

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Quito, 09 de marzo de 2020

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **PAOLA ANDREA BUSE VELÁSQUEZ** C.I. **1717543373** autora del trabajo de graduación titulado: **"Análisis comparativo sobre la satisfacción del cliente de los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen, ubicados en el Centro Histórico de Quito, año 2020 para proponer un programa de mejoras"**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADA 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.



Paola Andrea Buse Velásquez

C.I. 1717543373

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Quito, marzo 09 de 2020

Yo, Mgs. Santiago Serrano, director de esta disertación, certifico que la srta., Paola Andrea Buse Velásquez ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Análisis comparativo sobre la satisfacción del cliente de los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen, ubicados en el Centro Histórico de Quito, año 2020 para proponer un programa de mejoras", 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.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by a horizontal line and a final flourish.

Mgs. Santiago Serrano



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

Trabajo previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión Hotelera

Tema:

ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE DE LOS HOTELES VILLA COLONNA
Y EL RELICARIO DEL CARMEN,
UBICADOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO,
AÑO 2020 PARA PROPONER UN PROGRAMA DE MEJORAS.

Autora: Paola Andrea Buse Velásquez

Director: Santiago Serrano

Quito – Ecuador

Marzo, 2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a nuestro Creador, porque allí encontré la fortaleza que me permitió culminar con esta meta. A mi madre Yolanda Velásquez, quien confió y creyó en mí de principio a fin y supo alentarme a perseguir mi objetivo. A mis amigos de toda la vida que me apoyaron, tendieron la mano y siempre tuvieron una palabra de aliento, y a todas las personas maravillosas que fueron apareciendo en el camino y hoy celebran este éxito como si fuera suyo.

Este trabajo representa el esfuerzo, sacrificio y dedicación que he realizado durante esta trayectoria, por el cual hoy me siento infinitamente agradecida.

Paola Buse

AGRADECIMIENTOS

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, por todo el conocimiento brindado durante la carrera; a mi tutor Santiago Serrano, quien me orientó de la mejor manera en la elaboración de este trabajo y siempre me alentó y buscó la forma de ayudarme; y a todos los profesores porque demostraron su compromiso con la formación profesional, mostraron su lado humano y supieron transmitir de la mejor manera sus conocimientos.

Paola Buse

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Delimitación del tema	2
Justificación.....	2
Planteamiento del problema	3
Objetivos	4
General	4
Específicos	4
Antecedentes o marco referencial	5
Marco teórico	7
Marco conceptual	10
Marco metodológico	10
CAPÍTULO I	12
INFORMACIÓN GENERAL DE LOS HOTELES VILLA COLONNA Y EL RELICARIO DEL CARMEN	12
1.1. Localización hotel Villa Colonna.....	12
1.2. Historia del hotel Villa Colonna.....	12
1.3. Situación actual de los Hotel Villa Colonna	13
1.4. Localización hotel El Relicario del Carmen	15

1.5. Historia del hotel El Relicario del Carmen	16
1.6. Situación actual de El Hotel Relicario del Carmen.....	17
CAPÍTULO II.....	20
PERFIL DEL CLIENTE	20
2.1. Análisis del perfil del cliente del hotel Villa Colonna	21
2.2. Análisis del perfil del cliente del hotel El Relicario del Carmen	25
CAPÍTULO III	31
MODELOS PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	31
3.1. Modelo de Kotler	31
3.2. Modelo cognitivo	33
3.3. Modelo afectivo cognitivo	33
3.4. El modelo ACSI (American Customer Satisfaction Index)	34
3.5. Modelo Servqual	34
3.6. Modelo Servperf.....	34
CAPÍTULO IV	35
INVESTIGACIÓN DE CAMPO	35
4.1. Creación y estructura de las encuestas	35
4.2. Población y tamaño de muestra.....	35
4.3. Análisis y resultados de datos	37

4.3.1. Hotel Villa Colonna.	37
4.3.2. Hotel El Relicario del Carmen.	43
4.4. Comparación de resultados de los hoteles en estudio	50
4.4.1. Rendimiento Percibido.....	50
4.1.2. Expectativas.	53
CAPÍTULO V	55
PLAN DE MEJORAS	55
5.1 Hotel Villa Colonna	56
5.2. Hotel El Relicario del Carmen	57
5.2.1. Direccionamiento estratégico	57
5.2.2. Organigrama estructural	58
5.2.3. Perfil del cliente interno	59
5.2.4. Matriz de plan de mejoras	77
CAPÍTULO VI	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
6.1. Conclusiones	78
6.2. Recomendaciones	80
7. BIBLIOGRAFÍA.....	81
8. ANEXOS	83

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enfoca en realizar un análisis comparativo sobre la satisfacción de los huéspedes de los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen para posteriormente desarrollar un plan de mejoras que permita incrementar el nivel de competitividad de los hoteles.

A partir del diagnóstico de los parámetros sobre la satisfacción del cliente basada en expectativas y percepciones, se realiza una propuesta para la mejora en la demanda del cliente, lo que otorgará a los hoteles contar con huéspedes satisfechos.

La investigación se sustenta en la teoría de Kotler que indica que la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos que son: rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción. La metodología empleada sigue una lógica cuantitativa, basada en levantamiento de información de campo, recolectada a través de encuestas y la observación realizadas en los establecimientos de estudio.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito principal presentar los capítulos en los cuales se expone las razones que conllevaron para el desarrollo de una propuesta de investigación sobre el análisis comparativo sobre la satisfacción del cliente de los hoteles Villa Colona y El Relicario del Carmen, ubicados en el centro histórico de Quito, y posteriormente proponer un programa de mejoras, así mismo, se presenta el objetivo general y objetivos específicos para encaminar el estudio.

En el primer capítulo se desarrollará la información general de los hoteles, cuyo fin nos permita obtener información como: ubicación, historia y finalmente entender la situación actual de los establecimientos de alojamiento mencionados.

En el segundo capítulo la presente plantea conocer el perfil del consumidor de los hoteles Villa Colonna y Relicario del Carmen a través de datos relevantes como: demografía, geografía y psicografía, y así identificar de cerca cuales son los clientes potenciales de los lugares.

En el tercer capítulo se explica la investigación teórica, con el fin de conocer los modelos que nos permiten determinar el nivel de satisfacción del cliente.

En el cuarto capítulo se desarrolla la investigación de campo, levantamiento de información, tabulación de datos y análisis comparativo de los mismos.

En el quinto capítulo se propone el programa de mejoras que permita tomar medidas a los gestores hoteleros, cuyo fin permita mejorar su rendimiento.

Delimitación del tema

En este trabajo de investigación se propone estudiar el grado de satisfacción percibido por los huéspedes de dos hoteles categoría 4 estrellas, Villa Colonna y El Relicario del Carmen ubicadas en el Centro Histórico de Quito;

Gursoy (como se citó en González, Quiroz y Espinoza, 2010), señala que “la satisfacción del cliente es uno de los temas más frecuentemente examinados en los campos de la hospitalidad y el turismo porque cumple un papel importante para la sobrevivencia y futuro en cualquier producto o servicio relacionado con el mismo” (p.24).

Por ello, el análisis se centra en realizar un análisis comparativo entre los dos hoteles en estudio que permita conocer el nivel de satisfacción del cliente y posteriormente otorgue a sus gestores desarrollar e implementar mejores estrategias para su desarrollo.

Justificación

Este estudio se enfoca en evaluar la satisfacción de los clientes, entendiendo como satisfacción la relación entre la percepción de un cliente sobre un producto o servicio con sus expectativas.

Por lo que, el conocer de cerca los requerimientos de los turistas de los hoteles Villa Colonna y Relicario del Carmen nos permitirá percibir las características y deseos específicos de la demanda potencial después de haber estado en determinado lugar de hospedaje.

El análisis se centra en poder contar con información valiosa que permita conocer que causa la satisfacción al cliente y sirva de referencia a los gestores del sector hotelero para poder desarrollar e implementar mejores estrategias para el desarrollo de la industria hotelera dentro de un ambiente que cada vez es más competitivo.

A nivel social, en el presente trabajo se busca obtener información real y datos relevantes en cuanto al grado de satisfacción, que sirvan como una importante guía de referencia, para Villa

Colonna como para El Relicario del Carmen, así como para otros propietarios de establecimientos hoteleros del Centro Metropolitano de Quito, de esta manera permita realizar programas de mejoras en los hoteles y más importante aún, para que una vez implementado, continúe generando ingresos a la zona y que sus resultados perduren en el tiempo.

Finalmente, considero como una motivación personal para realizar este trabajo, al haber realizado prácticas en establecimientos hoteleros, la importancia de entender de cerca las percepciones de los huéspedes nos permite mejorar y crear en el cliente una experiencia satisfactoria que el mercado competente lo demanda y permita ser gratificante y logre superar las expectativas de éste.

Planteamiento del problema

Villa Colona y El Relicario del Carmen son hoteles categoría 4 estrellas y están ubicadas en edificios coloniales del Centro Histórico de Quito, son empresas dedicadas a prestar servicios de alojamiento, alimentos y bebidas; son de carácter privado y están vinculados a la industria de la hotelería y turismo.

Los hoteles en estudio están situados en un sector clave para el turista extranjero que gustan de nuestro Centro Histórico de Quito, además no solo por encontrarse cerca de mucha historia y con uno de los mejores paisajes, sino porque tienen la experiencia de encontrar lujo en edificaciones de la época colonial con alto valor patrimonial.

Dichas características hacen de estos establecimientos de alojamiento lugares llamativos y con oportunidades de crecimiento turístico y hotelero lo cual otorga al propietario la posibilidad de contar con un lugar único, cotizado y en continuo crecimiento. A pesar del desarrollo y las oportunidades que se pueden encontrar, en el sector de hospedaje hay una gran lucha no solo por sobrevivir, sino también por destacar, entre las edificaciones antiguas que se encuentran en el

Centro Histórico, existen hoteles que compiten a través de la renovación y han dado paso a los hoteles boutique. Es decir, el mercado en el Distrito Metropolitano de Quito es cada vez más competitivo por lo que sus dueños han optado por conocer nuevas alternativas que permitan conocer sobre la satisfacción del cliente para su posible fidelización.

Por lo que, para el éxito de los hoteles mencionados es necesario conocer que factores influyen para la satisfacción de los clientes y permita un correcto funcionamiento de los establecimientos de alojamiento, por lo que:

Kotler (2002) afirma que:

La satisfacción es función del desempeño percibido y de las expectativas, si el desempeño se queda corto ante las expectativas el cliente queda insatisfecho, si el desempeño coincide con las expectativas el cliente queda satisfecho, si el desempeño excede las expectativas el cliente queda muy satisfecho o encantado. (p.21)

Por lo tanto, la pregunta central del análisis es:

¿Qué causa satisfacción en los huéspedes en los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen según las encuestas realizadas?

Objetivos

General

Analizar el nivel de satisfacción de los huéspedes de los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen, para proponer un programa de mejoras a fin de incrementar su nivel de competitividad.

Específicos

- Determinar los parámetros de satisfacción del cliente para establecer aspectos a tomar en cuenta en los hoteles.

- Evaluar el nivel de satisfacción del cliente que ha beneficiado a los dos hoteles en estudio.
- Elaborar un plan de mejoras para el hotel Villa Colonna y Relicario del Carmen.

Antecedentes o marco referencial

Para abordar el tema de investigación fue necesario disponer de información relacionadas con la satisfacción del cliente, lo que permita contar con la mayor cantidad de orientación y experiencias sobre el tema, en este sentido nos apoyamos, en los siguientes estudios:

Millones (2010), en su trabajo de “Medición y Control del nivel de Satisfacción de los Clientes en un Supermercado”, cuyo objetivo fue evaluar o medir el grado de satisfacción actual de los clientes en los supermercados concluye que la empresa debería hacer un seguimiento continuo de control, identificando los distintos hechos que originan algún tipo de anomalía, para así, emplearlos en su beneficio, ya que hay factores de baja influencia como son la limpieza, el orden, que si bien ahora no significan un factor relevante, es porque los clientes asumen que ese servicio siempre debe ser bueno, por ello no le toman importancia, ni dejan que influya en los resultados. Pero en caso de ser defectuoso, se verá como su correlación aumenta ampliamente. La empresa ahora conoce los factores más relevantes de su servicio, por ello, debe procurar la utilización de sus recursos a éstos, sin descuidar los otros factores.

Moreno (2012), en su análisis “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce”, en referencia a la satisfacción de los clientes concluye que los clientes del restaurante están satisfechos con el servicio brindado, esto se evidencia en que el promedio de las dimensiones de la calidad es de 4.017 y el promedio obtenido en la pregunta de satisfacción general es de 4.44, puntajes que dentro del baremo de medición se ubican en el rango “alta calidad”.

Las dimensiones que presentan mayor desviación estándar; son intangibles, ello es un tema preocupante ya que son las más importantes para el cliente y un cambio brusco en alguno de ellas puede ser causa de insatisfacción. Los resultados arrojan que los clientes no llegan al nivel de sentir que están pagando un precio justo por lo recibido. Se debería hacer un pequeño ajuste con el objetivo de que los clientes lleguen a estar en un total acuerdo en este punto tan crucial.

Soto (2017), en su estudio “Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes con la calidad del servicio en el Hotel “Los Caneyes” de Santa Clara”. Su objetivo fue evaluar el nivel de satisfacción del cliente con relación a la calidad del servicio en el Hotel “Los Caneyes”, en el cual se determina que la satisfacción del cliente constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de una organización y analizarla ayuda a crear una cultura de mejora continua de la gestión y uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio es la satisfacción del cliente; y su resultado general depende de aspectos variables como la percepción del cliente y de la capacidad de la empresa de servicios por conocer y satisfacer sus necesidades, de ello depende en gran medida el éxito que pueda alcanzar la empresa en el mercado.

Sánchez (2008), realizó la investigación “Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del Hotel Bolívar Plaza de la ciudad de Armenia”, con el objetivo de determinar la satisfacción de los clientes del hotel en estudio con relación al servicio de habitaciones utilizando la metodología SERVQUAL, ”este método es conocido también como el modelo de discrepancias, y sugiere las distintas diferencias entre las expectativas y las percepciones que tienen los clientes de un servicio” (Díez, 2014, p.29). Los resultados de Sánchez (2008) indican que, los huéspedes se encuentran satisfechos un 82% con los elementos tangibles que tienen que ver con las instalaciones físicas y demás elementos visibles que soportan el servicio de habitaciones en especial con la limpieza, y que las insatisfacciones están relacionadas específicamente con la

iluminación de las habitaciones, la temperatura del agua de la ducha y sobre la cantidad de accesorios de higiene personal.

En *In Search of Excellent*, Peters y Waterman (como se citó en Dutka, 1998) otorgaron apoyo a las industrias que estaban inclinadas hacia la satisfacción del cliente, y afirman que:

Las primeras investigaciones acerca de la satisfacción del cliente señalaron que tanto los clientes satisfechos como los que no lo están influyen de manera decisiva sobre el desempeño básico de las empresas. A continuación, enumeramos tres de esas conclusiones:

- Cien clientes satisfechos producen 25 nuevos clientes.
- Por cada queja recibida existen 20 clientes que opinan lo mismo, pero no se molestan en presentar quejas.
- El coste de conseguir un nuevo cliente equivale a 5 veces el de mantener satisfecho al que ya está ganado.

Las cifras pueden diferir de una a otra empresa, pero el mensaje es claro: los clientes satisfechos mejoran el movimiento del negocio y los insatisfechos, lo empeoran. (p.16)

Marco teórico

Definición de Satisfacción del cliente

Kotler (1996) señala que “Satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento, o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas” (p.40).

Carrasco (2017), indica que “La satisfacción es la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus exigencias” (p.148).

Kotler & Armstrong (2001) afirman que “La satisfacción de los clientes depende del desempeño percibido de un producto en la entrega de valor, en relación con las expectativas del comprador” (p.7).

Kotler & Keller (2012) señalan que “La satisfacción refleja un juicio que una persona se hace del rendimiento percibido de un producto en relación con las expectativas” (p.11).

Ildefonso (2005) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene con las expectativas que tenía de recibirlos;

Satisfacción = Percepciones – Expectativas” (p.345).

La satisfacción del cliente en el área empresarial

Poder analizar de cerca que causa la satisfacción a los clientes es importante para las empresas ya que podrán tener beneficios que contribuyan a su crecimiento, en este sentido:

La satisfacción del cliente es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones empresariales de todo el mundo. Cada vez más los consumidores exigen que los productos satisfagan y aun excedan sus expectativas, la investigación de la satisfacción del cliente pone el acento en dos temas clave: comprender las expectativas y exigencias del cliente y determinar en qué medida una empresa y sus principales consumidores tienen éxito en la satisfacción de esas expectativas y exigencias. (Dutka, 1998, p.9)

Por ello, para poder superar las expectativas de los consumidores es importante conocer que todo cliente o usuario tiene tres tipos de necesidades a satisfacer:

-Aquellas fácilmente explicitables y que constituirán las necesidades **objetivas**, lo lógico para el cliente,

-Otras se refieren a aquellos elementos **implícitos** que no se especifican por su propia evidencia; son aquellas necesidades que sin lugar a duda el cliente espera ver satisfechas pero no siente la necesidad de mencionarlas,

-El tercer grupo se refiere a las **expectativas** que son subjetivas y que determinarán en gran medida la percepción por el cliente de la calidad del servicio recibido, ya que necesitará satisfacerlas. (Pérez, 1994, p.91)

Kotler (2002) afirma que:

Un cliente muy satisfecho se mantiene leal más tiempo, compra más, habla favorablemente acerca de la empresa y sus productos, presta menos atención a la competencia y es menos sensible al precio, ofrece ideas de producto o servicio y cuesta menos atenderlo que a un cliente nuevo porque las transacciones se vuelven rutinarias. Por tanto, a una empresa le conviene medir la satisfacción de los clientes con regularidad y tratar de exceder las expectativas de los clientes, no sólo igualarlas. (p.27)

Continuando con la línea, para el éxito de una empresa en cuanto a satisfacción basada en las expectativas del consumidor, Gosso (2008) afirma que:

La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizado ninguna emoción positiva en el cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto, si el resultado es negativo, el cliente experimentará un estado emocional de insatisfacción, En este caso, al no lograr un desempeño satisfactorio la empresa tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el servicio, compensar al cliente, neutralizar comentarios negativos y levantar la moral del personal. En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus

expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implicará que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente. (p.77)

Marco conceptual

- **SATISFACCIÓN:** Para Kotler (2002) la satisfacción “se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas” (p.21).
- **CLIENTE:** “es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (Bastos, 2006, p.2).
- **EXPECTATIVAS:** “deseos u necesidades de los clientes; es decir, lo que ellos piensan que debería suministrarles la oferta y no lo que podría suministrarles” (Christopher, Payne y Ballantyne, 1994, p.140).
- **PERCEPCIÓN:** “es un proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo” (Kanuk y Schiffman, 2005, p.158).

Marco metodológico

El análisis de la presente disertación se abordará desde el punto de vista de la experiencia post compra, para lo cual se utilizará el método de investigación cuantitativo cuya herramienta serán las encuestas, estas serán dirigidas a los huéspedes del Hotel Villa Colonna y a los huéspedes del Hotel el Relicario del Carmen para poder recolectar datos específicos que nos permita comparar el nivel de satisfacción de los dos hoteles.

Para el hotel Villa del Carmen también se utilizará el método cualitativo cuya herramienta será de observación y entrevistas a los huéspedes, cuyo fin permita determinar efectos importantes del tema central de la disertación en el área de estudio de manera sencilla y directa.

El propósito de realizar las encuestas es poder indagar y profundizar en las percepciones de cada uno de los clientes, para después compararlas con sus expectativas y así determinar el nivel de satisfacción en el área de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento.

Dentro de los enfoques de investigación se tomará como enfoque principal a modelo de Kotler (1996), ya que este nos permite conocer la satisfacción del cliente a través de lo que se ha percibido y sobre las expectativas de un producto o servicio;

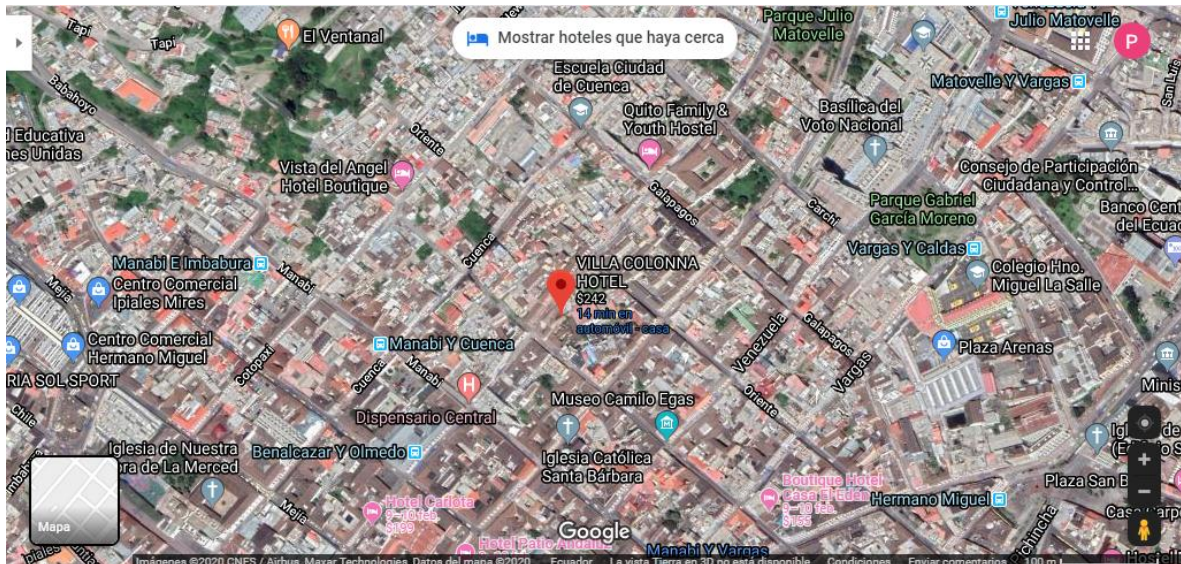
Rendimiento Percibido – expectativas = nivel de satisfacción

Técnica

Para este fin se propone realizar el levantamiento de datos mediante la aplicación de encuestas, ya que esta técnica nos permite recolectar información de primera mano con respecto a la satisfacción de los huéspedes del hotel Relicario del Carmen y adicional observación en el hotel Villa Colonna, las encuestas serán diseñadas con base en percepciones y expectativas de los clientes sobre las habitaciones, las mismas que se desarrollarán en base a un cuestionario.

INFORMACIÓN GENERAL DE LOS HOTELES VILLA COLONNA Y EL RELICARIO DEL CARMEN

El hotel Villa Colonna se encuentra ubicada en el Centro Histórico de Quito en un edificio de estilo colonial, en las calles Sebastián de Benalcázar 1128 y Esmeraldas a 500 metros de la Basílica del Voto Nacional y a 600 metros de la Plaza de la Independencia.



Fuente: Google maps-2020

Fecha: 10/02/2020

Fabrice Widmer (ver anexo 1), de origen suizo, es el administrador y dueño del hotel Villa Colonna, adquirió la propiedad lujosa a finales del año 2018, nos contó una breve reseña histórica de la casa, en el año 2011 fue tan solo un pequeño hostel, en los años 2012 a 2016 este paso pasó

a formar parte de la embajada de Turquía y posteriormente lo adquirieron Debra Garrett y su esposo, quienes realizaron importantes intervenciones arquitectónicas durante este período.

Finalmente, la casa abrió sus puertas por primera vez en junio del 2017 pero oficialmente su primera reservación y primer huésped fue en septiembre del mismo año.

FRENTE EXTERIOR



Lugar: Hotel Villa Colonna
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse

1.3. Situación actual de los Hotel Villa Colonna

Fabrice Widmer, señala que el target es únicamente extranjero como: europeos, norte americanos, canadienses.

El establecimiento cuenta con 6 lujosas suites insonorizadas y equipadas, algunas cuentan con:

- Chimenea
- Sala de estar

- Sofá e hidromasaje
- Mini-bar

El desayuno está incluido en las tarifas de las habitaciones las cuales se muestran a continuación:

TIPO DE HABITACIÓN	TARIFAS	OTAS
Suites	\$242	\$242
TARIFA PROMEDIO	\$242	\$242

Fuente: Hotel Villa Colonna
 Autora: Paola Buse

También cuenta con los siguientes servicios:

- Terraza, la cual es de uso exclusivo para el huésped
- Patio interior
- Zona de estar
- Tours de todo tipo dentro y fuera de la ciudad exclusiva para huéspedes.

Fabrice Widmer, el propietario de la casa menciona que el concepto del hotel es maison d'hôtel (casa de huéspedes) motivo por el cual el servicio es diferente a otros lugares, el lugar no cuenta con área de recepción ni restaurante, y su dueño es quien se encarga de recibirlos y hacerlos sentir a los huéspedes como en casa, aquí laboran 6 personas con estudios y experiencia en hotelería y gastronomía, para la gestión de reservas tienen un sistema propio, adicional Fabrice comenta que la satisfacción del cliente se refleja en la calificación dada en Booking de 9.9, y esto se debe al trabajo en conjunto, y algo que resalta su propietario, **la buena comunicación** entre dueño-empleados y por ende empresa-clientes (ver anexo 2).

PATIO INTERIOR



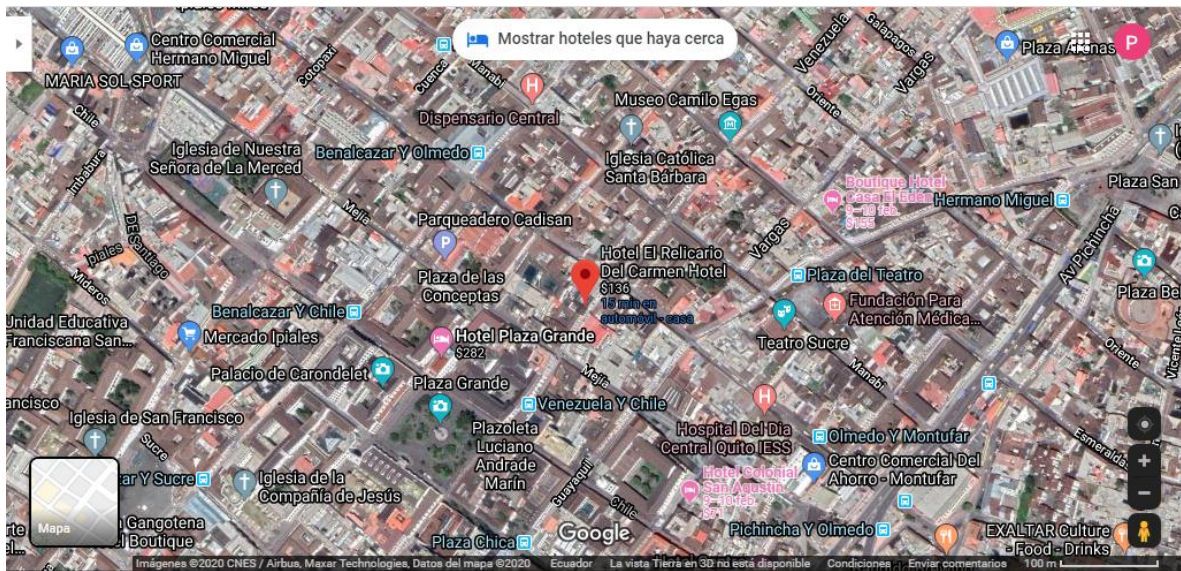
Lugar: Hotel Villa Colonna
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse



Lugar: Hotel Villa Colonna
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse

1.4. Localización hotel El Relicario del Carmen

Se encuentra localizado en el centro del Distrito Metropolitano de Quito, en la calle Venezuela 1041 y Olmedo, a una cuadra de la Plaza de la Independencia y el Palacio Presidencial. Los dos establecimientos de alojamiento se encuentran cerca de varios museos, iglesias y monumentos, opciones interesantes para el turista.



Fuente: Google maps-2020

Fecha: 10/02/2020

1.5. Historia del hotel El Relicario del Carmen

La historia que envuelve a El Relicario del Carmen. En 1723, esta casa perteneció a un chapetón, Antonio Fernández Salvador. Después fue el sitio de encuentro de ilustres, donde surgieron historias de amor y matrimonios.

Antonio José de Sucre, Juan José Flores, entre otros, visitaron la casa para desposar a las hijas de los nuevos dueños: Antonio Jijón y Mariana Vivanco. En 1880, la casa pertenecía a Francisco de Paula Salvador de la Barrera. Hace 15 años, un grupo de socios compró la edificación y la recuperó. Entonces, se conservaron la estructura, los materiales y objetos antiguos. Empezó a operar en mayo del 2006. (Diario El Comercio, 2010)

FRENTE EXTERIOR



Lugar: Hotel El Relicario del Carmen

Fecha: 31/01/2020

Autora: Paola Buse

1.6. Situación actual de El Hotel Relicario del Carmen

Información brindada por el hotel Relicario del Carmen (ver anexos 3 y 4), sus propietarios son la Dra. Jessica Salvador y su esposo Hans Vila. Aquí trabajan personas, unas con poca experiencia y otras de manera empírica, a pesar de no contar con estudios en el campo hotelero ni gastronómico, son personas que han aprendiendo sus labores y aplican su conocimiento conforme han adquirido y tratan de aplicarlo de mejor manera en el hotel.

El hotel consta de 18 habitaciones cuyas habitaciones y los precios se establecen en:

TIPO DE HABITACIÓN	TARIFAS	OTAS
Simple	\$85	\$105
Doble	\$102	\$132
Triple	\$126	\$172
TARIFA PROMEDIO	\$104.33	\$136.33

Fuente: Hotel Relicario del Carmen
Autora: Paola Buse

Las habitaciones están equipadas con lo mejor para brindar un servicio de primera, con los siguientes servicios:

- Habitaciones con baño privado.
- Internet Wifi.
- Caja de seguridad
- Restaurante (sólo bajo pedido)
- Servicio de lavado y Planchado
- Recepción las 24 horas
- Teléfono con acceso internacional directo
- Mini bar

INTERIOR



Lugar: Hotel El Relicario del Carmen
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse



Lugar: Hotel El Relicario del Carmen
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse



Lugar: Hotel El Relicario del Carmen
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse



Lugar: Hotel El Relicario del Carmen
Fecha: 31/01/2020
Autora: Paola Buse

CAPÍTULO II

PERFIL DEL CLIENTE

El perfil del cliente va más allá de suponer sobre el comprador, por lo que se hace importante conocer de primera mano datos como: demografía, geografía y psicografía que nos permite conocer el perfil del cliente de los hoteles Villa Colonna y Relicario del Carmen.

Demografía: “Son ciertas características socioeconómicas utilizadas para identificar a la gente. Los datos sobre edad, sexo, ocupación, estado civil, hijos e ingresos son importantes para predecir los hábitos de compra” (Bacon, 1992, p.81).

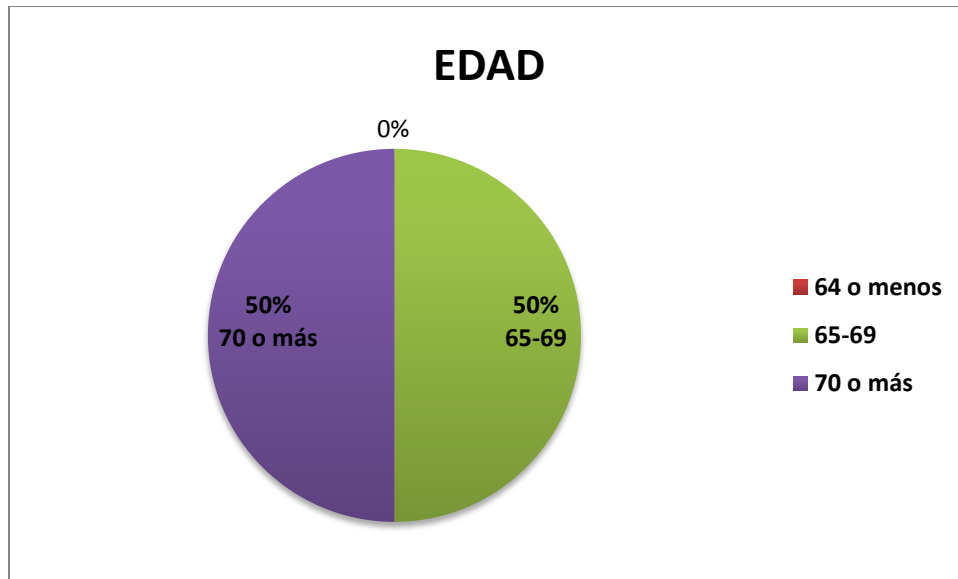
Geografía: La información que se encuentran al analizar un determinado grupo permite conocer los ingresos que perciben.

Esto significa que, el lugar donde viven los clientes es decisivo por diversas razones. Los minoristas pueden considerarlo el factor más importante. El lugar donde vive la gente también indica varias cosas, porque la gente similar suele vivir en el mismo vecindario, cuyos datos permiten realizar supuestos sobre los ingresos anuales. (Bacon, 1992, p.81)

Psicografía: “Las personas con características demográficas similares pueden tener distintos estilos de vida que las transforman en distintos tipos de consumidores, La psicografía describe los hábitos, actividades, intereses, actitudes y patrones de conducta de una persona” (Bacon, 1992, p.81).

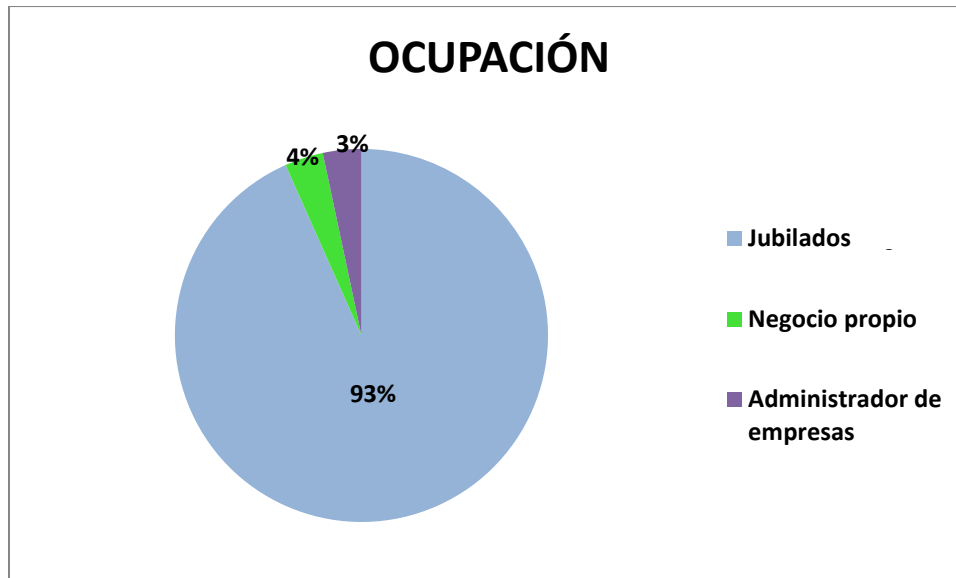
2.1. Análisis del perfil del cliente del hotel Villa Colonna

En el modelo de encuesta (ver anexo 5 y 6) en el Hotel Villa Colonna en el mes de febrero del 2020, con el objetivo de conocer el perfil de los clientes, sus gustos y preferencias. Los datos se muestran a continuación:



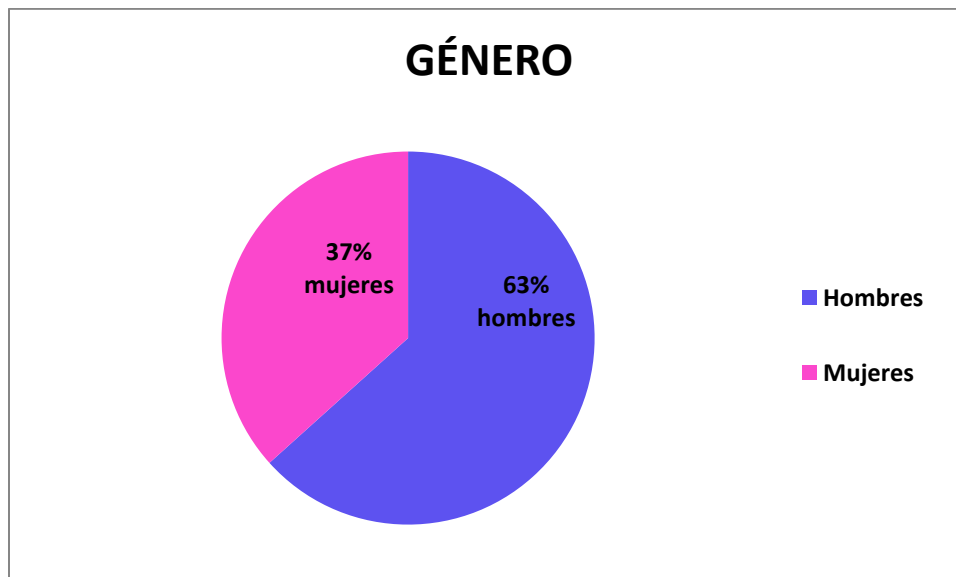
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

Del total de los encuestados en el hotel Villa Colonna, el 50% tienen una edad promedio de 65-69 años. El otro 50% son mayores de 70 años.



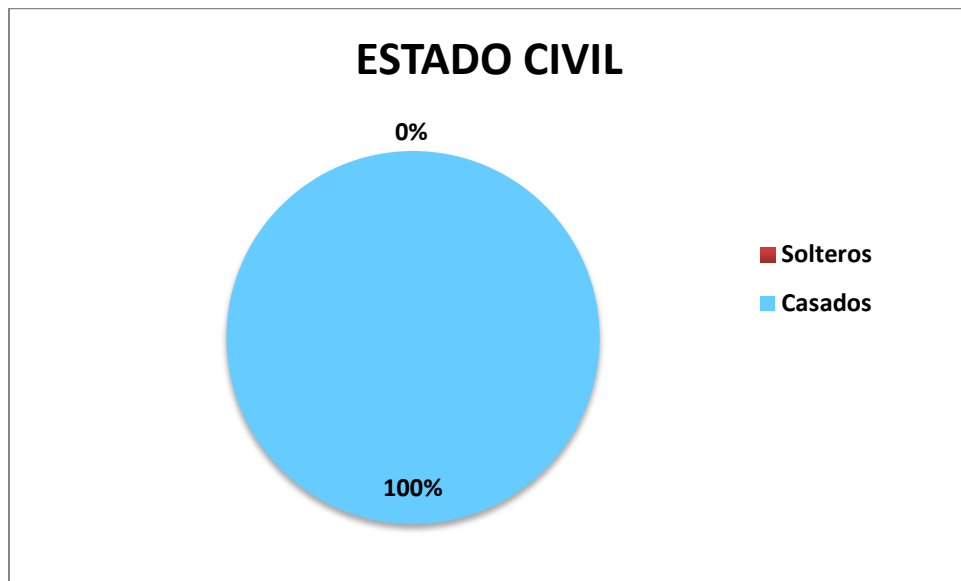
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 93% del segmento que se hospeda en el hotel Villa Colonna son jubilados, seguidos de un 4% que tienen negocio propio, seguido de cerca con un 3% administrador de empresas.



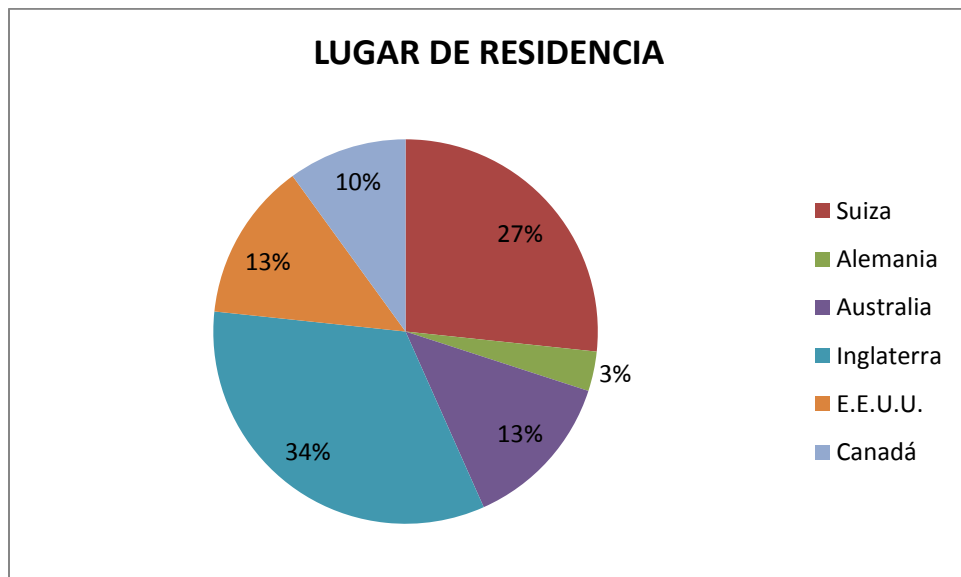
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

En un total de 30 encuestados el 37% pertenece a 11 mujeres y el 63% pertenece a 19 hombres.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El mercado predominante es 100% casados.

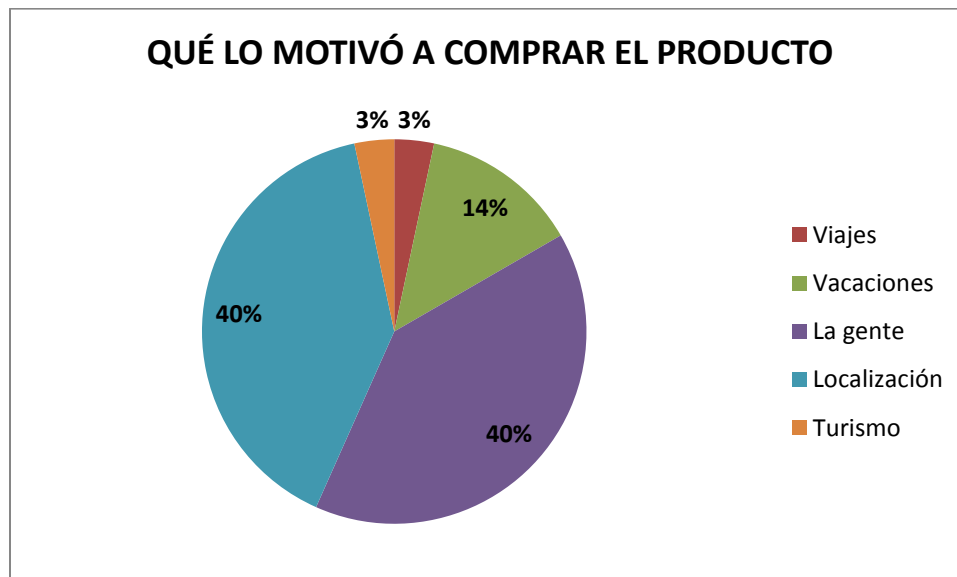


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 34% de los huéspedes residen en Inglaterra, el 27% son de Suiza, el 13% son de Australia. El 13% son de Estados Unidos, el 10% de Canadá y el 3% de Alemania.

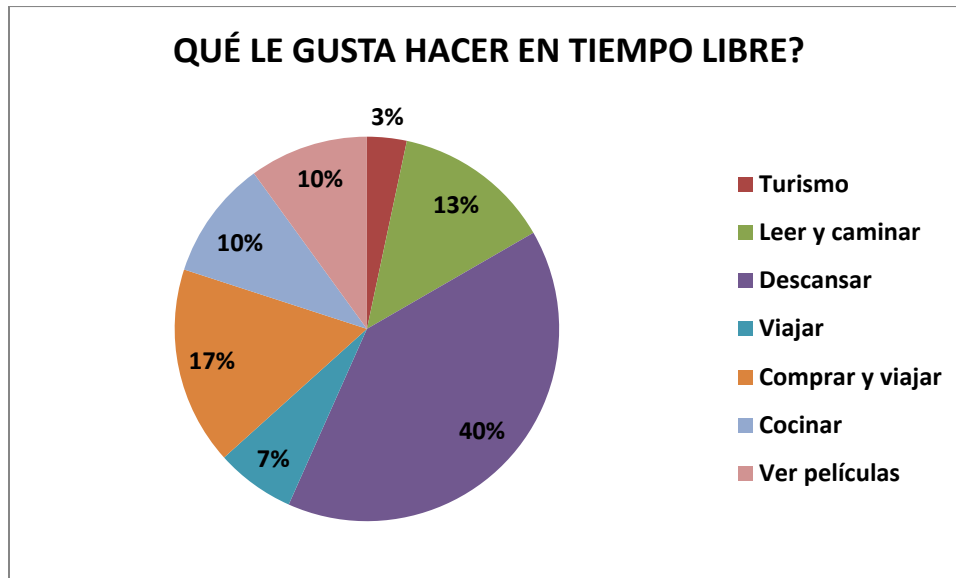
ESTILO DE VIDA

Son personas que tienen hábitos saludables, siguen una dieta saludable y equilibrada, controlan su peso, disminuyen el consumo de sal, realizan actividad física regularmente, duermen mínimo 7 horas, intentan disminuir el estrés, evitan el consumo del tabaco y a trabajan en su bienestar emocional.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 40% de los huéspedes le motivó a comprar el producto la gente. Otro 40% escogió el hotel por su ubicación en el centro histórico, el 14% por vacaciones, el 3% por realizar un viaje y el 3% por hacer turismo.

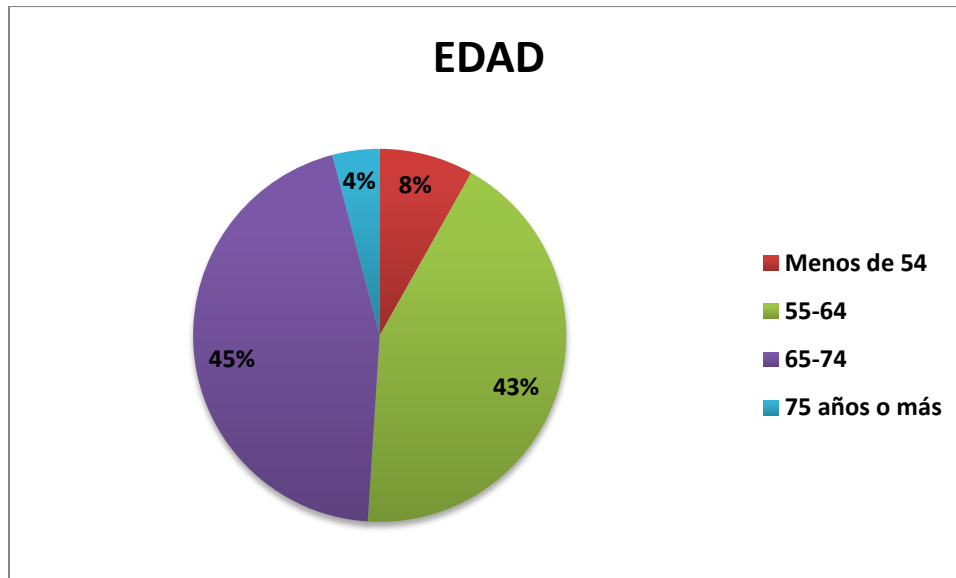


Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

El 40% de los huéspedes en su tiempo libre les gusta descansar, un 17% comprar y viajar, un 13% leer y caminar, un 10% ver películas, un 10% cocinar, un 7 % viajar y un 3% gusta del turismo.

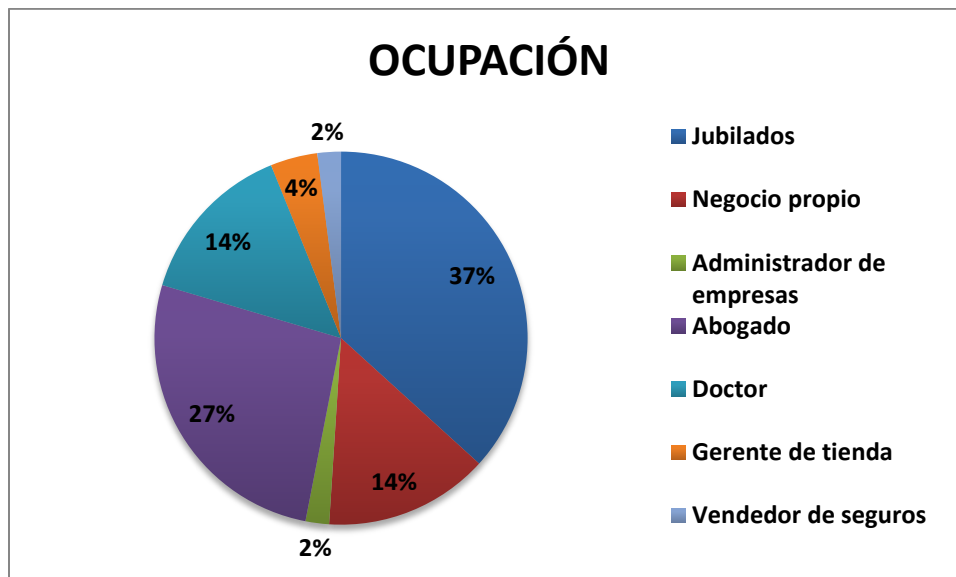
2.2. Análisis del perfil del cliente del hotel El Relicario del Carmen

En el modelo de encuesta (ver anexo 5 y 6) en el Hotel en el mes de febrero del 2020, con el objetivo de conocer el perfil de los clientes, sus gustos y preferencias. Los datos se muestran a continuación:



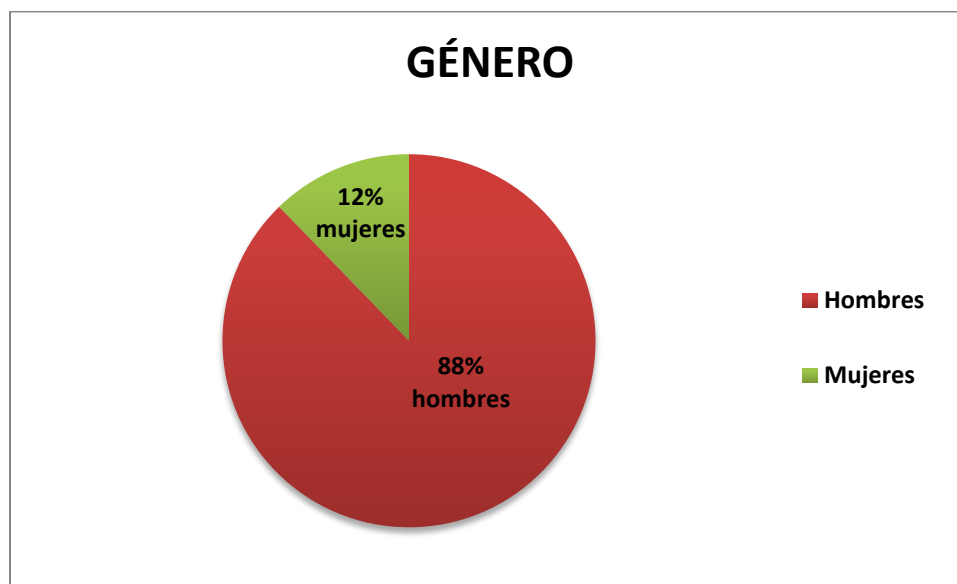
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

Del total de los encuestados en el hotel El Relicario del Carmen, el 8% tiene menos de 54 años, el 43% tienen una edad promedio de 55-64 años, el 45% tienen una edad promedio de 65-74 años. El otro 4% son mayores de 75 años.



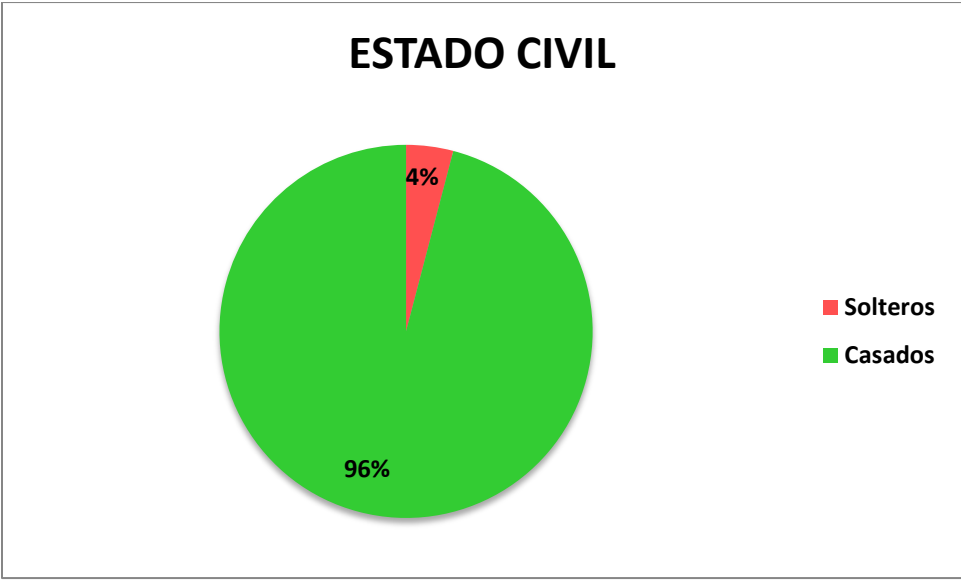
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

El 37% del segmento que se hospeda en el hotel El Relicario del Carmen son jubilados, el 27% son abogados, el 14% tienen negocio propio, el 14% son doctores, el 4% pertenece a gerente de tienda, el 2% administrador de empresas y el 2% vendedor de seguros.



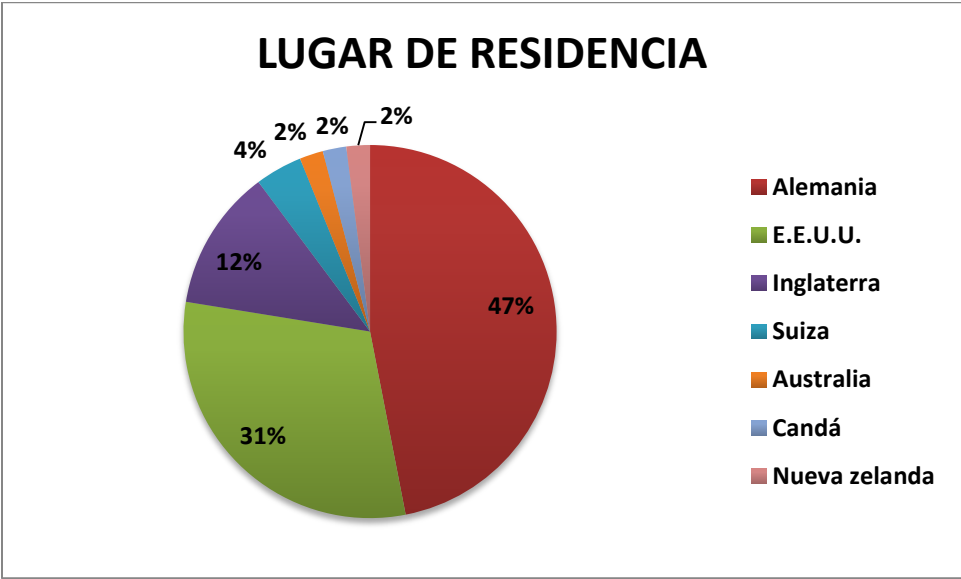
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

En un total de 49 encuestados el 12% pertenece a 6 mujeres y el 88% pertenece a 43 hombres.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

En su mayoría el 96% son casados y un 4% son solteros.

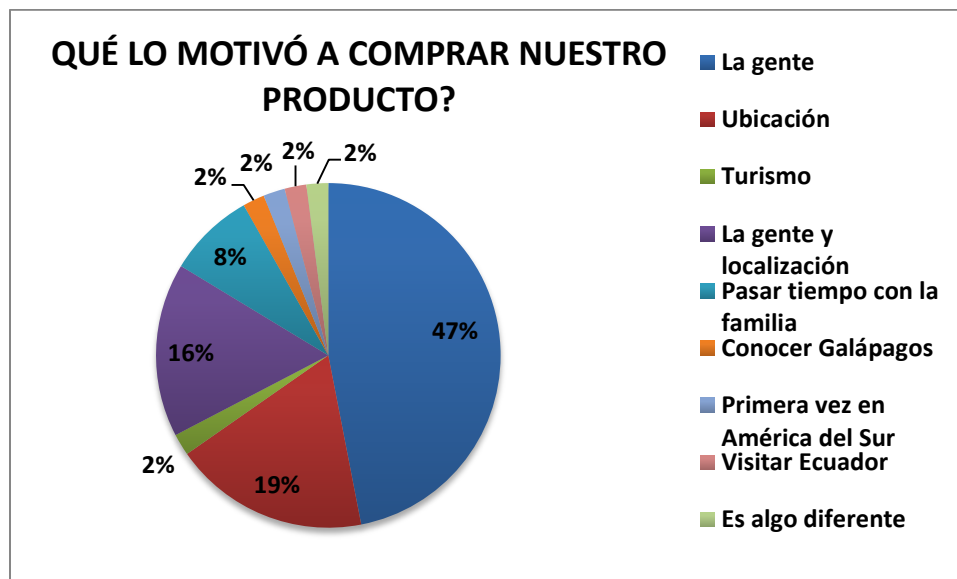


Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

El 47% de los huéspedes residen en Alemania, el 31% son de Estados Unidos, el 12% son de Inglaterra. El 4% son de Suiza, el 2% de Australia, el 2% de Canadá y el 2% de Nueva Zelanda.

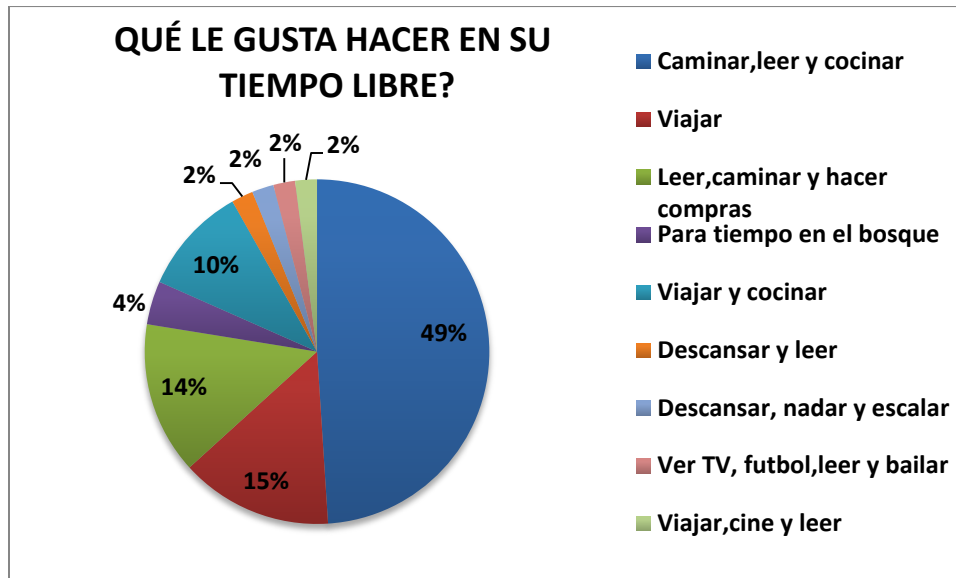
ESTILO DE VIDA

Son personas con estilo de vida saludable, siguen una dieta saludable y equilibrada, controlan su peso, disminuyen el consumo de sal, realizan actividad física regularmente, duermen las horas suficientes, evitan el consumo de tabaco, intentan disminuir el estrés y tiene una mente sana.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

El 47% de los huéspedes le motivó a comprar el producto la gente. El 19% escogió el hotel por su ubicación en el centro histórico, el 16% por la gente y su localización, el 8% por pasar tiempo con la familia, el 2% por turismo, el 2% por conocer Galápagos, el 2% por ser primera vez en América del Sur, el 2% visitar Ecuador y el 2% porque es algo diferente.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Paola Buse

El 49% de los huéspedes en su tiempo libre les gusta caminar, leer y cocinar, el 15% les gusta viajar, el 14% leer, caminar y hacer compras, el 10% viajar y cocinar, el 4% le gusta pasar tiempo en el bosque, el 2% descansar y leer, el 2% descansar, nadar y escalar, el 2% ver televisión, futbol, leer y bailar y el 2% viajar, cine y leer.

CAPÍTULO III

MODELOS PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

3.1. Modelo de Kotler

Según Kotler (1996) indica que la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

$\text{Rendimiento percibido} - \text{expectativas} = \text{nivel de satisfacción}$

1. El Rendimiento Percibido: Es el resultado que el cliente ha podido percibir sobre el producto o servicio que compró, de aquí las siguientes características:

- Los resultados se basan en lo que el cliente consigue del producto o servicio.
- No necesariamente se basa en la realidad, sino en las percepciones del cliente.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Son las ideas que el cliente tiene según su estado de ánimo.

2. Las Expectativas: Son las ilusiones que los clientes tienen por conseguir algo, esta son producto del efecto de las siguientes posturas:

- Fundamentada en experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares y conocidos.
- Promesas que ofrecen otras empresas.

Los índices de satisfacción del cliente pueden ser porque las expectativas de los clientes son muy altas y al no cumplirlas o llenarlas los clientes se sentirán decepcionados, pero si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes, y no por esto indica una baja calidad de los productos o servicios.

Entonces se hace necesario controlar "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si las expectativas se encuentran dentro de lo que la empresa puede facilitar.
- Si estas son iguales, se encuentran por debajo o están encima de las expectativas que produce la competencia.
- Si concuerda con lo que el cliente promedio espera, para decidirse a comprar.

3. Los Niveles de Satisfacción: Una vez que la compra han adquirido un producto o servicio, los clientes pasan por uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el rendimiento o resultado no logra alcanzar las expectativas que tiene el cliente.
- Satisfacción: Este se obtiene cuando el rendimiento o resultado son similares con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Ocurre cuando el rendimiento o resultado sobrepasa las expectativas del cliente.

Con esto se puede concluir que según el nivel de satisfacción del cliente, se conoce el grado de lealtad que tendrá el cliente hacia una determinada marca o empresa, pues un cliente que se encuentre insatisfecho cambiará rápidamente de marca o proveedor de forma inmediata. Por otro lado, el cliente que se encuentre satisfecho será leal a la marca o producto; pero esto ocurrirá solo hasta que el cliente encuentre una mejor oferta en el mercado o un mejor proveedor. Finalmente, el cliente complacido será incondicionalmente leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente una preferencia racional.

En conclusión, las empresas que están interesadas en sus clientes buscan poder complacerlos mediante respuestas rápidas y promesas que pueden cumplir para no tener que decepcionarlos.

3.2. Modelo cognitivo

Otros modelos se han desarrollado con el propósito de medir la satisfacción de los clientes en los que intervienen varios factores son los modelos cognitivos y modelos afectivo-cognitivos.

Los modelos cognitivos estudian al ser humano desde la óptica del procesamiento de información. Bajo este enfoque, se entiende la satisfacción como una evaluación de carácter cognitivo, es decir, se parte de la concepción del cliente como un ser racional que analiza los diferentes aspectos y características de un bien o servicio y los evalúa. (González et al., 2010, p.27)

Oliver, (como se citó en Rial y Varela, 2007), quien es el mayor exponente del modelo cognitivo “propone que los sujetos procesan racionalmente la situación compra/venta, partir de lo que se genera la satisfacción o insatisfacción” (p.90).

Howard y Sheth, (como se citó en Rial y Varela, 2007), se centraron en el componente cognitivo y definieron la satisfacción como “el estado cognitivo del comprador respecto a la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida frente al sacrificio efectuado” (p.90).

3.3. Modelo afectivo cognitivo

“En los modelos afectivos-cognitivos se parte de la base de que las personas no actúan siempre de forma tan racional, sino que en sus decisiones y evaluaciones intervienen, además de la utilidad, las emociones experimentadas” (González et al., 2010, p.27).

El modelo afecto cognitivo, representado por Westbrook y Reilly, (como se citó en Rial y Varela, 2007), introducen en el concepto de satisfacción la importancia de los elementos afectivos o emocionales, por lo que la satisfacción “es una respuesta emocional a las experiencias proporcionadas por, o asociaciones con, un producto o servicio, un comercio o incluso patrones de comportamiento más generales como el acto de comprar o el lugar de la compra” (p.91).

3.4. El modelo ACSI (American Customer Satisfaction Index)

Continuando con la idea de modelos para la medición de la satisfacción, aparece la estrecha relación de la calidad del servicio, percepción y expectativas, la cual está definida por el Modelo ACSI (American Customer Satisfaction Index).

Los elementos de este modelo son cinco: las expectativas del cliente, calidad percibida, valor percibido, las quejas del cliente y su fidelidad.

1. Expectativas del cliente: lo que el cliente espera recibir del producto o servicio de la empresa.
2. Calidad percibida: opinión personal del cliente del producto o servicio.
3. Valor percibido: relación entre el precio que se paga por la calidad que se ha obtenido.
4. Quejas del cliente: descontento que expresa el cliente sobre el producto o servicio brindado.
5. Fidelidad del cliente: es un acto repetitivo de cliente con una empresa si este ha quedado satisfecho (Carrasco, 2017).

3.5. Modelo Servqual

Para medir la satisfacción este modelo determina que la calidad del servicio se apoya en la variedad existente entre las percepciones que tuvieron los clientes una vez realizado el uso del servicio y las expectativas que tenía antes de experimentarlo (Fernández, 2014).

3.6. Modelo Servperf

El modelo Servperf para realiza la medición de la satisfacción del cliente toma en cuenta solo las percepciones de los clientes mas no a las expectativas ya que estas pueden cambiar el trayecto de la producción del servicio (Fernández, 2014).

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.1. Creación y estructura de las encuestas

Para la elaboración de la encuesta se utilizó la metodología de Kotler, que indica que la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. Rendimiento percibido (excelente, bueno, regular, malo).
2. Expectativas (elevadas, moderadas, bajas).
3. Nivel de satisfacción (insatisfacción, satisfacción y complacencia).

Ver Anexos 5 y 6

4.2. Población y tamaño de muestra

Para identificar cuantitativamente el nivel de satisfacción de los hoteles Villa Colonna y Relicario del Carmen, es necesario recolectar información de un grupo de personas vinculadas al objeto de estudio.

Por lo que, de acuerdo con información proporcionada por el administrador del hotel El Relicario del Carmen, Sr. Hugo Calataxi, con una ocupación del 50% el hotel ha registrado un ingreso de 59 turistas durante el mes de febrero del 2019, tomando en cuenta que el establecimiento posee 18 habitaciones.

Acorde con información proporcionada por el administrador del hotel Villa Colonna, Sr Fabrice Widmer, el hotel tiene una ocupación del 70% por lo que el ingreso de huéspedes al hotel en el mes de febrero del año 2019 fueron 30 turistas, tomando en cuenta que el establecimiento posee 6 suites.

Como datos referenciales se tomarán al mes de febrero, considerado el mes de temporada baja, a los 30 turistas que es el número de encuestas a realizar en Villa Colonna y el dato de la muestra del hotel Relicario del Carmen.

El estudio está elaborado en febrero 2020, por tanto se toma los datos históricos del mismo mes para calcular los elementos muestrales.

Al aplicar la fórmula de la muestra en el hotel Relicario del Carmen con un universo conocido, se tiene el tamaño adecuado de la muestra:

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

Simbología

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confiabilidad 90% (1,64)

p= probabilidad de ocurrencia (50%)

q= probabilidad de no ocurrencia (50%)

N= tamaño de la población

e= error de la muestra (5%)

Desarrollo:

Población total en Hotel Relicario del Carmen: 59 huéspedes

$$n = \frac{(1,64)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 59}{(0,05)^2(59 - 1) + (1,64)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{39,6716}{0,8174}$$

$$n = 49$$

Total de número de elementos muestrales a realizar = 49

4.3. Análisis y resultados de datos

4.3.1. Hotel Villa Colonna.

Después de realizar las 30 encuestas se realizó el levantamiento de información, a continuación se explica los resultados de cada pregunta.

Rendimiento Percibido

Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 3 al 10, según los valores:

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

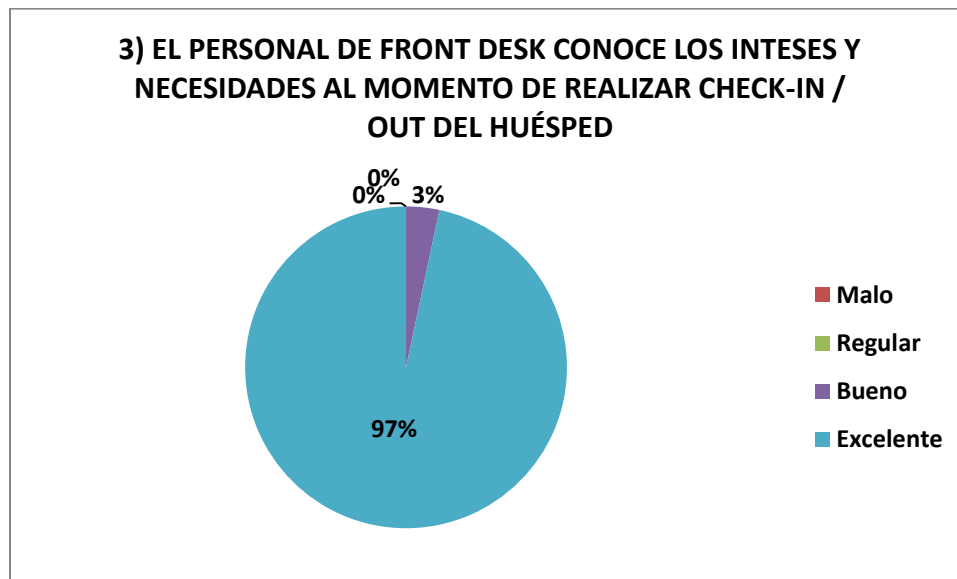
El 100% de los huéspedes perciben que el personal del hotel ha solucionado satisfactoriamente las quejas.

2) EN EL RESTAURANTE DEL HOTEL SE BRINDA EL SERVICIO QUE USTED ESPERA

Pregunta sin calificar ya que el hotel no posee restaurante debido a su concepto maison d'hôtel (casa de huéspedes).

El huésped comenta que en el hotel solo se sirve desayunos delicioso y succulento y es servido a la hora que ellos lo soliciten.

Fabrice, su administrador, también prepara comida para los huéspedes si así lo solicitan, y ellos aunque saben que están en el extranjero se sienten como en casa.

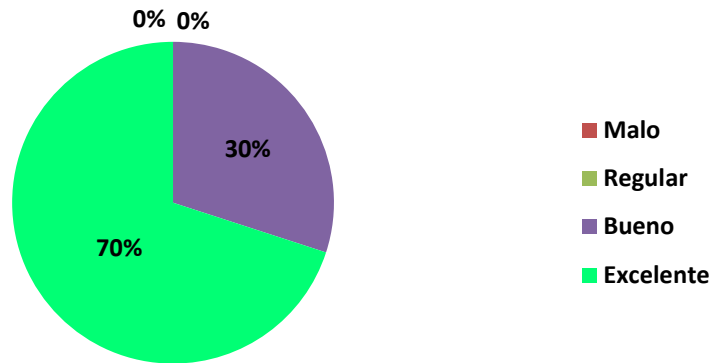


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 97% de los huéspedes percibieron que el personal de Front Desk conoce los intereses y necesidades que tienen al momento de hacer su check-in/out y lo calificaron como excelente, el 3% dice que es bueno.

En el hotel Villa Collona se brinda un servicio diferente, es una casa de huéspedes, por lo que no cuenta con área de recepción, su propietario es quien se encarga de darles la bienvenida.

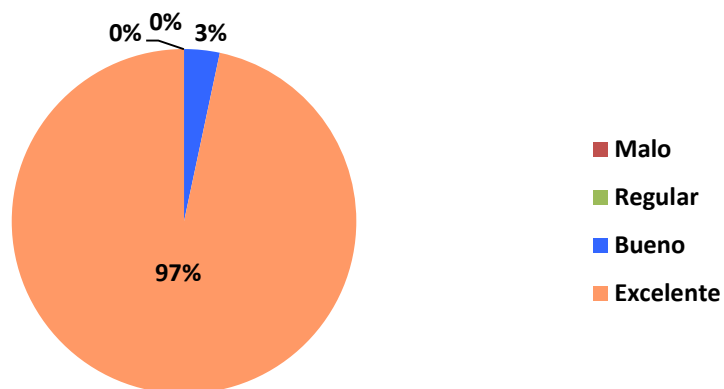
**4) SE SIENTE SEGURO EN PEDIR INFORMACIÓN AL
PERSONAL QUE LABORA EN EL HOTEL DE SITIOS
TURÍSTICOS PARA VISITAR**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 70% de los huéspedes se sienten seguros de pedir información al personal del hotel para visitar diferentes lugares turísticos y lo cual es excelente, y el 30% dice que es bueno.

**5) LAS HABITACIONES SON CÓMODAS Y
CUMPLEN CON LO ESPERADO**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 97% de los huéspedes calificaron como excelente a las habitaciones ya que son cómodas y cumplen con lo esperado, el 3% dicen que es bueno.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 100% de los huéspedes dicen que es excelente el hotel en cuanto a prestación de su servicio en comparación con otros hoteles.

Expectativas

Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 1 al 3, según los valores:

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

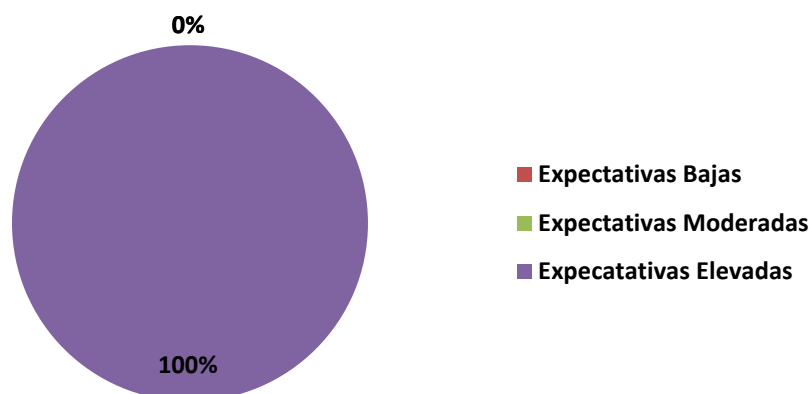
El 100% de los huéspedes dicen que sus expectativas fueron elevadas, las habitaciones y sus servicios prestados en el hotel fueron de completa satisfacción.

8) EL SERVICIO QUE SE BRINDA EN EL RESTAURANTE DEL HOTEL SE ADAPTA A SUS NECESIDADES COMO CLIENTE

Pregunta sin calificar ya que el hotel no posee restaurante debido a su concepto maison d'hôtel.

En el hotel Villa Collona se brinda un servicio diferente, es una casa de huéspedes, y su propietario señala que su concepto lo diferencia del resto de los hoteles, y los huéspedes no tienen inconvenientes ante esto.

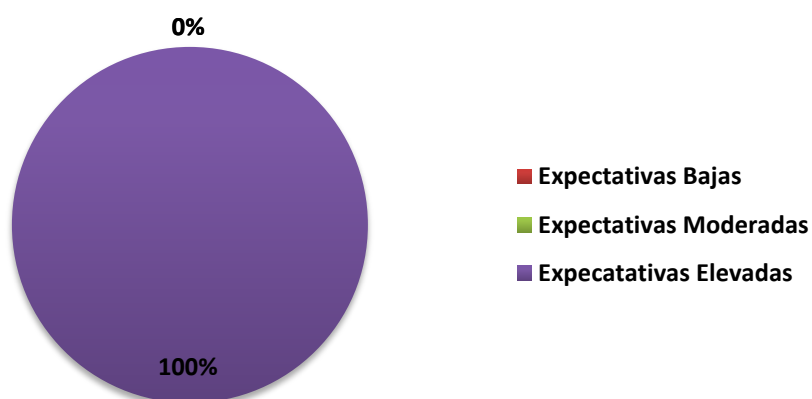
**9) EL PERSONAL DE FRONT DESK DEL HOTEL ES CLARO
EN LAS EXPLICACIONES O INFORMACIONES DADAS**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 100% de los huéspedes tuvieron expectativas elevadas a las cuales fueron satisfechas por parte del personal de front desk en cuanto a las explicaciones o información dada.

**10) EL PERSONAL DEL HOTEL POSEE LOS
CONOCIMIENTOS ACERCA DE LOS SERVICIOS PRESTADOS**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 100% de los huéspedes dijo que sus expectativas fueron elevadas ya que el personal del hotel conoce sobre los servicios que se prestan allí.

4.3.2. Hotel El Relicario del Carmen.

Después de realizar las 49 encuestas se realizó el levantamiento de información, a continuación se explica los resultados de cada pregunta.

Rendimiento Percibido

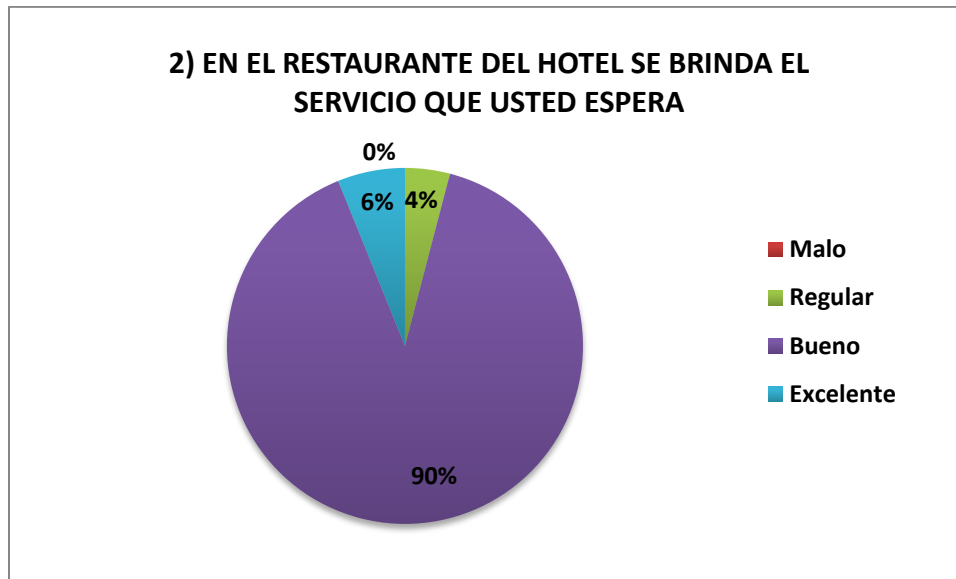
Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 3 al 10, según los valores:

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

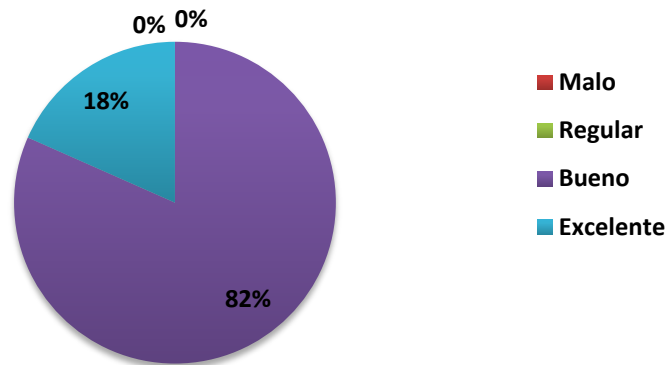
En su mayoría el 90% de los huéspedes perciben como excelente el personal del hotel ya que han solucionado satisfactoriamente las quejas, el 10% lo percibe como bueno.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 90% dice que es bueno el restaurante del hotel, el 6% que es excelente y el 4% dice que es regular.

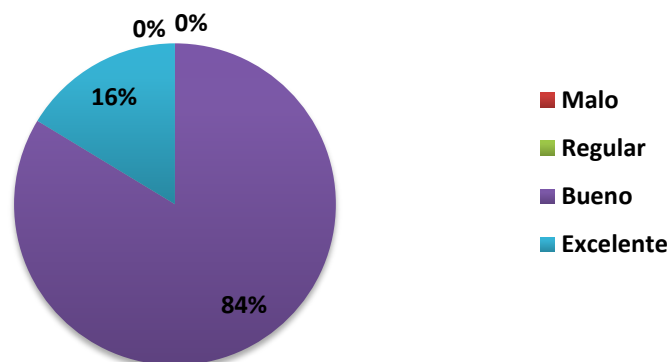
3) EL PERSONAL DE FRONT DESK CONOCE LOS INTERESES Y NECESIDADES AL MOMENTO DE REALIZAR CHECK-IN Y CHECK-OUT DEL HUÉSPED



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

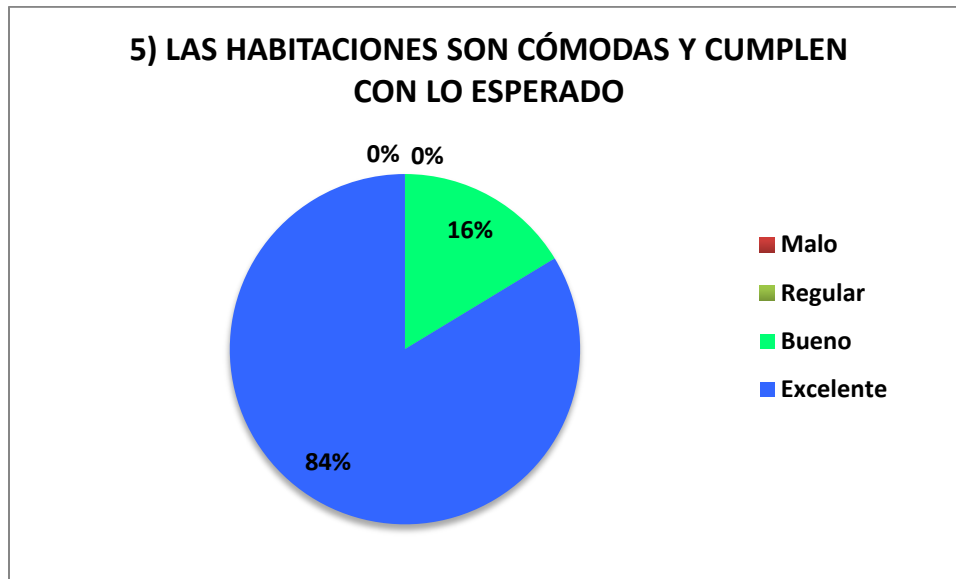
El 82% de los huéspedes dijeron percibieron como bueno al personal de front desk en cuanto a conocimiento de los intereses y necesidades al momento de realizar el check-in/out, el 18% dijo que es excelente.

4) SE SIENTE SEGURO EN PEDIR INFORMACIÓN AL PERSONAL QUE LABORA EN EL HOTEL DE SITIOS TURÍSTICOS PARA VISITAR



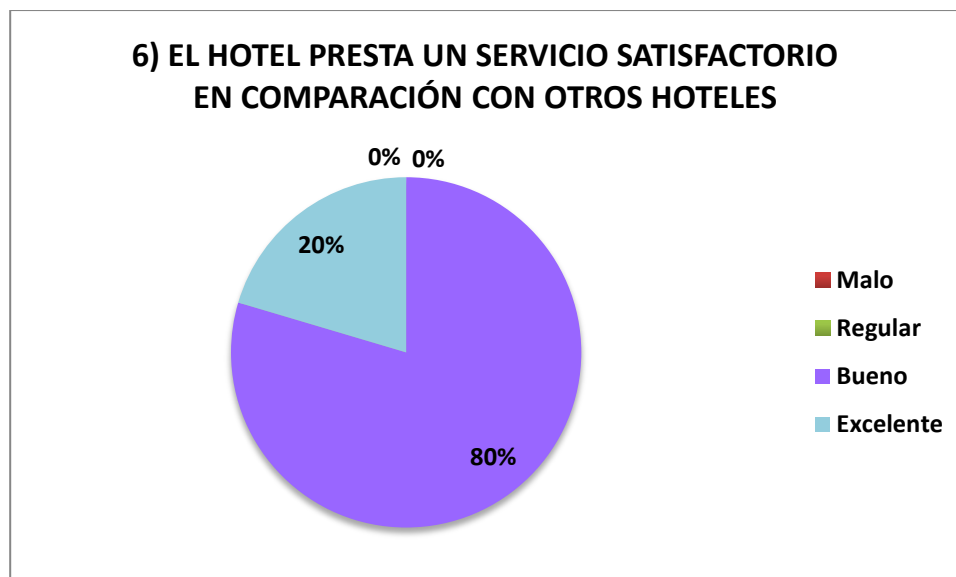
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 84% de los huéspedes dice que es percibió como bueno pedir información al personal que labora en el hotel de sitios turísticos para visitar, el 16% dijo que es excelente.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 84% percibieron como excelente a las habitaciones, ya que son cómodas y cumplen con lo esperado, el 16% dijo que es bueno.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

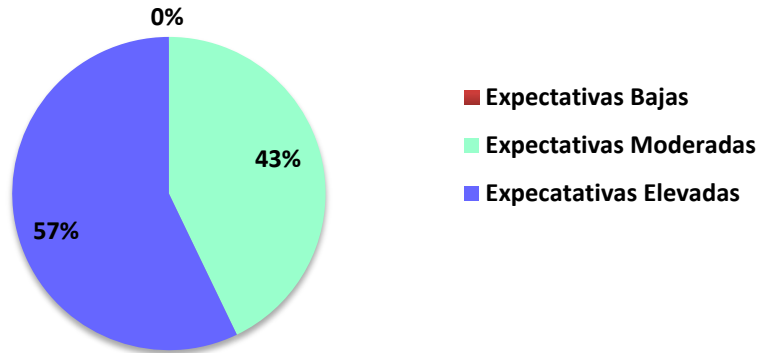
El 80% de los huéspedes manifestaron como bueno al hotel Relicario del Carmen en comparación con otros hoteles, el 20% dijo que es excelente.

Expectativas

Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 1 al 3, según los valores:

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

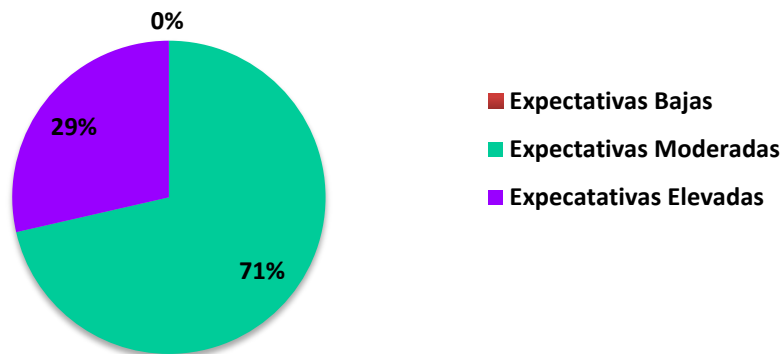
**7) SUS EXPECTATIVAS EN CUANTO A LAS
HABITACIONES SON SATISFECHAS CON LOS
SERVICIOS PRESTADOS EN ESTE HOTEL**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

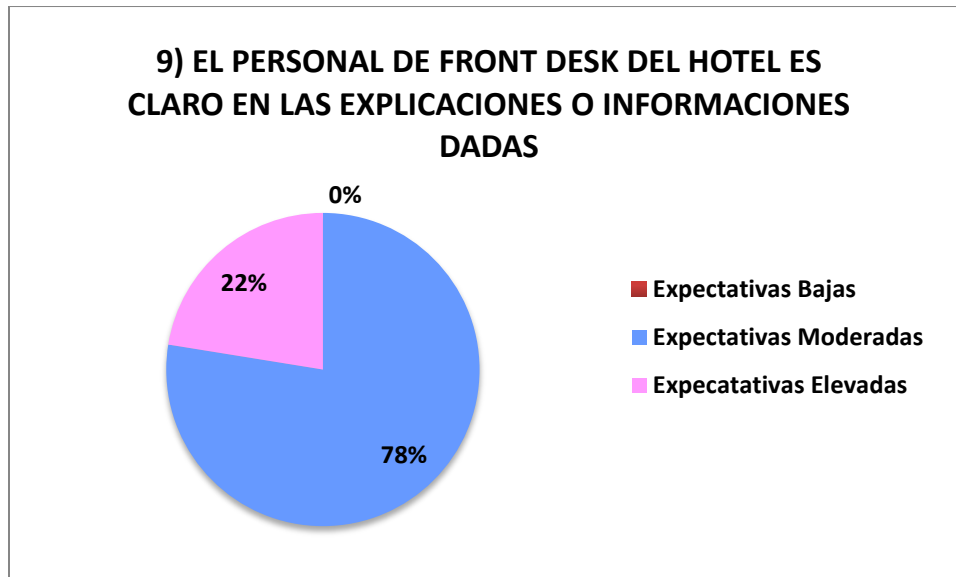
El 57% de los huéspedes tuvieron expectativas elevadas en cuanto a los servicios prestados en las habitaciones del hotel, el 43% dijeron expectativas moderadas.

**8) EL SERVICIO QUE SE BRINDA EN EL RESTAURANTE
DEL HOTEL SE ADAPTA A SUS NECESIDADES COMO
CLIENTE**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 71% de los huéspedes calificaron con expectativas moderadas a los servicios que se brinda en el restaurante del hotel, 29% con expectativas elevadas.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

El 78% de los huéspedes tuvieron expectativas moderadas sobre la claridad del personal de front desk al momento de dar explicaciones o información.



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Paola Buse

El 78% de los huéspedes mantuvieron expectativas moderadas sobre si el personal del hotel tiene conocimientos sobre los servicios prestados, el 22% expectativas elevadas.

4.4. Comparación de resultados de los hoteles en estudio

4.4.1. Rendimiento Percibido.

Grado de satisfacción con una escala del 3 al 10, según los valores:

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

PREGUNTA	HOTEL VILLA COLONNA	HOTEL EL RELICARIO DEL CARMEN
1) El personal del hotel ha solucionado satisfactoriamente mis quejas	100% excelente	90% bueno 10% excelente
2) En el restaurante del hotel se brinda el servicio que usted espera	Sin calificar Observaciones: -El hotel no tiene restaurante -Fabrice, su propietario, realiza las recomendaciones de varios restaurantes. -Los huéspedes se sienten como en casa, se sirve un desayuno delicioso y succulento y es servido a la hora que ellos lo requieran por lo que se encuentran satisfechos.	90% bueno 6% excelente 4% regular
3) El personal de front desk conoce los intereses y necesidades al momento de realizar check-in/ out del huésped	97% excelente 3% bueno Observaciones: -En el hotel no hay front desk debido a su concepto maison d'hôtel (casa de huéspedes) -Su propietario, Fabrice, siempre los recibe.	82% bueno 18% excelente
4) Se siente seguro en pedir información al personal que labora en el hotel de sitios turísticos para visitar	70% excelente 30% bueno	84% bueno 16% excelente
5) Las habitaciones son cómodas y cumplen con lo esperado	97% excelente 3% bueno	84% excelente 16% bueno
6) El hotel presta un servicio satisfactorio en comparación con otros hoteles	100% excelente	80% bueno 20% excelente

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

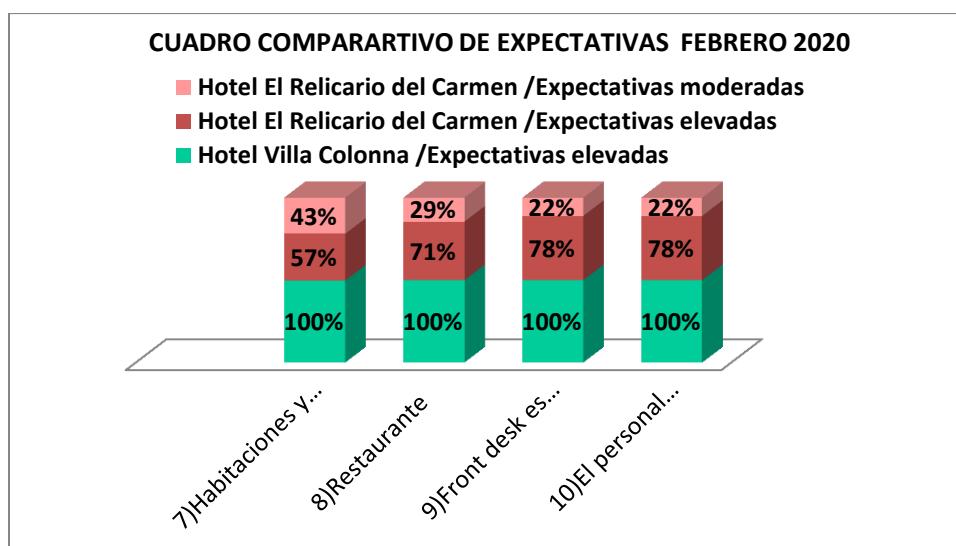
Como se puede evidenciar en el cuadro comparativo de las preguntas sobre percepción que tuvieron los huéspedes de los dos hoteles de estudio en el mes de febrero del 2020, el hotel con mejor calificación es el hotel Villa Colonna, el 100% de los huéspedes dijo que es excelente para la solución a quejas, a pesar que el hotel no tiene restaurante los clientes están satisfechos con el desayuno, este se sirve a la hora que ellos lo deseen y es delicioso y succulento, su propietario les ayuda con recomendaciones para ir a restaurantes. El 97% calificó como excelente al personal de front desk, ya que si conoce sobre sus intereses y necesidades y el 3% dijo que es bueno, el hotel no tiene recepción y Fabrice, su propietario, es quien los recibe y los hace sentir como en casa. El 70% dijo que es excelente la información que les puede brindar el personal para visitar y el 30% bueno. El 97% calificó como excelente a las habitaciones y 3% bueno. El 100% de los huéspedes calificó como excelente a los servicios que hay en el hotel en comparación con otros hoteles.

En el hotel El Relicario del Carmen las percepciones fueron: El 90% calificó como bueno para el personal de hotel para solucionar sus quejas, el 10% dijo que es excelente. El 90% dijo que es bueno el restaurante en cuanto al servicio, el 6% dijo que es excelente y el 4% regular. El 82% dijo que su grado de satisfacción es bueno para el personal de front desk porque conoce los intereses y necesidades del huésped y lo calificó, el 18% dijo excelente. El 84% dijo que se siente seguro en pedir información al personal del hotel sobre sitios turísticos, calificado como bueno, el 16% dijo que es excelente. El 84% calificó como excelente a las habitaciones por su comodidad y el 16% como bueno. El 80% señaló como bueno el servicio del hotel en comparación con otros hoteles y el 20% como excelente.

4.1.2. Expectativas.

Grado de satisfacción con una escala del 1 al 3, según los valores:

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Paola Buse

Como se puede evidenciar en el cuadro comparativo de las preguntas sobre expectativas que tuvieron los huéspedes de los dos hoteles de estudio en el mes de febrero del 2020, el hotel con mejor calificación es el hotel Villa Colonna, el 100% de los huéspedes dijo que sus expectativas fueron elevadas ya que las habitaciones cumplían con los servicios prestados. El 100% de los huéspedes dijo sus expectativas fueron elevadas por el desayuno que se sirven en el hotel, a pesar de no contar con restaurante los huéspedes se sienten satisfechos porque se sienten como en casa, que es el concepto que aquí venden. El 100% de los huéspedes tuvo expectativas elevadas para el personal de front desk, fue claro en las explicaciones e información dada. El 100% de los

huéspedes calificó con expectativas elevadas para el personal del hotel porque poseen los conocimientos acerca de los servicios prestados.

En el hotel El Relicario del Carmen las expectativas fueron: El 57% de los huéspedes tuvo expectativas elevadas para las habitaciones y la prestación de servicios y el 43% expectativas moderadas. El 71% de los huéspedes determinó sus expectativas elevadas para el servicio brindado en el restaurante ante sus necesidades y el 29% expectativas moderadas. El 78% de los huéspedes tuvieron expectativas elevadas ante el personal de front desk en cuanto a las explicaciones e información dada y el 22% expectativas moderadas. El 78% de los huéspedes dijeron que sus expectativas fueron elevadas para el personal del hotel en cuanto al conocimiento sobre los servicios prestados y el 22% tuvieron expectativas moderadas.

CAPÍTULO V

PLAN DE MEJORAS

Introducción

Para poder determinar un plan de mejoras debemos analizar los problemas que los hoteles tienen con la finalidad de hacer cambios graduales que mejoren la situación actual de la empresa, estas medidas de cambio nos ayuda que las empresa trabajen en sus problemas, mejoren y lleguen a ser competitivos y productivos.

Por medio de la evaluación en las visitas realizadas el mes de febrero del presente año, fue posible general un diagnóstico y priorizar las posibles estrategias que contribuirán a un mejoramiento significativo de las áreas de habitaciones, recepción y alimentos y bebidas.

Los resultados obtenidos en el hotel Villa Colonna nos permite resaltar su excelencia a su gestión basada en el factor **comunicación**, ya que esto les ha permitido crear una relación emocional con los clientes lo que es determinante para contar con clientes satisfechos.

Para el hotel El Relicario del Carmen se propone aplicar una propuesta integral basada en indicadores reales obtenidos de los análisis previos referentes a la situación actual de la empresa y procesos.

5.1 Hotel Villa Colonna

Misión del hotel Villa Colonna:

Se enfoca en que el huésped experimente lujo partiendo de la fusión entre excelencia y emoción que permite dar la bienvenida al cliente y a su partida se pueda contar con un amigo más. El huésped debe tener la seguridad de que la atención a sus necesidades será realizada con discreción y gracia, y que se hará lo posible para garantizar que la estadía supere sus expectativas al más alto nivel. (Hotel Villa Colonna, 2020)

Como ganador al mejor lugar en renovación en el Centro Histórico de Quito, la visión del hotel es:

“Llegar a convertirse en uno de los hoteles preferidos para los huéspedes a través de una experiencia personalizada, llena de arte y aventura dentro en poco tiempo” (Hotel Villa Colonna, 2020).

La excelencia del hotel Villa Colonna, se debe al trabajo que se ha venido desarrollando de los anteriores propietarios y fortaleciendo con su nuevo dueño, Fabrice Widmer, el cual fundamenta la excelencia del hotel a su grupo de trabajo que son personas con habilidades ideales para cada puesto y a su conocimiento y experiencia en diferentes áreas como: venta/promoción/marketing/, relaciones públicas y hospitalidad hotelera hacia la industria turística de lujo.

La organización interna del hotel Villa Colonna constituye el punto de partida a su plan de acción para su correcta planificación, cuentan con un organigrama formal de perfiles y cargos del personal del hotel lo cual les permite llevar de manera correcta su gestión interna.

Además, su trabajo se enfoca en una estrategia relacional que les permite ver de una manera global e integral en todas sus relaciones con el huésped y el factor comunicación entre propietario y empleados y consecuentemente empresa y clientes lo que les ha permitido ser eficaces al momento de contar con clientes satisfechos.

Con una puntuación de 9.9 en Booking y con todas las acciones que se han realizado últimamente en infraestructura, administración y comercialización al momento no existe acciones de mejoras por proponer.

5.2. Hotel El Relicario del Carmen

5.2.1. Direccionamiento estratégico

MISIÓN

Brindar un servicio de calidad que supere las expectativas de nuestros huéspedes, en un ambiente acogedor y tranquilo.

VISIÓN

Llegar a convertirnos en unos de los hoteles preferidos para hospedarse del Centro Histórico de Quito, con el mejor servicio para nuestros huéspedes dentro de 3 años.

VALORES CORPORATIVOS

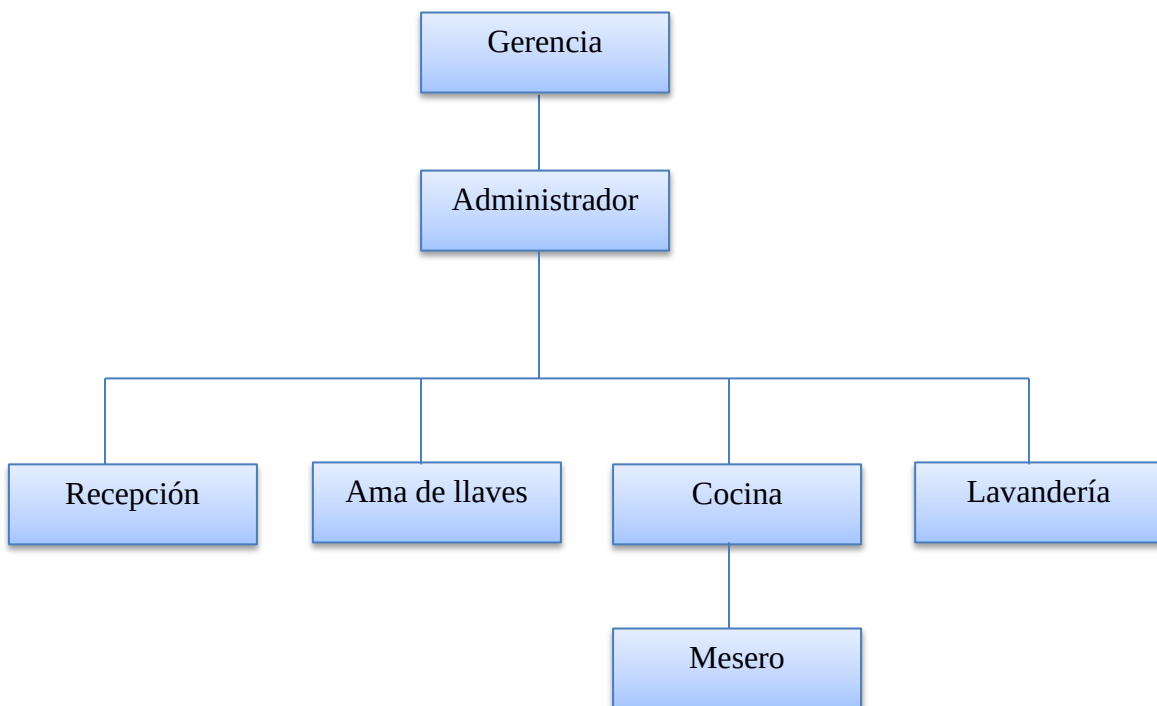
- Responsabilidad.
- Respeto.
- Amor al trabajo.
- Lealtad.
- Compromiso.
- Honradez.
- Amabilidad.

POLITICAS GENERALES DE LA EMPRESA

- Trabajo en equipo.
- Igualdad.
- Puntualidad.
- Respeto.
- Compromiso.
- Vocación de servicio.

5.2.2. Organigrama estructural

El hotel El Relicario del Carmen no posee un organigrama funcional establecido, es por ello que se propone el siguiente organigrama funcional. Para implementar el organigrama, es importante que sea una estructura sencilla y entendible, que muestre una relación entre los distintos departamentos.



Elaborado por: Paola Buse

5.2.3. Perfil del cliente interno

Para mejorar la eficiencia y eficacia en atención al cliente externo e interno se propone el siguiente manual de funciones.

GERENCIA

Descripción de funciones de Gerencia

	
CARGO:	Gerente
Departamento:	Gerencia General
Objetivo:	El Gerente se encargará de los procesos, controlar, vigilar y verificar que los procedimientos se cumplan, y asegurarse que los empleados brinden un servicio de calidad que satisfagan las necesidades del cliente.
FUNCIONES	
• Llevar el presupuesto general del hotel. • Revisar el presupuesto anual del hotel. • Ayudar a agilizar los procesos de compras de último momento al departamento de compras. • Supervisar que todas las áreas en el hotel realicen un óptimo trabajo. • Comprobar que los huéspedes reciban el servicio que están buscando. • Controlar que los empleados realicen satisfactoriamente sus funciones. • Dar una atención personalizada a los huéspedes. • Escuchar y atender las necesidades de los empleados.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Experiencia de 5 años en hotelería o ramas afines con título de tercer nivel.
- Conocimiento en manejo de personal.
- Hablar 100% inglés y conocimiento de otros idiomas.
- Manejo básico de office.
- Cursos de liderazgo.

PERFIL PERSONAL

- Un buen líder.
- Trabajo bajo presión
- Fomenta buen clima laboral.
- Vocación servicio al cliente.
- Honesto.
- Justo.
- Puntual.

ADMINISTRADOR

Descripción de funciones del Administrador

	
CARGO:	Administrador
Departamento:	Administración
Objetivo:	Supervisar directamente que las funciones que realizan los empleados se cumplan de manera eficiente y se maneje los estándares del hotel.
FUNCIONES	
• El administrador es el encargado que la estadía del huésped sea satisfactoria. • Junto con el gerente se encarga de realizar el presupuesto del hotel. • Se encarga de seleccionar a las personas que van a laborar a trabajar en el hotel. • Es el encargado de realizar los horarios del personal. • Resolver problemas que se presenten en el hotel. • Supervisar que los empleados tengan el material que necesitan para trabajar. • Es el intermediario entre el gerente y los empleados. • Escuchar y dar solución a los problemas de los empleados.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Conocimiento en el campo hotelero preferente título de tercer nivel.
- Conocimiento del idioma inglés (hablado y escrito).
- Experiencia mínima tres años de manejo de personal.
- Cursos y capacitaciones de manejo de problemas.
- Conocimiento básico de office.

PERFIL PERSONAL

- Resolver problemas rápidamente.
- Trabajo bajo presión.
- Trabajo en equipo.
- Crear buen clima laboral.
- Liderazgo.
- Actitud.
- Puntual.
- Honesto.

RECEPCIÓN

Descripción de funciones de Recepción

	
CARGO:	Recepcionista
Departamento:	Recepción
Objetivo:	Al ser la primera impresión e imagen que recibe el huésped, debe otorgar un servicio de calidad, identificando las necesidades y adelantarse a ellas.
FUNCIONES	
• Recibir y dar la bienvenida al huésped. • Realizar el registro de los huéspedes (check in y check out). • Asignación de habitaciones. • Control y entrega de las llaves. • Dar información general al huésped de la habitación. • Proporcionar información turística si el huésped lo solicita. • Llevar un registro diario del estado de las habitaciones. • Tener un control diario de las reservas que realiza. • Llevar un registro de números de huéspedes, habitaciones, facturas, pedidos que deberá entregar al administrador. • Estar pendiente de las necesidades que tenga el huésped en su estadía. • Coordinación con todos los departamentos del hotel. • Comunicación con el departamento de ama de llaves. • Atender llamadas todo el día. • Realizar facturación y control de caja.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Conocimiento en el campo hotelero título de tercer nivel.
- Conocimiento del idioma ingles un 90%.
- Conocimiento de atención al cliente.
- Conocimiento básico de office.
- Experiencia mínima de un año en recepción.

PERFIL PERSONAL

- Facilidad de palabra.
- Servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Presentación personal.
- Desenvolvimiento.
- Organizado
- Carisma.
- Buena actitud.
- Honestidad.
- Amabilidad.
- Compañerismo.
- Puntual.

El área de recepción es sumamente importante ya que es la primera impresión del hotel hacia el huésped, por lo que es de importancia que aquí estén personas capacitadas que puedan brindar un excelente servicio.

En el hotel El Relicario del Carmen no existe un software de registro de huésped por esta razón debe existir una papelería que le sirva a la recepcionista para realizar el proceso de check in y check out de manera eficiente.

La papelería que debe existir en el área de front desk es la siguiente:

- Tarjetas de registro (check in, out).
- Hojas membretadas del hotel.
- Carpetas con el número y piso de las habitaciones.
- Archivador.
- Facturas.
- Hoja de pedidos para la recepción.
- Computadora.
- Internet.
- Impresora.
- Teléfono.
- Útiles de oficina (esferos, grapadora. Borrador, marcadores, carpetas, etc.).

Esta área se manejará con toda esta papelería para brindar de forma ordenada el cual permita brindar un servicio de alta calidad y llevar un adecuado registró.

FORMATOS PAPELERÍA DEL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL HOTEL EL RELICARIO

DEL CARMEN

HOJA DE REGISTROS DE HUÉSPEDES

 Hotel el Relicario del Carmen	Número de habitación	
Nombre		
Apellido		
Dirección		
País		
Ciudad		
Nacionalidad		
Género	F	M
Identificación		
Fecha de ingreso		
Fecha de salida		
Número de personas		
Tarifa		
Firma del huésped		
Forma de pago	Efectivo Tarjeta Cheque	

Elaborado por: Paola Buse

HOJA DE REGISTRO DE SALIDA DEL HUÉSPED

 Hotel el Relicario del Carmen	Número de habitación
Fecha	
Nombre	
Apellido	
Hora de salida	
Equipaje	
Recepcionista	

Elaborado por: Paola Buse

AMA DE LLAVES

Descripción de funciones de ama de llaves

	
CARGO:	Ama de llaves
Departamento:	Ama de llaves
Objetivo:	Limpieza general del hotel y control del estado de las habitaciones y dar aviso a recepción para que pueda ser vendida.
FUNCIONES	
• Limpieza y arreglo de las habitaciones y del hotel en general. • Tener un control de los estados de la habitación. • Llevar un inventario de los productos de aseo y productos para para el arreglo de las habitaciones. • Realizar reportes de estados de la habitación y objetos olvidados en la misma. • Junto con el administrador llevar un control de los suministros. • Responder y atender cualquier inquietud del huésped. • Siempre dar aviso a la recepción de cualquier anomalía en la habitación. • Tener las áreas del hotel limpias y en buen estado.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Nivel de preparación secundaria o que se encuentre en curso.
- Experiencia previa mínimo de un año.
- Cursos o capacitaciones de seguridad industrial.

PERFIL PERSONAL

- Responsable.
- Puntual.
- Dedicada.
- Amable.
- Trabajo en equipo.
- Honrada.
- Trabajo bajo presión.

REPORTE DE AMA DE LLAVES

 Hotel el Relicario del Carmen				Reporte de ama de llaves	
Día		Fecha		Hora	
Primer piso		Segundo piso		Tercer piso	
Habitación	Estado	Habitación	Estado	Habitación	Estado
101		201		301	
102					
103					
104					
105					
106					
Total					
VC: Vacante limpia OS: Ocupada sucia VS: vacante sucia OL: Ocupada limpia B: Bloqueada					
AMA DE LLAVES			RECEPCIÓN		

Elaborado por: Paola Buse

LAVANDERÍA

Descripción de funciones de lavandería

	
CARGO:	Lavandería
Departamento:	Ama de llaves
Objetivo:	Área complementaria del hotel que pertenece a la de ama de llaves, esta agrega un plus al hotel ya que permite mejorar los servicios del mismo.
FUNCIONES	
• Revisar que la ropa que le entrega la camarera se encuentre en buen estado. • Contar y clasificar la ropa de cada huésped para que no exista confusiones. • Lavado de la ropa. • Secado de la ropa. • Planchado de la ropa. • Entrega a la camarera.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Nivel de estudio (bachillerato).
- Experiencia en manejo de maquinaria de lavandería.
- Conocimiento de productos de limpieza.
- Curso de seguridad industrial.

- Conocimiento de costura.

PERFIL PERSONAL

- Honestidad.
- Puntualidad.
- Respeto.
- Trabajo en equipo.
- Responsable.
- Ordenado.
- Vocación de servicio.

COCINA

Descripción de funciones cocina

	
CARGO:	Cocina
Departamento:	Alimentos y bebidas
Objetivo:	Ejecutar las recetas, elaboración, preparación, montaje de los alimentos. Platos calientes y fríos, postres, bebidas entre otros.
FUNCIONES	
• Realizar la elaboración de platos. • Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. • Conocer el manejo o manipulación de los alimentos. • Cuidar y mantener aseado el área de trabajo donde se encuentre. • Mantener el uniforme limpio y tener un buen aseo personal • Inspeccionar la calidad y cantidad de los alimentos al montar un plato. • Evitar desperdicios	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Nivel de estudio, título de tercer nivel.
- Experiencia en manejo de platos nacionales e internacionales.
- Conocimiento costos y compras.
- Curso de manipulación de alimentos.
- Experiencia de 5 años.

PERFIL PERSONAL

- Trabajo en equipo
- Líder.
- Trabajo bajo presión.
- Ordenado.
- Responsable.
- Honesto.
- Excelente imagen.

MESERO

Descripción de funciones del mesero

	
CARGO:	Mesero
Departamento:	Alimentos y bebidas
Objetivo:	Encargarse del cliente, acomodarlo en la mesa, tomar la orden, servir los alimentos y las bebidas.
FUNCIONES	
• Realizar montaje de mueblería, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería y menaje. • Identificar una mesa adecuada a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad que tenga el establecimiento. • Acomodar al comensal en la mesa que haya elegido o se le haya brindado. • Informar la disponibilidad de los platos del menú, composición, acompañamiento y cantidad. • Anotar pedido, realizar comanda. • Servir el plato al cliente. • Mantener la correcta manipulación de platos. • Asegurar la atención al cliente antes y después que realice el pago. • Finalizar la atención al cliente y efectuar el pago.	

Elaborado por: Paola Buse

PERFIL PROFESIONAL

- Conocimiento en el campo hotelero título, bachiller.
- Conocimiento del idioma ingles un 50%.
- Experiencia mínima tres años.
- Servicio al cliente.
- Buena presentación personal.
- Ágil.
- Honesto.
- Actitud.

PERFIL PERSONAL

- Buena actitud.
- Trabajo en equipo.
- Buena expresión oral.
- Puntual.
- Honesto.

5.2.4. Matriz de plan de mejoras

PROBLEMA	PLAN DE ACCIÓN	COSTO	RESPONSABLE
Gerente sin experiencia en hotelería o afines	Contratar Gerente con mínimo 5 años de experiencia en hotelería, mínimo con dos idiomas 100% hablado y escrito.	\$1000	Gerente/Propietario
No cuentan con Administrador, sólo personal encargado	Estipular un administrador con sólidos conocimientos en hotelería.	\$600	Gerente/Propietario
Personal no capacitado	Contratar capacitadores.	\$200	Gerente/Propietario
No cuentan con un software hotelero.	Compra de papelería: tarjetas de registro, hojas membretadas, archivador, útiles de oficina.	\$200	Gerente/Propietario
	TOTAL	\$2000	

Elaborado por: Paola Buse

La inversión es aproximadamente \$2000 mensuales para la contratación de personal profesional, capacitado y con experiencia, lo que permitirá brindar un mejor servicio y contar con huéspedes satisfechos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Mediante la investigación de campo que se realizó a través de encuestas a los huéspedes de los hoteles Villa Colonna y El Relicario del Carmen se observó y evidenció lo siguiente:

El perfil del huésped del hotel Villa Colonna es:

Jubilados, que tienen negocio propio o son administradores de empresas con edad comprendida entre 65-70 años. Mayormente hombres que residen en: Inglaterra, Suiza, Australia, Estados Unidos, Canadá y Alemania. Con estilo de vida saludable, siguen una dieta saludable y equilibrada, controlan su peso, disminuyen el consumo de sal, realizan actividad física regularmente, duermen las horas suficientes, evitan el consumo de tabaco, intentan disminuir el estrés y tiene una mente sana.

El concepto del hotel Villa Colonna es maison d'hôtes (casa de hospedaje) y a diferencia de una cadena hotelera internacional, en Villa Colonna se ofrece a los huéspedes una experiencia personalizada.

Esto lleva a que los niveles de satisfacción sean altos como por ejemplo: el personal soluciona satisfactoriamente las quejas, las habitaciones son cómodas y cumplen con lo esperado, el servicio que se brinda en este hotel es satisfactorio en comparación con otros.

En base al análisis de nivel de satisfacción realizada al hotel Villa Colonna se lograron definir los siguientes criterios de satisfacción, estos criterios son:

Rendimiento Percibido: Actualmente el 70% al 100% calificación como excelente.

Expectativas: Actualmente el 100% calificación expectativas elevadas.

El perfil del huésped del hotel El Relicario del Carmen:

Jubilados, abogados, con negocio propio, doctores, gerentes de tienda, administradores y vendedor de seguros con edades comprendidas entre 54 y 75 años. Mayormente hombres que residen en: Alemania, Estados Unidos, Inglaterra, Suiza, Australia, Canadá y Nueva Zelanda.

Con estilo de vida saludable, siguen una dieta saludable y equilibrada, controlan su peso, disminuyen el consumo de sal, realizan actividad física regularmente, duermen las horas suficientes, evitan el consumo de tabaco, intentan disminuir el estrés y tiene una mente sana.

En el hotel El Relicario del Carmen no llevan procesos y estándares que deban seguir para una adecuada atención al huésped, los empleados realizan sus funciones a su criterio.

En el presente trabajo se generó hojas de trabajo para cada área del hotel detallando sus funciones, cuyo fin sea ayudar a entender las responsabilidades de cada área que permita realizar un servicio de excelencia por parte de los empleados.

En base al análisis de nivel de satisfacción realizada al hotel El Relicario del Carmen se lograron definir los siguientes criterios de satisfacción, estos criterios son:

Rendimiento Percibido: Actualmente el 80% al 90% calificación como bueno.

Expectativas: Actualmente el 57% al 78% calificación expectativas moderadas.

Por lo que se concluye finalmente que se cumplió con el objetivo principal de realizar un análisis comparativo de satisfacción de los dos hoteles de estudio y una propuesta de plan de mejoras que permita superar las expectativas del huésped.

6.2. Recomendaciones

Al hotel Villa Colonna:

- Con todas las acciones que se han realizado últimamente en infraestructura, administración y comercialización se le recomienda continuar con su excelente labora que han venido realizando hasta el momento.

Al hotel El Relicario del Carmen se le recomienda:

- Implementar el plan de mejoras propuesto a fin de mejorar la eficiencia y la eficacia.
- Socializar el plan de mejora a los empleados del hotel El Relicario del Carmen para que conozcan sus funciones y de esta manera mejorar la atención a los huéspedes.
- Contratar personal con experiencia y con estudios en hotelería o afines.
- Evaluar de manera continua a los empleados para mejorar sus conocimientos y hacerlos parte activa del hotel.

7. BIBLIOGRAFÍA

- **FUENTES BIBLIOGRÁFICAS**

Bacon, M. (1992). Como hacer marketing directo. Secretos para la pequeña empresa. Barcelona, España: Ediciones Granica.

Bastos, A. (2006). Fidelización del cliente. Introducción a la Venta Personal y a la Dirección de Ventas. España: Ideas Propias Editorial.

Carrasco, S. (2017). Servicios de atención comercial. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.

Chistopher, M., Payne, A. y Ballantyne, D. (1994). Marketing relacional. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Díez, J. (2014). Optimización de la cadena logística. Madrid, España: Editorial CEP S.L.

Dutka, A. (1998). Manual de AMA para la satisfacción del cliente. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.

El Comercio. (2010, 07). Otro galardón internacional para El Relicario del Carmen. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/galardon-internacional-relicario-del-carmen.html>

Fernández, I. (2014). Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento. Gestión de modelos de restauración. Madrid, España: Ideaspropias Editorial.

González, E., Quiroz, J., y Espinoza, O. (2010). Satisfacción del usuario en la industria hotelera como factor de competitividad. Mercados y Negocios, 11(2), 22-41.

Gosso, F. (2008). Hiper satisfacción del cliente. Col. San Rafael, México: Panorama Editorial C.A.

Ildefonso, E. (2005). Marketing de los servicios. Madrid, España: Esic Editorial.

- Kanuk, L. & Schiffman, L. (2005). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). Marketing. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (1996). Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control. Naucalpan de Juárez, México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing. Conceptos esenciales. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Millones, P. (2010). Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado (tesis de grado). Universidad de Piura, Piura, Perú.
- Moreno, J. (2012). Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce (tesis de grado). Universidad de Piura, Piura, Perú.
- Pérez, J. (1994). Gestión de la Calidad Empresarial. Calidad en los servicios y atención al cliente. Madrid, España: Esic Editorial.
- Rial, A. y Varela, J. (2007). La evaluación de la calidad percibida como herramienta de gestión en servicios deportivos (tesis doctoral). Universidad de Santiago de Compostela, Galicia, España.
- Sánchez, A. (2008). Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del hotel bolívar plaza de la ciudad de Armenia (tesis de pos grado). Universidad la Gran Colombia, Armenia, Colombia.
- Soto, L. (2017). Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes con la calidad del servicio en el Hotel “Los Caneyes” de Santa Clara (trabajo de diplomado). Universidad Central” Marta Abreu” de las Villas, Santa Clara, Cuba.

- **FUENTES VIRTUALES**

Hotel Villa Colonna. (2020). Obtenido de <https://www.villacolonnaquito.com/>

- **COMUNICACIÓN PERSONAL & E-MAIL**

Calataxi, H. (02 de Febrero del 2020). Historia y Situación actual del hotel El Relicario del Carmen.

Widmer, F. (05 de Febrero del 2020). Historia y Situación actual del hotel Villa Colonna.

8. ANEXOS

Anexo 1



Tarjeta de presentación del propietario del hotel Villa Colonna

Fecha: 31/01/2020

Autora: Paola Buse

Anexo 2



Fuente: Fabrice Widmer/ propietario hotel Villa Colonna

Fecha: 05/02/2020

Autora: Paola Buse

Anexo 3

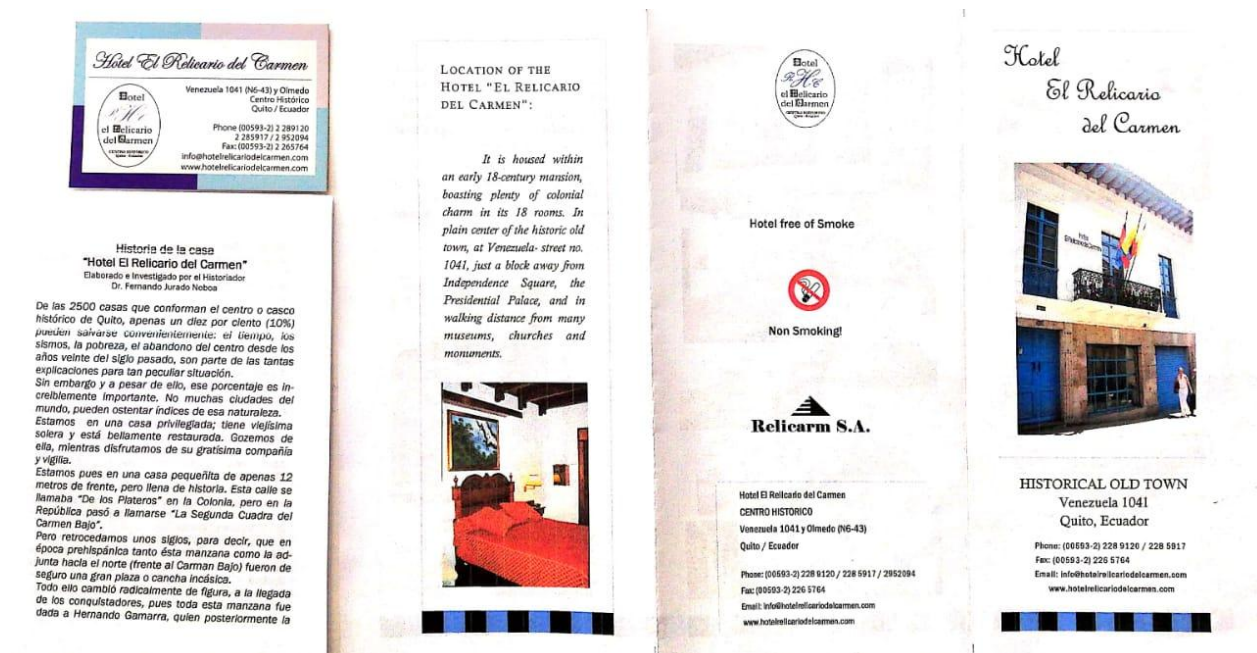


Tarjeta de presentación hotel El Relicario del Carmen

Fecha: 31/01/2020

Autora: Paola Buse

Anexo 4



Fuente: Hotel El Relicario del Carmen

Fecha: 31/01/2020

Autora: Paola Buse

Anexo 5

Nivel de satisfacción de los huéspedes

Eres muy importante para nosotros. Ayúdenos a servirle de mejor manera tomándose unos minutos para contarnos sobre el servicio que recibió en el hotel.

Edad:

Ocupación:

Género: M F

Estado Civil:

Lugar de residencia:

Estilo de vida:

¿Qué le motivó a comprar nuestro producto?

Qué le gusta:

Temporalidad: mes de febrero del 2020

Rendimiento Percibido

Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 3 al 10, según los valores:

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

1) El personal del hotel ha solucionado satisfactoriamente mis quejas

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

2) En el restaurante del hotel se brinda el servicio que usted espera

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

3) El personal de front desk del hotel conoce los intereses y necesidades al momento de realizar check-in y check-out del huésped

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

4) Se siente seguro en pedir información al personal que labora en el hotel de sitios turísticos para visitar

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

5) Las habitaciones son cómodas y cumplen con lo esperado

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

6) El hotel presta un servicio satisfactorio en comparación con otros hoteles

3	5	7	10
Malo	Regular	Bueno	Excelente

Expectativas

Por favor, a continuación indique su grado de satisfacción con las siguientes proposiciones, en una escala del 1 al 3, según los valores:

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

7) Sus expectativas en cuanto a las habitaciones son satisfechas con los servicios prestados en este hotel

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

8) El servicio que se brinda en el restaurante del hotel se adapta a sus necesidades como cliente

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

9) El personal de front desk del hotel es claro en las explicaciones o informaciones dadas

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

10) El personal del hotel posee los conocimientos acerca de los servicios prestados

1	2	3
Expectativas Bajas	Expectativas Moderadas	Expectativas Elevadas

Elaborado por: Paola Buse

Anexo 6

Guest Satisfaction Level

You are very important to us. Please help us serve you better by taking a few minutes to tell us about the service that you received at the hotel.

Age:

Occupation:

Gender: M F

Marital status:

Place of residence:

Lifestyle:

¿What motivated you to buy our product?

¿What do you like to do in free time?

Temporality: February 2020

Perceived Performance

Please, continue to indicate your satisfaction with the following proposals, on a scale of 3 to 10, according to the values:

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

1) The hotel staff has resolved my complaints in a satisfactorily way

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

2) The service you expect is provided by the hotel restaurant

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

3) The front desk staff knows the interests and needs at the time of check-in and check-out of the guest

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

4) Do you feel safe in requesting information from the hotel staff about the tourist sites to visit?

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

5) The rooms were comfortable and met the expected

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

6) The hotel provides a satisfactory service compared to other hotels

3	5	7	10
Bad	Fair	Good	Excellent

Expectations

Please, continue to indicate your satisfaction with the following proposals, on a scale of 1 to 3, according to the values:

1	2	3
Low Expectations	Moderate Expectations	High Expectations

7) Your expectations regarding the rooms are met with the services provided at this hotel

1	2	3
Low Expectations	Moderate Expectations	High Expectations

8) The service provided in the hotel restaurant meets your expectations as a customer

1	2	3
Low Expectations	Moderate Expectations	High Expectations

9) The hotel front desk staff is clear in the explanations or indications given

1	2	3
Low Expectations	Moderate Expectations	High Expectations

10) The hotel staff has knowledge about the services provided

1	2	3
Low Expectations	Moderate Expectations	High Expectations

Elaborado por: Paola Buse