Berry, 1993)

Los resultados de dicha investigación dieron como conclusión de que los parámetros que los clientes toman en cuenta en el momento de la evaluación del servicio de una empresa son:

- *Fiabilidad*. Los clientes pueden creer y confiar en la empresa y en la calidad constante de sus servicios.
- *Capacidad de respuesta*. Los empleados están siempre dispuestos a brindar el servicio cuando el cliente lo necesita (no cuando la empresa lo considera conveniente).
- *Profesionalismo*. Los empleados tienen las capacidades y conocimientos necesarios para prestar, de forma correcta y precisa, los servicios solicitados por los clientes.
- *Accesibilidad*. Los clientes pueden ponerse fácilmente en contacto con la empresa.
- *Cortesía*. El personal de la empresa brinda un trato a sus clientes basados en valores como el respeto consideración entre otros.
- *Comunicación*. La comunicación es uno de los pilares de la empresa ya que es abierta y sincera, en ambos sentidos con la clientela.
- *Seguridad*. La empresa se prioriza y garantiza la seguridad de los clientes, que se mantengan alejados de todo tipo de daños y riesgos.
- *Elementos tangibles*. La empresa podrá alto énfasis en los elementos físicos que intervengan en la prestación del servicio, procurando que estos proyecten alta calidad y que la imagen de la empresa sea la adecuada. (Zeithami, Parasuraman, & Berry, 1993)

Los diferentes estudios realizados por varios expertos en el tema de alojamiento turístico contribuyen mucho con las empresas dedicadas a esta actividad, ya que al aplicar las teorías expuestas por estos expertos se puede llegar a brindar un mejor servicio de alojamiento. Si se llega a cumplir con los parámetros que han sido establecidos por expertos a lo largo del tiempo se tendrá como resultado una gran acogida por parte de los clientes hacia el servicio que se oferta por parte de la empresa.

2.1.2.2. Calidad en la alimentación

La calidad de la alimentación siempre será un tema de altísima importancia y cuidado ya que hay tener en cuenta hasta el mínimo detalle para llevar a cabo el servicio de alimentación. Según Martínez (2012), expresa que siempre hay que tener en cuenta las características adecuadas de una dieta correcta y que se debe tomar prioridad al momento de ofrecer el servicio y que para ello se debe implementar servicios de calidad, que sean implementados y que sean enfocados en un servicio de alimentación seguro, adecuado con platillos inocuos, variados y sanos. (Martínez, 2012)

Al referirse al servicio de alimentos, para Claudia Martínez (2012), los alimentos frescos que se usan como materia prima y los recursos naturales que fueron utilizados en la transformación y distribución se deben conservar, mediante la implementación de mecanismos que ayuden a mantenerlos y no agotarlos o degradarlos.

Las acciones que se pueden implementar en la práctica de la nutrición son:

- Ofrecer variedad de alimentos.
- Comprar diferentes tipos de alimentos de producción regional
- Procurar el uso de alimentos que se hayan producido con un mínimo desgaste o degradación de los recursos naturales.
- Comprar productos directamente del productor.
- Disminuir en lo que sea posible el gasto de energía en la empresa en el momento de realizar el servicio.

- Encontrar nuevas alternativas viables que disminuyan el gasto energético y ahorro de agua.
- Procedimientos adecuados para el control de desechos
- Selección de productos químicos amigables al ambiente
- Reciclaje de vidrio, metal, plástico y demás materiales. (Martínez, 2012)

El servicio de alimentación es uno de los más importantes a nivel mundial y de su adecuada prestación es lo que determinará la existencia de la empresa que lo brinde. Al ser la alimentación algo que las personas lo consumen diariamente, el tener los procedimientos adecuados, cumplir con las normas inocuidad alimentaria y realizar una adecuada investigación de los gustos del cliente, marcará la diferencia entre el éxito y el fracaso de la prestación de este servicio.

2.2. Certificaciones de calidad

Según la historia narra, las certificaciones tienen su origen en el siglo XV, cuando la marca de queso Roquefort es regulada y más tarde en el siglo XIX y principios del XX, los vinos franceses se certificaron por primera vez con respecto a su origen y pureza. (Bien, 2007).

En cuanto a la historia de las certificaciones en turismo, estas tienen sus inicios en el siglo XX, cuando la “American Automobile Association” (AAA), el sistema de Mobil de cinco estrellas en los Estados Unidos, las guías Michelin en Europa y el sistema mundial de cinco estrellas para la calidad de los hoteles ya funcionaban para esa época con el objetivo de medir la calidad del producto turístico, así como algunos aspectos de salud, higiene y seguridad (Bien, 2007).

Al transcurrir los años, el aspecto ambiental tomó vital importancia, dando así origen a las certificaciones ambientales, que de la mano con la actividad turística fueron promoviendo sostenibilidad. No obstante, los primeros programas de certificación solo se enfocaban en la calidad, en cambio otros solo hacían referencia al aspecto ambiental y otros en la seguridad e higiene, y ponían de lado a la sostenibilidad sociocultural y económica.

Al darse cuenta que había una proliferación de certificaciones y debido a la confusión que causaban las mismas en los consumidores, en el año 2000 se reunieron representantes

de la mayoría de los programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo en Mohonk Mountain House (un hotel de turismo sostenible en las montañas de Nueva York), para empezar a desarrollar estándares mínimos comunes (Bien, 2007).

En esta reunión se elaboró el Acuerdo de Mohonk, para otorgar certificaciones de turismo sostenible y ecoturismo. Consecuentemente, se realizó un estudio de factibilidad llamado Consejo de Acreditación de Turismo Sostenible (STSC), que recomendaba el establecimiento de estándares mínimos para la certificación del turismo sostenible, que sería garantizado por un organismo de acreditación (Bien, 2007).

2.2.1. Total Quality Management (TQM)

El objetivo principal que busca la Gestión de Calidad Total es llegar a encontrar un proceso que lleve a una mejora continua de la calidad y que ayude a controlar todo el sistema (diseño del producto o servicio, proveedores, información, entre otros) para que de esta manera el producto que llega al cliente este en mejores condiciones evitando tener errores en la calidad, consecuentemente mejorar los procesos que ayuden a la reducción de costos tiempos de entrega, entre otros.

La Gestión de Calidad abarca diversos sectores, ya que elaborar un producto es de mucha importancia debido a que los consumidores necesitan y desean productos con la mayor calidad, sin fallas y con un costo que no sea elevado. Para ello también hay que tener en cuenta que el tiempo de entrega del producto terminado es un factor que toman en cuenta los clientes, también hay que tomar muy en cuenta que para elaborar los productos hay que realizarlos de la mejor manera sin contaminar y respetando al medio ambiente. De igual manera otro aspecto muy importante son la calidad de los materiales con los que se realizan los productos, así también la calidad en la mano de obra es muy importante y la mejor manera de conseguirlo es con capacitación. Esta calidad de la mano de obra al igual que la calidad de los insumos o materiales influye tanto en la calidad de los productos, como en los costos y niveles de productividad. (Maldonado, 2013)

La calidad es importante en todas las áreas de la empresa incluyendo las administrativas y financieras, Ya que si en éstas áreas no se maneja con calidad igual no serviría de nada el producir un producto de calidad si al momento de venderlo y cobrar existen inconvenientes o estos procesos nos lleve a tener costos altos.

La gestión de calidad total (TQM) es más que todo una filosofía que tiene como prioridad la satisfacción del cliente, la calidad se ha convertido en algo obligatorio al momento de brindar un servicio, en la última década el tratar de destacar sobre nuestros competidores directos mediante nuevas estrategias de mercado y dándole a nuestros productos un valor añadido.

Para una adecuada gestión de la calidad involucra principales acciones como:

- Planificar
- Controlar
- Mejorar

John Heldt (1993), consultor de empresas en sistemas de Coste de Calidad dijo: *“La reducción del coste de mala calidad incrementará su beneficio global más que si se duplicara las ventas”*. Y luego acotó que: *“La mayoría de las empresas gastan en mala calidad más de tres veces lo que sacan de beneficios. Reduzca a la mitad su coste de la mala calidad y, por lo menos, duplicará sus beneficios”* (Heldt, 1993)

2.2.2. Normas ISO

El organismo internacional de normas más importante es Organización Internacional de Normalización (ISO), es el mayor desarrollador mundial de las Normas Internacionales. Estas normas generan especificaciones de arte para los productos, servicios y buenas prácticas, colaborando de esta manera con la industria a que se vuelva más eficiente y eficaz. Desarrollado a través de un consenso global, que a su vez contribuyen a eliminar brechas al comercio internacional.

Los beneficios de las Normas Internacionales ISO es que los productos y servicios sean seguros, de una buena calidad y fiables. Para organizaciones, que usan herramientas estratégicas que disminuyen los costos al generar menos residuos, fallas y que su productividad crezca. Dichas normas ayudan a estas organizaciones a poder ingresar a mercados nuevos a poder llegar a competir con países desarrollados y dinamizar la comercialización libre y justa. Expertos de todo el mundo a desarrollar los estándares que son requeridos por su sector. Esto significa que ellos reflejan una riqueza de experiencia y conocimientos internacionales.

Las normas pertenecientes a las ISO 9000 se encarga de diferentes temas relacionados con la gestión de la calidad entre ellas se encuentran las normas más conocidas de las ISO. Las normas brindan dirección y las herramientas necesarias que las empresas y organizaciones necesitan para asegurar de que sus servicios y productos cumplen imperativamente con las necesidades que tiene el cliente y a su vez tienen una mejora continua. Existen varias normas que pertenecen a las de las ISO 9000 entre ellas están:

- “La Norma ISO 9001:2008, especifica los requisitos para los sistemas de gestión de calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar/servicios que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentos que le sean de aplicación y su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente.
- La Norma ISO 9000:2005 describe los fundamentos de los sistemas de gestión de calidad (SGC) y especifica la terminología para los sistemas de gestión de la calidad.
- La Norma ISO 9004:2000 contiene las directrices para la mejora del desempeño del SGC.
- La Norma 19011:2002 contiene las directrices para la auditoria de los sistemas de gestión de calidad y/o ambiental”. (ISO, 2008).

Las diferentes certificaciones de calidad son una motivación para las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos a esforzarse cada día en brindar un servicio con la mejor calidad, ya que el tener un certificación esto garantizara que los servicios que se ´restan por esa empresa han pasado varias etapas de evaluación y que la calidad de los mismos es muy alta.

2.2.2.1. Etapas detalladas de la elaboración de normas internacionales.

Para el desarrollo de las normas internacionales se requieren varias etapas. Luego de llegar a acuerdos entre los diferentes organismos ISO, se obtiene como resultado una norma internacional. Esta norma puede ser utilizada como tal o a su vez se la podría implementar a través de las normas nacionales que poseen cada uno de los países e insertarla ahí. Estas Normas Internacionales se desarrollan mediante los diferentes comités técnicos de ISO (TC) y subcomités (SC) mediante seis pasos:

Etapa 1: Propuesta de la etapa

Etapa 2: Etapa preparatoria

Etapa 3: etapa del Comité de

Etapa 4: Etapa de Investigación

Etapa 5: Aprobación de la etapa

Etapa 6: Publicación de la etapa. (ISO, 2008).

La elaboración de las normas ISO se las realiza mediante un minucioso análisis, priorizando que la nueva norma que se vaya a realizar tenga la relevancia adecuada y que su implementación contribuya significativamente al mundo.

2.2.1.2 Funciones de las normas ISO

Las Normas Internacionales ISO colaboran a organizaciones y empresas grandes o pequeñas para que puedan laborar con mayor eficiencia y aumenten su productividad y llegar a nuevos mercados. Estos beneficios para las pequeñas y medianas empresas pueden reflejar un aumento significativo en el volumen de ventas anuales. Los beneficios principales del uso de las Normas Internacionales son:

- La apertura de los mercados de exportación, como productos será compatible a escala mundial
- Aumento de la eficiencia.
- Aumento de la credibilidad y la confianza que los clientes de todo el mundo reconocen las Normas Internacionales ISO. (ISO, 2008).

La garantía de que una empresa cuente con una certificación ISO es un sello que garantiza un producto final de calidad internacional, lo cual contribuirá significativamente con dicha empresa en cuanto a su posicionamiento y credibilidad.

2.2.3. Sellos verdes

Los llamados sellos verdes son una distinción visual la cual ayuda a los consumidores a identificar los productos o servicios los cuales hayan sido realizados o elaborados con el menor grado de impacto en el medio ambiente, en relación a otros productos de la misma línea o similares.

Los símbolos que identifican a los sellos verdes o eco-sellos son una certificación que ha llegado a cumplir dicho producto o servicio luego de haber cumplido con varios requisitos y normas que velan por la protección y conservación ambiental de un lugar determinado. En estos procesos se involucran a productores comercializadores y los clientes del producto o servicio.

En la actualidad existen una gran cantidad de sellos ambientales entre los que se encuentran:

Relativos al producto / empresa

Voluntarios / obligatorios

Auto-certificados / certificados por tercera parte

Multicriterio / centrados en un único aspecto ambiental

La implementación de sellos ambientales en las empresas prestadoras de servicios turísticos no solo se dedican a vender, si no también ya están preocupadas por conservar los recursos naturales de los cuales su producto o servicio depende para ser llevado a cabo. De igual manera el tener un distintivo verde hace que los clientes lo tomen como un plus brindado por la empresa.

Sellos ambientales para productos: obligatorios

Estos sellos principalmente destacan algún aspecto ambiental relativo al producto y esto lleva que el sello tenga finalidades como:

- Sensibilizar a los consumidores y favorecer la selección preferente de los productos de menor impacto
- Informar sobre la correcta gestión del producto y sus residuo

Sellos ambientales para productos: voluntarios

Estos sellos están enfocados en crear conciencia en el consumidor y su principal finalidad: Promover la demanda de aquellos productos con un menor impacto ambiental.

Según la clasificación del eco-sello según las ISO son:

Etiquetas tipo I (oficiales)

Etiquetas tipo II (auto-declaraciones)

El sello tipo I o eco-sello

Las características que diferencian el sello tipo I o eco-sello, se detallan a continuación:

Distinguen a los productos o servicios con un menor impacto ambiental.

Los criterios consideran, en general, todo el ciclo de vida del producto y diferentes aspectos ambientales (energía, agua, residuos, uso de material reciclado.)

Más orientadas a productos de gran consumo destinados a consumidor final.

Normalmente abarcan diferentes tipos de producto o servicios.

Otorgados por una tercera parte independiente (habitualmente una administración pública ambiental) (Gazulla, 2010).

Auto declaración o Sello tipo II

Declaración informativa sobre el medio ambiente realizada por el propio fabricante.

Son visibles en el producto (frase y/o símbolo).

Normalmente no están certificados por tercera parte.

Al realizar o poner en marcha este tipo de sello existen recomendaciones importantes en la norma internacional ISO 14021.

Para que la realización y lograr conseguir que este eco-sello sea de la forma correcta se debe evitar:

Utilizar términos poco precisos (amigable, verde, ecológico)

Utilizar el concepto “sostenible” (demasiado complejo)

Hacer afirmaciones que no se puedan verificar

Utilizar símbolos que se puedan interpretar erróneamente

Utilizar objetos naturales no directamente relacionados con el producto (Gazulla, 2010)

2.2.4. SERVQUAL

2.2.4.1. Alcances del SERVQUAL

Según la recopilación realizada por Castillo (2005) se considera que, desde la fecha de la creación hasta las fechas actuales, la escala multidimensional SERVQUAL ha sido aplicada a diversas organizaciones sociales, tanto públicas como privadas y desde entidades gubernamentales, educacionales, de salud, de administración comunal, hasta empresas de los más diversos sectores de actividad económica. Esta diversidad ha permitido su revisión y validación como instrumento de medición de calidad de servicio, incorporando constantes mejoras.

Actualmente, la escala consta de cinco dimensiones que utilizan para evaluar la calidad de los servicios de una organización:

- Confiabilidad.
- Responsabilidad.
- Seguridad.
- Empatía.
- Bienes materiales o tangibles.

Esta metodología es muy utilizada a nivel mundial ya que su adaptación a diferentes capos en los cuales se necesita conocer la calidad de los servicios que se brindan en una empresa. Su aplicación es muy sencilla y fácil de tabular e interpretar lo que la hace un instrumento de medición de uso masivo en diferentes lugares del mundo.

2.2.4.2. Herramientas de medición

Basado en las cinco dimensiones que se mencionaron anteriormente se da lugar a la conformación de tres instrumentos, que permiten medir la calidad del servicio para el cliente.

- *Evaluación de expectativas de calidad de servicios*

En esta primera fase se utiliza un banco de preguntas respecto al servicio que se debería brindar en una empresa. Las preguntas que son presentadas en este

cuestionario están formuladas de manera que sean aplicables para diferentes tipos instituciones, para cada aspecto específico se necesita adaptar las preguntas para los requerimientos específicos que desee evaluar cada empresa.

- *Evaluación de la preponderancia de las dimensiones de calidad*

En esta fase del estudio consiste en un cuestionario mediante el cual los encuestados expresan la importancia relativamente que tiene para cada uno de ellos las dimensiones del servicio anteriormente expresadas.

- *Evaluación de la percepción de calidad de servicios.*

En esta etapa básicamente se pide a los clientes evalúen las percepciones específicas que tenía y las relacionen con el servicio brindado por la empresa. (Castillo, 2005)

2.2.4.3. El modelo de las brechas de la calidad de servicio

La escala multidimensional SERVQUAL se asocia al “Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio”, desarrollado por Valerie A. Zeithaml y Mary Jo Bitner.

La principal idea de este modelo de evaluación es eliminar la brecha que existe entre lo que el cliente espera conseguir y lo que el recibe, de esta manera las empresas que llegan a cumplir con la satisfacción de sus clientes fidelizan a los mismos. También es conocido como modelo de las cinco brechas, pues analiza la probable existencia de cinco brechas en el proceso de la cadena de servicios de una empresa. A través de la identificación de estas brechas se puede identificar nuevas oportunidades en el servicio al cliente. (Castillo, 2005)

La satisfacción del cliente, en relación a la calidad del servicio se refiere, significa eliminación de la distancia entre sus percepciones y sus expectativas, y lo contrario a eso, sería cerrar las brechas debido a una mala información acerca de lo que el cliente espera, o la metodología usada para realizar el servicio no fue la adecuada, o no se llega a cumplir lo que ofrece la empresa. Estas brechas se deben principalmente por diferencias entre:

- Expectativa del cliente y la percepción recibida por parte de la empresa en relación a la expectativa planteada por el cliente.

- Percepción por parte de la empresa con respecto a la expectativa del cliente y las especificaciones de calidad en el servicio.
- Las especificaciones de calidad en el servicio y el servicio que se brinda actualmente a los clientes.
- El servicio que se está brindando en ese comentario en relación a la información que se brindó al cliente con respecto a ese servicio.
- Servicio esperado y servicio percibido. (Castillo, 2005)

La escala determina la calidad de servicio mediante la diferencia entre expectativas y percepciones valorando ambas a través de un cuestionario de varios ítems, divididos en las variables de confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y recursos materiales.

La valoración de estos ítems se mide mediante una escala de números donde la calificación empieza desde 1, para una percepción o expectativa muy baja en relación al servicio que se está analizando, y la valoración 7, para una percepción o expectativa muy elevada del mismo servicio (Castillo, 2005).

2.3. Metodologías de evaluación de servicios

Para llevar a cabo la indagación sobre el sistema de gestión de servicio, se realizó un análisis, evaluación e investigación de los servicios que se prestan en el centro turístico Timbuyacu en relación con el nivel de satisfacción que reciben los turistas al comprar dichos servicios. De esta manera se podrá identificar los factores que influyeron o son causantes de que la satisfacción de los clientes no alcance su expectativa más alta.

El eje de la investigación fue el análisis del recurso humano que se dispone en el centro turístico, de esta manera se conoció el nivel de conocimientos que posee el personal referente al servicio que presta. El estudio se lo realizó mediante encuestas y entrevistas, las cuales tuvieron como propósito determinar la situación actual del centro turístico y las expectativas de los clientes internos y externos acerca de sus gustos, preferencias, satisfacción, información socio económico, cultural, demográfico. Como resultado se pretende establecer cuál es el conjunto adecuado de elementos turísticos tangibles e intangibles de su preferencia y en qué cantidad contribuyen con la satisfacción de las necesidades y superar las expectativas que ellos poseen.

2.4. Definición de un método para evaluar los servicios en Timbuyacu

Para realizar la evaluación de los servicios turísticos se tomarán como base metodologías que se han utilizado en proyectos que han sido aplicados en casos similares, como lo es el proyecto piloto en la ciudad de Andalucía, España realizado por Otero (2001), basado en el método SERVQUAL, al que se le realizó unas modificaciones para adaptarlo al caso requerido.

Se ha elegido este instrumento de evaluación ya que es muy práctico y su forma de aplicación va de acuerdo con el caso de estudio que se planteó en esta tesis.

2.4.1 Delimitación del área de estudio

El área de estudio de la presente investigación se enfocó principalmente en los procesos y actividades que involucran a los servicios como el hospedaje, alimentación y hospitalidad, que son los pilares fundamentales del centro turístico. Para llevar a cabo el estudio se analizó minuciosamente cada servicio establecido, ya que son los servicios que mayor porcentaje de ganancias registran en el centro turístico. El estudio se enfoca en aspectos de los recursos humanos, el cliente en sí, recursos materiales, la seguridad, los servicios o actividades, aspectos legales y normativas y el medio ambiente,

2.4.1.1 Metodología para la medición y análisis del servicio de alojamiento.

Para la medición de calidad del servicio de alojamiento se ha definido un método que se ha desarrollado a partir del análisis de los resultados obtenidos en el proyecto piloto implementado en España por Otero (2001). En esta metodología se tiene como pilar fundamental la formulación de cuestionarios para la medición de la satisfacción de los clientes, también es de vital importancia el diálogo y la comunicación con el resto de colaboradores. Adicional a la metodología se agregará una serie de complementos como lo son:

- *Entrevista con preguntas abiertas.*- sirve para conocer de una forma más amplia como el administrador o encargado del establecimiento dirige el servicio de calidad y el nivel de sus conocimientos de la importancia de los mismos, además de abrir un diálogo y compartir experiencias.
- *Tabla de cumplimiento de normas y observaciones.*- Al momento de evaluar el complejo turístico, es necesario una tabla que ayude a identificar que

procedimientos y normas de funcionamiento se están cumpliendo, además ayuda a documentar cualquier tipo de observación que ayude a detectar falencias en su operación.

- *Realización de encuestas:* estas permiten saber el nivel de satisfacción del cliente durante su alojamiento. Las encuestas que se realiza es basada en el método SERVQUAL

En esta etapa de la investigación el utilizar varias herramientas que ayudan a la obtención de información, para el caso de estudio es lo que permite tener una visión más amplia de lo que se está investigando. Con estos antecedentes el resultado de la investigación es más verídico.

2.4.1.2 Metodología para la medición y análisis del servicio de alimentación.

En cuanto a la metodología para la medición y análisis en la alimentación se utiliza la misma metodología que se usa en el servicio de alojamiento, tomando en cuenta que el contenido de las preguntas, tablas y las encuestas será realizado en base al caso de estudio que para esta ocasión es el la medición y análisis del servicio de la alimentación.

Las certificaciones de calidad con el transcurso de los años han ido ganando más popularidad entre las empresas prestadoras de servicios turísticos, lo que implica que estas empresas ya no solo se enfocan solamente en conseguir ganancias económicas, sino que también han venido invirtiendo en calidad, conservación ambiental y satisfacción del cliente. Consecuentemente los consumidores del servicio hoy se preocupan en que el dinero invertido en estos servicios o productos satisfaga sus necesidades y llenen sus expectativas.

Para ayuda de las empresas existen varias metodologías que evalúan la calidad del servicio, la constante medición de la calidad de los servicios en las empresas ayuda a encontrar falencias, inconformidad con los trabajadores, instalaciones, entre otros. La implementación de nuevos procesos o mejorar los ya establecidos, ayuda a mejorar el desempeño de la empresa.

CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CASO DE ESTUDIO.

La situación actual de la calidad del servicio brindada en el centro turístico Timbuyacu se determinó luego de realizar encuestas y entrevistas a los colaboradores, a los administradores y visitantes, enfocándose principalmente en los procedimientos que usan para brindar el servicio. También se realizó un levantamiento de información acerca de la infraestructura, procedimientos en los cuales se basan para la prestación de los servicios. Estos servicios principalmente son: el de recreación que tiene como atractivo principal en las piscinas de aguas termales y las instalaciones en general, así como también en el servicio de alojamiento que brindan en sus cabañas, y el de alimentación ya que cuentan con un bar restaurante.

En la entrevista realizada a Carlos Escanta, señaló que en la actualidad el número de colaboradores disminuyó debido a la poca demanda de visitantes que han tenido en este último año, es decir en este año solo cuentan con seis colaboradores incluidos el administrador y los dirigentes de la comunidad. También manifestó, que en los días feriados y festivos se contrata temporalmente hasta un adicional de quince personas, las mismas que de igual forma pertenecen a la comunidad y que en años anteriores han venido brindando su apoyo en años anteriores cuando la demanda aumenta considerablemente.

Timbuyacu recibe un promedio mensual de mil turistas, esta cifra varía dependiendo de la temporada y de los feriados que se presenten, tomando en cuenta que los horarios de atención es de 07h00 hasta 18h00 de lunes a domingo a excepción de los días miércoles en los cuales se realiza el mantenimiento de las piscinas ya que las aguas termales causan un deterioro masivo a los azulejos en las piscinas si no se las limpia periódicamente.

En cuanto a los procedimientos que se manejan en Timbuyacu para Escanta administrador del lugar, es uno de sus puntos más débiles que posee el centro turístico ya que no cuentan con procedimientos ni normas específicas para realizar las actividades diarias.

El levantamiento de información se la realiza mediante encuestas y entrevistas que se realizaron a los colaboradores y visitantes del centro Turístico Timbuyacu.

Las encuestas de satisfacción del servicio que se aplica a los clientes tiene como base la metodología SERVQUAL, a la cual se realizó modificaciones para que vayan en concordancia con el caso de estudio. Para la encuesta a los colaboradores se realizó un tipo de

encuesta de opción múltiple con preguntas que buscan información sobre clima laboral, capacitaciones, motivación y otros aspectos.

3.1 Servicio de alojamiento

Para conocer la situación actual en cuanto al servicio de alojamiento en el centro turístico Timbuyacu se realizaron encuestas.

En la entrevista realizada al administrador Carlos Escanta, afirma que ellos no cuentan con procedimientos detallados o establecidos por la administración de Timbuyacu, el único proceso que realizan es la limpieza de la habitación luego de que el huésped la desocupa. Escanta dijo también que las personas encargadas han recibido poca capacitación en el área de hospitalidad y es por eso que lo realizan de una manera que no tiene procedimientos establecidos para llevarla a cabo

3.1.1 Cumplimiento de normas

Al no contar con procesos internos establecidos en el centro turístico lo realizan de una manera tradicional con mucha amabilidad y una sonrisa al cliente según lo comentado por su administrador Escanta. El limpiar la habitación y cambiar de sábanas luego que los clientes hayan desocupado la cabaña es la única norma que establece la administración de Timbuyacu y que los colaboradores deben realizarla.

3.1.2 Infraestructura

La cabaña tiene una dimensión de 50 metros cuadrados de construcción, está hecha a base de ladrillo, madera y teja. Cada cabaña cuenta con capacidad hasta para seis personas, es por eso que el mobiliario que tiene cada cabaña es dos literas y una cama matrimonial, closet para la ropa y el equipaje, baño con ducha de agua caliente.

3.1.3 Personal

El administrador Carlos Escanta, informó que personal que labora en Timbuyacu es polivalente ya que no cuenta con mucho personal que labore a tiempo completo. Actualmente laboran cinco personas incluido el administrador. En casos eventuales se llega a contratar hasta quince personas extra para abastecer la demanda de turistas, esto se lo realiza en días feriados o festivos.

Se realizó el levantamiento de información mediante una encuesta aplicada al personal que labora diariamente en el centro turístico, la encuesta se puede observar en el **anexo 1**. Con el fin de conocer más a fondo la situación actual en la que ellos se encuentran en relación con el centro turístico.

3.1.4 Satisfacción del cliente

La recopilación de datos se realizó a través de una encuesta que tiene como base a la metodología SERVQUAL, se elaboraron preguntas que recopilen información específica acerca del servicio de alojamiento que se oferta en Timbuyacu. Al contar solo con dos cabañas, el número de personas que se queda a pernoctar en el centro turístico es pequeño, ya que con un promedio de 20 personas mensual es decir un 41% de ocupación. Se realizó la encuesta a un total de 14 personas, que fueron las personas que ocuparon la cabaña en los meses que se realizó el levantamiento de la información y se obtuvo la siguiente información.

valoración Preguntas	1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
1				1	2	8	3	14
2					8	4	2	14
3				3	1	6	4	14
4		2	3	5	1	2	1	14
5			1	1	6	5	1	14
6						8	6	14
7		2	3	5	4			14
8				1	6	4	3	14

Tabla 1

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

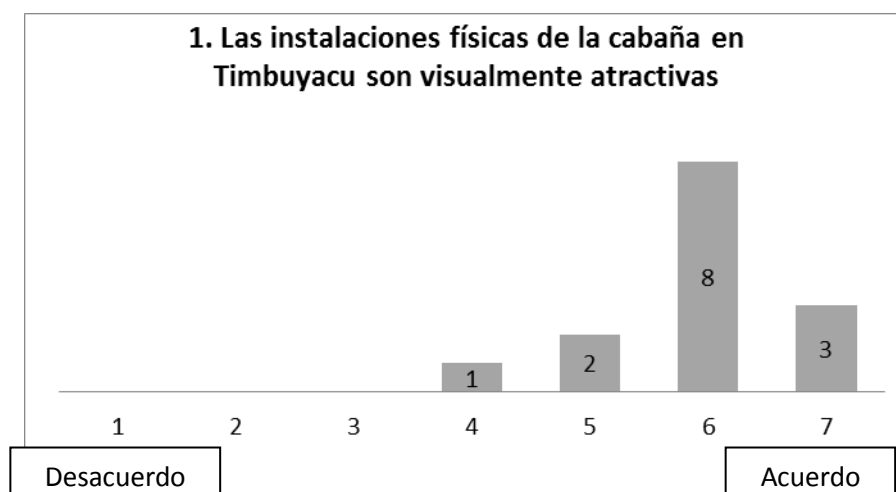


Ilustración 1

Para la mejor interpretación de los datos se utiliza la media ponderada de acuerdo a un número de rangos que se detallan en la siguiente tabla:

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO Media ponderada
0	0	0	1	2	8	3	5,93

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 57% de los visitantes encuestados manifestaron estar de acuerdo con que las instalaciones físicas de las cabañas y consideraron que son visualmente atractivas, 22%, están en total acuerdo, un 14% que están medianamente de acuerdo con las instalaciones y el 7% que manifestó que no está en acuerdo ni en desacuerdo con las instalaciones físicas de la cabaña.

Interpretación: Las instalaciones físicas de la cabaña son físicamente atractivas para los visitantes, ya que la mayoría de los encuestados dieron una buena puntuación para las

instalaciones de alojamiento, esto quiere decir que es una de las fortalezas que tiene el centro turístico Timbuyacu.

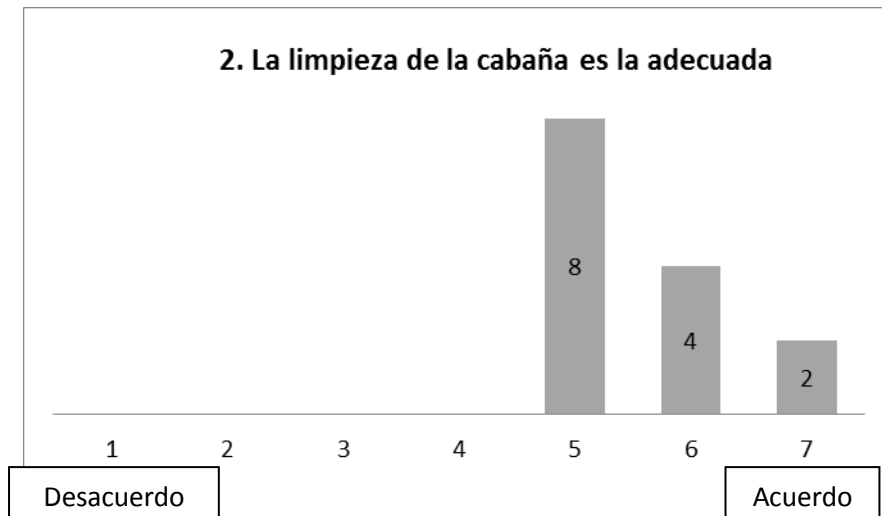


Ilustración 2

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	0	0	0	8	4	2	5,57

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 57%, están medianamente de acuerdo en que las cabañas tienen una limpieza adecuada, un 29%, están de acuerdo, un 14% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la limpieza de la cabaña.

Interpretación: Al no contar con procesos establecidos en cuanto a la limpieza de la cabaña existen varias opiniones en cuanto a la cabaña. Los datos indican que no es mala, pero que tampoco es de una excelente calidad y que hace falta un procedimiento que haga que la limpieza se la realice de una forma estandarizada todas las veces.

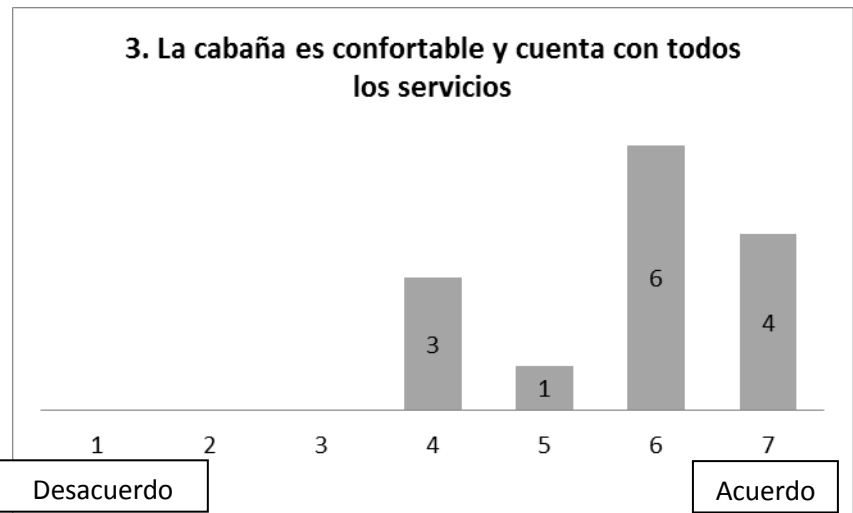


Ilustración 3

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	0	0	3	1	6	4	5,79

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 47%, están de acuerdo en que las cabañas son confortables y tienen todos los servicios, un 29%, están totalmente de acuerdo, el 21% manifiestan que están medianamente en desacuerdo con lo confortable y los servicios de la cabaña y el 7% no es ni de acuerdo ni en desacuerdo en lo confortable de la cabaña y sus servicios.

Interpretación: Los servicios y confort de la cabaña según los usuarios encuestados tienen una gran aceptación y tienen un buen puntaje, es decir que la mayoría de personas que ocupan este servicio les gusta el estilo campestre y rustico con todos los servicios necesarios para pernoctar.

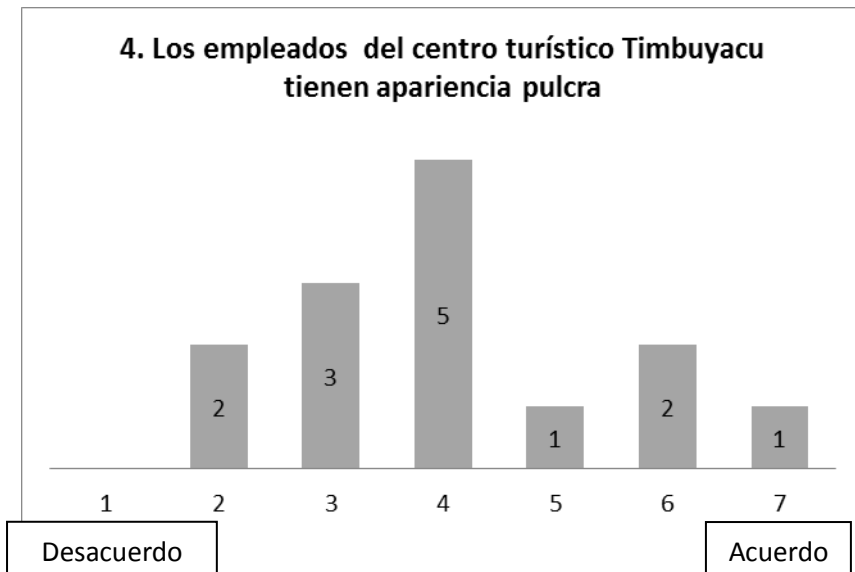


Ilustración 4

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	2	3	5	1	2	1	4,07

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 36%, no están de acuerdo ni en desacuerdo es decir un punto medio en cuanto a la apariencia de los colaboradores de Timbuyacu, el 22%, están medianamente en desacuerdo con este aspecto analizado, un 14% manifiestan que están en desacuerdo en que la apariencia de los colaboradores sea pulcra, otro 14% manifiesta que estar de acuerdo con la apariencia pulcra de los colaboradores, el 7%, está totalmente de acuerdo con la apariencia de los empleados de Timbuyacu y, finalmente, y el otro 7% manifestó su total desacuerdo con la apariencia que mostraron los colaboradores de Timbuyacu.

Interpretación: Este uno de los aspectos en las cuales la falencias sale a la luz y se refleja en la inconformidad de los clientes, ya que al tener pocos colaboradores y polivalentes, ellos no van a mantener siempre una apariencia adecuada, y en los días de mayor afluencia se vuelve más complicado por realizar varias actividades para satisfacer las necesidades de todos los visitantes. Esto hace que sea una de las debilidades principales que tiene el centro turístico.

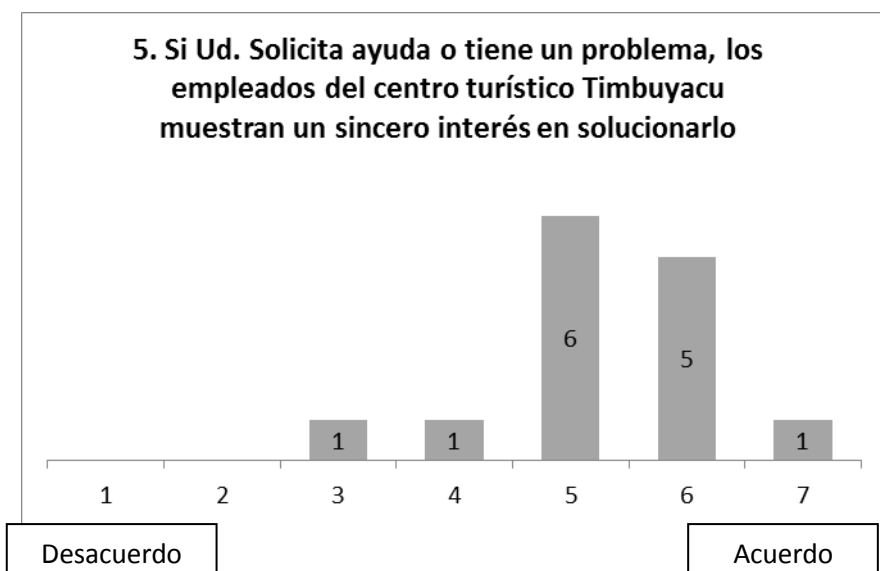


Ilustración 5

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	0	1	1	6	5	1	5,29

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 43%, están medianamente de acuerdo en el tiempo de respuesta a un problema por parte de los colaboradores de Timbuyacu, el 36%, están de acuerdo con este aspecto de la ayuda por los colaboradores ante cualquier inquietud, 7 % totalmente de acuerdo, otro 7% esta medianamente en desacuerdo y el 7% restante aseguro que está en un punto medio ni acuerdo ni en desacuerdo.

Interpretación: Pese a no contar con muchos colaboradores, la capacidad de respuesta entre los que ahí laboran es muy buena, ya que las personas entrevistadas manifestaron que recibieron ayuda cuando tuvieron algún problema o duda, esto quiere decir que el personal tiene una gran predisposición para ayudar a solucionar y colaborar con los requerimientos que tienen los visitantes.

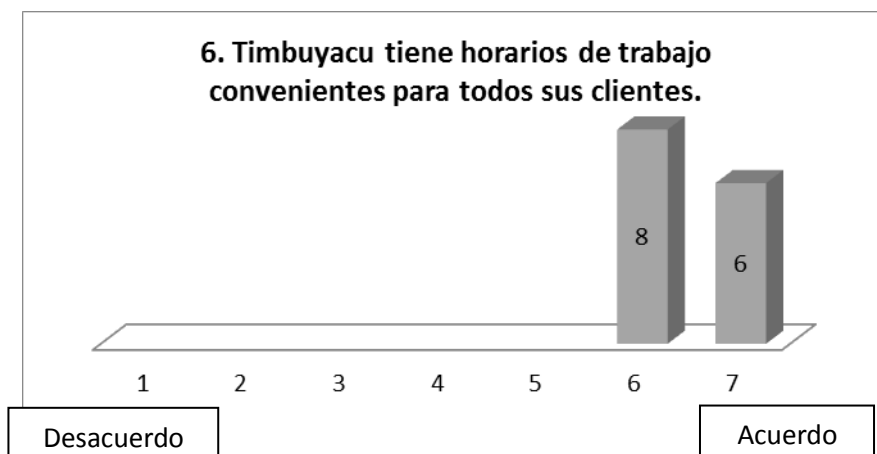


Ilustración 6

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5

Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1
------------------	-------	---------

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	0	0	0	0	8	6	6,43

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 57%, están de acuerdo en el horario de atención que tiene el centro Turístico Timbuyacu, y el 43% están totalmente de acuerdo con el horario de atención.

Interpretación: En este aspecto analizado, la puntuación realizada por encuestadas fue muy alta y alentadora, las personas encuestadas demostraron su total aprobación con el horario, ya que es un horario adecuado y familiar.

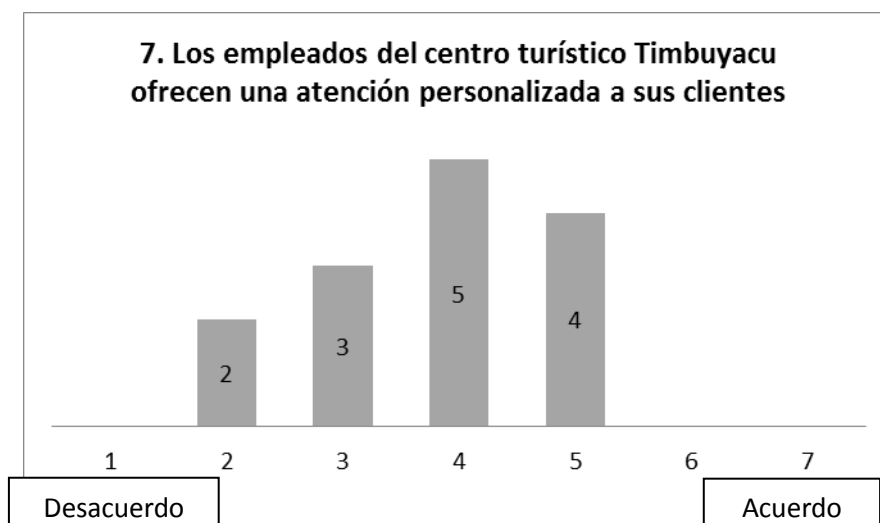


Ilustración 7

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	2	3	5	4	0	0	3,79

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 36%, optó por una posición neutral, no están de acuerdo y tampoco en desacuerdo, un 29%, esta medianamente de acuerdo con el trato personalizado, el 21%, están medianamente en desacuerdo y finalmente el 14% están desacuerdo con el trato personalizado que brindan en Timbuyacu. Media ponderada: 3,5, se considera como debilidad fuerte.

Interpretación: La percepción de los visitantes es que el servicio es poco personalizado. La causa podría ser a que una sola persona realiza actividades múltiples y no relacionados, debido a falta del personal. En este aspecto es unas debilidades más fuertes que tiene el centro turístico.

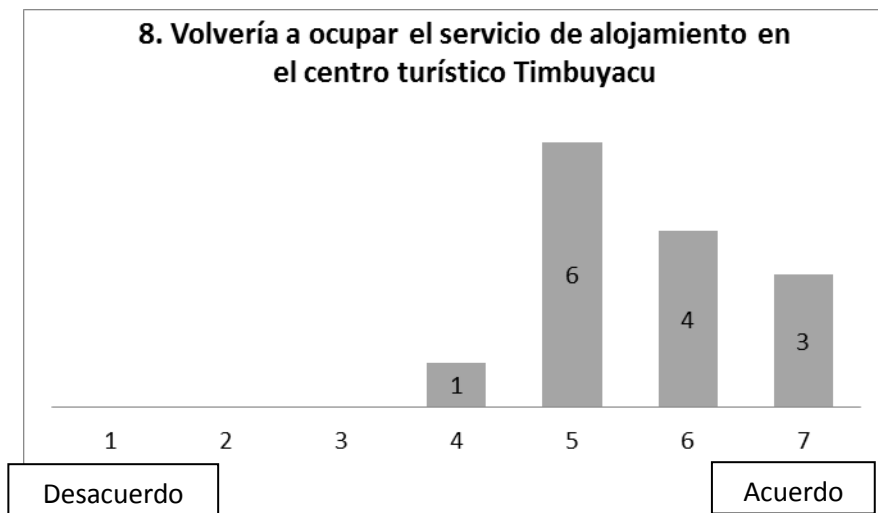


Ilustración 8

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
0	0	0	1	6	4	3	5,64

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 43%, manifestó que esta medianamente de acuerdo en volver a utilizar el servicio de alojamiento, un 29%, está de acuerdo con volver a utilizar las cabañas de Timbuyacu, el 21%, están totalmente de acuerdo en volver a utilizar este servicio y finalmente el 7% están en un punto medio ni de acuerdo ni en desacuerdo con volver a hospedarse en Timbuyacu.

Interpretación: En esta pregunta de vital importancia, los resultados son favorables, ya que un porcentaje alto de los visitantes estarían dispuestos a utilizar en otra oportunidad este servicio de alojamiento, lo que es muy beneficioso para el centro Turístico Timbuyacu.

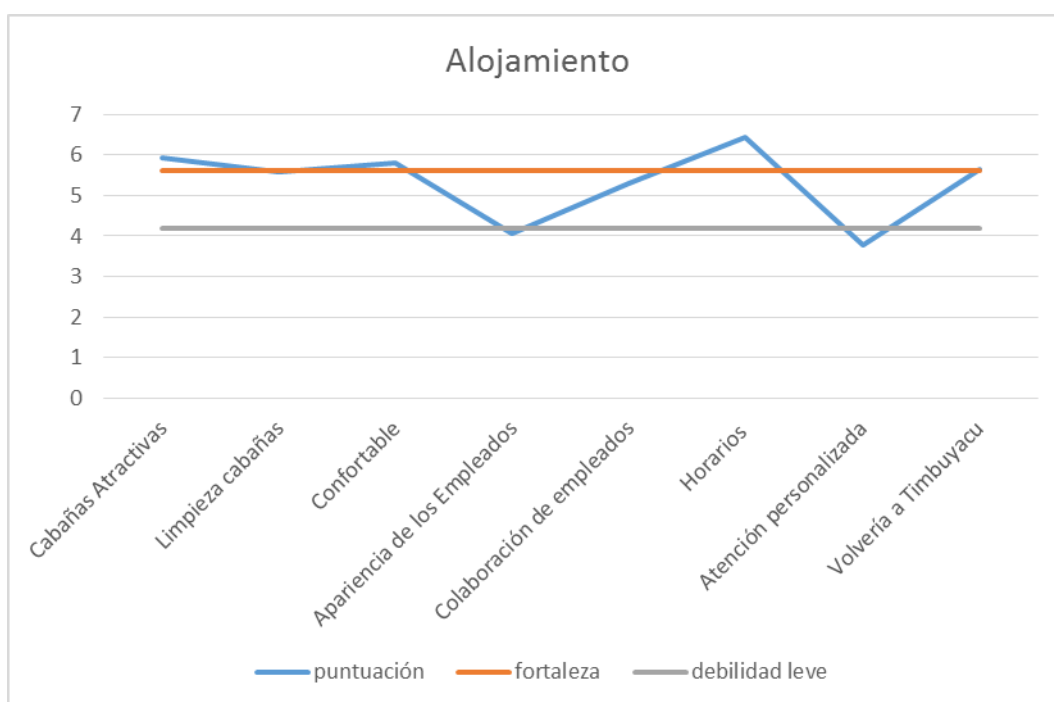


Ilustración 9

Luego de realizar el análisis respectivo y en cuanto al servicio de alojamiento el centro turístico tiene varios aspectos los cuales se los puede considerar como fortalezas, estas son las cabañas como instalaciones ya que son confortables y el horario de atención es el adecuado. En cuanto a las debilidades leves son: la limpieza de las cabañas y que los empleados son colaboradores. Timbuyacu también tiene debilidades muy graves como lo son la apariencia de los empleados y la atención personalizada.

3.2 Servicio de alimentación

Según el administrador del complejo Luis Escanta, el servicio de alimentación en Timbuyacu es uno de sus puntos más vulnerables, por lo que se tuvo que realizar varios cambios en esta área, debido a la poca afluencia de los visitantes al restaurante. Uno de los principales cambios que realizaron en el área de alimentos fue el mover el restaurante a un lugar más cercano al área de principal afluencia, que es la piscina. Antes el local se encontraba a 20 metros de la piscina actualmente se encuentra a unos 7 metros aproximadamente. El administrador Carlos Escanta, afirma que esta medida fue tomada para elevar la venta de comida y cosas de picar que aquí se ofertan, pero los resultados no fueron los esperados porque con el pasar de los días las ventas volvieron a decaer por la falta de variedad en los productos.

3.2.1 Cumplimiento de normas

Una de las causas del incumplimiento de las normas locales e internacionales por parte del establecimiento, es la limitada existencia de los procedimientos internos y la limitada infraestructura y equipamiento.

Las únicas políticas que se manejan dentro del el restaurante son solamente el lavarse las manos la persona que este encargada de preparar los alimentos y el mantener limpia el área de trabajo.

3.2.2 Capacitación del personal

En cuanto a la capacitación del personal, según lo que asegura la administración, los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte impartieron capacitación a los colaboradores del complejo turístico en temas de manipulación de alimentos y nutrición. En estas capacitaciones también se les brindo capacitaciones acerca de la utilización de guantes en la preparación de algunos alimentos y evitar el contacto directo con la piel. Sin duda esta capacitación es insuficiente, para llevar a cabo las buenas prácticas.

3.2.3 Satisfacción del cliente

En la entrevista realizada, señor Escanta indicó, que están conscientes de que no se han preocupado por brindar un servicio de calidad cumpliendo estándares de buenas prácticas, ya que al bajar los ingresos en lo más que se enfocaron es en vender y obtener más ingresos dejando de lado la satisfacción del cliente y que su estancia en este lugar sea placentera.

Para la realización del levantamiento de información a los visitantes del centro Turístico Timbuyacu, se aplicó una encuesta de la calidad del servicio de restaurante que se puede ver en el **anexo 2**. El resultado de la encuesta se representa en el siguiente cuadro:

valoración								
Preguntas	1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
1	3	5	16	1	8	1		34
2	1	4	6	9	5	8	1	34
3		2	7	11	7	4	3	34

4	1	2	8	9	11	1	2	34
5		1	3	7	9	10	4	34
6		2	6	1	15	6	4	34
7				4	8	16	6	34
8	1	5	4	6	9	6	3	34
9	2	5	3	12	8	3	1	34

Tabla 2

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

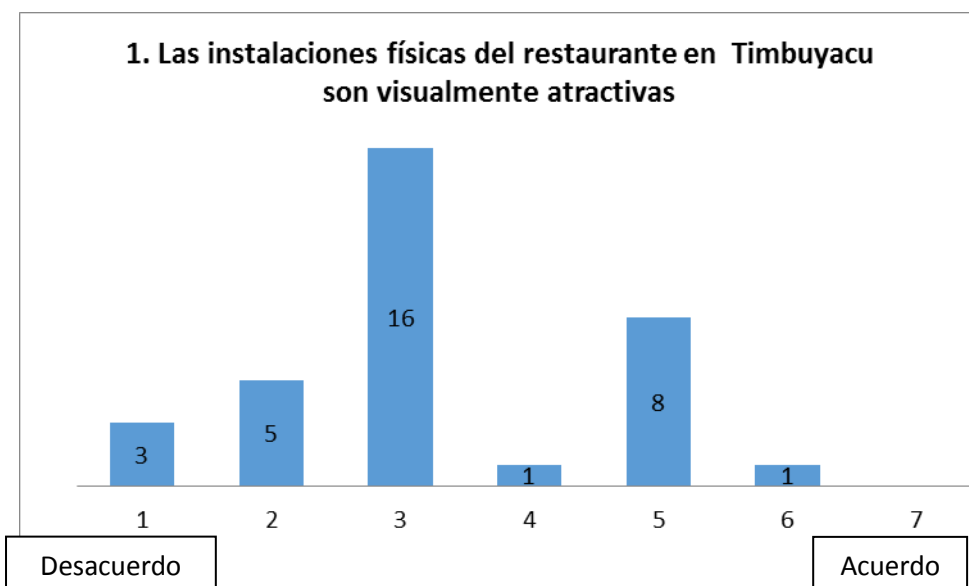


Ilustración 10

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
3	5	16	1	8	1	0	3,26

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: De los entrevistados un 47%, están medianamente en desacuerdo con las instalaciones físicas del restaurante, un 23%, están medianamente de acuerdo con las instalaciones del restaurante, el 15%, están en desacuerdo con las instalaciones físicas del restaurante, el 9%, optaron por una posición neutral es decir no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 3%, dice estar totalmente en desacuerdo con las instalaciones del restaurante y finalmente el 3% restante dijo estar de acuerdo con las instalaciones.

Interpretación: En esta pregunta se puede apreciar una gran inconformidad en los clientes en cuanto a las instalaciones del restaurante se refiere, esto se puede ver por la baja puntuación obtenida. El tener un puntaje muy bajo hace que la convierta en una de las debilidades más graves del Centro Turístico Timbuyacu.

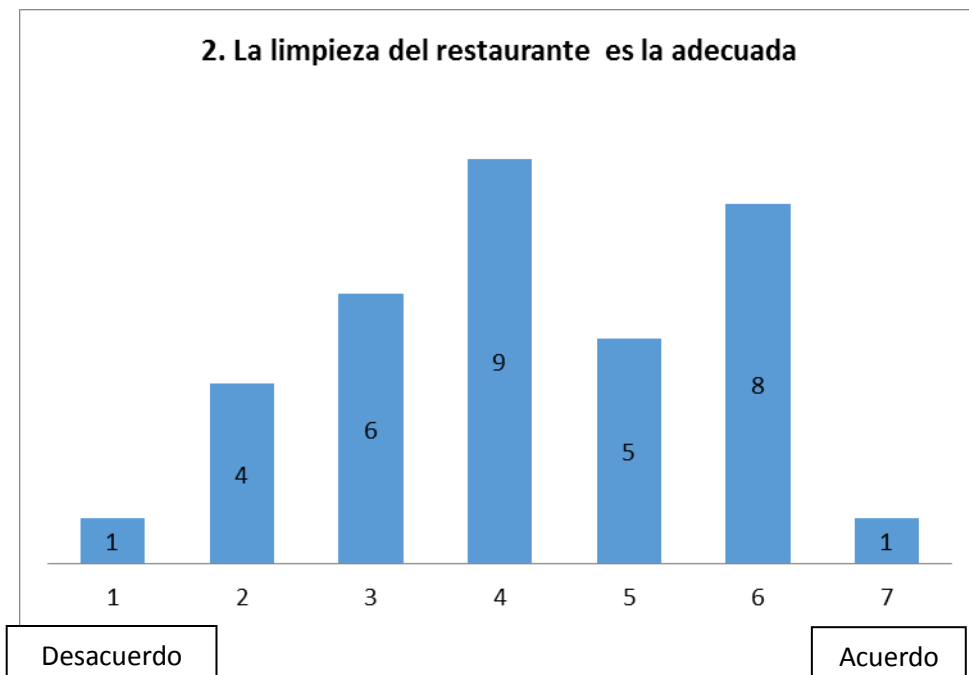


Ilustración 11

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
1	4	6	9	5	8	1	4,21

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 26% un número muy alto que tuvo un punto de vista neutral y no estuvieron ni de acuerdo ni en contra en cuanto a la limpieza del restaurante, un 23%, están de acuerdo con la limpieza de las instalaciones del restaurante, el 18%, están medianamente en desacuerdo con la limpieza del restaurante, el 15%, manifestaron estar medianamente de acuerdo con la limpieza del restaurante, un 12%, manifestaron su desacuerdo en cuanto a la limpieza , un 3%,totalmente en desacuerdo y el 3% restante dijo estar de acuerdo con la limpieza del restaurante

Interpretación: La puntuación obtenida en las encuestas para este punto corresponde a una debilidad leve, para esto puede tener varias razones una de ellas puede ser que: al no tener el suficiente personal el día de más afluencia se obtiene resultados más bajos en cuanto a la limpieza del restaurante se refiere, ya que los colaboradores se demoraban más en realizar las actividades y no cumplían con la limpieza del restaurante a tiempo.

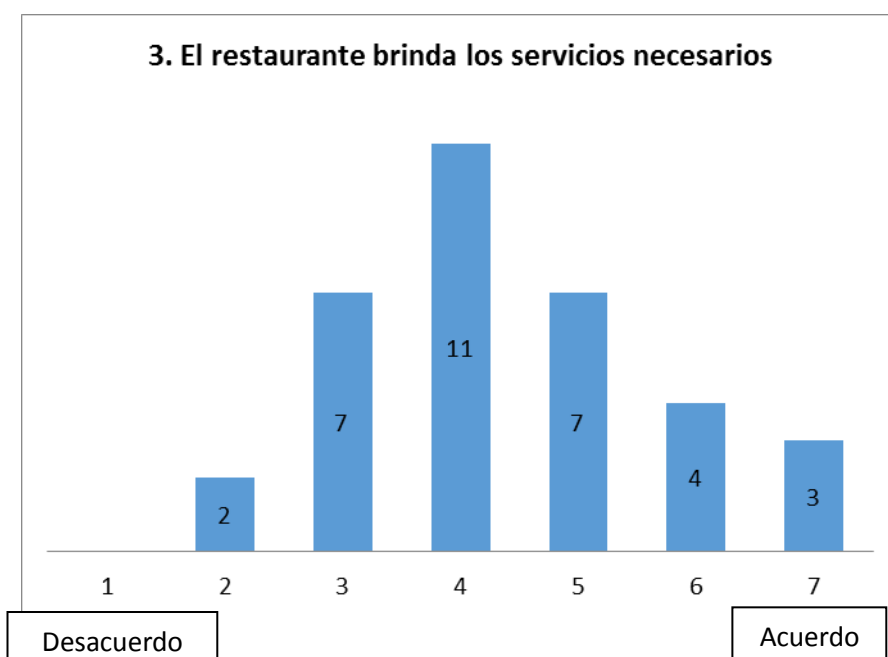


Ilustración 12

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
0	2	7	11	7	4	3	4,38

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 32%, es un alto porcentaje con calificación neutro ni de acuerdo ni desacuerdo, un 20,5%, medianamente de acuerdo y otro 20,5%, medianamente de acuerdo con los servicios que brinda el restaurante, el 12%, manifestaron estar de acuerdo con los servicios

del restaurante, el 9%, manifestaron estar totalmente de acuerdo con los servicios brindados en el restaurante, el 6%, manifestaron su desacuerdo con los servicios aquí brindados.

Interpretación: Los resultados obtenidos en esta encuesta en cuanto a los servicios del restaurante no son malos ya que hay un buen porcentaje que está de acuerdo con el servicio, pero también hay un gran número de indecisión es decir que el servicio no fue ni bueno ni malo, lo cual lo convierte en una debilidad leve para el centro turístico.

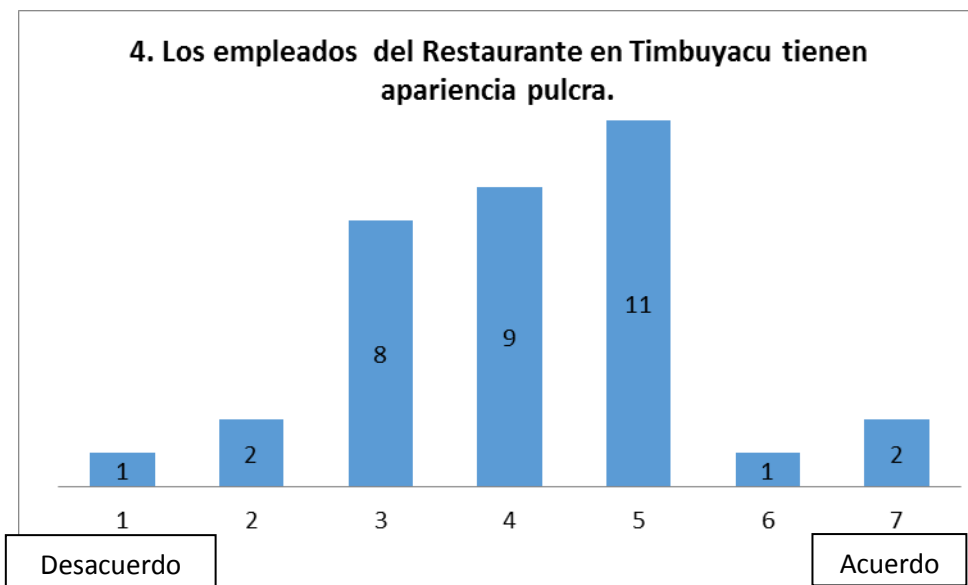


Ilustración 13

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
1	2	8	9	11	1	2	4,12

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 32%, están medianamente de acuerdo en la apariencia personal de los empleados, un 26%, votaron por un punto neutro ni de acuerdo ni desacuerdo, el 24%, manifestaron estar medianamente en desacuerdo con este aspecto, el 6%, están totalmente de acuerdo, el 6%, están en desacuerdo con la presentación de los colaboradores, el 3%, está de acuerdo y finalmente el 3% restante en total desacuerdo con la apariencia personal de los colaboradores.

Interpretación: Al igual que en la pregunta de alojamiento, esta pregunta tiene una gran variedad de criterios debido a que el número de trabajadores es muy bajo lo que conduce a que deben realizar diferentes actividades o ser polivalentes. Esto influye en su imagen personal, ya que todos los colaboradores no pueden mantener una apariencia pulcra en todo momento, lo que se manifiesta en la apreciación de los clientes. Dependiendo el día esta situación puede variar. Adicionalmente, algunos visitantes manifestaron que todos deberían usar siempre uniforme para identificarlos. Esto hace que eso sea una debilidad muy seria que debería tomarse en cuenta por parte de los administradores.

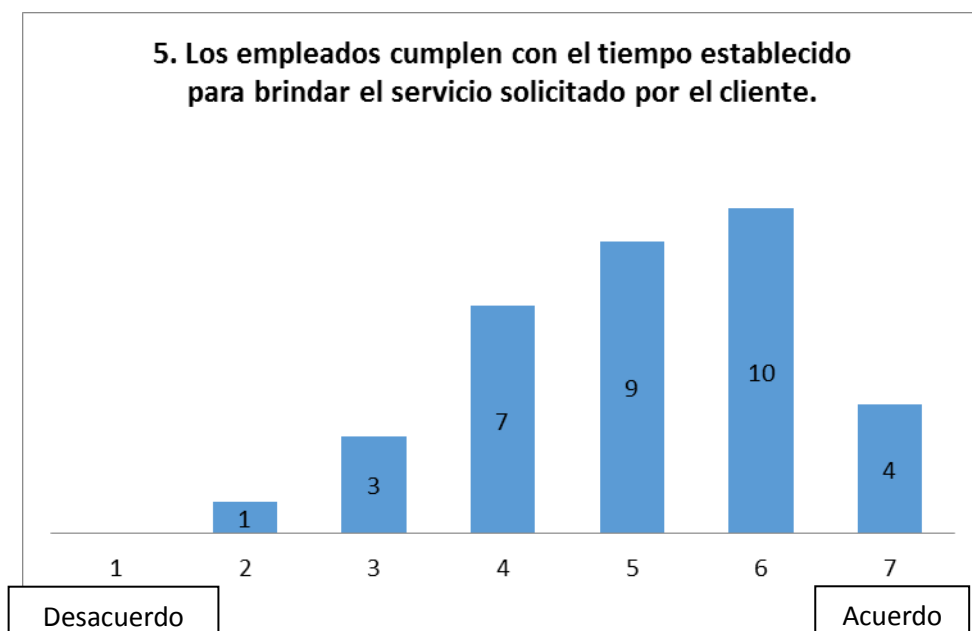


Ilustración 14

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
0	1	3	7	9	10	4	5,06

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 29%, están de acuerdo con el tiempo que demora el servicio, el 26%, manifestaron estar medianamente de acuerdo con el tiempo de servicio, un 21% fue un punto medio ni de acuerdo ni desacuerdo con el tiempo de servicio, el 12%, están totalmente de acuerdo con el tiempo, el 9%, están medianamente en desacuerdo y finalmente el 3% fue la que estuvo en desacuerdo con el tiempo de servicio.

Interpretación: En esta pregunta se puede apreciar que el personal, pese a ser muy escaso, cumple con los servicios del restaurante en un buen tiempo, eso quiere decir, que los colaboradores se esmeran para cubrir las necesidades de los visitantes en un tiempo adecuado.

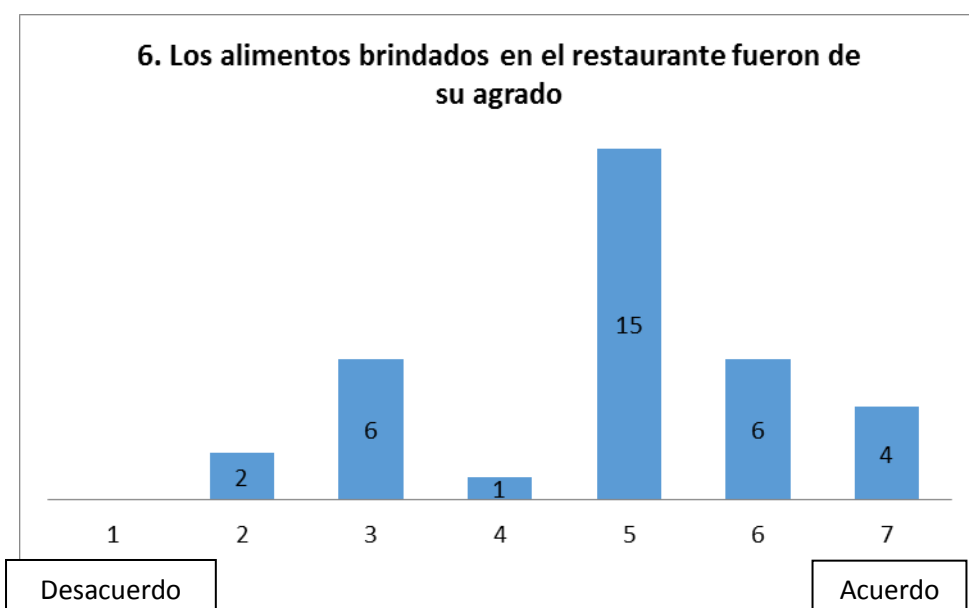


Ilustración 15

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
0	2	6	1	15	6	4	4,85

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 44%, estuvieron medianamente de acuerdo en que los alimentos que se ofertan en el restaurante fueron de su agrado, el 17,5%, están de acuerdo con los alimentos que se sirven en el restaurante, otro 17,5%, dijo estar medianamente en desacuerdo con los alimentos aquí brindados, un 12%, mostraron una posición muy positiva al estar totalmente

de acuerdo con los alimentos aquí ofertados, un 6% están en desacuerdo con lo que se oferta en el restaurante, y el 3% dijo estar en un aspecto neutral.

Interpretación: En cuanto a los alimentos, la opinión de los clientes no fue totalmente positiva, ya que luego del análisis este aspecto se considera como una debilidad leve. Es importante, posteriormente, conocer el criterio de los comensales, para mejorar el servicio de restauración en cuanto a presentación y alternativas de platos y un menú variado para ofertar, así como también la capacidad de mesas que posee el restaurante.

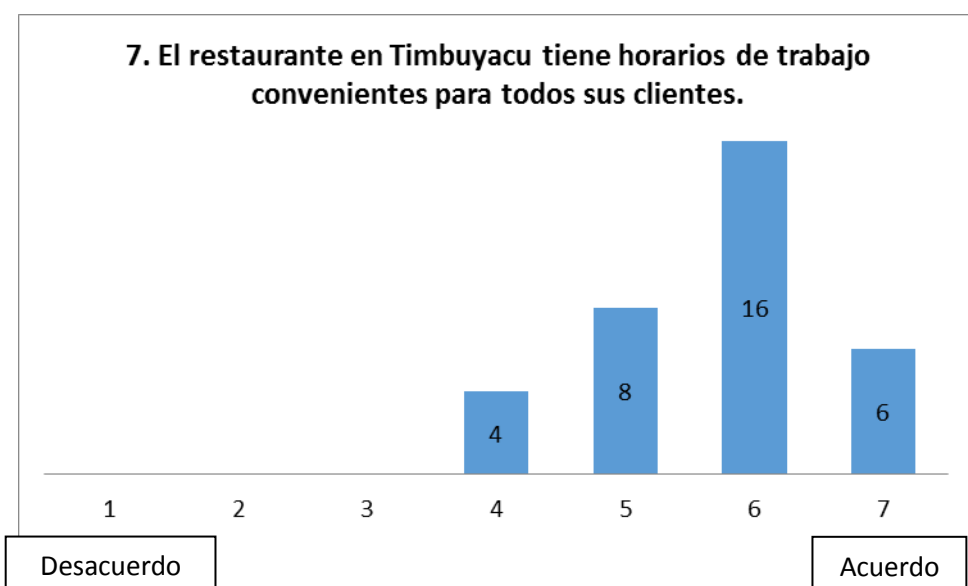


Ilustración 16

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
0	0	0	4	8	16	6	5,71

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 47% están de acuerdo con los horarios, un 23% están medianamente de acuerdo, el 18% están totalmente de acuerdo con los horarios, y un 12% manifestó su punto neutral en este aspecto.

Interpretación: Al ser el centro turístico un lugar más familiar, los horarios están hechos para este tipo de mercado, y es por eso que en la mayoría de encuestados dieron una buena calificación para este punto y están de acuerdo con los horarios.

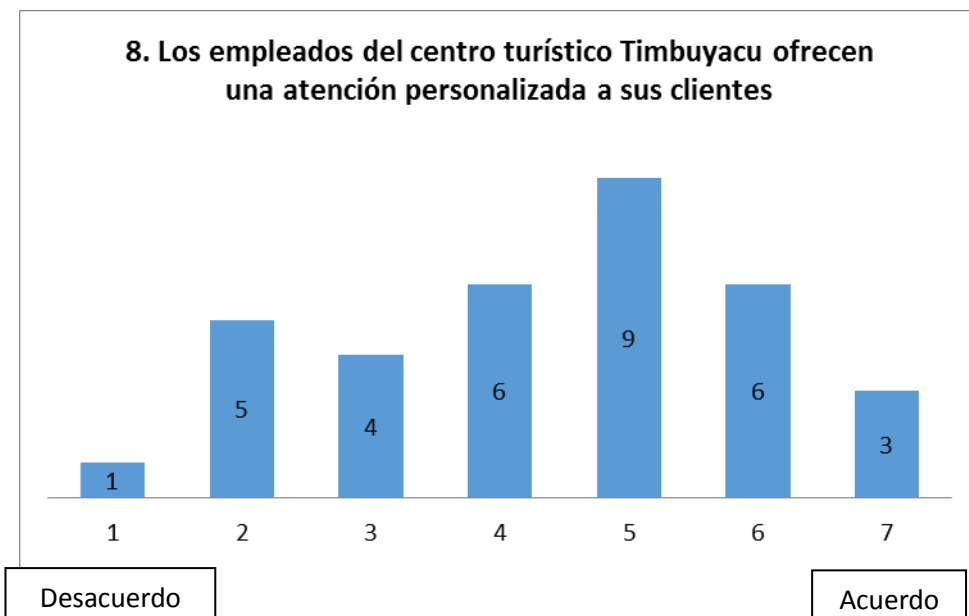


Ilustración 17

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
1	10	12	24	45	36	21	4,38

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 26% están medianamente de acuerdo con lo personalizado del servicio, el 17,5% están de acuerdo, otro 17,5% tomaron una posición neutral, el 15% en desacuerdo con este aspecto, el 12% están medianamente en desacuerdo con lo personalizado del servicio, el 9% están totalmente de acuerdo, y un 1% están en total desacuerdo con lo personalizado del servicio.

Interpretación: La cantidad insuficiente del personal afecta a la prestación del servicio personalizado. Sin embargo, hay que reconocerlo, que los pocos colaboradores de Timbuyacu dan su mayor esfuerzo para brindar un buen servicio. Esto hace que este punto sea una debilidad leve.

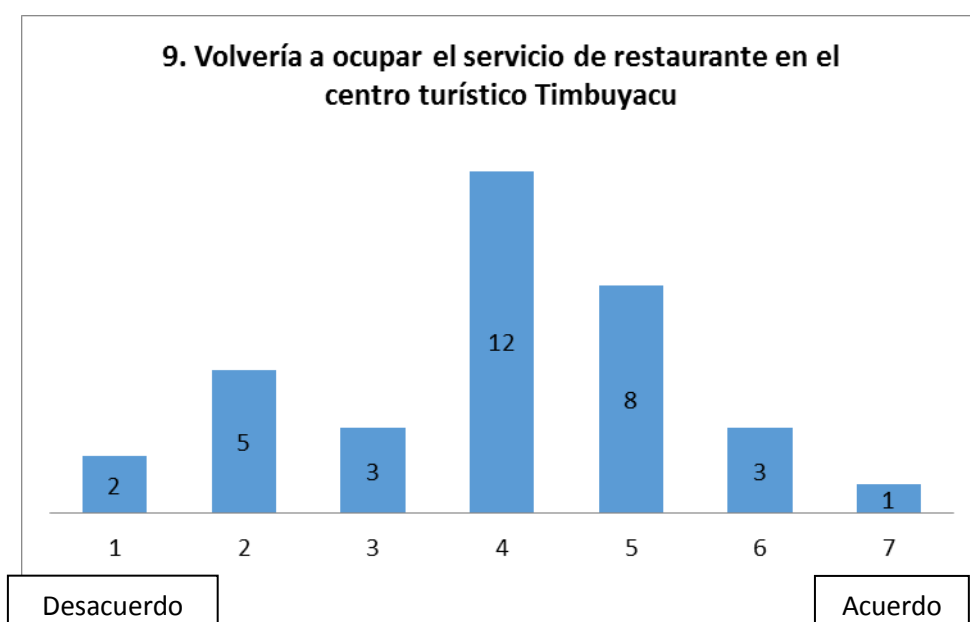


Ilustración 18

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 – 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
2	5	4	12	8	3	1	3,94

Fuente: Encuesta de calidad del servicio de Restaurante aplicada a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 35% manifestaron su posición neutral ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 23% están medianamente de acuerdo en volver a usar el servicio de restaurante, el 15% están en desacuerdo con este punto, el 9% están medianamente en desacuerdo, otro 9% es lo contrario ellos afirmaron estar de acuerdo en volver a utilizar este servicio, y solo una persona estuvo totalmente de acuerdo en volver a utilizar este servicio.

Interpretación: los resultados en la encuesta demuestran que el servicio de restaurante en Timbuyacu es una de las debilidades graves que tiene el centro turístico, ya que hay un gran porcentaje de encuestados dieron un voto neutral.

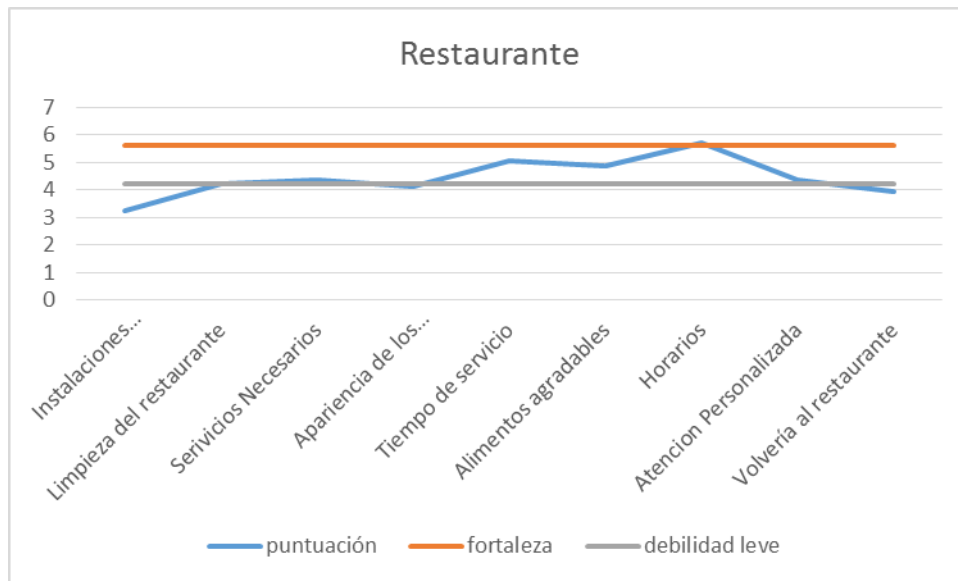


Ilustración 19

El restaurante es uno de los puntos más débiles que tiene Timbuyacu ya que existen varios puntos en los cuales tiene debilidades fuertes como lo son: las instalaciones del restaurante, la limpieza, la apariencia de los empleados. Es por eso que a estos puntos por debajo de la línea de debilidad leve son los que necesitan mayor atención.

En el centro Turístico Timbuyacu también se realizó el levantamiento de datos de la opinión de los visitantes en tanto a todas las instalaciones.

Encuesta a los visitantes al centro turístico en general.

Según el administrador del establecimiento señor Carlos Escanta, Timbuyacu tiene un promedio de visitantes que utilizan las instalaciones de la piscina y de los senderos es aproximadamente 1000 personas al mes, para el cual se aplicó la siguiente fórmula estadística para conocer el número de personas que iban a ser encuestadas.

La fórmula que permite calcular del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es el estadístico que depende del nivel de confianza que se asigna. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos, si es un 95,5 % de confianza, es lo mismo al decir, que se puede equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores de k más utilizados y sus niveles de confianza basados en la distribución normal, son:

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error de del muestreo deseado. El error de muestreo depende de la dispersión de datos dentro de la población y del k, e indica el ancho del intervalo en el cual se espera se ubique el valor promedio del resultado esperado de la muestra.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que se realiza). (Feedback Networks, 2013)

Para el caso del estudio el resultado de cálculo se presenta a continuación.

DATOS

N	1000	
K	1,96	
e	5%	
p	0,5	
q	0,5	
n	278	total encuestas

En el **anexo 3**, se muestra la encuesta que fue aplicada para este caso de estudio, y en **anexo 4** se detalla la tabla de resultados obtenidos de la encuesta de calidad del servicio e instalaciones de Timbuyacu.

Según los resultados se requiere aplicar por lo menos 278 encuestas para obtener una muestra representativa. Se realizó la aplicación de algunas encuestas a través de la red, la extensión del uso de Internet y la comodidad que proporciona, tanto para el encuestador como para el encuestado, hacen que este método sea muy atractivo.

Resultados de la encuesta

La encuesta aplicada a los clientes que utilizaron los servicios del centro turísticos Timbuyacu se obtuvo los siguientes resultados de la encuesta que son expresados a continuación en los siguientes cuadros y tablas.

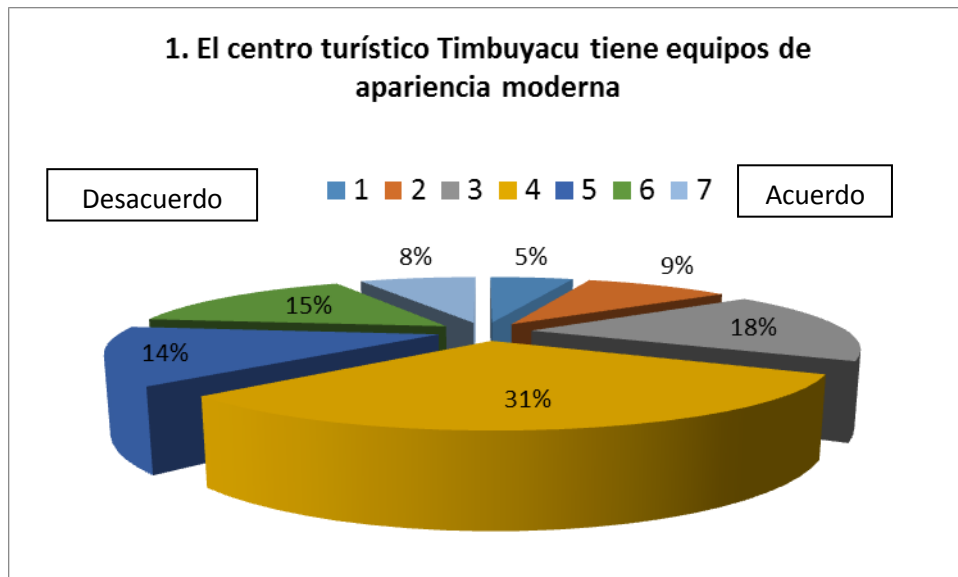


Ilustración 20

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
15	26	49	85	39	43	21	4,15

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 31% dijo estar en un punto neutro ni de acuerdo ni en desacuerdo con la apariencia con el equipamiento de Timbuyacu, el 18% manifestó estar medianamente en desacuerdo, el 15% está de acuerdo, el 14% estar medianamente de acuerdo, el 9% está en desacuerdo, el 8% dijo estar totalmente de acuerdo y finalmente el 5% está en total desacuerdo con el equipamiento de Timbuyacu.

Interpretación: En este punto la gente encuestada manifiesta que tiene una indecisión en su mayoría ya que el mayor porcentaje es en un punto neutral, y un gran porcentaje de encuestados manifiesta su desacuerdo en cuanto a la modernidad de los equipos y esto se debe a que los equipos con los que trabajan no son modernos. Lo que hace que esta sea una debilidad fuerte para Timbuyacu.

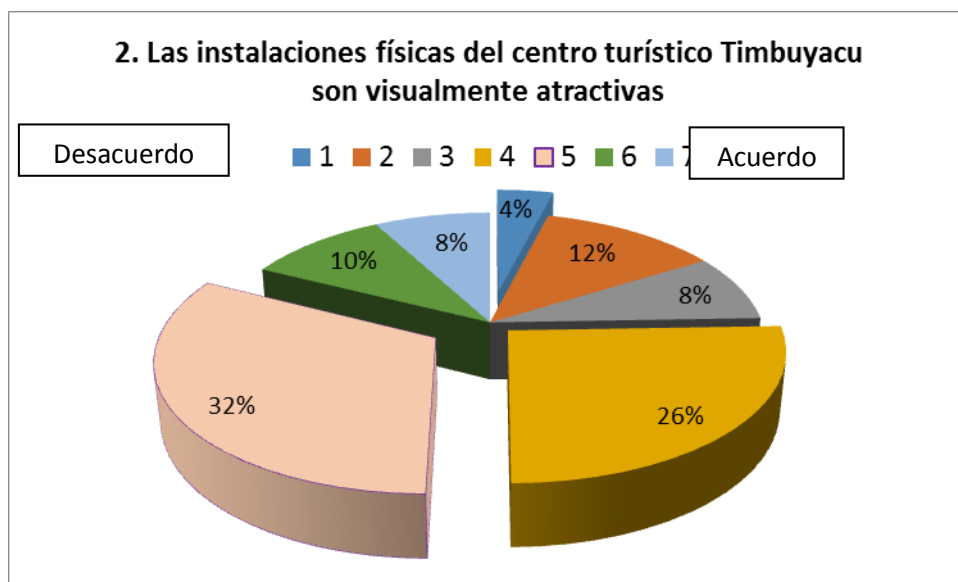


Ilustración 21

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
11	34	23	71	90	27	22	4,31

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un 32% medianamente de acuerdo con las instalaciones físicas, un 26% en un punto neutral ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 12% no están en desacuerdo con este punto, el 10% está de acuerdo con las instalaciones físicas. El 8% totalmente de acuerdo y finalmente un 4% está en total desacuerdo con las instalaciones físicas que posee Timbuyacu.

Interpretación: En este aspecto los resultados de la encuestas son favorables ya que un número superior manifiestan su aprobación por las instalaciones físicas, también hay un porcentaje significativo de personas en posición neutral eso quiere decir que es una debilidad leve.

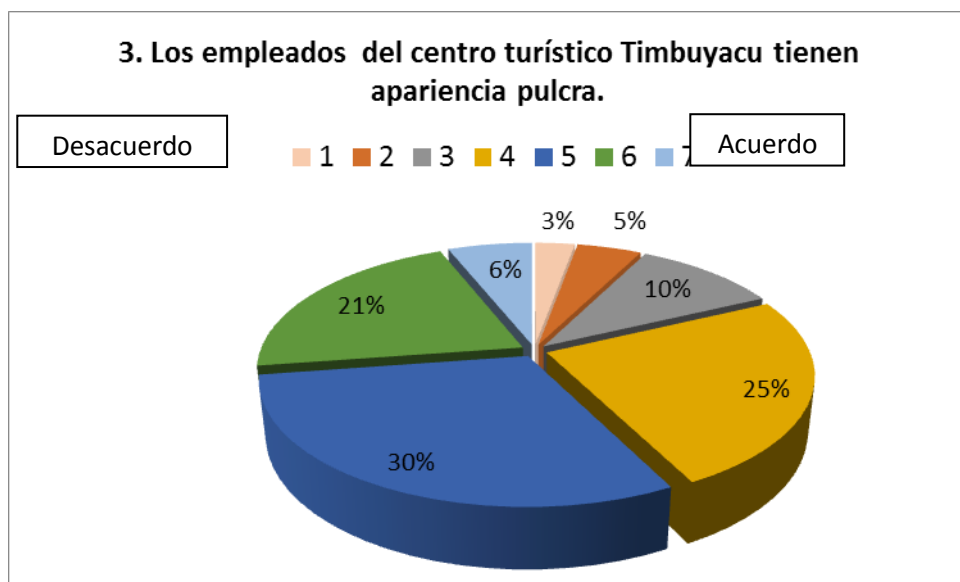


Ilustración 22

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
8	13	29	68	84	59	17	4,63

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 30% dice estar medianamente de acuerdo con la apariencia pulcra de los empleados de Timbuyacu, el 25% una posición neutral, el 21% está de acuerdo, el 10% medianamente en desacuerdo, el 6% está totalmente de acuerdo, el 5% en desacuerdo y finalmente el 3% en total desacuerdo con la apariencia pulcra de los empleados de Timbuyacu.

Interpretación: los resultados son muy divididos, una de las razones es que no existen muchos colaboradores y al ocuparse de varias actividades sobre todos los que están a cargo de realizar el mantenimiento no pueden mantener siempre una apariencia adecuada. Esto convierte este punto en una debilidad leve.

4. En el centro turístico Timbuyacu, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, señalética, etcétera) son útiles para comunicar y guiar a los visitantes.

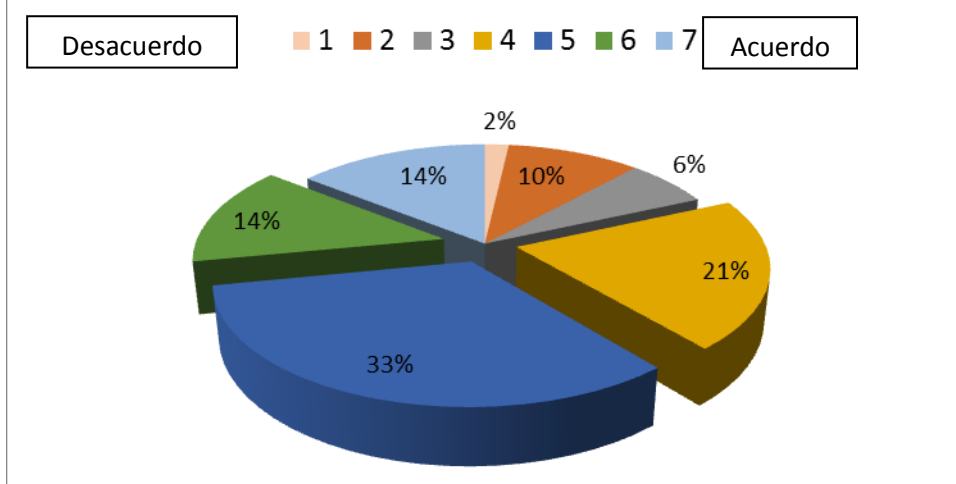


Ilustración 23

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
5	28	18	57	92	38	40	4,72

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 38% de los encuestados manifestó estar medianamente de acuerdo con los materiales de información y señalética que cuenta Timbuyacu, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% está totalmente de acuerdo, otro 14% dice estar de acuerdo con este

aspecto, el 10% está en desacuerdo, el 6% medianamente en desacuerdo y finalmente el 2% está en total desacuerdo.

Interpretación: En este aspecto es muy positiva la puntuación de los visitantes ya que en su mayoría los elementos de señalética e información han sido puestos por la autoridad seccional, existe un poco de inconformidad ya que en algunos lugares del centro turístico la señalética ha sido hecha por los empleados del lugar y no ha sido del agrado de los visitantes.

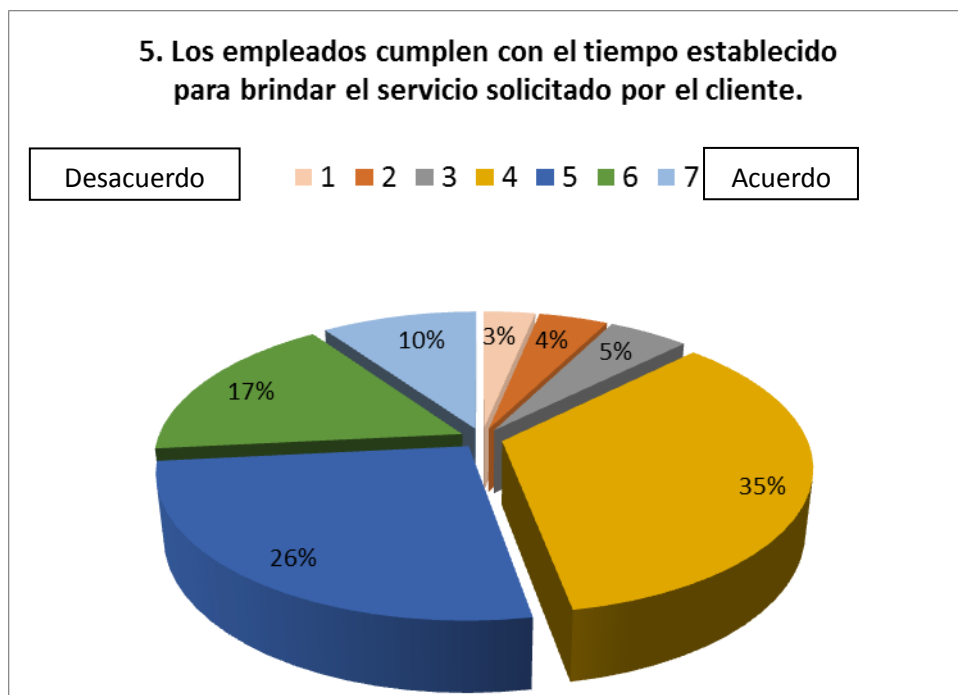


Ilustración 24

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
9	12	14	96	73	47	27	4,66

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 35% de los encuestados está en un punto neutral en cuanto al tiempo en que se realiza el servicio en Timbuyacu, el 26% esta medianamente de acuerdo, el 17% está de acuerdo, el 10% está totalmente de acuerdo, el 5% medianamente en desacuerdo, el 4% en desacuerdo y el restante 3% en total desacuerdo con el tiempo en el que se realiza el servicio.

Interpretación: En estos aspectos del tiempo de servicio se nota indecisión e inconformidad por parte de los encuestados, ya que Timbuyacu no tiene muchos colaboradores y las encuestas fueron realizadas en días de mucha afluencia y de poca afluencia, se puede deducir que el día de mayor afluencia el tiempo en que se realiza los servicios se aumenta de manera considerable y es por eso que hay distinta valoración en las encuestas en este aspecto. Pese a ser pocos los empleados su desempeño bajo presión es bueno y este punto es una debilidad leve para Timbuyacu.

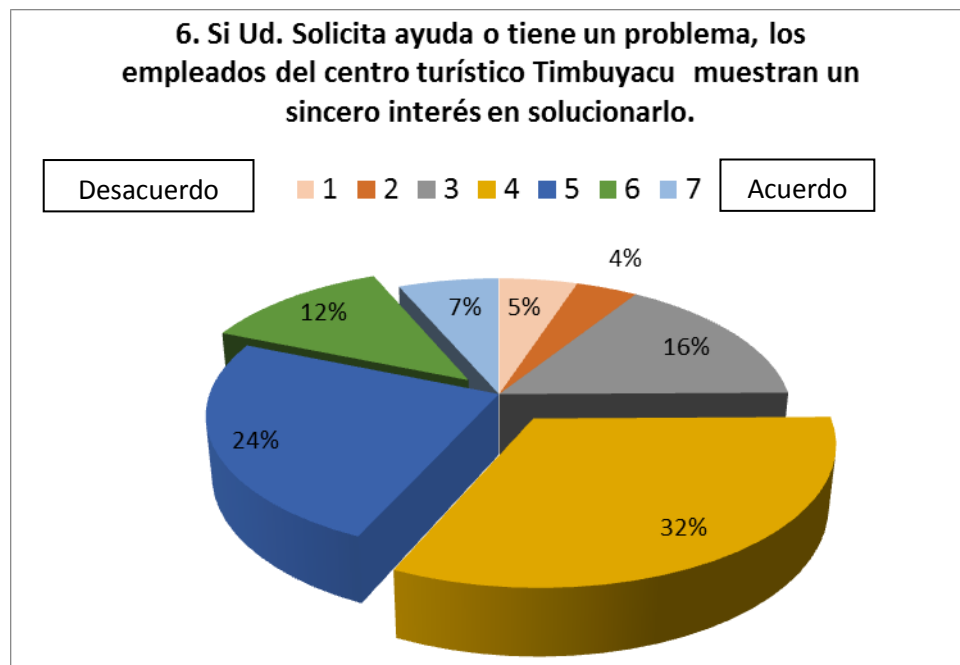


Ilustración 25

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
14	11	44	89	68	34	18	4,29

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 32% de los encuestados toma una posición neutral, el 24% esta medianamente de acuerdo, el 16% medianamente en desacuerdo, el 12% manifestó estar de acuerdo con la reacción de los empleados ante la solución de un problema que tenga el visitante, el 7% está totalmente de acuerdo, el 5% en total desacuerdo y el 4% restante está en desacuerdo con este aspecto.

Interpretación: En esta pregunta de la encuesta, gran porcentaje de los encuestados optaron por una posición neutral y en su mayoría manifestaron que su respuesta es debido a que no tuvieron ningún inconveniente con el cual poder medirlo, y las personas que tuvieron algún inconveniente fue solucionado de una manera adecuada.

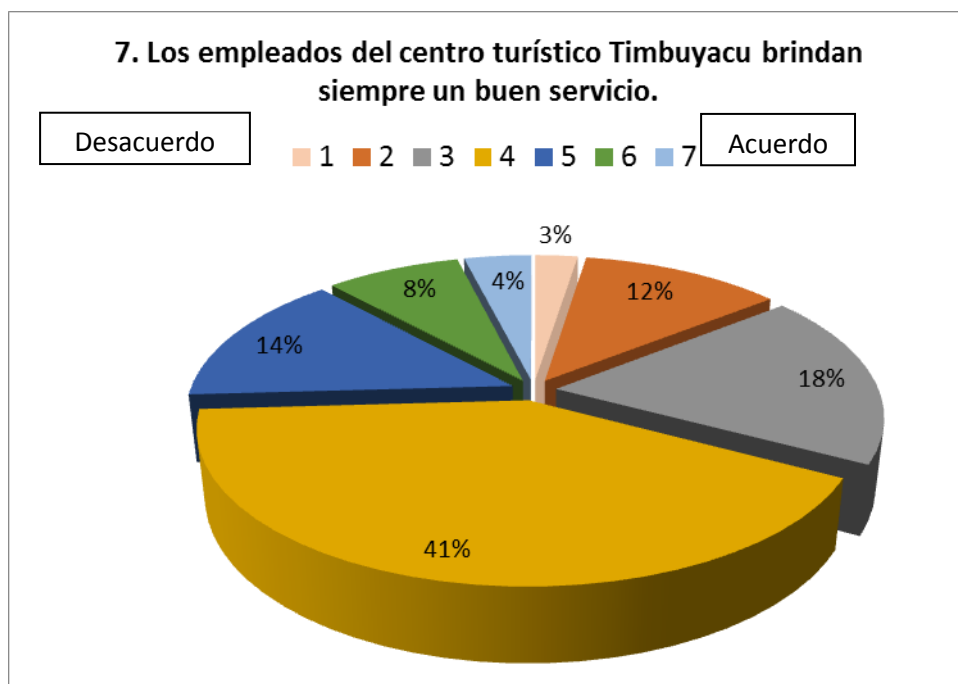


Ilustración 26

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
7	33	51	115	39	22	11	3,92

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: Un significativo 41% dijo que no está de acuerdo ni en desacuerdo con este punto de la encuesta, el 18% medianamente en desacuerdo, el 14% está medianamente de acuerdo, el 12% está en desacuerdo, el 8% dice estar de acuerdo, el 4% totalmente de acuerdo y el 3%

en total desacuerdo en cuanto a si los colaboradores en Timbuyacu siempre brindan un buen servicio.

Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados, es neutral en cuanto a este aspecto, ya que no perciben el servicio ni bueno ni malo, esto quiere decir que se debería mejorar en este aspecto y poner más énfasis en la calidad de servicio que se brinda al cliente. Y al tener un puntaje tan bajo entra en el rango de las debilidades graves que tiene el centro turístico.

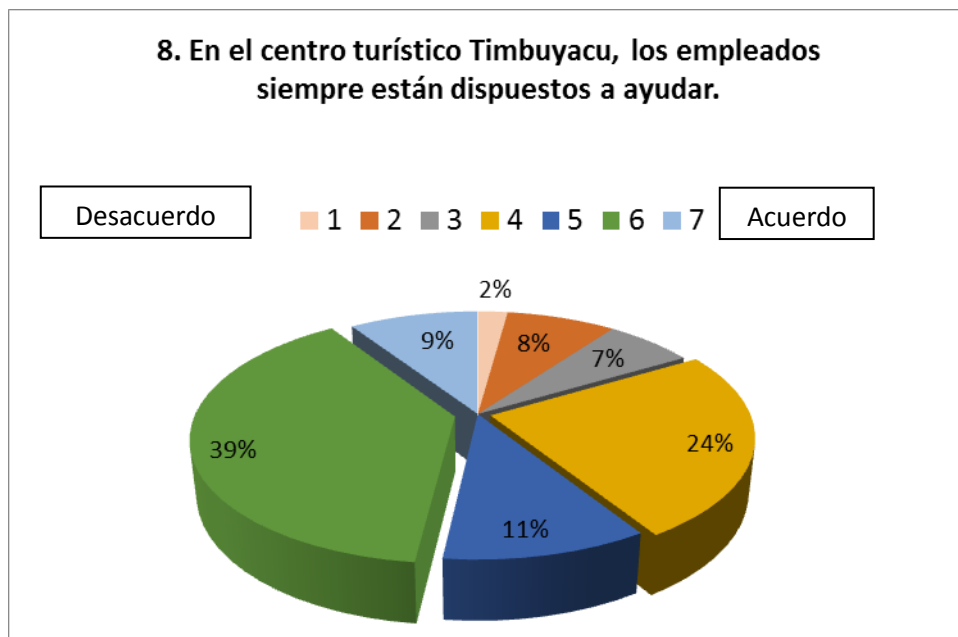


Ilustración 27

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
6	22	18	68	30	108	26	4,88

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: En cuanto a que los empleados están siempre dispuestos a ayudar la valoración que se dio a esta pregunta por parte de los encuestados fue muy aceptable, ya que un 39% está de acuerdo, un 24% en posición neutral, un 11% medianamente de acuerdo, el 9% en total acuerdo, y en porcentajes mínimos el 7% medianamente en desacuerdo, el 8% en desacuerdo y el 2% en total desacuerdo.

Interpretación: En esta pregunta la valoración es positiva ya que los resultados de las encuestas reflejan que, la predisposición de los colaboradores es muy buena y es asimilada de esta forma por los visitantes, salvo por una pequeña cantidad que dice no estar de acuerdo con la predisposición de los colaboradores hacia los visitantes.

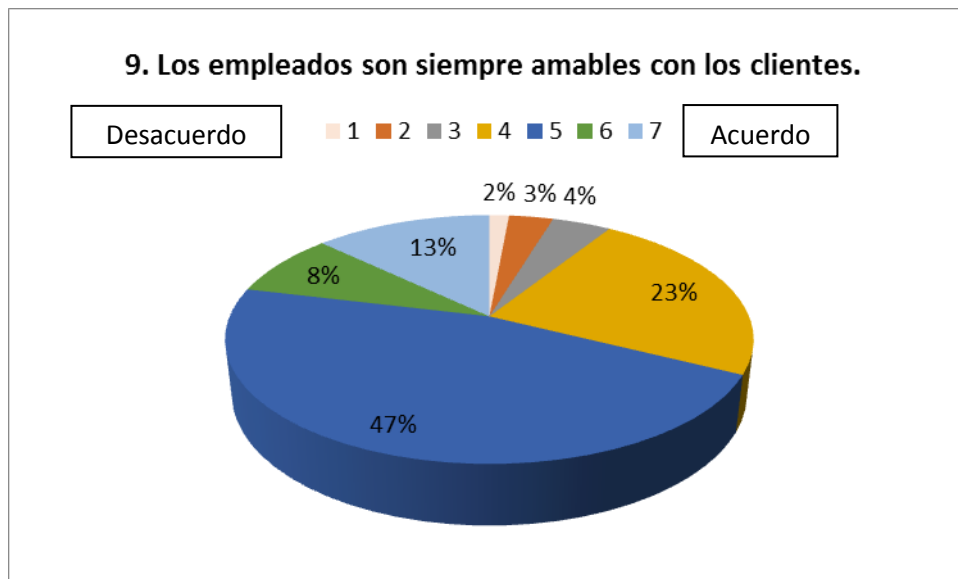


Ilustración 28

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
4	9	12	65	129	23	36	4,87

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 47% de los encuestados esta medianamente de acuerdo con la amabilidad mostrada por los empleados, el 23% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo el 13% manifestó estar totalmente de acuerdo el 4% medianamente en desacuerdo, el 3% en desacuerdo y solo un 2% en total desacuerdo.

Interpretación: En cuanto a la amabilidad de los empleados hacia los clientes, tiene una puntuación positiva pero igual hay un número considerable de encuestados que toman un punto neutral. Esta puntuación hace que sea una debilidad leve.

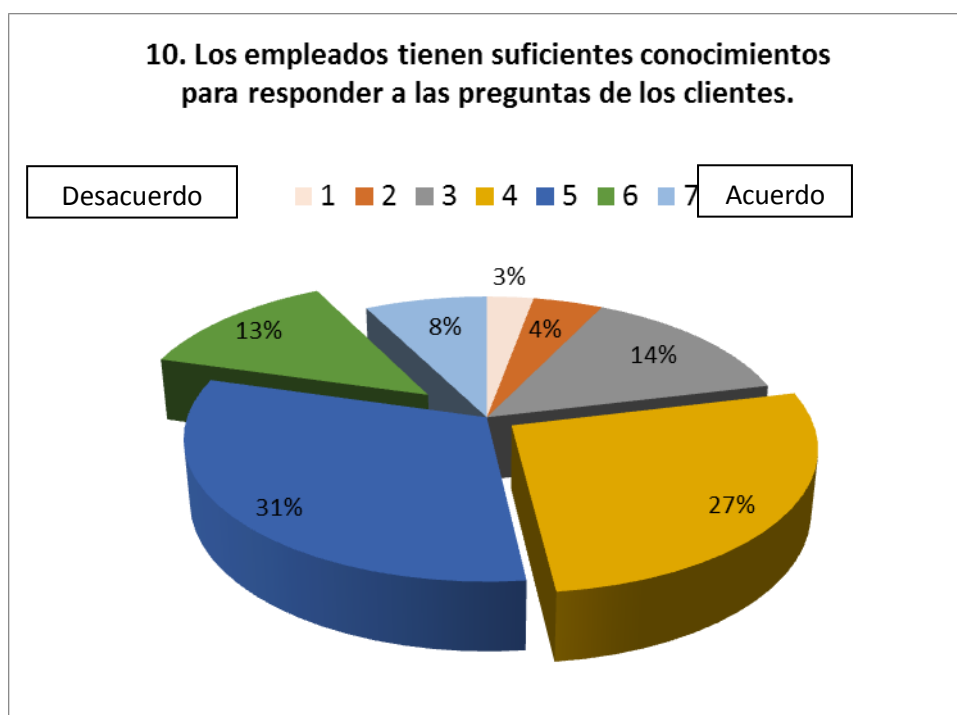


Ilustración 29

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
8	12	39	75	87	36	21	4,49

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 31% esta medianamente de acuerdo el 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% medianamente de acuerdo, el 13% está de acuerdo, el 8% está en total acuerdo, el 4% en desacuerdo y un 3 % en total desacuerdo.

Interpretación: En este punto los resultados obtenidos indican que los encuestados en buen número muestran una calificación buena ante este aspecto, pero sigue manteniéndose un gran porcentaje que mantiene su posición neutral, lo que ubica a este punto como una debilidad leve.

11. Timbuyacu tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.

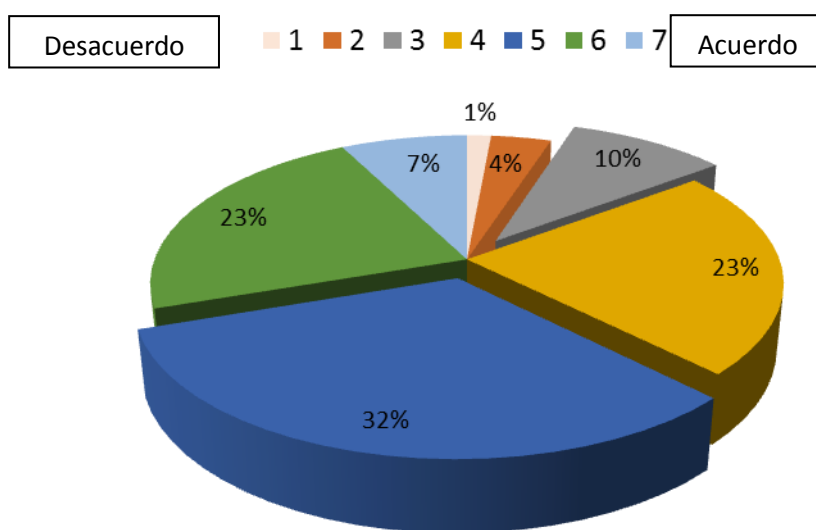


Ilustración 30

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
4	10	27	63	90	63	21	4,79

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 32% esta medianamente de acuerdo con los horarios, un 23% está de acuerdo, otro 23% es neutral, un 10% esta medianamente en desacuerdo, el 7% totalmente de acuerdo, el 4% no está de acuerdo y el 1% en total desacuerdo.

Interpretación: La mayoría de personas afirman que es un buen horario, los que están en posición neutral afirmaron que es el horario común y que por eso en su mayoría optaron por esa valoración y pocos de los que no están de acuerdo son jóvenes que les gustaría que este abierto hasta más noche especialmente la piscina.

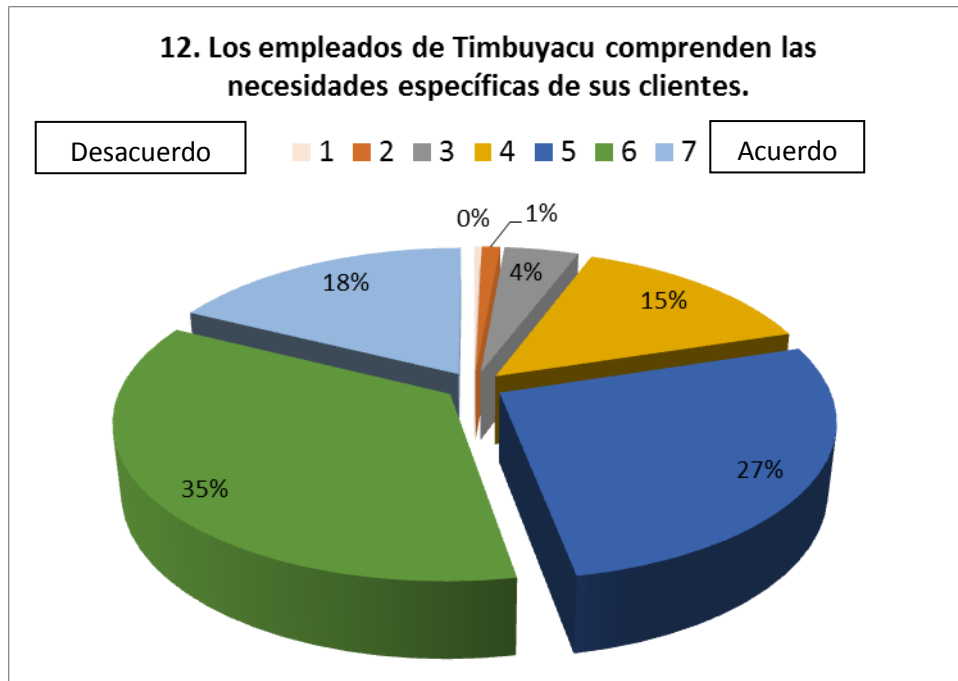


Ilustración 31

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
15	8	32	66	75	43	39	4,67

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 35% está de acuerdo en que los colaboradores de Timbuyacu entienden las necesidades de los clientes, un 27% esta medianamente de acuerdo, el 18% totalmente de acuerdo, 15% tiene una opinión neutra, y en cantidades menores un 4% esta medianamente en desacuerdo y solo el 1% en desacuerdo.

Interpretación: Los encuestados en un gran porcentaje dijeron estar de acuerdo en que los empleados entienden y saben interpretar las necesidades que tienen, es por eso que es un favorable que tiene el centro turístico.

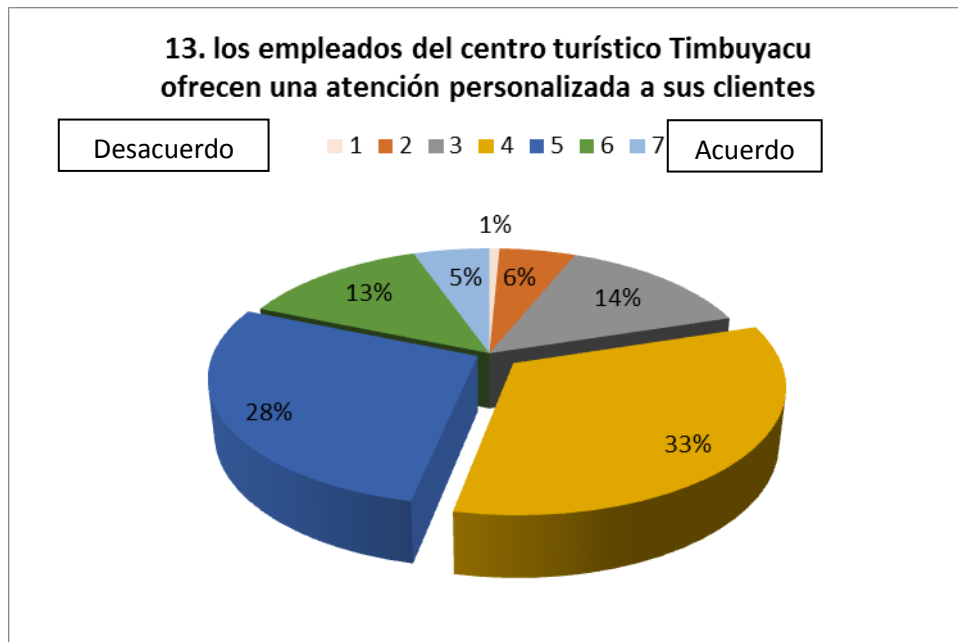


Ilustración 32

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
2	15	39	92	78	37	15	4,44

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 33% manifestó ser neutral ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 28% medianamente de acuerdo con que los colaboradores brindan un servicio personalizado, el 14% esta medianamente de acuerdo, 13% de acuerdo, 6% en desacuerdo, el 5% totalmente de acuerdo, y el 1% en total desacuerdo.

Interpretación: Esta es un aspecto que tiene variedad de criterios, principalmente en las personas que fueron encuestadas en días de mucha afluencia de visitante. Ellos manifestaron que la atención no era personalizada, pero en otros días de menor afluencia que se realizó las encuestas los clientes estuvieron de acuerdo con que el servicio era personalizado y se sintieron muy a gusto con el trato y la atención que recibieron por parte de los colaboradores.

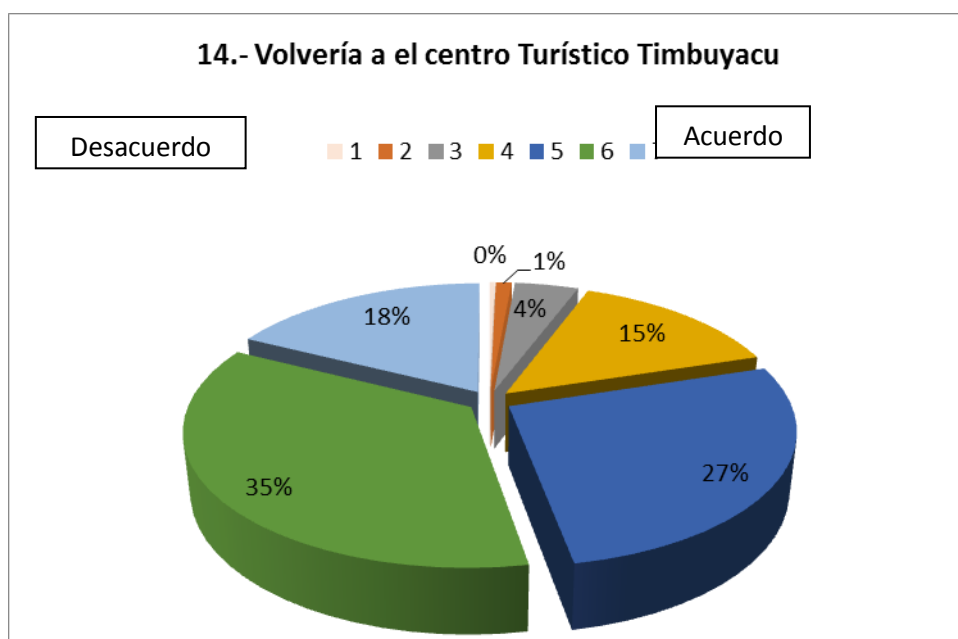


Ilustración 33

	Porcentaje	Puntaje
Fortaleza	80 - 100%	5,6 - 7
Debilidad leve	60-79%	4,2 - 5,5
Debilidad fuerte	0-59%	1 - 4,1

$$\frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \text{media ponderada}$$

1	2	3	4	5	6	7	Resultado media ponderada
1	3	12	40	75	98	49	5,43

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Análisis: El 35% manifestó estar de acuerdo con el volver al Centro Turístico Timbuyacu, el 27% está medianamente de acuerdo, un 18% totalmente de acuerdo en volver a Timbuyacu, 15% mostro una posición neutral, el 4 % medianamente en desacuerdo, y solo 1% en desacuerdo.

Interpretación: Este es otro de los aspectos en los cuales Timbuyacu tiene una gran aceptación, la mayoría de encuestados están de acuerdo en volver a este lugar, ya sea por su entorno paisajístico, instalaciones, y su personal y hay que aprovecharlo y mejorar en lo que se está fallando y optimizar los recursos naturales, humanos para lograr brindar un mejor servicio.

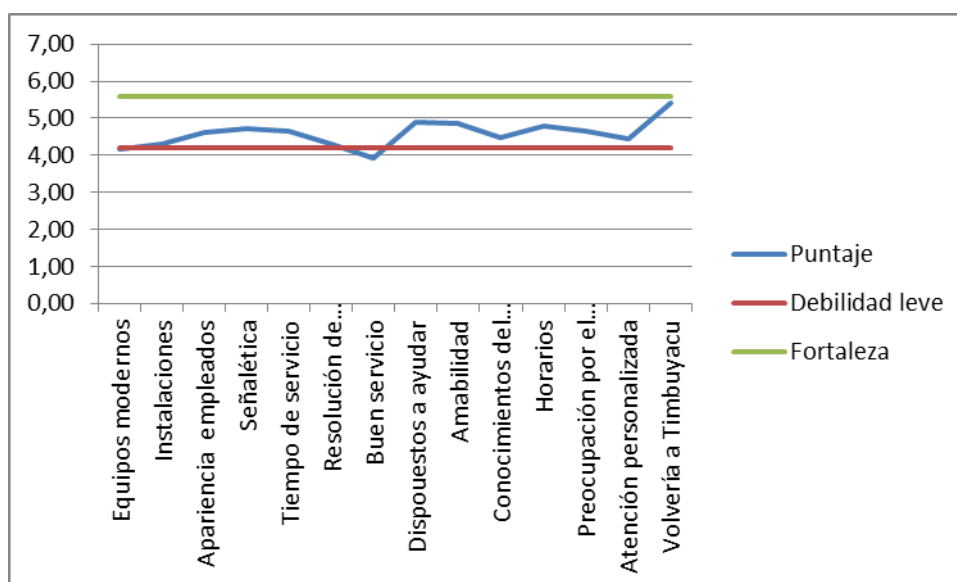


Ilustración 34

Luego del análisis global de los datos obtenidos, Timbuyacu consiguió unas calificaciones aceptables que se podrían mejorar con la implementación de procesos, capacitación del personal, entre otros. En este análisis se encontraron dos debilidades graves principalmente en que si siempre se brinda un buen servicio y le la apariencia de los equipos con los que se labora ya que no son modernos. Hay que recalcar que la puntuación más alta la obtuvo en una de las preguntas clave y la pregunta era si volvería a Timbuyacu. Esto indica que sus recursos turísticos y humanos pueden ser potenciados y lograr mejores resultados para el centro turístico y la comunidad.

Encuesta cliente interno

La encuesta aplicada a los trabajadores de Timbuyacu se la realizo en base a una encuesta de opción múltiple que se encuentra detallada en el **anexo 5**, que evalúa el ambiente laboral en el que ellos desempeñan sus actividades diarias. La encuesta a los colaboradores se aplicó a todo el personal incluido el administrador.

1.- ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

con extrema frecuencia	con mucha frecuencia	a veces	ocasionalmente	Nunca
	40%	60%		

Tabla 3

Análisis: el 60% de los colaboradores manifestó que les permiten tomar decisiones a veces, mientras que el 40% restante dijo que con mucha frecuencia ellos pueden tomar decisiones.

Interpretación: Al ser el personal polivalente y estar en diferentes áreas a más como el centro Turístico es amplio los colaboradores toman decisiones cuando la ocasión lo amerita y brindar un buen servicio en menor tiempo.

2.- ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

Extremadamente rutinarias	Muy rutinarias	Un poco rutinarias	Ligeramente rutinarias	Nada rutinarias
		80%	20%	

Tabla 4

Análisis: el 80% de los colaboradores dijo que las actividades cotidianas son un poco rutinarias, y el 20% que son ligeramente rutinarias.

Interpretación: al cumplir los colaboradores varias actividades y no solo una esto hace que sus actividades no sean rutinarias ya que pueden hacer diferentes actividades en un solo día y es por eso que el resultado de las encuestas muestra un resultado favorable.

3.- ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

Extremadamente accesibles	Muy accesibles	Un poco accesibles	Ligeramente accesibles	Nada accesibles
20%	80%			

Tabla 5

Análisis: el 80% de los colaboradores manifestó que las oportunidades de ser creativo e innovador son muy accesibles, y el 20% restante dijo que son extremadamente accesibles con este tema.

Interpretación: En Timbuyacu tras analizar las encuestas se puede observar que son muy abiertos a receptar ideas nuevas que colaboren con el desarrollo del lugar.

4.- ¿Necesita más materiales, menos materiales o tiene suficientes materiales de trabajo?

Más materiales	Menos Materiales	Tengo suficientes Materiales
100%		

Tabla 6

Análisis: El 100% de los colaboradores afirmó que necesitan más materiales de trabajo

Interpretación: En este aspecto el resultado es muy crítico debido a que los colaboradores no cuentan con los materiales e implementos necesarios para cumplir su trabajo y eso puede mermar en la calidad del servicio que se brinda.

5.- ¿Qué tan estresante es su trabajo?

Extremadamente estresante	Muy estresante	Un poco estresante	Ligeramente estresante	Nada estresante
		20%	40%	40%

Tabla 7

Análisis: el 40% de los colaboradores manifestó que su trabajo no es estresante, mientras que otro 40% dijo que su trabajo es ligeramente estresante y el 20% restante afirmó que es un poco estresante.

Interpretación: El trabajo que se realiza en Timbuyacu, según los colaboradores que ahí laboran en su mayoría expresaron que no es estresante salvo ocasiones cuando hay excesiva cantidad de gente que según ellos generalmente sucede en los feriados.

6.- ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

Extremadamente a gusto	Muy a gusto	Un poco a gusto	Ligeramente a gusto	Nada a Gusto
20%	80%			

Tabla 8

Análisis: el 80% de los colaboradores manifestó que se sienten muy a gusto con la relación laboral que tienen con su supervisor, y el 20% dijo que están extremadamente a gusto.

Interpretación: La relación labor que existe entre el supervisor o gerente y los colaboradores es muy buena y los resultados de la encuesta lo reflejan esto es muy beneficioso para Timbuyacu ya que es un pilar muy importante que hay un buen ambiente laboral.

7.- ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

Extremadamente alentador	Muy alentador	Un poco alentador	Ligeramente alentador	Nada alentador
20%	80%			

Tabla 9

Análisis: 80% de los encuestados dijo que su supervisor es muy alentador en cuanto a su trabajo, mientras que el 20% restante afirmó que es extremadamente alentador.

Interpretación: El resultado es muy positivo ya que quiere decir que el supervisor sabe reconocer a sus colaboradores cuando realizan de una manera adecuada sus labores y esto es muy motivante y ayuda a que ellos se sigan esforzando y superando más en su trabajo.

8.- ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

Extrema colaboración	Mucha colaboración	Un poco de colaboración	Muy poca colaboración	Nada de colaboración
	100%			

Tabla 10

Análisis: el 100% de los encuestados dijo que hay mucha colaboración en su ambiente laboral.

Interpretación: al trabajar pocas personas y tener una gran relación laboral el ambiente de trabajo en el que se desenvuelven en Timbuyacu la es muy bueno, ya que la colaboración es fundamental para el buen funcionamiento del lugar.

9.- ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

Extremadamente competentes	Muy competentes	Un poco competentes	Ligeramente competentes	Nada competentes
20%	80%			

Tabla 11

Análisis: Un 80% de los colaboradores manifestó que sus compañeros de trabajo son muy competentes y el 20% restante afirmó que sus compañeros son extremadamente competentes.

Interpretación: Según la percepción de los colaboradores sobre el resto de sus compañeros de labores es que en su mayoría son muy competentes en las actividades que ellos realizan.

10.- ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

Extremadamente cordiales	Muy cordiales	Un poco cordiales	Ligeramente cordiales	Nada cordiales
40%	60%			

Tabla 12

Análisis: el 60% de los colaboradores manifestó que sus compañeros de trabajo son muy cordiales y 40% dijo que sus compañeros son extremadamente cordiales.

Interpretación: En este punto la calificación obtenida mediante las encuestas es muy positiva ya que refleja que las personas que trabajan en Timbuyacu son muy cordiales y esto lo afirmaron sus propios compañeros de trabajo.

11.- ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones?

1 vez al mes	3 veces al año	2 veces al año	1 vez al año	Nunca reciben capacitaciones
		20%	60%	20%

Tabla 13

Análisis: el 60% de los colaboradores manifestó que reciben capacitación una vez al año, el 20% 2 veces al año y el 20% restante afirmó que nunca recibió capacitaciones.

Interpretación: En cuanto a las capacitaciones el resultado obtenido en las encuestas es poco alentado ya que para un porcentaje al año dicen que reciben solo una capacitación anual, y es muy poco en cuanto necesitan ellos en cuanto a materia de turismo y atención al cliente.

CAPITULO 4: PROPUESTA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA EL CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACU

4.1 Mapa de Procesos

El siguiente grafico es el mapa de procesos que se propone para la elaboración del sistema de Gestión de calidad en el servicio, los procesos están detallados en el mismo.

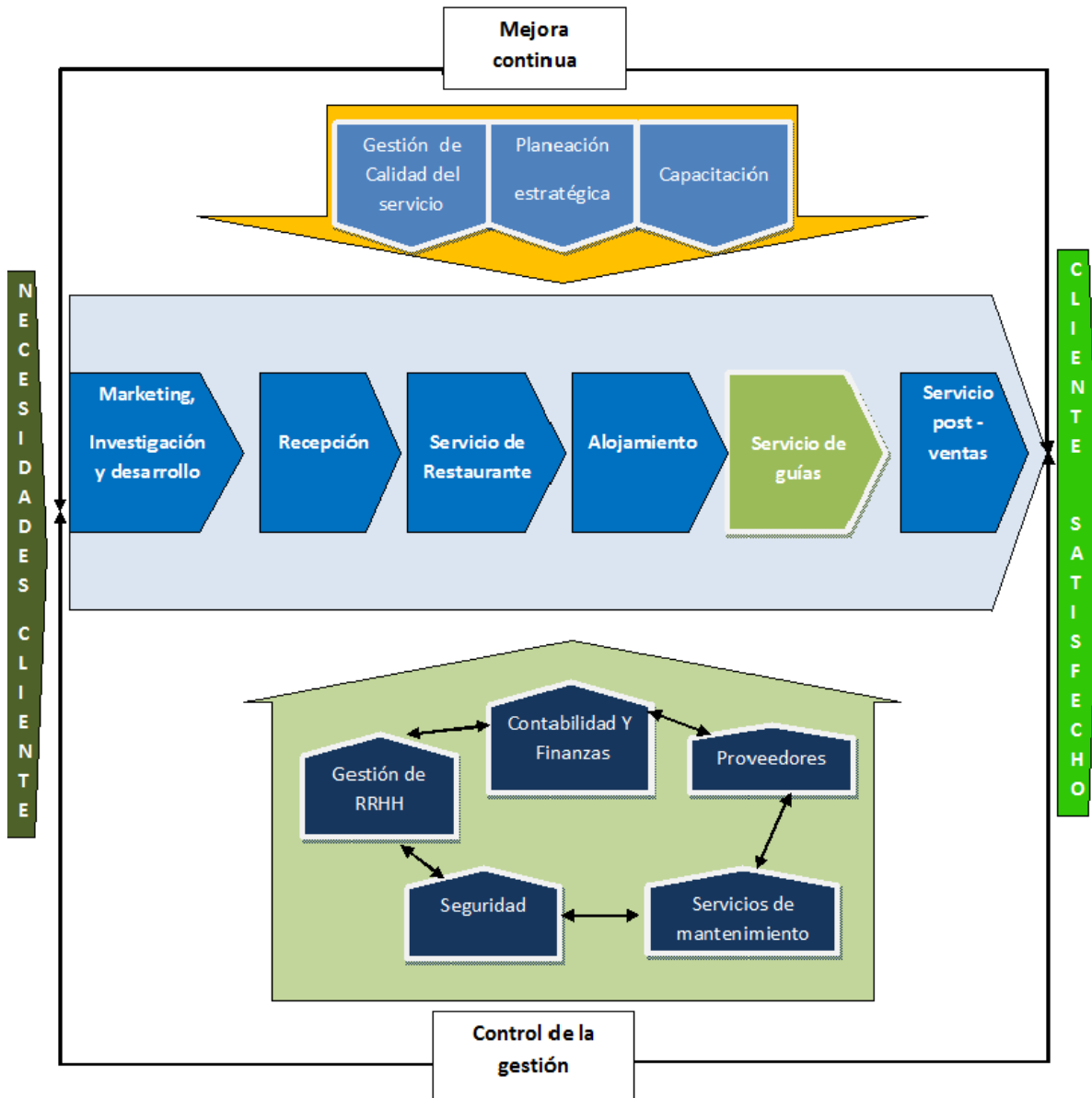


Ilustración 35

- Procesos estratégicos
- Procesos Clave
- Procesos de apoyo

Elaborado por: David Landázuri

4.2 Procedimientos de los procesos de Cadena de Valor o procesos clave

PROCESO	SUBPROCESO	PROPOSITO	ACTIVIDADES
Marketing, investigación y desarrollo	Investigación de mercados Promociones de temporada	Incrementar Las ventas	Difusión en medios de comunicación.
Recepción	Servicio personalizado al cliente	Satisfacer al cliente	Capacitación del personal sobre atención al cliente
Restaurante	Reingeniería de la infraestructura	Brindar comodidad	Mejorar infraestructura y mobiliario
	Inocuidad alimentaria	Satisfacer al cliente en la restauración	Capacitación en nutrición y seguridad alimentaria
Alojamiento	Confort	Brindar comodidad y descanso placentero	<ul style="list-style-type: none"> • Reequipamiento de cabañas • Mejora de infraestructura existente
	Limpieza	Brindar un ambiente agradable y limpio	Establecer procedimientos de limpieza
Servicio de guías (próximamente)	Levantamiento de información del Lugar	Brindar información verídica al visitante	Capacitación adecuada del personal
Servicio post-venta	Implementar buzón quejas y recomendaciones	Conocer los requerimientos del cliente	Socializar con los colaboradores las quejas y sugerencias, para buscar ideas conjuntas que mejoren el servicio

Tabla 14

Elaborado por: David Landázuri

4.3 Plan de implementación

El plan de implementación tendrá como pilar fundamental la implementación, corrección y mejora de los procesos y procedimientos con los que realizan sus actividades en la actualidad.

- Falta de difusión del centro turístico Timbuyacu
- Falta de implementación de procesos y gestión de los mismos en las actividades que se realizan en Timbuyacu.
- Baja capacitación recibida por los colaboradores.
- Falta de evaluación de satisfacción del cliente
- Re implementar el servicio de guías

Falta de difusión y marketing del centro turístico Timbuyacu.






La falta de difundir la existencia del centro turístico es uno de los pocos factores del porque este lugar tan atractivo no muy conocido. La implementación de anuncios en medios de comunicación, redes sociales, debe ser imperativo para que personas de otras localidades lo puedan visitaren este aspecto se plantea el impulsar un sistema de pasantías y vinculación con la comunidad que manejan varias universidad y elaborar una página que se pueda manejar mediante redes sociales e internet.

Falta de implementación de procesos y gestión de los mismos en las actividades que se realizan en Timbuyacu.

Luego de haber realizado el mapa de procesos se elaborará varias fichas de procesos con las cuales se detallara los principales procedimientos que se ejecutaran el nuevo sistema de gestión de calidad del servicio que tiene como base simples lineamientos a seguir para mejor el desarrollo de las actividades en el centro turístico Timbuyacu.

Luego de realizar la ficha de procedimientos se realizara un diagrama de flujo que reflejara la sucesión de actividades de un procedimiento.

SIMBOLOGIA DEL DIAGRAMA DE FLUJO

	INICIO O FIN DEL DIAGRAMA
	DESARROLLO DE UNA ACTIVIDA
	ANILISIS O TOMA DE DESICIÓN
	PROCEDIMIENTO DOCUMENTDO
	DIRECCION DE FLUJO DE PROCESO

4.3.1 Procedimientos en Alojamiento.

De los procesos relacionados con el alojamiento se tomó como principales el check-in y la limpieza de habitaciones ya que fueron los que no cuentan con procedimientos pre-establecidos ni lineamientos dados por el centro Turístico para realizarlos, según lo comentado por Escanta, (2014) sería de vital importancia llegar a establecer estos procesos e

implementarlos para mejorar el funcionamiento y realización de actividades diarias en Timbuyacu.

4.3.1.1 Procedimientos de Check-in

Luego de haber realizado el diagnóstico y levantamiento de información se llevó a cabo la realización de los diagramas de flujos actuales y los nuevos los cuales se plantean para mejorar el funcionamiento.

A continuación se detallan como se realizan los procesos mediante un diagrama de flujo, se representa con color rojo en la **ilustración 34** los procedimientos como se realiza la actividad de check-in y representados en el diagrama de flujo en color azul de la **ilustración 35**, se detalla la nueva propuesta con correctivos y mejoras.

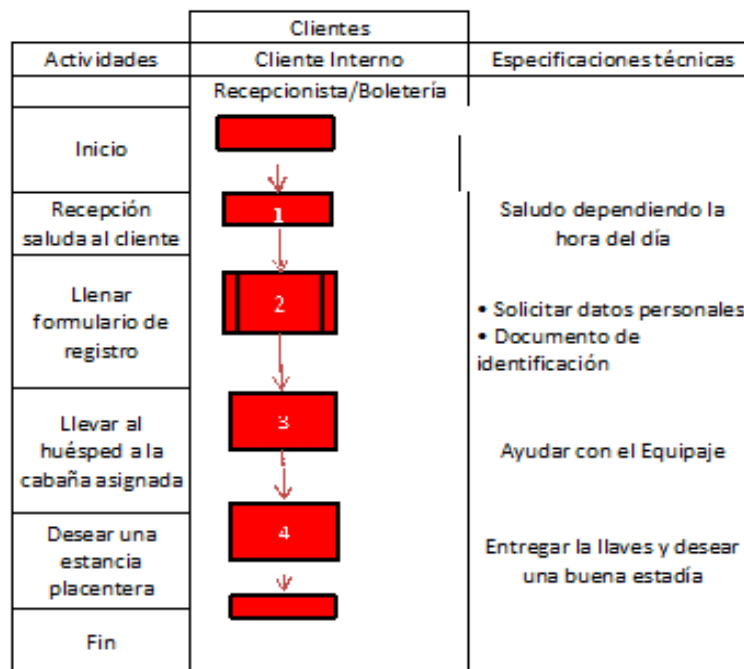


Ilustración 36

Elaborado por: David Landázuri

	REGISTRO DE PROCESOS DE CHECK-IN
Responsable	Recepcionista/boletería
Objetivo	Implementar un procedimiento estandarizado y único para realizar el check-in
Cientes externos	Turistas, familias
Cientes Internos	Administrador, recepcionista

Entradas	Registro de reserva, Datos del cliente walk-in
Salidas	*****
Grupos de interés	colaboradores, proveedores, clientes
Inicio de proceso	Llegada del cliente
Fin de proceso	Entrega de llave
Actividades	Se detallan en la ilustración 35
Indicadores	Tiempo de realización del check-in
Procesos Relacionados	Proceso de limpieza de habitación

Diagrama de flujo check-in.

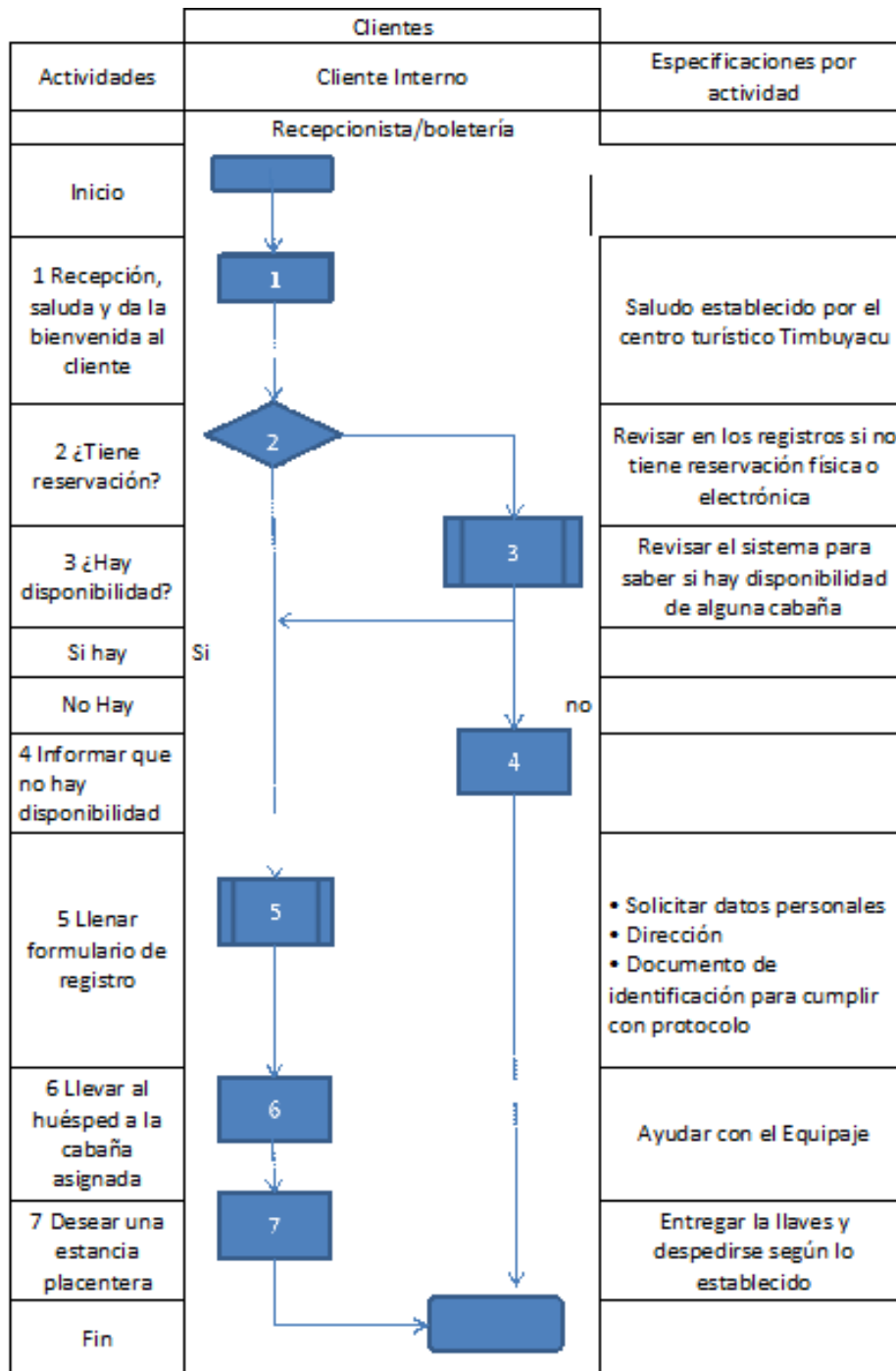


Ilustración 37

Elaborado por: David Landázuri

4.3.1.2 Procedimiento de limpieza de Cabaña.

En las ilustraciones siguientes se detallan como se realizan los procesos mediante un diagrama de flujo, se representa con color rojo en la **ilustración 36** los procedimientos como se realiza la actividad de limpieza de cabaña y representados en el diagrama de flujo en color azul de la **ilustración 37**, se detalla la nueva propuesta con correctivos y mejoras.

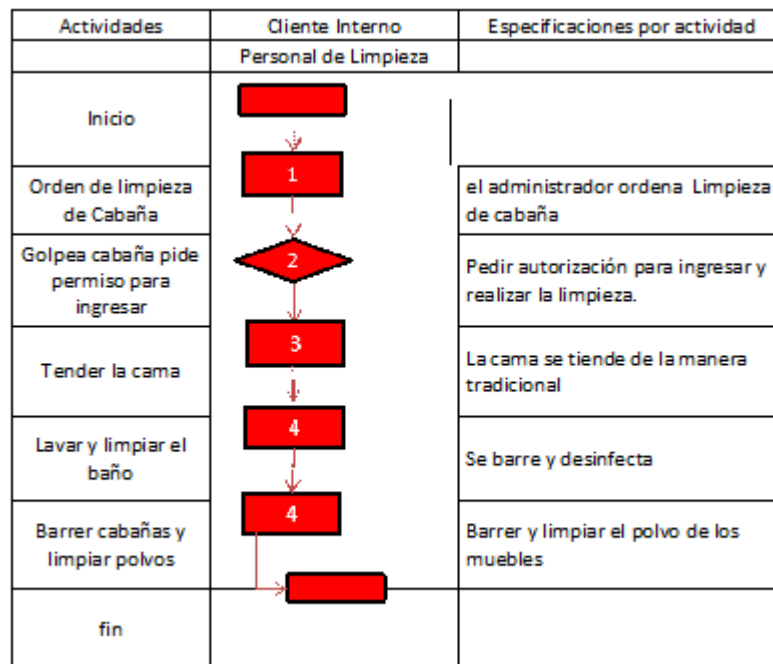


Ilustración 38

Elaborado por: David Landázuri

	REGISTRO DE PROCESOS DE LIMPIEZA DE CABAÑA
Responsable	Administrador, Personal de limpieza
Objetivo	Implementar un procedimiento estandarizado y único para realizar la limpieza
Cientes externos	Turistas, familias
Cientes Internos	Administrador, personal de limpieza
Entradas	Orden de limpieza
Salidas	Registro de limpieza realizada, reposición de amenities, orden de mantenimiento
Grupos de interés	colaboradores, proveedores, clientes
Inicio de proceso	Orden de limpieza

Fin de proceso	Llenar de orden de finalización realizada
Actividades	Se detallan en la ilustración 37
Indicadores	Tiempo de realización de la limpieza
Procesos Relacionados	Proceso de check-in

Diagrama de flujo limpieza de cabañas

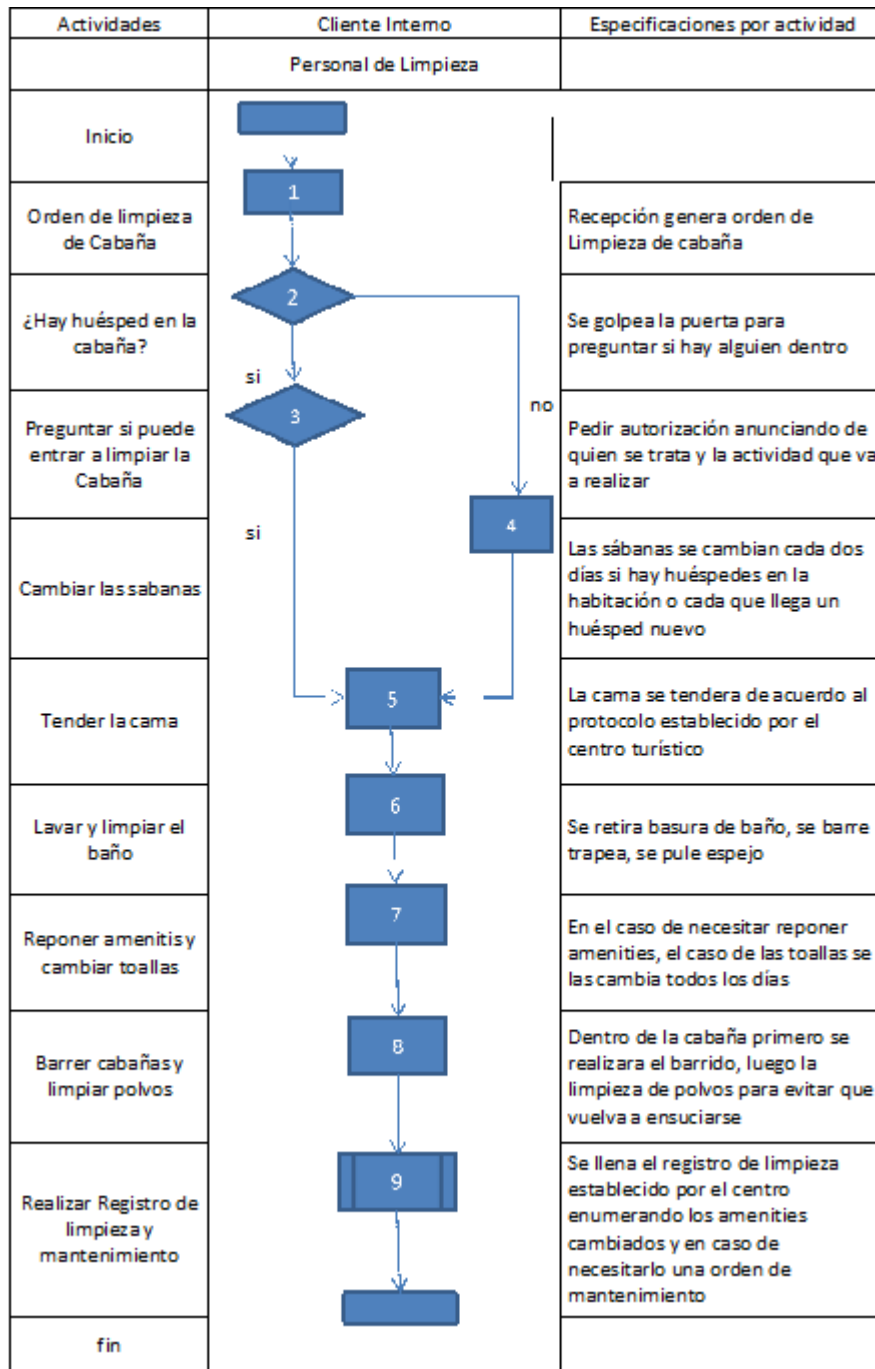


Ilustración 39

Elaborado por: David Landázuri

4.3.2 Procedimientos en Alimentos y bebidas

En el área de alimentos y bebidas el punto más crítico ha sido el poco conocimiento que tienen los colaboradores que trabajan en ésta área acerca de técnicas y normas de manipulación de alimentos e inocuidad alimentaria. Es por eso que el principal enfoque que se dará en esta área es a la de manipulación de alimentos.

4.3.2.1 Manipulación de alimentos

A continuación se detallan como se realizan los procesos mediante un diagrama de flujo, se representa con color rojo en la **ilustración 38** los procedimientos como se realiza la actividad de manipulación de alimentos y representados en el diagrama de flujo en color azul de la **ilustración 39**, se detalla la nueva propuesta con correctivos y mejoras.






Actividades	Cliente Interno	Especificaciones por actividad
	Personal y cocina	
Inicio		
Lavarse las manos al ingresar a la cocina		Lavarse las manos con abundante jabón.
Revisar que los alimentos estén en buen estado		Se revisa fechas de caducidad y estado de los alimentos congelados.
Mantener limpia el área de cocina y bodega		Se limpia y barre la cocina constantemente para evitar contaminación
fin		

Ilustración 40

Elaborado por: David Landázuri

	REGISTRO DE PROCESOS DE manipulación de alimentos
Responsable	Administrador, Personal cocina
Objetivo	Implementar un procedimiento estandarizado y único que se lleve a cabo cuando se realice manipulación de alimentos

Cientes externos	Turistas, familias
Cientes Internos	Administrador, Personal de cocina
Entradas	Registro de Ingreso de productos
Salidas	Registro de alimentos que se dieron de baja o expiraron.
Grupos de interés	colaboradores, proveedores, clientes
Inicio de proceso	Llegada los alimentos a Timbuyacu
Fin de proceso	Llegada del producto elaborado al cliente
Actividades	Se detallan en la ilustración 39
Indicadores	# de productos que pereció en relación al que entró
Procesos Relacionados	Proceso de servicio de restaurante

Diagrama de flujo manipulación de alimentos.









Actividades	Cliente Interno Personal de Cocina	Especificaciones por actividad
Inicio		
Ingresar a cocina con uniforme y malla de cabello		Usar correctamente el uniforme y malla para evitar que se contamine la comida.
Lavarse bien las manos antes de empezar actividades en la cocina		Lavarse las manos antes de entrar a la cocina o cambios de actividad en la misma
Mantener cadena de frio de alimentos refrigerados		Proceder de acuerdo a las indicaciones en alimentos refrigerados para mantener la calidad de los mismos y garantizar su salubridad
Picar los alimentos en diferentes tablas		Los alimentos deben ser picados en tablas especificas de acuerdo a su tipo para evitar contaminación cruzada
Controlar la calidad del aceite de fritura		Medir con instrumentos apropiados la calidad del aceite en base a los parámetros establecidos
Conservar limpia el área de trabajo		Limpiar el área que se utilizó luego de cada actividad para garantizar la calidad del producto
fin		

Ilustración 41

Elaborado por: David Landázuri

4.3.2.2 Servicio en el restaurante

A continuación se detallan como se realizan los procesos mediante un diagrama de flujo, se representa con color rojo en la **ilustración 40** los procedimientos como se realiza la actividad de servicio en el restaurante y representados en el diagrama de flujo en color azul de la **ilustración 41**, se detalla la nueva propuesta con correctivos y mejoras.

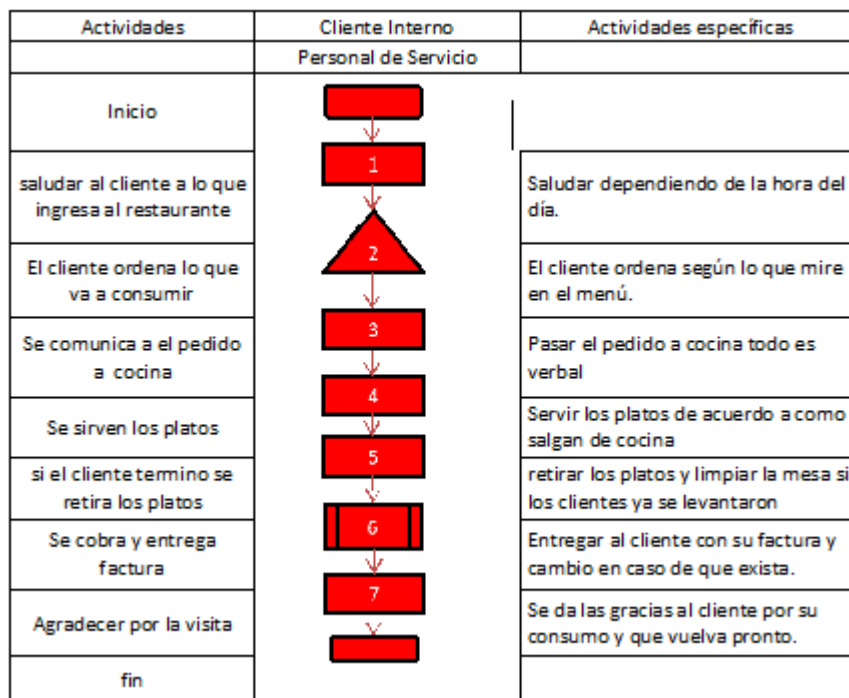


Ilustración 42

	REGISTRO DE PROCESOS DE SERVICIO EN RESTAURANTE
Responsable	Administrador, Personal cocina Y servicio
Objetivo	Implementar un procedimiento estandarizado y único que se lleve a cabo cuando se realice el servicio en el restaurante
Cientes externos	Turistas, familias
Cientes Internos	Administrador, Personal de cocina y servicio
Entradas	Ingreso de Comanda
Salidas	Factura de consumo
Grupos de interés	colaboradores, proveedores, clientes

Inicio de proceso	Entrada el cliente al restaurante
Fin de proceso	Salida del cliente al restaurante
Actividades	Se detallan en la ilustración 37
Indicadores	Tiempo de realización del servicio
Procesos Relacionados	Proceso de manipulación de alimentos

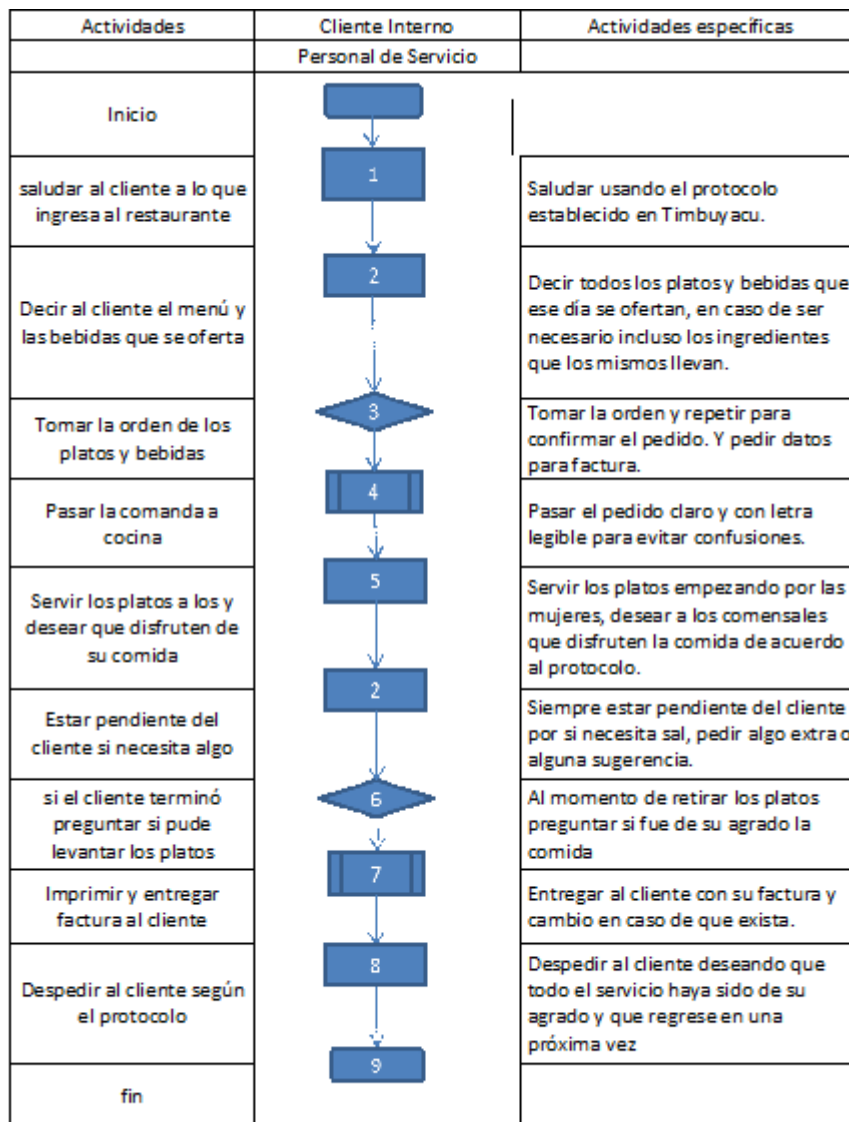


Ilustración 43

Elaborador por: David Landázuri

Baja capacitación recibida por los colaboradores.

Esta es otra de las principales falencias que tiene Timbuyacu y eso vio reflejado en los resultados de las encuestas, para esto se plantea la Elaboración de un plan de capacitaciones el cual incluirá a universidades que tengan planes de vinculación con la comunidad y estén dispuestas a firmar convenios para capacitaciones, pasantías y realización de proyectos relacionados con el centro Turístico Timbuyacu. Así también mediante un análisis del desempeño de cada empleado semestralmente se determinara cual ha tenido mejor rendimiento, el mismo que será enviado a cursos de capacitaciones certificadas y avaladas por la ley para mejorar sus conocimientos en temas de turismo y relacionados con el mismo. En el **Anexo 6**, se muestra una guía básica de capacitación para el personal enfocada principalmente al servicio al cliente.

Falta de evaluación de la satisfacción del cliente.

Al no contar con procedimientos detallados y normas de cómo se deber realizar las actividades para la prestación de servicios en Timbuyacu eso ha hecho que el medir la satisfacción de los clientes sean estos internos o externos no sea uno de sus principales Para esto se plantea un sistema de buzón de sugerencias para los clientes internos y externos que ayudara a conocer lo que ellos necesitarían que se mejore o sugerir algún servicio extra.

Por otra parte se optara por realizar trimestralmente encuestas de satisfacción tanto al cliente interno es decir a los colaboradores de Timbuyacu y a los visitantes para medir los resultados de la implementación del nuevo sistema de gestión de calidad, y de ésta manera analizar y encontrar en que aspectos determinados son en los cuales se está teniendo falencias.

La tercera se llevara un registro en el cual se anotara cada queja presentada por los visitantes para de esta manera poder contabilizar las quejas que se ingresan y en que porcentaje de las mismas fueron resueltas. Esto también ayudara para evitar cometer los mismos errores a futuro.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

- La ausencia de procedimientos en el centro turístico Timbuyacu, ocasionan inconvenientes en la prestación de los servicios, pues al no estar estandarizados, propicia que cada colaborador realice las actividades de acuerdo a su criterio, y la apreciación recibida por parte del cliente varía.
- La mínima capacitación recibida es uno de los principales inconvenientes por los cuales atraviesan los colaboradores de Timbuyacu ya que no cuentan con la suficiente información sobre temas concernientes al turismo y atención al cliente.
- La falta de indumentaria e implementos para la realización de las labores cotidianas por parte de los colaboradores, produce desmotivación en ellos y ocasionan una mala imagen ante la apreciación de los turistas que visitan Timbuyacu.
- El mal manejo, distribución y utilización del área de restaurante ha provocado la poca afluencia e insatisfacción de los comensales ya que la ubicación del nuevo restaurante es muy cercana a la zona de vestidores y piscina.
- La falta de difusión del centro turístico Timbuyacu ha hecho que este lugar sea conocido por pocas personas, ya que información que se puede obtener no es la adecuada ni motivante para visitar este lugar.

5.2 Recomendaciones:

- A la administración actual es importante que se implemente los procedimientos planteados en este sistema de gestión ya que al contar con procedimientos establecidos los colaboradores realizaran sus actividades de una manera estandarizada.
- Capacitar constantemente al personal que labora en Timbuyacu en temas como: Atención al cliente, Inocuidad alimentaria, gastronomía, hospedaje. Que permitan fortalecer sus conocimientos y brindar un servicio personalizado y de primera a los visitantes.
- Proporcionar indumentaria e implementos a los colaboradores para que puedan realizar sus actividades de una manera que garantice su seguridad y la de los clientes de Timbuyacu y a su vez los motive a realizar su trabajo de una mejor manera.

- Realizar el reordenamiento de los espacios principalmente la ubicación del restaurante actual, priorizando que el reordenamiento siempre vaya en beneficio y satisfacción de los clientes que visitan Timbuyacu.
- Invertir en difusión y promoción turística, para dar a conocer a Timbuyacu, mediante la elaboración de trípticos, páginas en redes sociales, participación en ferias turísticas locales y nacionales. La implementación de paquetes promocionales que motiven a los visitantes a acudir a este lugar y ocupar más los servicios de alojamiento y restaurante.

6 BIBLOGRAFÍA

- Bien, A. (2007). *www.responsibletravel.org*. Recuperado el 17 de mayo de 2014, de http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf
- Bolaños, R. (2005). "Calidad en el servicio." Recuperado el 21 de octubre de, 2013, <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>.
- Briceño, F. (2000). *Turismo 2020*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA.
- Castillo, E. (2005). *Escala Multidimensional SERVQUAL*. Chile: Universidad de Bio-Bio .
- Crosby, P. B. (1980). *Quality is free (The art of making quality certain*. New York: Mac Graw Hill.
- Cruz, Fausto y Cesar (2005): *San Blas historia, unión y trabajo*. Graficas Proaño. Urcuquí 2005.
- Escanta, C. (13 de marzo de 2014). Situación actual y funcionamiento de el centro turístico timbuyacu. (D. Landázuri, Entrevistador)
- Feedback Networks. (2013). *Feedback Networks*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2014, de <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>.
- Gazulla, C. (26 de Marzo de 2010). SELLOS AMBIENTALES APLICADOS A LOS PRODUCTOS. *SELLOS AMBIENTALES APLICADOS A LOS PRODUCTOS*. Valladolid, España.
- GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN MIGUEL DE URCUQUI: *Plan de desarrollo Estratégico de la parroquia de San Blas*. Imprenta Miraflores. Quito 2005.
- Gurría, M. (1998): "La ética en la gestión de la calidad total para los servicios al turismo". En: Estudios y Perspectivas en Turismo. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
- Gutiérrez, D. (2001). La medición de la calidad: un instrumento para la gestión del entorno de un destino turístico. En: María Mercedes Merchior (Coord.) *El turismo en Canarias, coordinado por Fundación Formación y Desarrollo Empresarial (FYDE) Caja Canarias*. Gobierno de Canarias. España.
- Horvitz, J. (1990). *CALIDAD DEL SERVICIO, A la conquista del cliente*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA S.A.
- Hotel Bienestar (2012). "Hotel Bienestar. com." Recuperado el 24 de octubre de, 2013, de

- http://www.hotelbienestar.com/applicazioni/bfh_es_es.nsf/nextpage/complejosturisticos?OpenDocument.
- Imbaburaturismo. (s.f.). *imbaburaturismo*. Recuperado el 18 de septiembre de 2013, de http://www.imbaburaturismo.gob.ec/cantones.php?varmenu=10004&id_organizacion=34
 - ISO. (2008). *www.iso.org*. Recuperado el 20 de mayo de 2014, de http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm
 - Jacques, H. (1990). *LA CALIDAD DEL SERVICIO, A la conquista del cliente*. Madrid: McGRAW - HILL/ INTERAMERICANA DE ESPAÑA S.AA.
 - Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London, GBR, Routledge.
 - Kotler, Bolven y Makens (1997). *Marketing para hotelería y turismo*. Cuarta Edición, McGraw-Hill, México.
 - Kotler, P. (2005). Dirección de Mercadotecnia. En P. Kotler, *Dirección de Mercadotecnia* (págs. 40, 41). México: Prentice Hall.
 - Martínez, C. (2012). CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARA LA . *Congreso Nacional AMMFEN*, (pág. 1). Puerto Vallarta.
 - MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR: *Imbabura guía turística*. Imprenta Mariscal. 2004.
 - Morillo, M. (2006). *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala SERVQUAL*. Caso: Hoteles de Turismo del Municipio libertador del estado de Mérida. Mérida, Venezuela.
 - Municipalidad de San Martín de los Andes. (s.f.). *San Martín de los Andes*. Recuperado el 23 de septiembre de 2013, de http://www.sanmartindelosandes.gov.ar/turismo/calidad_turistica.
 - OMT. (1988). *CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS*.
 - OMT. (2003). *INTRODUCCIÓN A TEDQUAL Una Metodología para la Calidad en Educación y Formación Turísticas*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
 - OMT 2010. *NORMAS Y SISTEMAS DE CALIDAD EN EL TURISMO Y SU RELACION CON LA SOSTENIBILIDAD Y LAS LEYES DE TURISMON. La experiencia de las Américas publicado e impreso por la Organización Mundial del turismo* (Madrid -España) primera edición.

- Oreja, J. R. (2000). Análisis estratégico de la empresa hotelera en Canarias. En: *María Mercedes Melchior Navarro (Coord.) Turismo en Canarias. Gobierno de Canarias, FYDE, Caja Canarias, e Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna*. España.
- Otero, J. (25 de Junio de 2001). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL TURISMO EN ANDALUCÍA: UN PROYECTO PILOTO PARA LA COSTA DEL SOL*. Ciudad Real, España.
- Santos, J. (1998). Apuntes del módulo “Investigación en Turismo: Técnicas”. *Master Internacional en Turismo de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*. Las Palmas de Gran Canaria, España.
- Sciarrioni, R. (2011). "La satisfacción del cliente." Recuperado el 2º de octubre de 2013, de http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html.
- SERNATUR. (2002). www.sernatur.cl. Recuperado el 19 de septiembre de 2013, de www.sernatur.cl
- Sistema Argentino de Calidad Turística. (2011). *SACTUR*. Recuperado el 27 de SEPTIEMBRE de 2013, de *SACTUR*: http://www.calidadturistica.gob.ar/plan.php?id_lang=es.
- Thompson, I. (2006). "Definición de servicios." Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>.
- Thompson, I. (2009). "Definición de cliente." Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>.
- Tourism & Leisure Advisory Services, MINTUR y Fondo de promoción Turística, (2009), *“Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014”*, Ecuador.
- Vásquez, Gustavo: *Ecuador en la mitad del mundo guía turística y ecológica*. Talipa Publicidad. Quito 2005.
- Yachay. (2014). *la ciudad del conocimiento*. Urcuquí.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman y L. L. Berry (1993). Calidad total en la gestión de servicios. España, Ediciones Díaz de Santos.

7 ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de calidad del servicio de Alojamiento del Centro Turístico

Timbuyacu del Cantón Urcuquí	desacuerdo	acuerdo
1. Las instalaciones físicas de la cabaña en Timbuyacu son visualmente atractivas	1	2 3 4 5 6 7
2. La limpieza de la cabaña es la adecuada	1	2 3 4 5 6 7
3. La cabaña es confortable y cuenta con todos los servicios	1	2 3 4 5 6 7
4. Los empleados del centro turístico Timbuyacu tienen apariencia pulcra.	1	2 3 4 5 6 7
5. Si Ud. Solicita ayuda o tiene un problema, los empleados del centro turístico Timbuyacu muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2 3 4 5 6 7
6. Timbuyacu tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2 3 4 5 6 7
7. Los empleados del centro turístico Timbuyacu ofrecen una atención personalizada a sus clientes	1	2 3 4 5 6 7
8. Volvería a ocupar el servicio de alojamiento en el centro turístico Timbuyacu	1	2 3 4 5 6 7

Sugerencias para mejorar el servicio:.....

Anexo 2. Encuesta satisfacción del cliente Restaurante centro turístico Timbuyacu del Cantón Urcuquí

	desacuerdo	acuerdo
1. Las instalaciones físicas del restaurante en Timbuyacu son visualmente atractivas	1	2 3 4 5 6 7
2. La limpieza del restaurante es la adecuada	1	2 3 4 5 6 7
3. El restaurante brinda los servicios necesarios	1	2 3 4 5 6 7
4. Los empleados del Restaurante en Timbuyacu tienen apariencia pulcra.	1	2 3 4 5 6 7
5. Los empleados cumplen con el tiempo establecido para brindar el servicio solicitado por el cliente.	1	2 3 4 5 6 7
6. Los alimentos brindados en el restaurante fueron de su agrado	1	2 3 4 5 6 7
7. El restaurante en Timbuyacu tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2 3 4 5 6 7
8. Los empleados del centro turístico Timbuyacu ofrecen una atención personalizada a sus clientes	1	2 3 4 5 6 7
9. Volvería a ocupar el servicio de restaurante en el centro turístico Timbuyacu	1	2 3 4 5 6 7

Sugerencias para mejorar el servicio:.....

Anexo 3. Encuesta de calidad del servicio del Centro Turístico

Timbuyacu del Cantón Urcuquí	desacuerdo	acuerdo
1. El centro turístico Timbuyacu tiene equipos de apariencia moderna.	1	2 3 4 5 6 7
2. Las instalaciones físicas del centro turístico Timbuyacu son visualmente atractivas	1	2 3 4 5 6 7
3. Los empleados del centro turístico Timbuyacu tienen apariencia pulcra.	1	2 3 4 5 6 7
4. En el centro turístico Timbuyacu, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, señalética, etcétera) son útiles para comunicar y guiar a los visitantes.	1	2 3 4 5 6 7
5. Los empleados cumplen con el tiempo establecido para brindar el servicio solicitado por el cliente.	1	2 3 4 5 6 7
6. Si Ud. Solicita ayuda o tiene un problema, los empleados del centro turístico Timbuyacu muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2 3 4 5 6 7
7. Los empleados del centro turístico Timbuyacu brindan siempre un buen servicio.	1	2 3 4 5 6 7
8. En el centro turístico Timbuyacu, los empleados siempre están dispuestos a ayudar	1	2 3 4 5 6 7
9. Los empleados son siempre amables con los clientes.	1	2 3 4 5 6 7
10. Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.	1	2 3 4 5 6 7
11. Timbuyacu tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2 3 4 5 6 7
12. Los empleados de Timbuyacu comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1	2 3 4 5 6 7
13. los empleados del centro turístico Timbuyacu ofrecen una atención personalizada a sus clientes	1	2 3 4 5 6 7
14.- Volvería a el centro Turístico Timbuyacu	1	2 3 4 5 6 7

Anexo 4. Tabla de resultados de encuestas de satisfacción del cliente

preguntas valoración	1	2	3	4	5	6	7	RESULTADO
1	15	26	49	85	39	43	21	278
2	11	34	23	71	90	27	22	278
3	8	13	29	68	84	59	17	278
4	5	28	18	57	92	38	40	278
5	9	12	14	96	73	47	27	278
6	14	11	44	89	68	34	18	278
7	7	33	51	115	39	22	11	278
8	6	22	18	68	30	108	26	278
9	4	9	12	65	129	23	36	278
10	8	12	39	75	87	36	21	278
11	4	10	27	63	90	63	21	278
12	15	8	32	66	75	43	39	278
13	2	15	39	92	78	37	15	278
14	1	3	12	40	75	98	49	278

Fuente: Encuesta de calidad del servicio e instalaciones a los visitantes del Centro Turístico Timbuyacu.

Elaborada por: David Landázuri

Anexo 5 Encuesta de satisfacción laboral de cliente interno del Centro turístico Timbuyacu

1. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

- Con extrema frecuencia _____
- Con mucha frecuencia _____
- A veces _____
- Ocasionalmente _____
- Nunca _____

2. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

- Extremadamente rutinarias _____
- Muy rutinarias _____
- Un poco rutinarias _____
- Ligeramente rutinarias _____
- Nada rutinarias _____

3. ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

- Extremadamente accesibles _____
- Muy accesibles _____
- Un poco accesibles _____
- Ligeramente accesibles _____
- Nada accesibles _____

4. ¿Necesita más materiales, menos materiales o tiene suficientes materiales de trabajo?

- Más materiales _____
- Menos materiales _____
- Tengo suficientes materiales _____

5. ¿Qué tan estresante es su trabajo?

- Extremadamente estresante _____
- Muy estresante _____
- Un poco estresante _____
- Ligeramente estresante _____
- Nada estresante _____

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

- Extremadamente a gusto _____
- Muy a gusto _____
- Un poco a gusto _____
- Ligeramente a gusto _____
- Nada a gusto _____

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

- Extremadamente alentador _____
- Muy alentador _____
- Un poco alentador _____
- Ligeramente alentador _____

Nada alentador

8. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

- Extrema colaboración _____
- Mucha colaboración _____
- Un poco de colaboración _____
- Muy poca colaboración _____
- Nada de colaboración _____

9. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente competentes _____
- Muy competentes _____
- Un poco competentes _____
- Ligeramente competentes _____
- Nada competentes _____

10. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente cordiales _____
- Muy cordiales _____
- Un poco cordiales _____
- Ligeramente cordiales _____
- Nada cordiales _____

11. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones?

- 1 vez al mes _____
- 3 veces al año _____
- 2 veces al año _____
- 1 vez al año _____
- Nunca recibe capacitaciones _____

Anexo 6 GUÍA PARA LOS COLABORADORES EN EL CENTRO TURÍSTICO TIMBUYACU.

Objetivo: Esta guía tiene como principal objetivo brindar ayuda a los colaboradores que son parte del Centro Turístico Timbuyacu, para que de esta manera pueda complementar sus conocimientos y así brindar un mejor servicio enfocado a conseguir la satisfacción del cliente.

Responsable: Administrador del centro turístico Timbuyacu.

1. Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
2. Considera tu imagen personal como parte del servicio.
3. Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
4. Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
5. No digas NO, busca una solución.
6. Escucha con atención y exprésate con claridad.
7. Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
8. Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
9. Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
10. Conoce bien el lugar en el que te encuentras

1. Requerimientos principales para el personal de Timbuyacu.

a. Normas Básicas que deben cumplir los colaboradores de Timbuyacu

- Emplear el saludo de cortesía definidas por la empresa.
- Tener un trato amable y cordial con los clientes. La amabilidad la refleja:
 - La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
 - El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
 - La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
 - La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
 - La capacidad de controlar la agresividad.
 - La capacidad de sonreír.
 - La capacidad de utilizar el idioma del cliente.
- Imagen personal cuidada. El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.
- Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:
 - Mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.
 - Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos.
 - Asentir regularmente cuando el cliente habla.
 - Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
 - Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo amerite.
- Cuando el personal está en situación de espera se mantendrá a la vista del cliente, evitando apoyarse en paredes. Se evitará también meterse las manos en los bolsillos y, en lo posible no cruzarse de brazos.

b. Relación interpersonal con el cliente

- El colaborador debe encontrarse siempre a la vista del cliente.
- En caso de que exista un mostrador o barra se intentará, en lo posible no dar la espalda al cliente.
- Se mantiene una observación constante de su área de actuación y de los clientes que en ella se encuentran.
- Se debe priorizar la rapidez en la atención al cliente presencial.
- El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a él. En caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.
- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto.
- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.
- El trato con los clientes será siempre de “Usted”.

c. Capacidad de información

- El personal deberá tener un alto conocimiento de los que se ofrece en Timbuyacu incluyendo instalaciones, servicios, y sus horarios.
- Se debe conocer el entorno geográfico, atractivos y recursos más importantes en Timbuyacu.

d. Gestión de quejas y sugerencias

- Las quejas de los clientes de recogerán por escrito, y se realizará a la vista de este.
- Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica, escuchando los detalles para extraer la máxima información y posteriormente llevarla para el análisis y solución.
- Se ha dejar hablar al cliente hasta que haya terminado de exponer su problema, sin interrumpirle en ningún caso. Aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio. Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas y pertinentes. Se le recuerda al cliente que existen formularios donde reflejar su queja por escrito. En caso de que no lo haga, debe ser registrada por parte del personal.

e. Seguridad

- Los colaboradores de Timbuyacu se mantendrán en zonas estratégicas, priorizando la seguridad de los visitantes.
- Cualquier miembro del personal dará parte de cualquier actuación, situación o persona sospechosa de manera inmediata.
- Todos los miembros del personal deberán conocer los procedimientos de emergencia, urgencia o accidente así como sus responsabilidades y actuaciones en estos casos.

2. Conocimientos específicos

f. Reservas

- El personal de tener un conocimiento del número de cabañas y la capacidad de las mismas.
- Conoce las tarifas, descuentos y promociones aplicables en cada caso y las circunstancias en que deben ser aplicadas.
- Las solicitudes de reserva deberán ser atendidas con la mayor brevedad posible, que es inmediata en el caso de las peticiones presenciales o telefónicas.
- Se informará de las condiciones de reserva y se obtendrá la conformidad para concretarla.
- Solicitar Datos y confirmarlos anotándolo en el formulario.
- Las reservas se hacen siguiendo el orden del formulario tipo que contiene unos campos mínimos: tipo de cliente (particular o empresa), preferencia (cabaña según precios, etc.).
- Cada una de las reservas tendrá asignadas una Numeración
- Se produce una despedida amable y personalizada en la que se confirma con el cliente los datos de la reserva y se le comunica su número de reserva.
- En caso de no disponibilidades se ofrecerán alternativas y se solicitarán disculpas en caso de no disponer de alternativas.

g. Recepción, Check In: Acogida y acomodo

- El check-in se realiza con prontitud y mucha concentración.
- El personal de recepción reconoce con la vista la presencia del cliente y le sonrío.
- Cuando un cliente se dirige a ellos, dejan aquello que están haciendo para prestarle toda su atención. Se interesa por su viaje y le da la bienvenida. Se dirige al cliente llamándole de usted o utilizando su apellido desde el primer momento en que éste lo pone en su conocimiento.
- Antes de proceder al registro del cliente y a la entrega efectiva de la llave, se confirma la reserva y disponibilidad de cabaña,

- En caso de clientes sin reserva la disponibilidad será confirmada inmediatamente. En caso de no disponibilidad se ofrecerán alternativas facilitando el traslado (llamar a taxis, etc.).

h. Información continúa

- Se debe conocer los sitios turísticos cercanos y se proporcionará información completa sobre el mismo. Como buenos conocedores del lugar, se orienta al cliente, asesorándole y facilitándole material informativo, horarios de transporte, lugares de interés, etc., para lo cual se cuenta con un soporte de información organizado, convenientemente actualizado y con una cuidada presentación para que el cliente mismo pueda consultarlo.
- No se proporcionarán datos específicos de los clientes alojados a terceras personas.
- En caso de que mantenimiento comunicara un bloqueo cabaña ocupada y siempre que no exista disponibilidad se deberá obtener la conformidad del cliente para cambiarlo de establecimiento aplicando las compensaciones previstas (igual o superior categoría similar situación o elección de cliente) ofreciendo y facilitando el traslado.
- Pedir disculpas por las molestias

i. Check-Out: Facturación y despedida

- El personal ayuda o realiza el traslado de equipajes.
- La factura debe estar preparada antes de la salida prevista del cliente.
- Si el cliente sale antes de la hora prevista la factura debe poder prepararse de manera inmediata.
- En caso de pago efectivo se verifica el cambio antes de la devolución.
- El proceso de Check- Out en su conjunto debe ser rápido, no superando un máximo de 5 minutos.
- Se despide al cliente con una sonrisa, agradeciéndole su estancia y deseándole un agradable viaje de vuelta o estancia en otros destinos, si su viaje continúa. Se ofrece información sobre posibles rutas a tomar o sobre otros destinos. En el momento de la despedida, el personal se interesa por la comodidad y satisfacción del cliente durante la estancia en el alojamiento turístico, invitándole a complimentar las encuestas de satisfacción (si no las hay se verificar la satisfacción verbalmente.)

j. Limpieza y mantenimiento

- El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes. Las labores de limpieza se realizan, preferentemente, durante los períodos en que las diferentes áreas (habitaciones y zonas comunes) no están ocupadas por los clientes o existe una frecuentación baja. Si la limpieza se realiza a primera hora de la mañana o durante la noche se tiene especial cuidado en evitar ruidos que puedan perturbar el descanso de los clientes, prestando especial atención a las zonas próximas a las habitaciones.

k. Limpieza en zonas de Habitaciones

- La entrada en las habitaciones debe garantizar que el cliente es consciente de la entrada del personal. Se llama antes de entrar, si no se obtiene respuesta, se llama por segunda vez. Si tampoco se recibe una respuesta se abrirá la puerta y se anunciará la entrada (buenos días, limpieza de la cabaña), si persiste la falta de respuesta se entrará. En caso de que al entrar se constatará que el cliente está dentro de la habitación (por ejemplo en el baño) el personal se retirará intentándolo más tarde.
- En caso de llegada del cliente a la habitación durante la limpieza de esta, se preguntará al cliente si desea que se interrumpa la misma.
- En caso afirmativo se preguntará al cliente el momento en que se podrá continuar con la limpieza y se saldrá de la habitación.
- Durante la limpieza de la habitación no se tocarán los efectos personales de los clientes salvo en los casos que prevean los procedimientos internos o cuando los efectos se encuentran en el suelo. En este caso se recogerán y se situarán en un nivel elevado cerca del lugar donde se ha encontrado.
- Las averías se comunican mediante partes de avería, de manera inmediata al responsable del servicio.

l. Limpieza en zonas comunes

- Si durante las operaciones de limpieza se encuentran efectos personales de los clientes se entregarán a los responsables del servicio indicando hora y lugar.
- El personal se asegurará que las intervenciones en zonas de clientes que comportan riesgos (como el fregado de suelo) se encuentran debidamente señalizadas.
- Antes de intervenir en zonas de acceso restringido, como los servicios, se asegurará que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada de personal.

- El personal se asegurará que los elementos de limpieza (Trapeadores, escobas, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes. A su vez, se evitará poner los elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso

m. Mantenimiento

- El responsable asigna las funciones de mantenimiento preventivo en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes.
- Las labores de mantenimiento se realizan, preferentemente, durante los períodos en que las diferentes áreas (habitaciones y zonas comunes) no están ocupadas por los clientes o existe una frecuentación baja. Si el mantenimiento se realiza a primera hora de la mañana o durante la noche se tiene especial cuidado en evitar ruidos que puedan perturbar el descanso de los clientes, prestando especial atención a las zonas próximas a las habitaciones.
- Las actuaciones de intervención se comunican mediante partes de avería.

n. Mantenimiento de habitaciones

- La verificación de la avería en zonas de clientes (recopilación y registro de datos de la avería) se realizará de manera inmediata (máximo 15 minutos) a la recepción del comunicado.
- Se Informará al cliente del momento y duración prevista para la intervención. • Para la entrada a las habitaciones para verificar averías o para intervenir en las mismas se debe llamar a la puerta antes de entrar, si no se obtiene respuesta, se llama por segunda vez. Si tampoco se recibe una respuesta se abrirá la puerta y se anunciará la entrada (buenos días, mantenimiento), si persiste la falta de respuesta se entrará. En caso de que al entrar se constatará que el cliente está dentro de la habitación (por ejemplo en el baño) el personal se retirará intentándolo más tarde.
- Si el cliente está presente se solicita la autorización a este para proceder a la verificación o la reparación de la avería. En caso de negativa, y si no existe un riesgo real, se confirmará con el cliente el momento en que se puede intervenir.
- Se informar al cliente de la resolución de la avería y se obtendrá la conformidad de este.
- Si la reparación no es inmediata pero es rápida, se informará preferentemente al cliente y si no es posible al responsable del servicio (de acuerdo a los procedimientos operativos) del tiempo de resolución con el fin de obtener la conformidad. En caso de que el cliente así lo solicite, siempre que no suponga un riesgo para la seguridad de los bienes o las personas, se pospondrá la intervención hasta el momento que se acuerde conjuntamente.

- Si la avería no se puede solucionar a corto plazo se mantendrá informado permanentemente al cliente. En caso de que la avería inutilice la habitación se comunicará con la máxima urgencia a recepción. • En caso de tener que mover o desplazar efectos personales de los clientes se deberá intentar obtener la conformidad de este. En el caso de tener que mover o desplazar efectos personales de los clientes se deberá intentar, al finalizar la intervención, dejarlos en los mismos lugares de los que fueron retirados.

o. Restauración

- **Servicio Restaurante**

- El personal posee un conocimiento de horarios y la oferta gastronómica: composición de los platos, tipos de cocción, etc.
- Se ofrecerá ayuda a los clientes con las explicaciones de la oferta gastronómica, platos del día, tiempo de preparación
- Se servirán los platos de la mesa todos a la vez sin hacer esperar a algún miembro de la mesa.
- El personal mantendrá una pulcritud extrema en el tratamiento de los productos, evitando tocar con las manos los comestibles.
- En caso de disconformidades y rechazos, se intentará conocer el motivo y así poder ofrecer alternativas concretas para solucionarlo.
- En el caso de rechazos se deberá sustituir inmediatamente si el cliente así lo solicita.

Fotografías Centro turístico Timbuyacu.



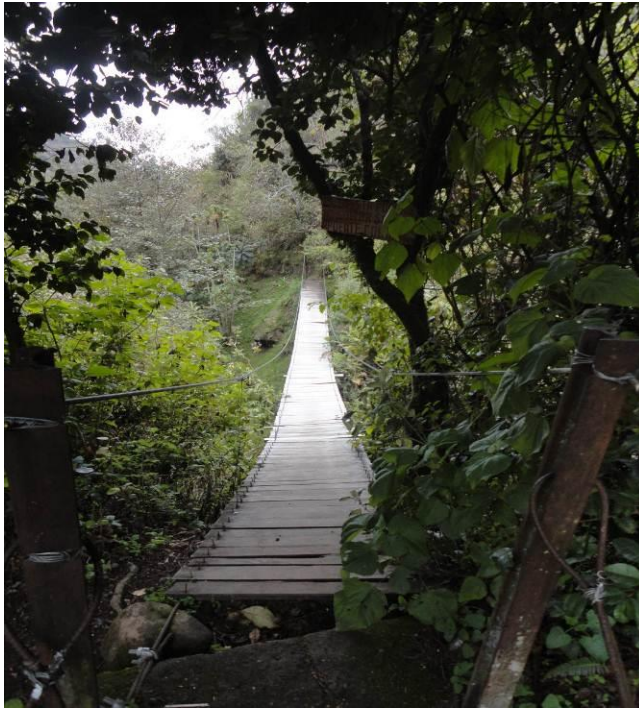
Boletería y Acceso al centro turístico.



Área de Piscinas y áreas verdes



Vestidores, zona de canastillas y baños.



Puente colgante, área infantil, canchas deportivas y senderos.



Comedor Centro Turístico Timbuyacu



Cabañas centro Turístico Timbuyacu

Tabla de control y planificación de capacitaciones anuales.

Nombre de Institución capacitadora	Mes en que se realizará la capacitación												Número de horas	Responsable
	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.		