



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015.

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de:
Licenciada en Hotelería

Autoras:

Jessica Paola Guiñansaca Huambo

CI: 0150061505

Andrea Elizabeth Largo Vargas

CI: 0105213334

Director:

Mg. César Oswaldo Webster Coello

CI: 0101251494

Cuenca, Ecuador

11-febrero-2020



RESUMEN:

En la Hotelería, los establecimientos de alojamiento deben tener una buena gestión de calidad en los procesos que llevan a cabo, los cuales permiten brindar un producto o servicio de excelencia para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, hasta alcanzar su fidelización mediante la mejora permanente.

En la Comuna Ancestral “Isla Balneario de Jambelí”, el sector hotelero está conformado por once establecimientos, de los cuales “Las iguanas”, “Son de Mar” y “Toa Toa” han decidido analizar los procesos que realizan para mejorarlos y ofrecer un excelente nivel de calidad en sus servicios, es por esto que el presente trabajo de titulación pretende establecer un plan de mejoramiento basado en la norma internacional de sistema de gestión de la calidad ISO 9001 versión 2015, la misma que se sustenta en siete principios fundamentales, para esto antes se llevó a cabo un diagnóstico de los establecimientos como información general, servicios, categorización, análisis de procesos en los departamentos de recepción y ama de llaves, encuestas a los huéspedes durante los meses de julio y agosto, además de entrevistas a los propietarios o encargados. Después de recopilar esta información se crearon estrategias de mejoramiento y procesos operacionales para cada establecimiento y así conseguir excelencia en la calidad de los servicios brindados a los huéspedes.

Palabras claves: Jambelí. Hotelería. ISO 9001:2015. Diagnostico. Calidad. Servicio. Huésped. Plan. Estrategias.



ABSTRACT:

Abstract

In the Hotel Industry, accommodation establishments must have good quality management in the processes they carry out, which allow to offer a product or service of excellence to satisfy the needs and expectations of the customers, until reaching their loyalty by means of permanent improvement.

In the Ancestral Commune "Isla Balneario de Jambeli", the hotel sector is made up of eleven establishments, from which "Las iguanas", "Son de Mar" and "Toa Toa" have decided to analyze the processes they carry out as a way to improve them and offer an excellent level of quality in their services. This is why the present graduation work aims to establish an improvement plan based on the international quality management system standard ISO 9001 version 2015, which is based on seven fundamental principles. Therefore, a diagnosis of the establishments was carried out, including general information, services, categorization, analysis of processes in the front desk and housekeeping departments, surveys of guests during the months of July and August, and interviews with owners or managers. After collecting this information, improvement strategies and operational processes were created for each establishment to achieve excellence in the quality of services provided to guests.

Keywords: Jambeli. Hospitality. ISO 9001:2015. Diagnostic. Quality. Service. Guest Plan. Strategies.

Titulo de proyecto: Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambeli, según la norma ISO 9001 versión 2015.

Integrantes: Jessica Paola Guiñansaca Huambo, Andrea Elizabeth Largo Vargas

Director: Magister Oswaldo Webster

Certificado de Precisión FCH-TR-082

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.


guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Rios de Cuenca, 23 de enero de 2020

Elaborado por: GEAV  27/01/2020 10:30 am
cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



Índice del Trabajo

RESUMEN:	2
ABSTRACT:	3
Índice del Trabajo	4
Índice de tablas	6
Índice de fotos	9
DEDICATORIA	14
AGRADECIMIENTO	16
INTRODUCCIÓN	18
CONCEPTOS FUNDAMENTALES	19
1.1 Hotelería	19
1.2 Calidad	21
1.3 ISO 9001	23
1.3.1 Análisis de la Norma	25
1.4 Satisfacción del cliente	30
1.5.1 Mejora continua	35
1.5.2 Directrices para la elaboración del plan de mejora	36
1.6 Reglamento de alojamiento	37
Capítulo 2	40
Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento de la Isla de Jambelí	40
2.1 Isla de Jambelí	40
2.2 Establecimientos de alojamiento	41
2.2.1 Capacidad hotelera de la isla de Jambelí	41
2.3 Establecimiento hotelero “Las Iguanas”	42
2.3.1 Categorización	42
2.3.2 ISO 9001	42
2.3.3 Análisis de los procesos	46
2.4 Establecimiento hotelero “Son de Mar”	49
2.4.1 Categorización	49
2.4.2 ISO 9001	49
2.4.3 Análisis de los procesos	53
2.5 Establecimiento hotelero “Toa Toa”	56
2.5.1 Categorización	56
2.5.2 ISO 9001	56
2.5.3 Análisis de los procesos	60
2.6 Encuestas	63
2.6.1 Cálculo de la muestra	63



2.6.2 Encuestas a huéspedes.....	64
2.6.3 Análisis de resultados.....	64
Capítulo 3.....	115
Estrategias de mejoramiento en establecimientos de la Isla Jambelí.....	115
3.1 Establecimiento hotelero Las Iguanas.....	115
3.1.1 Estrategias.....	115
3.2 Establecimiento hotelero Son de Mar.....	120
3.2.1 Estrategias.....	120
3.3 Establecimiento hotelero Toa Toa.....	127
3.3.1 Estrategias.....	127
4 Conclusiones.....	136
5 Recomendaciones.....	137
6 Bibliografía.....	138
7 Anexos.....	141
Anexo 1: Reglamento de Alojamiento Turístico.....	141
Anexo 2: Encuesta de Satisfacción.....	150
Anexo 3: Diseño Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad.....	151



Índice de tablas

<i>Tabla 1</i>	31
<i>Tabla 2</i>	41
<i>Tabla 3</i>	43
<i>Tabla 4</i>	49
<i>Tabla 5</i>	57
<i>Tabla 6</i>	65
<i>Tabla 7</i>	66
<i>Tabla 8</i>	67
<i>Tabla 9</i>	68
<i>Tabla 10</i>	69
<i>Tabla 11</i>	70
<i>Tabla 12</i>	71
<i>Tabla 13</i>	71
<i>Tabla 14</i>	72
<i>Tabla 15</i>	73
<i>Tabla 16</i>	74
<i>Tabla 17</i>	75
<i>Tabla 18</i>	76
<i>Tabla 19</i>	77
<i>Tabla 20</i>	78
<i>Tabla 21</i>	79
<i>Tabla 22</i>	80
<i>Tabla 23</i>	81
<i>Tabla 24</i>	82
<i>Tabla 25</i>	83
<i>Tabla 26</i>	84
<i>Tabla 27</i>	85
<i>Tabla 28</i>	86
<i>Tabla 29</i>	87
<i>Tabla 30</i>	88
<i>Tabla 31</i>	89
<i>Tabla 32</i>	90
<i>Tabla 33</i>	91
<i>Tabla 34</i>	92
<i>Tabla 35</i>	93
<i>Tabla 36</i>	94
<i>Tabla 37</i>	95
<i>Tabla 38</i>	96
<i>Tabla 39</i>	97
<i>Tabla 40</i>	97
<i>Tabla 41</i>	98
<i>Tabla 42</i>	99
<i>Tabla 43</i>	100
<i>Tabla 44</i>	101
<i>Tabla 45</i>	102
<i>Tabla 46</i>	103



<i>Tabla 47</i>	104
<i>Tabla 48</i>	105
<i>Tabla 49</i>	106
<i>Tabla 50</i>	107
<i>Tabla 51</i>	108
<i>Tabla 52</i>	109
<i>Tabla 53</i>	110
<i>Tabla 54</i>	111
<i>Tabla 55</i>	112
<i>Tabla 56</i>	113
<i>Tabla 57</i>	113
<i>Tabla 58</i>	115
<i>Tabla 59</i>	120
<i>Tabla 59</i>	128



Índice de figuras

Figura 1. Historia de la ISO.....	24
Figura 2. Flujograma de los procesos en el departamento de recepción.....	47
Figura 3. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.	48
Figura 4. Flujograma de los procesos en el departamento de recepción.....	54
Figura 5. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.	55
Figura 6. Flujograma de los procesos en el departamento de recepción.....	61
Figura 7. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.	62

Índice de gráficos

Gráfico 1. Atención al cliente en recepción.	66
Gráfico 2. <i>Calidad en el servicio brindado.</i>	67
Gráfico 3. Satisfacción con la información recibida.	68
Gráfico 4. Eficiencia y eficacia del personal.....	69
Gráfico 5. Sugerencias y quejas fueron atendidas y resueltas.	70
Gráfico 6. <i>Limpieza y condiciones de la habitación al arribo.</i>	72
Gráfico 7. <i>Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía.</i>	73
Gráfico 8. <i>Limpieza y condiciones de instalaciones externas.</i>	74
Gráfico 9. <i>Amabilidad y asistencia del personal.</i>	75
Gráfico 10. <i>Decoración y confort de la habitación.</i>	76
Gráfico 11. <i>El huésped regresa a hospedarse.</i>	77
Gráfico 12. <i>¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?</i>	78
Gráfico 13. <i>Edad de las personas encuestadas.</i>	79
Gráfico 14. <i>Género de las personas encuestadas.</i>	80
Gráfico 15. <i>Lugar de procedencia.</i>	81
Gráfico 16. <i>Atención al cliente en recepción.</i>	82
Gráfico 17. <i>Calidad en el servicio brindado.</i>	83
Gráfico 18. <i>Satisfacción con la información recibida.</i>	84
Gráfico 19. <i>Eficiencia y eficacia del personal.</i>	85
Gráfico 20. <i>Sugerencias y quejas fueron resueltas.</i>	86
Gráfico 21. <i>Limpieza y condiciones de la habitación al arribo.</i>	87
Gráfico 22. <i>Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía.</i>	88
Gráfico 23. <i>Limpieza y condiciones de las instalaciones externas.</i>	89
Gráfico 24. <i>Amabilidad y asistencia del personal.</i>	90
Gráfico 25. <i>Decoración y confort de la habitación.</i>	91
Gráfico 26. <i>¿Regresaría a hospedarse?</i>	92
Gráfico 27. <i>¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?</i>	93
Gráfico 28. <i>¿Regresaría a hospedarse?</i>	94
Gráfico 29. <i>Genero de las personas encastadas.</i>	95
Gráfico 30. <i>Lugar de procedencia.</i>	96
Gráfico 31. <i>Atención al cliente en recepción.</i>	98
Gráfico 32. <i>Satisfacción con la información recibida.</i>	99
Gráfico 33. <i>Satisfacción con la información recibida.</i>	100
Gráfico 34. <i>Eficiencia y eficacia del personal.</i>	101



Gráfico 35. <i>Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas</i>	102
Gráfico 36. <i>Limpieza y condiciones de la habitación al arribo</i>	103
Gráfico 37. <i>Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía</i>	104
Gráfico 38. <i>Limpieza y condiciones de instalaciones externas</i>	105
Gráfico 39. <i>Amabilidad y asistencia del personal</i>	106
Gráfico 40. <i>Decoración y confort de la habitación</i>	107
Gráfico 41. <i>¿Regresaría a hospedarse?</i>	108
Gráfico 42. <i>¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?</i>	109
Gráfico 43. <i>Edad de las personas encuestadas</i>	110
Gráfico 44. <i>Genero de las personas encuestadas</i>	111
Gráfico 45. <i>Lugar de procedencia</i>	112

Índice de fotos

Foto 1. Jambelí	40
Foto 2. Playa de Jambelí.....	40
Foto 3. <i>Hostería Las Iguanas</i>	42
Foto 4. <i>Entrada a recepción, Hostería Las Iguanas</i>	42
Foto 5. Habitación, Hostería Las Iguanas.	47
Foto 6. Área exterior, Hostería Las Iguanas.	47
Foto 7. Cabañas, Hostería Son de Mar.	49
Foto 8. Habitación, Son de Mar.....	54
Foto 9. Cabaña, Son de Mar.....	54
Foto 10. Toa Toa	56
Foto 11. Cabañas Toa Toa	56
Foto 12. Habitación, Cabañas Toa Toa	61
Foto 13. Cabaña Toa Toa	61



Cláusula de Propiedad Intelectual

Jessica Paola Guiñansaca Huambo, autora del trabajo de titulación "Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 11 de Febrero del 2020

Jessica Paola Guiñansaca Huambo

C.I: 0150061505



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Jessica Paola Guiñansaca Huambo en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 11 de febrero de 2020

Jessica Paola Guiñansaca Huambo

C.I: 0150061505



Cláusula de Propiedad Intelectual

Andrea Elizabeth Largo Vargas, autora del trabajo de titulación "Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 11 de Febrero del 2020

Andrea Elizabeth Largo Vargas

C.I: 0105213334



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Andrea Elizabeth Largo Vargas en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 11 de febrero de 2020

Andrea Elizabeth Largo Vargas

C.I: 0105213334



DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi Dios quien me guio y me dio fortaleza para continuar con este proceso principalmente en las situaciones difíciles.

A mi madre por ser luz durante mi etapa académica con sus palabras de amor, sabiduría y apoyo incondicional

A mi padre quien fue mi inspiración para luchar, ser fuerte, sonreír y demostrarme que con esfuerzo hoy puedo cumplir lo que le prometí cuando pensé que se iría de mi lado, todo esto es por y para ustedes mis padres, los amo.

Con cariño, Paola Guiñansaca



DEDICATORIA

En primer lugar, quiero dedicar esta tesis a Dios y a la Virgen por haberme iluminado y guiado para concluir con una etapa más de formación, por ello alcanzar una meta en la vida es actuar con responsabilidad frente a ella, es el ejemplo que recibo de mis padres José y Digna a quienes dedico esta tesis con cariño, que con esfuerzo y en todo momento me han dado ánimo, fortaleza y buen consejo que me impulsaron a conseguir y finalizar mis estudios universitarios, también de manera especial a mi hermana que desde el cielo se sentirá orgullosa al ver que cumpla mis sueños.

Dedico también este trabajo a mis abuelos maternos y paternos, que desde el primer momento que empezó mi proceso formativo me dieron ánimo para que nunca me detenga y cumpla con mis metas.

Con afecto, Andrea Largo



AGRADECIMIENTO

Sin lugar a duda agradezco a Dios por darme vida, fuerza y no dejarme rendir para cumplir con esta meta.

A mis padres Claudio y María, quienes son parte fundamental de mi vida académica, ellos con sus palabras, cariño y apoyo me guiaron en este proceso, a mis hermanos Claudia, Esteban, Maribel y Andrea.

A mi amiga Andrea con quien empezamos esta aventura por su amistad, ayuda y entusiasmo en cada momento de esta etapa.

Gracias

Paola Guiñansaca



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen, por quien por pura bondad recibí el don de la vida y sabiduría.

A mis padres José y Digna, por el gran apoyo recibido para poder concluir mi carrera profesional.

A mi familia, en especial a mis tías Isabel y Mercedes por estar animándome a que con esfuerzo todo se puede y este triunfo también es parte de ustedes.

A mi tutor, Magister Oswaldo Webster por ayudarnos durante este proceso con sus conocimientos y poder terminar con éxito esta tesis.

A todos mis profesores, por haberme transmitido sus conocimientos y dedicación para poder llegar a alcanzar esta profesión.

A mis amigos y amigas, en especial a Ana Tacuri y Jessica Once porque de ellas he recibido siempre una palabra de aliento y su amistad sincera.

A mi compañera de tesis Paola por caminar juntas en este proceso académico y hacer de ello un triunfo en nuestras vidas.

Gracias

Andrea Largo



INTRODUCCIÓN

El ámbito hotelero se ha desarrollado a lo largo del tiempo y va innovando la calidad del servicio de acuerdo a los gustos, necesidades y deseos de quienes lo requieren.

El impulso que en los últimos años ha venido experimentando el sector turismo en el país, significa un aporte económico importante pues genera fuentes de trabajo, oportunidades de profesionalización, la sana competitividad, la atracción de turistas tanto nacionales como extranjeros que obliga al sector a mejorar continuamente la calidad del servicio.

El Plan de Mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento desarrollado en la presente tesis, pretende brindar a los establecimientos “Las Iguanas”, “Son de Mar” y “Toa Toa”, un aporte para que progresivamente logre perfeccionar la calidad de sus servicios.

A raíz de los aportes realizados por los dueños de los establecimientos y desde la observación y análisis de los lugares, se pudo detectar que es necesario la implementación de estrategias que lleven a cumplir en estas cabañas turísticas ciertos estándares de calidad a fin de que su servicio al huésped deje el deseo de regresar a disfrutar de la bella Isla de Jambelí.



CAPÍTULO 1

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

1.1 Hotelería

La hotelería en todo el mundo es una de las más importantes ya que esta presta un servicio para satisfacer las necesidades de esparcimiento y ocio de las personas, es por eso que a continuación se detalla varios conceptos sobre la misma.

- La hotelería “comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamientos a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario” (Ludeña, 2016).
- Establecimientos o empresas que, de forma habitual y profesional, proporcionan el servicio de habitación, con o sin prestación de otros servicios complementarios, a cambio de una cantidad determinada de dinero (Villerna, 2003)

De lo anteriormente citado se puede decir que, hotelería es un servicio que se brinda a los que requieren del mismo, dicho servicio debe ser de calidad, de manera que llene o supere las expectativas de los clientes.

Con el pasar del tiempo y con la demanda en el campo hotelero, Surge Tremont Hosuse, fue el primer hotel construido en la Ciudad de Boston en el año 1819, considerándose como el pionero de la industria hotelera moderna que nace en el siglo XIX (De la Torre, 2007).

Características del sector hotelero

Toda empresa hotelera se diferencia de otras actividades comerciales debido a que esta se enfoca en la venta de alojamiento con características específicas, las que se deben llevar a cabo e implantar dentro una empresa para que la misma tenga éxito.

El ámbito hotelero se caracteriza por (Publicaciones Vértice , pág. 2):

- Existe un contacto directo entre el productor y el consumidor, puesto que pertenecen al sector de servicios.



- Se requiere contactos internos permanentes entre los diferentes componentes de la organización de trabajo y entre sus distintos departamentos.
- Cubrir las necesidades y preferencias de los clientes con Innovaciones rápidas y continuas.
- Es una industria de producción limitada (alojamiento).
- El control de calidad definitivo se produce después de haber prestado el servicio.
- Los servicios internos del hotel generan una venta adicional y por lo tanto producen ingresos adicionales que no han sido generados por la actividad principal del Hotel.
- En el turismo, el producto se consume en el lugar de producción. En el hotel la prestación de servicios tiene una unidad de tiempo y de espacio que no puede ser objeto de almacenamiento.
- La permanencia en las operaciones durante las 24 horas, afecta directamente al volumen de la plantilla (Publicaciones Vértice, pag.2).

Las actividades principales de un establecimiento hotelero.

La gran mayoría de los establecimientos hoteleros dependiendo de su categorización cuentan con actividades que se desarrollan en la prestación del servicio hotelero y son (Ludeña , 2016):

- Recepción: Es el lugar donde se realizan las reservas de plazas, atención de salidas y entradas de huéspedes, coordinación interdepartamental, elaboración y cobro de facturas, etc.
- Conserjería: ofrece información y asistencia a los huéspedes y clientes, asisten con el traslado de equipajes y consignas, custodia las llaves de las habitaciones y se encarga de las correspondencias respectivas.
- Pisos: Es el personal encargado de la limpieza y preparación de habitaciones, limpieza de zonas comunes, control de stock e inventario de ropa de habitaciones y lavandería y otros.
- Cocina y restauración: ofrecen al cliente servicios de alimentación y/o bebidas.



- Animación hotelera: Es el personal destinado a la organización de fiestas, cenas de gala, competencias deportivas, exposiciones diversas como pintura, fotografía y artesanía, otros eventos.
- Mantenimiento y seguridad: Se ocupa del mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones menores básicas del hotel, ya que las grandes instalaciones son supervisadas por personal especializado cuando el hotel lo requiera.
- Personal de Recursos Humanos: Está facultado para el reclutamiento y selección del personal en las áreas que el hotel requiera y otras funciones que implica el personal que labora en el lugar.
- Administración y contabilidad: Este departamento se encarga del control de ingresos y gastos, así como también de elaborar y presentar los estados financieros del establecimiento, indicador que ayuda al hotel para un mejor funcionamiento y prestación de servicios de calidad y otros requerimientos exigidos por la ley (Ludeña, 2016).

1.2 Calidad

En el servicio hotelero, la calidad ofrecida a los clientes es su tarjeta de presentación, pues ofrecer un buen servicio marcará la diferencia entre su competencia es por eso que se menciona los siguientes conceptos.

La calidad es el “conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes” (Publicaciones Vértice, pág. 1).

“Calidad es el valor que el cliente recibe del producto o del servicio sin ninguna relación directa con el costo de producirlo o suministrarlo” (Larrea, 1991).

“Conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes” (Fontalvo & Vergara, 2010).

No toda empresa cuenta con manual de procedimientos, pero si cada empresa debe contar con un documento, el cual indica de manera detallada los procesos, funciones o tareas de quienes realizan, dónde y cómo se van a realizar los indicados procesos para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente (Durán, 2016).



La calidad del buen servicio es posible medir desde dos tipos de parámetros y variables, con la cual se puede determinar si las expectativas de los clientes fueron cumplidas. En este orden tenemos (Durán,2016):

- Cuantitativas: Controla los retrasos, tiempos de espera, número de llamadas, visitas o entrevistas para solucionar problemas, tiempos de espera en los requerimientos del cliente, exactitud de la facturación y grado de satisfacción de lo ofrecido, etc.
- Cualitativas: Determina la calidad de la presentación del menú, la estética, la cortesía y la amabilidad, el confort y el buen trato ofrecido al cliente, etc. (Durán, 2016).

Según Carrasco (2013) manifiesta que una vez determinada la calidad, se obtiene como resultado tres niveles de percepción, los cuales son:

- Calidad: Entendida como la forma de satisfacer las necesidades, expectativas, gustos y deseos del huésped y debe coincidir con la percepción del servicio.
- Excelencia: Mide las expectativas de los clientes, las cuales superan la percepción del servicio.
- Insatisfacción: Indica que las expectativas del cliente no fueron cubiertas satisfactoriamente con el servicio prestado por el hotel.

Los principios de la calidad según Crosby son importantes puesto que depende de la alta gerencia donde se involucre a todos los miembros de dicha organización, logrando así tener cero defectos, a continuación el autor da a conocer cuatro principios que son (Cortés, 2017):

- La calidad debe cumplir con requisitos: La interacción entre el personal y los clientes es indispensable a la hora de brindar productos y servicios de calidad desde el inicio de su elaboración hasta la finalización del mismo, a fin de lograr la satisfacción del cliente.
- El sistema de calidad es prevención: la prevención ayuda a observar el proceso de elaboración de un producto o servicio para establecer posibles causas que producen errores, las cuales deben ser vigiladas y anuladas para evitar



cualquier clase de error; reduciendo la utilización de tiempo y recursos en prevenir defectos, y no en corregirlos después de sucedidos.

- El estándar de realización es cero defectos: para alcanzar un estándar alto en la realización de productos o servicios, cada empresa debe crear e implementar tareas o pasos a través de sus empleados para lograr resultados deseados, es por eso que se debe contar con un estándar que se base en cero defectos, es decir realizar de manera correcta desde la primera vez los procesos.
- La medida de la calidad es el precio del incumplimiento: un producto o servicio deficiente debe ser corregido o desechado ya que uno de estos dos procesos le produce una pérdida económica a la empresa, estos deben ser mejorados, además la credibilidad de la empresa se ve empañada, provocando así la pérdida de clientes (Cortés, 2017).

1.3 ISO 9001

Historia y evolución de la ISO 9001

La norma ISO 9001 antes de su última publicación como versión 2015 tuvo varios cambios los que a continuación se presentan.

La primera versión ISO 9001 aparece en 1987, donde surge la necesidad de realizar normas a utilizar por empresas a nivel mundial. La gestión de calidad ha sido una preocupación para los miembros de la ISO, pero en la década de los 80 se realizó diversas investigaciones con los integrantes de distintos comités donde trajo como resultado el primer paquete normativo ISO 9000. A raíz de la publicación de esta primera norma se han venido elaborando múltiples revisiones y actualizaciones, para luego surgir la última versión correspondiente a la norma ISO 9001 versión 2015 (Burckhardt, Gisbert, & Pérez, 2016).

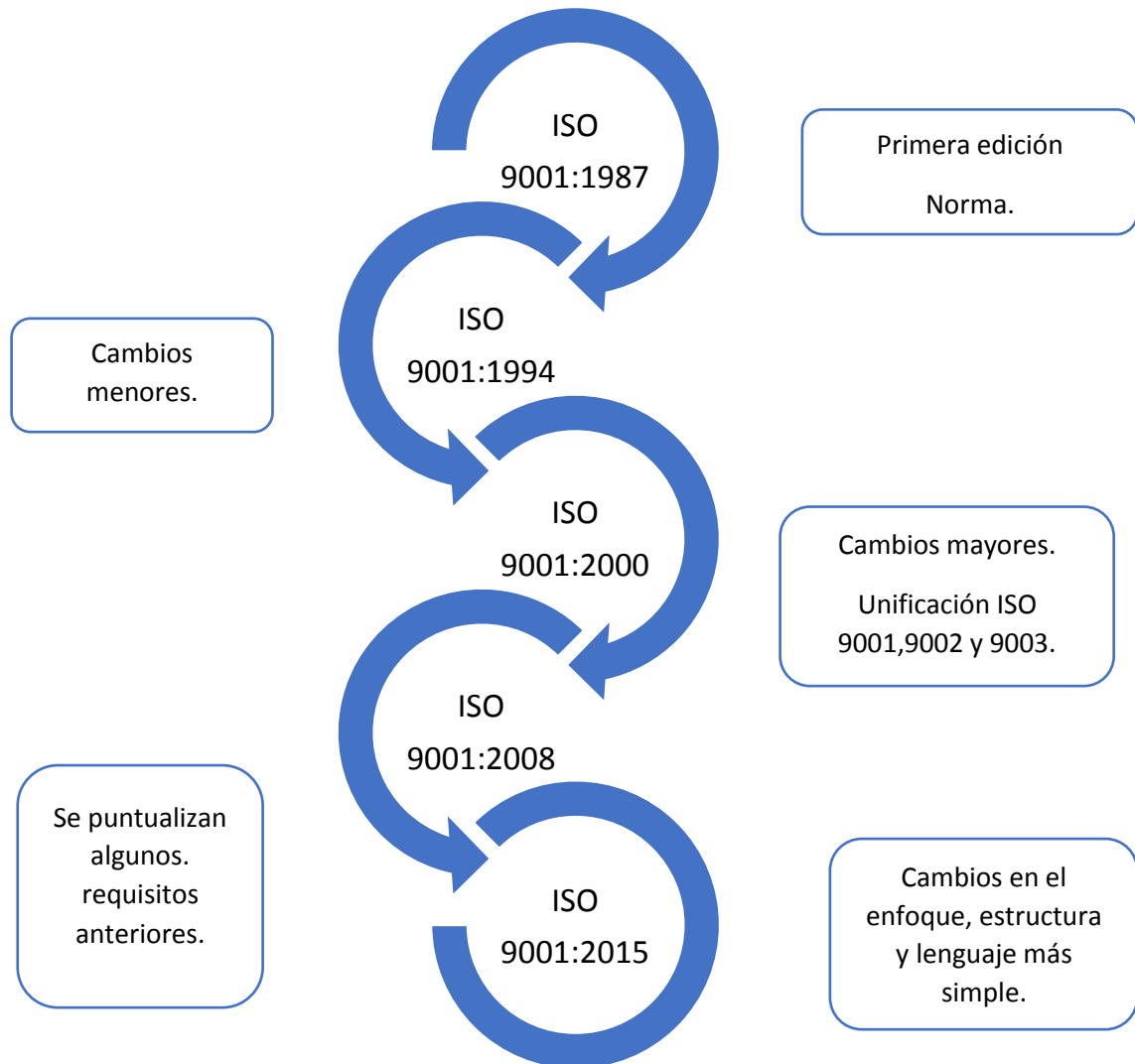


Figura 1. Historia de la ISO.

Fuente: “Estrategia y desarrollo de una guía de implementación de la norma ISO 9001:2015”. Burckhardt Víctor, Gisbert Víctor, Pérez Ana Isabel, 2016.

La norma ISO 9001 especifica los requisitos que un sistema de gestión de calidad debe cumplir en una organización para que ésta pueda demostrar su habilidad y proporcionar productos y/o servicios adecuados que satisfagan las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas” (Interconsulting Bureau S.L.).



Quien debe implementar la ISO 9001

La evolución de la norma ha permitido que varias empresas indistintamente de su objetivo puedan implementar la norma.

Desde la aparición de la norma en el año 1987 ha ido evolucionando de acuerdo a las necesidades actuales de cada organización, por lo que es una norma que se puede aplicar en cualquier tipo de empresa pública o privada ya sea de producción o servicios, sin tener en cuenta la actividad a la que se dedique, su tamaño o al sector que pertenezca (López , 2015).

Beneficios

Los beneficios de la norma ISO 9001: 2015 para una organización son importantes puesto que esta ayuda a (López , 2015):

- Mejora en la gestión y dirección de la empresa.
- Aumento de la productividad.
- Satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios.
- Personal motivado.
- Mejoramiento de la imagen de la organización.

1.3.1 Análisis de la Norma

La norma ISO 9001 se creó en base a la ISO 9000, la cual tuvo una actualización de la versión 2008 a la versión 2015, en esta última se integran los principios de calidad de mejora, toma de decisiones y gestión de las relaciones, lo cual lleva a la creación de siete principios (Burckhardt, Gisbert, & Pérez, 2016); entendiéndose como principio “una regla básica utilizada para dirigir y operar una organización. Se centra en la mejora continua del desempeño a largo plazo, enfocándose en los clientes y determinando las necesidades de todas las partes interesadas” (Burckhardt, Gisbert, & Pérez, 2016).



Principios de la norma ISO 9001: 2015

Los sistemas de gestión de la calidad son de vital importancia para pequeñas o grandes empresas que quieran aumentar o satisfacer las necesidades de sus clientes con un proceso de mejoras y evaluación, para lograr este objetivo esta norma se basa en siete principios que son:

1. Enfoque al Cliente

Un cliente es la base fundamental de toda empresa, es por este motivo que está obligada a conocer sus gustos y necesidades ya que estas varían según las tendencias que aparecen en cada momento; sin embargo, es necesario satisfacer los requerimientos de los clientes y sobrepasar sus expectativas. Toda empresa en su estructura organizacional debe enfocarse en el cliente, pues es él quien requiere y evalúa la calidad del producto y/o servicio brindado. (Secretaría Central de ISO , 2015).

2. Liderazgo

El liderazgo es la forma de ejercer la autoridad con dinamismo de manera que quienes se encuentran desempeñando un cargo dentro de una organización son los que toman iniciativas que influye positivamente en el personal a su cargo (QR, 2015).

Es importante que toda Empresa considere el liderazgo como autoridad en dinamismo creativo, pues si existen falencias o problemas en el grupo de trabajo el liderazgo se verá afectado; es por esto que un líder debe mantener en todo momento un ambiente laboral de armonía, respeto, diálogo y apertura a todo el personal a fin de lograr los objetivos trazados por la empresa.

Según la ISO 9001:2015 existen características que se deben cumplir para demostrar liderazgo dentro de una organización con respecto al sistema de gestión de calidad (Secretaría Central de ISO , 2015):

- Asumir la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- Establecer una política y objetivos de calidad que sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización.



- Integrar los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización.
- Asegurar que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles.
- Comunicar la importancia de una gestión de calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad.
- Asegurar que el sistema de gestión de la calidad logre los resultados previstos.
- Comprometer, dirigir y apoyar a las personas, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión de la calidad; promoviendo la mejora.
- Apoyar otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad (Secretaría central de ISO, 2015).

3. Participación del personal

Es de vital importancia en una organización el componente humano, ya que son ellos los que al desarrollar sus destrezas y capacidades lleva a la organización a ubicarse en un alto nivel de reconocimiento en el mercado hotelero (QR, 2015).

La participación activa del personal fomenta la motivación, la comunicación, la retroalimentación, el compromiso, la creatividad que llevan a cumplir con los objetivos y metas trazadas por la empresa, de manera innovadora.

La participación del personal en la gestión de una organización debe contar con las siguientes acciones (Escuela Europea de excelencia, 2015):

- Conocer las competencias y limitaciones que tiene el personal en el desempeño de sus funciones
- Evaluar periódicamente el desempeño de todo el personal según sus metas y objetivos.
- Colocar en común experiencias y conocimientos.
- Tener conciencia de la importancia del trabajo personal y su repercusión en la organización.
- Asumir responsabilidades ante los problemas que surjan y aportar soluciones.



- Poseer una actitud proactiva que permita detectar necesidades de formación e incrementar conocimientos, competencias y experiencias.
- Facilitar la discusión sobre problemas o temas de interés relativos a la gestión de la organización (Escuela Europea de excelencia, 2015).

4. Enfoque basado en procesos

Según la norma ISO 9001, un proceso es “un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos en resultados” (Escuela Europea de excelencia, 2015).

Todo proceso en el ámbito hotelero es importante tener en cuenta, ya que la satisfacción del cliente radica desde la captación del cliente al establecimiento hasta la salida del mismo, por lo que los resultados de satisfacción o insatisfacción se podrán medir al término del servicio brindado.

Estos resultados se logran de manera eficiente cuando los recursos y acciones en una organización se gestionan como un proceso coherente el que lleva a tener resultados eficientes dando así mayor valor al cliente” (Qualired, 2015).

El enfoque a procesos en un sistema de gestión de la calidad permite (Secretaría Central de ISO , 2015):

- Comprensión y coherencia en el cumplimiento de los requisitos.
- Consideración de los procesos en términos de valor agregado.
- El logro del desempeño eficaz del proceso.
- Mejora de los procesos en base a la evaluación de los datos y la información.

5. Mejora

El éxito de toda organización se logra mediante el empeño que ésta tenga en cuanto a mejorar cada vez más la calidad de los bienes y servicios que ofrece a los clientes, de forma que los mismos se sientan muy satisfechos al obtener servicios de alta calidad. (Sirvent, Gisbert, & Pérez, Diciembre).



Las ventajas que tiene una empresa de conocer y ejecutar diferentes métodos de mejora es crear oportunidades para aumentar la satisfacción del cliente, las cuáles deben tener en cuenta las siguientes características (Secretaría Central de ISO , 2015):

- Mejorar los productos y servicios para satisfacer las necesidades y expectativas futuras.
- Corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados.
- Mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

6. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones

La toma de decisiones basado en los resultados, se deben realizar de manera objetiva, teniendo en cuenta la información del pasado como base para corregir errores futuros y la información actual con las debidas correcciones de forma que permita analizar situaciones con claridad y poder determinar los procesos a desarrollar a la hora de prestar el servicio de calidad requerido por los clientes. (Sirvent, Gisbert, & Pérez, Diciembre).

Cuando los hechos son analizados de manera clara y objetiva es posible corregir los errores y falencias que se tienen dentro de una organización, mientras no se analice de esta manera no se podrá obtener resultados positivos.

En la gestión de una organización este enfoque ayuda a (Escuela Europea de excelencia, 2015):

- Permitir a todas las personas el acceso a los datos que necesiten.
- Tomar decisiones y actuar según el análisis objetivo, la experiencia y la intuición.
- Garantizar que los datos y la información sean fiables y precisos.
- Analizar la información y los datos con la metodología adecuada.

7. Gestión de las Relaciones

Una buena gestión desarrollada con excelentes relaciones con los proveedores, conducirá a una organización a brindar servicios de calidad; por tanto, es importante que exista siempre una relación cordial, respetuosa y de comunicación fluida para



evitar inconvenientes a la hora de suministrar los productos de calidad que el hotel requiera para su buen funcionamiento. La optimización de los beneficios tanto del hotel como del proveedor se medirá en términos de productividad, rentabilidad y buena imagen (Qualired, 2015).

1.4 Satisfacción del cliente

Uno de los puntos más importantes dentro del campo hotelero es satisfacer al cliente desde el momento en que un huésped realiza la compra de un servicio, quien tiene muchas expectativas acerca del mismo, por lo que los establecimientos hoteleros deben brindar un servicio de calidad para que el huésped quede muy satisfecho y así lograr que regrese nuevamente.

Es la sensación de placer o decepción que tiene una persona al obtener un producto o servicio. Si el desempeño no cumple con las expectativas, el cliente queda insatisfecho, por el contrario, si cubre las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, el cliente queda muy satisfecho (Philip, 2002).

La satisfacción de cliente es uno de los puntos más importantes ya que de eso dependerá que el cliente regrese es por eso que existe dos elementos de la satisfacción del cliente y son (Thompson, 2006):

El Rendimiento Percibido: Es el resultado que se obtiene después de que el cliente adquiere un producto o servicio.

Las Expectativas: Son las experiencias que los clientes tienen al adquirir un producto o servicio. Estas expectativas se producen por:

- Ofrecimientos que hace la empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos.
- Ofertas de los competidores.

Después que el cliente realiza la compra de un producto o servicios ellos experimentan estos niveles de satisfacción (Thompson, 2006):

- **Satisfacción:** El producto o servicio cumple con las expectativas del cliente.



- Insatisfacción: El producto o servicio no cumple con las expectativas del cliente.
- Complacencia: El producto o servicio sobrepasa las expectativas del cliente.

Grado de satisfacción de los clientes

Según el grado de satisfacción percibida por los clientes se generan niveles de relaciones de consumo entre el cliente y la empresa, los cuales son (Pérez V. , 2006):

- Clientes frecuentes: Acuden a la empresa para adquirir el producto o servicio.
- Clientes fidelizados: Se identifican con la empresa y hablan de la misma a familiares y amigos para recomendarla.

Definición de cliente

El cliente es uno de los más importantes, puesto que de este dependerá el progreso de una empresa u organización, es por eso que a continuación se detalla conceptos de diferentes autores sobre el significado de cliente.

“Es aquel que adquiere un servicio o bien para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (Bastos, 2006).

“Un cliente se define como un consumidor que reitera la compra de los productos / servicio que las empresas ofrecen” (Vivas, 2010).

Tipos de clientes

Existen diferentes tipos de clientes, cada uno con características específicas; entre ellos se destacan los siguientes (Sanchez):

Tabla 1

Tipos de clientes

Carácter	Rasgos	Como actuar
Afable	Simpático	Cuidar los detalles
	Parlanchín	Dejarlo que se exprese
	Reclama mucha atención	Mostrarse receptivo en la escucha
	No tiene prisa	Ser paciente con una actitud muy amable



Reservado	Callado	Inspirarle confianza
	Introvertido	Atender con brevedad
	Independiente	Mostrarse amable ante su actitud
	Se comunica mal	Dialogar con el cliente

Polémico	Le gusta discutir	No discutir nunca con el cliente
	Desconfía	Escuchar y brindar las explicaciones necesarias
	Pretende tener la razón	Demostrarle que nos interesa siempre su satisfacción
	Tenaz en sus planteamientos	Dar acogida a sus sugerencias u opiniones

Inseguro	Tímido	Dar el primer paso
	Duda siempre	Brindar confianza
	Tarda en decidirse	Estimular a que tome la mejor decisión

Impaciente	Nervioso	Mantener en todo momento la calma
	Siempre tiene prisa	Ofrecer sin demoras el servicio
	Voluble	Actuar con delicadeza
	Poco objetivo	Delicadeza para cortar la conversación



Meticuloso

Es concreto y le gusta concisión	Atender con rapidez
Sabe lo que quiere	Cuidar mucho los detalles
Quiere atención rápida	Argumentaciones objetivas
A veces es cortante y rotundo	Actuar con diplomacia

Arrogante	Su autoestima es muy alta	Mostar firmeza y ser diplomático
		Acoger sus planteamientos
	Es orgulloso	No emplear argumentos emotivos
	Le gusta imponer su opinión	Ser ecuánime en la comunicación
	Suele considerarse superior a la mayoría	

Nota: Elaboración propia con base en “Comunicación Empresarial y Atención al cliente”. Sánchez María.

Fidelización

La fidelización entendida como una buena relación comercial entre el establecimiento con los clientes y los proveedores. La fidelidad se produce cuando existe una correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la organización y su comportamiento de compra de los productos y servicios de la misma (Sanchez, pág. 30).

Importancia de la Fidelización

La permanencia de una empresa depende de la fidelización del cliente ya que esto permite saber a qué tipo de cliente dirigirse y así personalizar sus productos o servicios, además debe llevar a cabo estudios periódicamente para conocer las falencias y así lograr mejoras.



Alcanzar la fidelización de un cliente permite a la empresa tener una mayor estabilidad económica e incrementar su nivel de servicio frente a la competencia. (Bastos, 2006)

Factores fundamentales para la fidelización.

La fidelización está acompañada de las siguientes acciones (Bastos, 2006):

- La amabilidad y el buen trato.
- La comprensión.
- La honestidad.
- La soltura y manejo de información.
- El interés por la persona.
- La actitud positiva.

1.5 Plan de mejora

Un plan de mejora “es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando sinergia que contribuya al progreso constante. Se utiliza para alcanzar calidad y excelencia de las organizaciones de manera progresiva, obteniendo resultados eficientes y eficaces” (Proaño, Solery, & Pérez, 2017).

Un plan de mejora tiene las siguientes características y son (Pedró, Abad, Arboix, Chaves, & Gimeno, 2005):

- Se debe contar con la participación de todos los implicados de la organización.
- Debe ser solo un instrumento orientado a cumplir con las acciones predeterminadas.
- Las responsabilidades son asignadas mediante la ejecución y seguimiento de un plan delimitado y objetivo.
- La comunicación interna es fluida y eficiente lo que permite alcanzar los objetivos propuestos mediante el avance del plan.

Un plan de mejora permite (Pedró, Abad, Arboix, Chaves, & Gimeno, 2005):

- Adecuar los cambios del entorno y de las situaciones.
- Especificar los objetivos que se pretende alcanzar a corto y mediano plazo y las tareas a desarrollarse para lograrlos.



- Ordenar y priorizar decisiones que facilita la designación de recursos.
- Involucrar a los participantes de cada departamento en las distintas acciones de mejora de la organización.
- Implementar cambios en la organización basada en la creación de objetivos.

Los Riesgos y beneficios de un plan de mejora se debe tomar en cuenta en los diferentes procesos de la organización para un mejor servicio los cuales son (Pedró, Abad, Arboix, Chaves, & Gimeno, 2005):

Riesgos (Pedró, Abad, Arboix, Chaves, & Gimeno, 2005):

- Da mayor prioridad al proceso que a los resultados.
- Considerar el plan de mejora como un fin y no como un medio.

Beneficios: (Pedró, Abad, Arboix, Chaves, & Gimeno, 2005):

- Flexibilidad: no es un procedimiento cerrado, proporciona diferenciaciones y ajustes.
- Utilidad: para el logro de los objetivos establecidos y para conservar la misión y visión de la empresa.

1.5.1 Mejora continua

La mejora continua en una empresa permite establecer, elegir y realizar posibles actividades que conducen a incrementar la satisfacción del cliente cumpliendo con los requerimientos que exige el mismo.

Dentro de estas posibles actividades de mejora es preciso tener en cuenta (Secretaría Central de ISO , 2015):

- Productos y servicios de calidad que cumplan las necesidades y expectativas futuras del cliente.
- Prevención, corrección y reducción de los efectos no deseados.
- Sistema de gestión de calidad.



Requisitos de la mejora continúa

La mejora continua para un apropiado desarrollo dentro del ambiente laboral requiere tener en cuenta los siguientes aspectos (Gonzalez, 2012):

- Apoyo en la gestión.
- Retroalimentación y revisión de los pasos en cada proceso.
- Claridad en la responsabilidad.
- Poder de decisión para el trabajador.
- Forma tangible de realizar las mediciones de los resultados de cada proceso.
- Proceso original bien definido y documentado.
- Participación de los responsables del proceso.
- Transparencia en la gestión.
- Cualquier proceso debe ser acordado, documentado, comunicado y medido en un marco temporal que asegure su éxito.

1.5.2 Directrices para la elaboración del plan de mejora

El conocimiento de las directrices bien definidas dentro de un plan de mejora por parte del personal implicado del establecimiento permite (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5):

Identificar el área de mejora

Una vez identificada el área a mejorar es importante realizar una evaluación para determinar los aspectos positivos y negativos; el resultado de la evaluación aplicada va a permitir al establecimiento buscar los aspectos a mejorar en el área involucrada (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5).

Detectar las principales causas del problema

Para llegar a la solución de un problema previamente detectado es preciso conocer los motivos que originaron, usando herramientas como: diagrama de Pareto, caza de la calidad, lluvia de ideas entre otras (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5).



Formular el objetivo

Una vez identificadas las principales áreas a mejorar y conocidas las causas del problema, se formulan los objetivos y se fija el período de tiempo para su ejecución.

Los objetivos trazados deben contener (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5):

- El resultado que se pretende lograr.
- Concreción y realidad de los mismos.
- La redacción debe ser clara y no ambigua.

Seleccionar las acciones de mejora

Dentro de la gama de posibilidades de mejora, el establecimiento debe elegir las mejores y según sus necesidades, de forma que lleve a cumplir los objetivos planteados (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5).

Realizar una planificación

Una planificación es un plan de acción a desarrollarse y debe determinar la persona responsable de ejecutarlo, áreas, procesos, tiempos de desarrollo, personal que lo ejecutará, recursos a utilizar; todos estos aspectos permiten lograr alcanzar los objetivos trazados y medir las razones por las que algunos no se lograron alcanzar (Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación, pág. 5).

1.6 Reglamento de alojamiento

El Reglamento de Alojamiento Turístico en el Ecuador se encuentra vigente, de acuerdo a su última modificación, desde el 18 de febrero de 2016, según el Acuerdo Ministerial N° 24 publicado en el Registro Oficial 465 del 25 de marzo de 2015.

Este Reglamento es elaborado por el Ministerio de Turismo, considerando, entre otras cosas, que el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una Política de Estado, encaminada en la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, distribución de la riqueza e inclusión social; y que, de igual manera, el artículo 5 de la Ley de Turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento.



Este Reglamento, como es lógico, en la Sección I del Capítulo I hace referencia al Ámbito General, donde trata aspectos como el objeto, ámbito de aplicación y definiciones, en donde se describen, con lujo de detalles todas aquellas definiciones que tienen relación con las habitaciones y alojamiento en general.

En la Segunda Sección del mismo Capítulo, el Reglamento describe los derechos y obligaciones, tanto de los huéspedes como de los establecimientos de alojamiento turístico.

En el Capítulo II, Sección I, el Reglamento detalla los procedimientos de registro, inspección e identificación. La Sección II del mismo Capítulo se ocupa del procedimiento para el licenciamiento; es decir, todo lo que se refiere al funcionamiento anual de los establecimientos de alojamiento que puede estar a cargo, bien sea de la Autoridad Nacional de Turismo o del Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se lo haya transferido la competencia de licenciamiento.

El Capítulo III de este Reglamento se ocupa de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico. La clasificación de alojamiento turístico tiene una nomenclatura que es la siguiente

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L.
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

Por otro lado, las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico, según el Reglamento son:



Universidad de Cuenca

- Hotel: 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal: 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería-Hacienda Turística: 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge-Resort: 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio: Categoría Única
- Campamento Turístico: Categoría Única
- Casa de Huéspedes: Categoría Única

Todos los establecimientos de alojamiento turístico deberán reunir, de manera obligatoria, con ciertos requisitos que se encuentran igualmente contemplados en el Reglamento de Alojamiento Turístico y de esa manera ser categorizados y otorgados los distintivos correspondientes.

Capítulo 2

Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento de la Isla de Jambelí

2.1 Isla de Jambelí

En la Provincia de El Oro se encuentra el Archipiélago de Jambelí perteneciente al Cantón Santa Rosa. Las islas que forman el archipiélago son: Las Guacas, Pongalillo, Costa Rica, Pungal, Jambelí, Las Crucitas y Buena Vista, cuenta con una población aproximada de 500 habitantes. La economía del lugar se sustenta únicamente en el Turismo, el cual se ofrece a todos aquellos visitantes que son atraídos por el deseo de conocer otra parte de la costa ecuatoriana.



Foto 1. Jambelí

Autor: Propia.

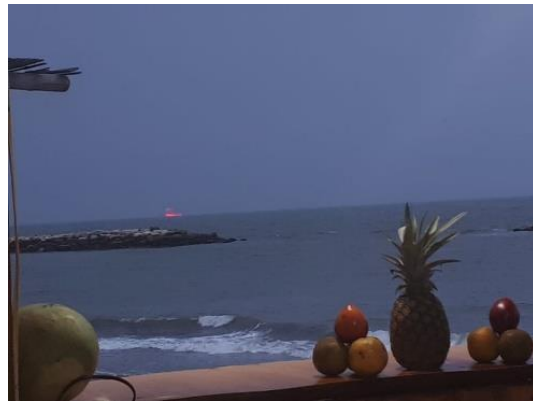


Foto 2. Playa de Jambelí

Autor: Propia.

La isla de Jambelí es un lugar que se ha destacado por acoger durante varios años a turistas de diferentes partes del país, principalmente de la ciudad de Cuenca, quienes acuden a disfrutar de la playa, platos típicos y entretenimiento. Jambelí ha sido el atractivo turístico de la provincia de El Oro más visitado y codiciado en temporada de vacaciones y feriados, cabe destacar que, a pesar de los desastres naturales, como la erosión de la playa generada por el fuerte oleaje, sigue siendo uno de los puntos turísticos más importantes de la provincia.

El traslado de los turistas a La Comuna Ancestral “Isla Balneario de Jambelí”, se realiza en lanchas desde el muelle de cabotaje malecón de Puerto Bolívar, por lo



general con capacidad para 60 personas y están a disposición de los turistas cada hora a un costo de \$4.00 por persona (ida y vuelta). Al ingresar al balneario el turista debe pagar un valor de \$0,25 ctvs., contribución que destinan los lugareños para la recolección de basura.

2.2 Establecimientos de alojamiento

2.2.1 Capacidad hotelera de la isla de Jambelí

El balneario de Jambelí cuenta con once establecimientos de alojamiento, los cuales tienen noventa y nueve habitaciones en toda la isla con una capacidad para alojar a cuatrocientos cuarenta y tres personas.

Tabla 2

Capacidad hotelera

LOCAL	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO
Hostería Las Iguanas	7	25
Hostería Nilson	7	25
Hostería Sol Y Arena	8	45
Hostería Son De Mar	4	16
Hostería Toa Toa	11	80
Hostería Costa Dorada	7	45
Hostería Crustáceo Cascarudo	7	45
Hostería Ramada De Noe	10	36
Hostería Niño Turista	4	16
Hostería Gina	6	30
Hotel María Sol	28	80
TOTAL	99	443

Nota: Elaboración propia con base en la visita de campo.



2.3 Establecimiento hotelero “Las Iguanas”

2.3.1 Categorización

Según el Catastro Turístico 2018 el establecimiento de alojamiento “Las Iguanas” se presenta como hostería y su categorización es de tercera, sin embargo, la propietaria manifiesta que es un Hospedaje Familiar.



Foto 3. *Hostería Las Iguanas*

Autor: Propia.



Foto 4. *Entrada a recepción, Hostería Las Iguanas.*

Autor: Propia.

En el análisis de campo se constató que el establecimiento cuenta con varias cabañas, las cuales fueron construidas con materiales de la zona. El establecimiento “Las Iguanas” cuenta con servicios de wifi, aire acondicionado y baño privado en cada cabaña.

De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico, este establecimiento se ubica en la categoría tres estrellas.

2.3.2 ISO 9001

2.3.2.1 Principios de la gestión de calidad

Los siete principios sirven como referencia para que cada organización mejore la calidad de su producto o servicio, orientándolo hacia la consecución de la mejora. Es por eso que el cuadro que se describe a continuación es del establecimiento “Las Iguanas” donde muestra lo que cumple y no cumple según cada principio.



Tabla 3

Los 7 principios de la norma ISO 9001:2015

Los siete principios de calidad de la norma ISO 9001 fueron comparados con los procedimientos realizados en este establecimiento a través de una entrevista realizada a la propietaria.

Principio 1: Enfoque al cliente			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Dar prioridad a los gustos y necesidades del cliente con el fin de brindar calidad en servicio prestado.	X		
Principio 2: Liderazgo			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Forma dinámica de ejercer la autoridad con respeto, diálogo y apertura al personal de la empresa.	X		
Principio 3: Participación del personal			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación



Personal comprometido con los objetivos y metas de la empresa, con creatividad, motivación e innovación.	X		
Principio 4: Enfoque basado en procesos			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Actividades que se relacionan entre si dando al final un resultado positivo.		X	El establecimiento requiere un manual de procedimiento en el que las funciones de cada empleado estén bien definidas y no se realicen de forma verbal como se continúa desarrollando.
Principio 5: Mejora			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
		X	El establecimiento se limita únicamente a brindar servicio de alojamiento, es necesario que el mismo



Mejorar la calidad de bienes y servicios para que los clientes se encuentren muy satisfechos			ofrezca el servicio de restaurante, pues según la propietaria muchos clientes sugieren agregar dicho servicio.
Principio 6: Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Analizar las situaciones de manera objetiva para obtener resultados positivos.		X	En la empresa no existe un organigrama ni registros por ser establecimiento pequeño; el mismo es gerenciado y administrado por su propietaria, por lo que la toma de decisiones lo realiza dicha persona.
Principio 7: Gestión de las Relaciones			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Relaciones de buena comunicación y respeto entre el proveedor, sociedad y el hotel a fin de obtener beneficios mutuos.	X		

Nota: Elaboración propia con base en la ISO 9001.

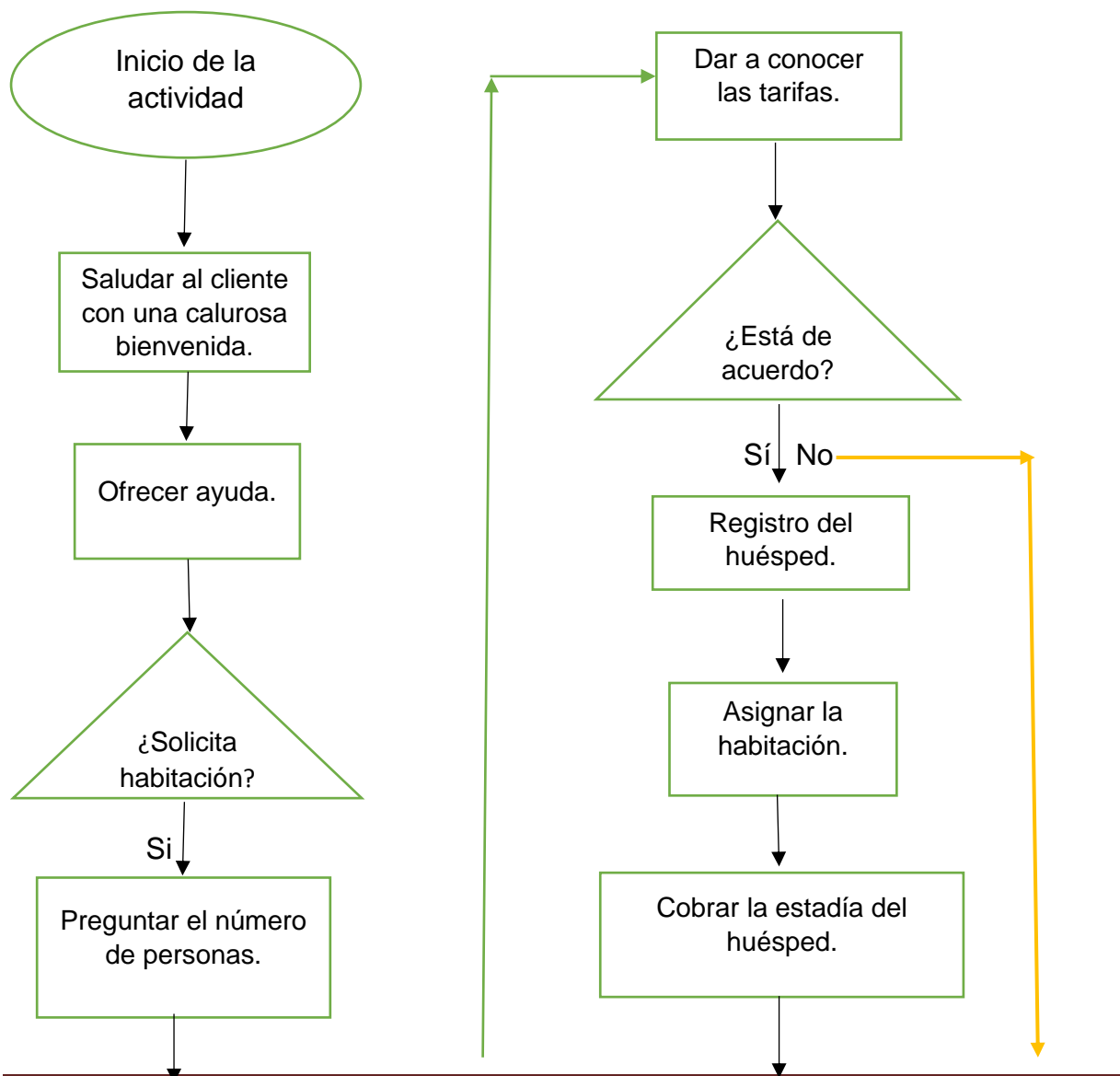
2.3.3 Análisis de los procesos

Los procesos que se llevan a cabo en este establecimiento están únicamente dirigidos por los departamentos de recepción y ama de llaves, quienes se encargan de acoger y ofrecer los servicios que presta las cabañas “Las Iguanas”

Departamento de recepción

En el siguiente flujograma se detalla los procedimientos que permiten al establecimiento detallar secuencialmente los pasos que realiza la persona encargada del departamento de recepción, para esto se utiliza diferentes tipos de simbología que representan una actividad como se muestra a continuación.

Flujograma de los pasos en el Departamento de Recepción



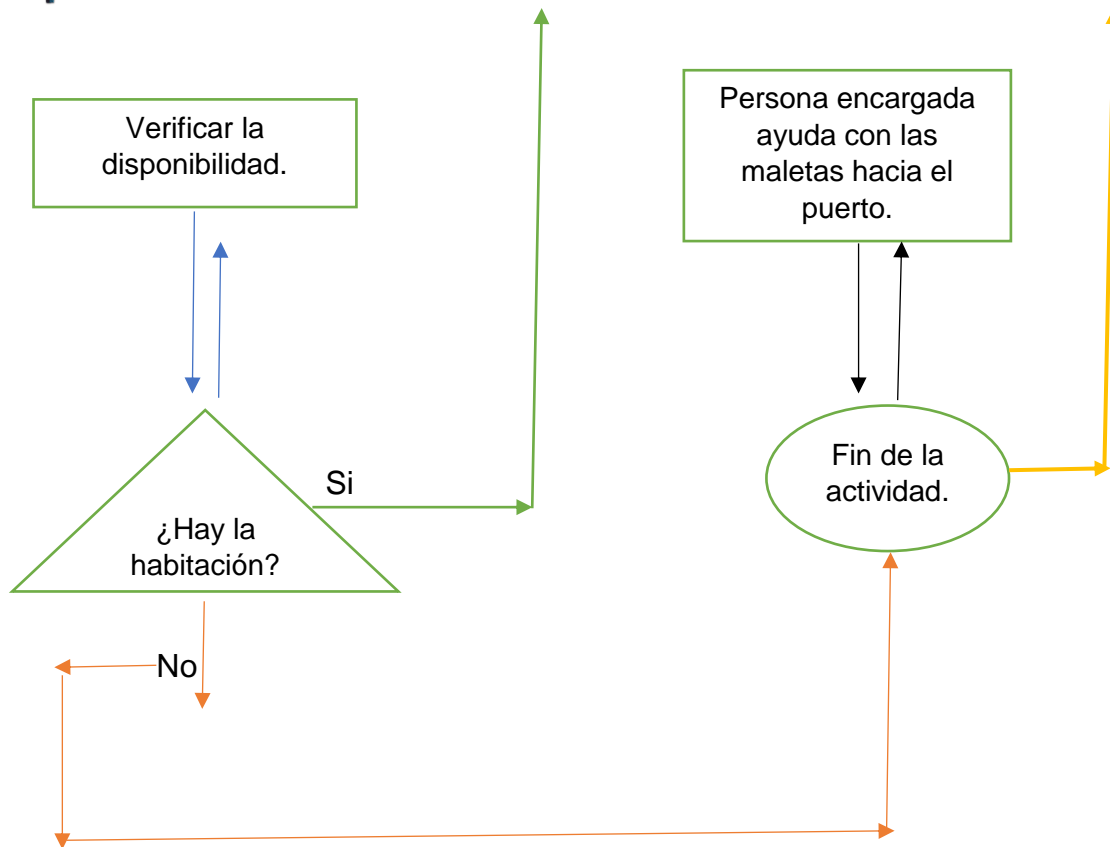


Figura 2. Flujograma de los procesos en el departamento de recepción.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Las Iguanas”

Departamento de Ama de Llaves

Este departamento es de gran importancia dentro de un hotel al igual que los demás departamentos, porque de este depende la satisfacción del cliente y su futuro retorno. Todos los departamentos tienen una correlación con el de ama de llaves porque los incluye en diferentes actividades para poder brindar un ambiente grato al huésped.



Foto 5. Habitación, Hostería Las Iguanas.

Autor: Propia.



Foto 6. Área exterior, Hostería Las Iguanas.

Autor: Propia.



En este establecimiento utilizan diferentes pasos para el aseo de cada habitación, existen dos camareras donde una de ellas realiza la limpieza de todas las habitaciones y la otra persona se encarga del resto de las instalaciones. En el siguiente flujograma se detalla con diferente simbología los procesos que se realiza en este departamento.

Flujograma de los pasos en el departamento de ama de llaves

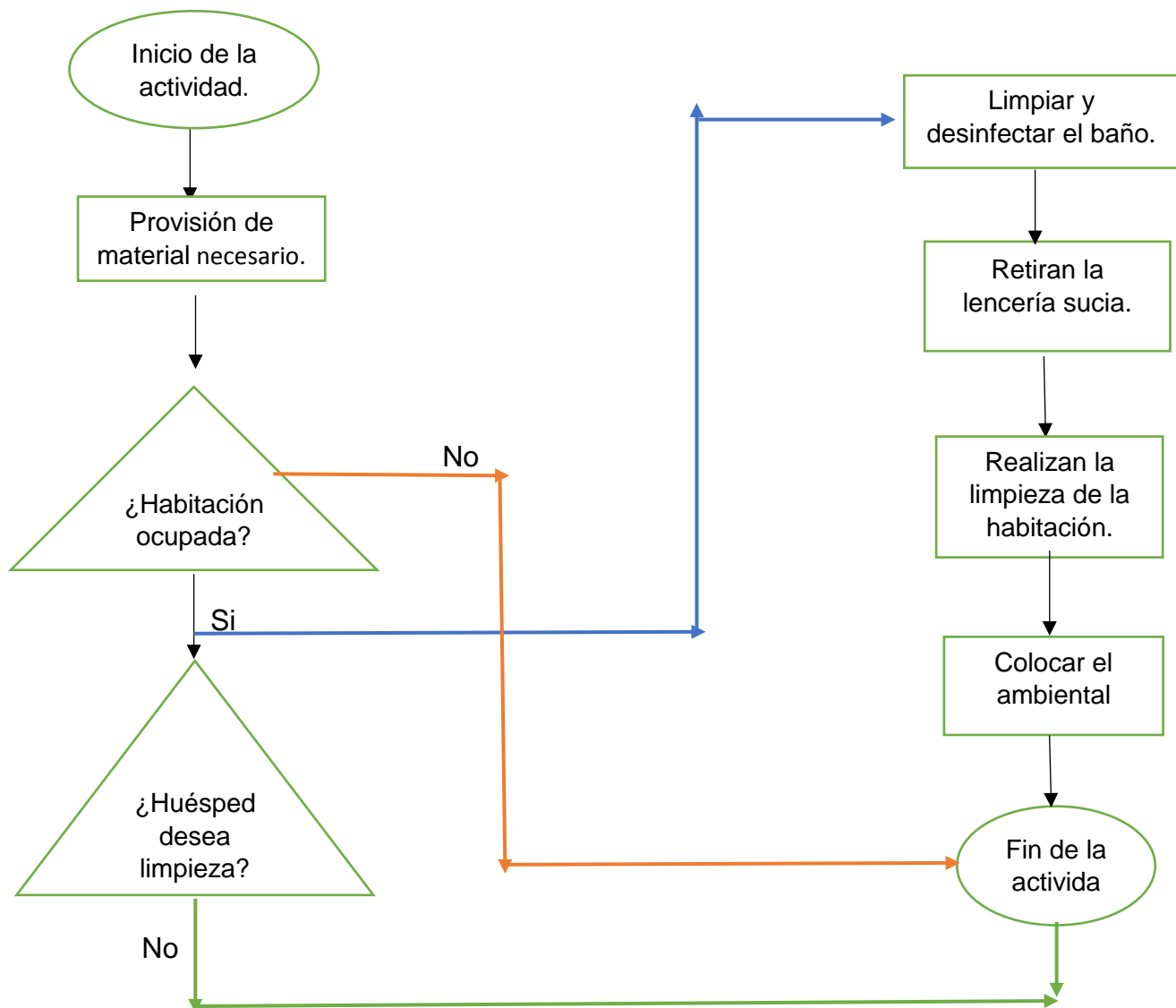


Figura 3. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Las Iguanas”



2.4 Establecimiento hotelero “Son de Mar”

2.4.1 Categorización

Según el Catastro Turístico 2018 el establecimiento de alojamiento “Son de Mar” se presenta como hostería y su categorización es de tercera; sin embargo, la propietaria manifiesta que a su establecimiento lo denomina como Cabañas.

En la visita al establecimiento se evidencia que cuenta con cabañas, las cuales son construidas con materiales de la zona. El establecimiento “Son de Mar” cuenta con servicios de wifi, aire acondicionado y baño privado en cada cabaña.



Foto 7. Cabañas, Hostería Son de Mar.

Autor: Propia.

De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico, este establecimiento se ubica en la categoría tres estrellas.

2.4.2 ISO 9001

2.4.2.1 Principios de la gestión de calidad

La calidad dentro de una empresa es muy importante porque ayuda a satisfacer las necesidades tanto de huéspedes empleados y dueños. A continuación, se detalla el cumplimiento o no del establecimiento “Son de Mar” según los siete principios.

Tabla 4



Los 7 principios de la norma ISO 9001:2015

Los procedimientos realizados en este procedimiento se hicieron en base a los siete principios de calidad de la norma ISO 9001 a través de la información proporcionada por la propietaria.

Principio 1: Enfoque al cliente			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Dar prioridad a los gustos y necesidades del cliente con el fin de brindar calidad en servicio prestado.		X	La prioridad de este establecimiento es sólo el alquiler de las cabañas existentes, por lo que la satisfacción del cliente pasa a un segundo plano.
Principio 2: Liderazgo			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Forma dinámica de ejercer la autoridad con respeto, diálogo y apertura al personal de la empresa.		X	Con la observación realizada se evidencia que existe un deficiente nivel de liderazgo, por lo que es necesario generar este principio.
Principio 3: Participación del personal			



Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Personal comprometido con los objetivos y metas de la empresa, con creatividad, motivación e innovación.		X	La administración de este establecimiento no cumple con ninguno de los requerimientos de este principio debido a que no genera motivación ni involucra al personal, pues es bien sabido que la dinámica y creatividad de un servicio de calidad lo desarrolla un personal bien motivado.
Principio 4: Enfoque basado en procesos			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Actividades que se relacionan entre si dando al final un resultado positivo.		X	No cuenta con procesos en ninguno de los departamentos existentes, por esta razón es necesario orientar hacia un mejoramiento continuo de los servicios que ofrece.
Principio 5: Mejora			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación



Mejorar la calidad de bienes y servicios para que los clientes se encuentren muy satisfechos.		X	El establecimiento no da referencia de establecer una mejora continua, pues su principal interés es vender las habitaciones en las condiciones que se encuentra sin tener interés para brindar un servicio de calidad.
---	--	----------	--

Principio 6: Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones

Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Analizar las situaciones de manera objetiva para obtener resultados positivos.		X	Ante las eventualidades que surgen en el establecimiento, las decisiones se toman en el momento, no se prevé, por lo que los resultados obtenidos no son positivos.

Principio 7: Gestión de las Relaciones

Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Relaciones de buena comunicación y respeto entre el proveedor, sociedad y el hotel a fin de obtener beneficios mutuos.	X		

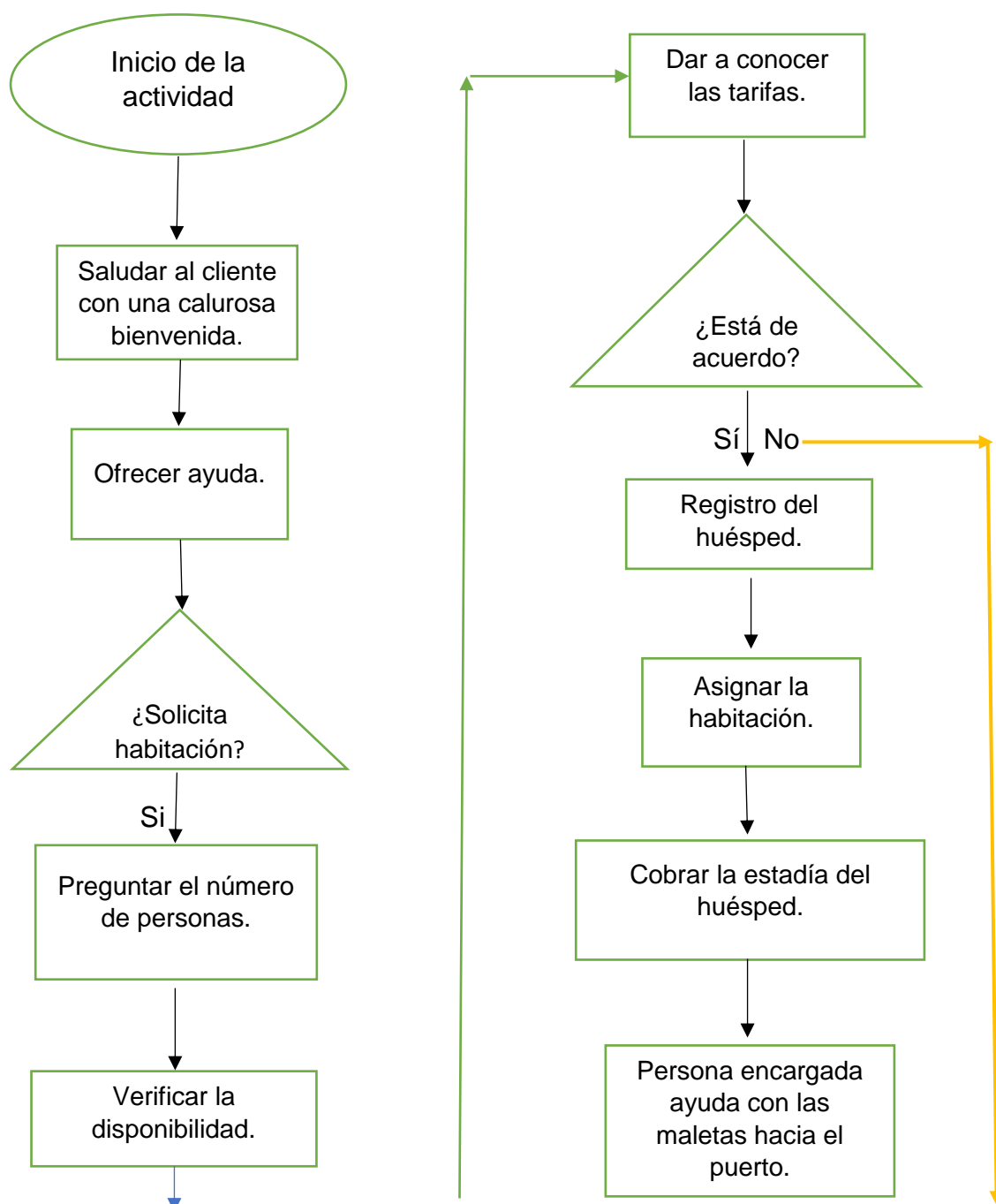
Nota: Elaboración propia con base en la Norma ISO 9001.



2.4.3 Análisis de los procesos

Las cabañas Son de Mar se basan únicamente en dos procesos definidos el Departamento de Recepción y Departamento de Ama de Llaves. Dichos procesos son llevados por el personal que labora en el lugar. La ejecución de los mismos se muestra a continuación mediante un flujograma que contienen diferente simbología sobre los pasos realizados en el departamento de recepción.

Flujograma de los pasos en el Departamento de Recepción



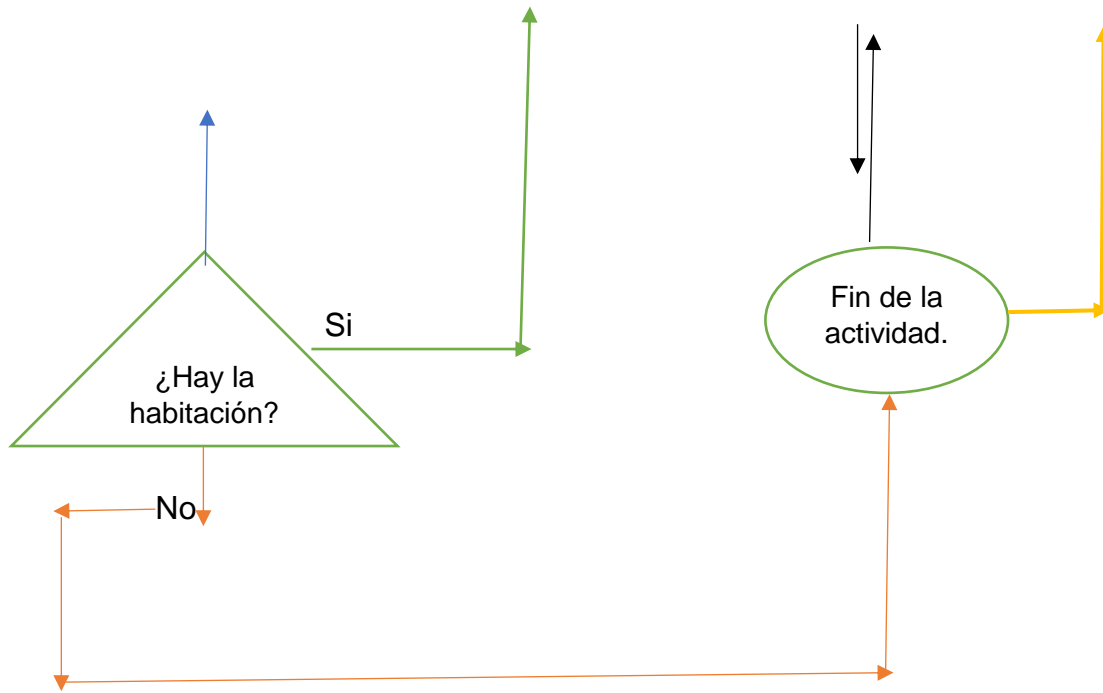


Figura 4. Flujo de los procesos en el departamento de recepción.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Son de Mar”

Departamento de Ama de Llaves

El departamento de ama de llaves también es uno de los más importantes dentro de un establecimiento hotelero, porque su principal objetivo es brindar un servicio de calidad al cliente, mediante la limpieza de las habitaciones y áreas públicas ya que de este dependerá que el huésped en un futuro regrese al lugar.



Foto 8. Habitación, Son de Mar

Autor: Propia.



Foto 9. Cabaña, Son de Mar

Autor: Propia.



En el siguiente flujograma se detalla con diferente simbología los procesos que se realiza en este departamento. Así mismo en el establecimiento realizan diferentes pasos para el aseo de cada habitación, existen dos camareras donde una de ellas realiza la limpieza de todas las habitaciones y la otra persona se encarga de las áreas públicas.

Flujograma de los pasos en el Departamento de Ama de Llaves

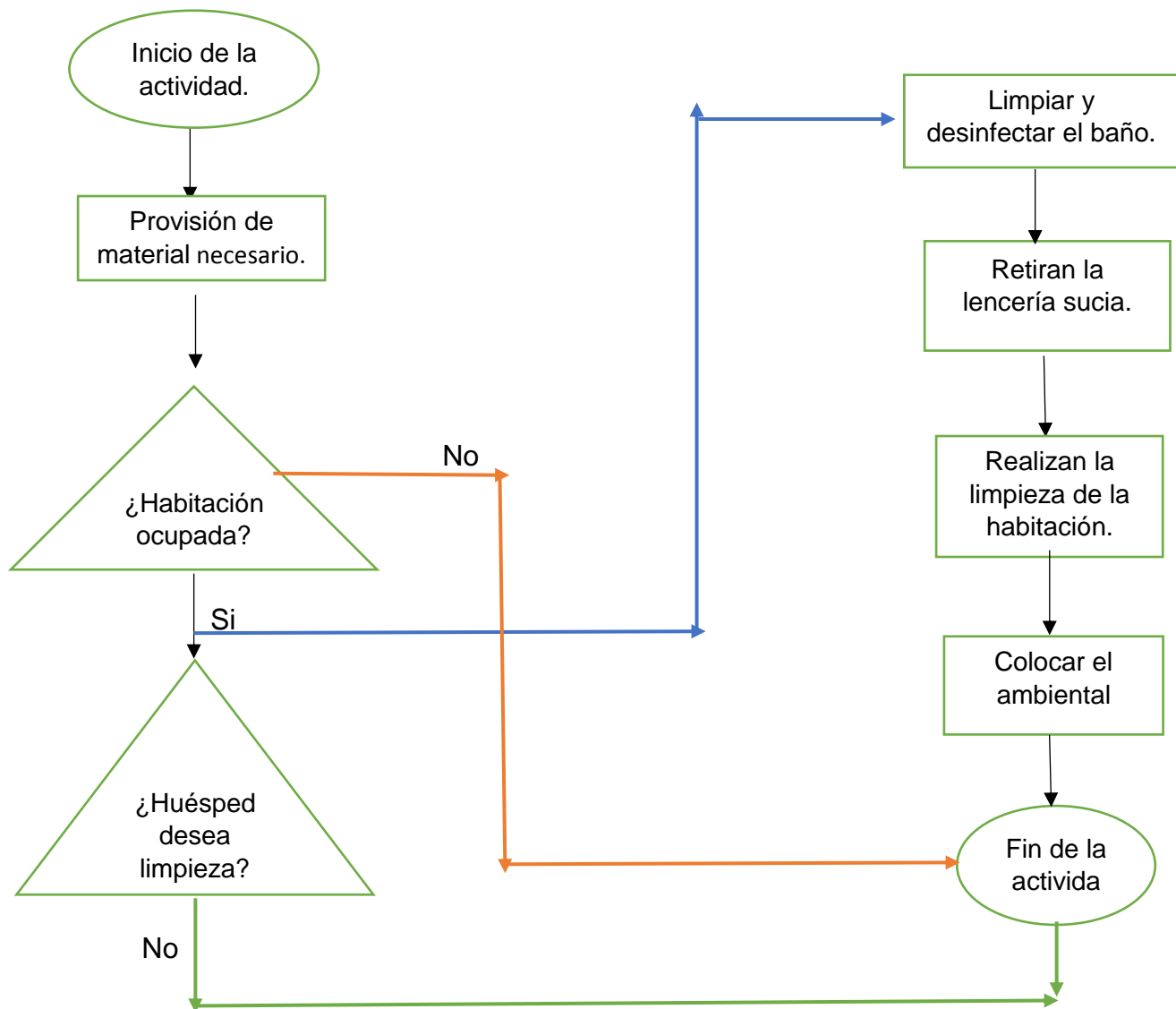


Figura 5. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Son de Mar”

2.5 Establecimiento hotelero “Toa Toa”

2.5.1 Categorización

En el Catastro Turístico 2018 no se encuentra registrado. El propietario del establecimiento “Toa Toa” lo denomina como Cabañas Eco-turísticas, sin embargo, al visitar el lugar se constata que el establecimiento cuenta con cabañas, las cuales son fabricadas con materiales de la zona. Cada cabaña cuenta con servicio de wifi y baño privado. De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico, este establecimiento se ubica en la categoría una estrella.



Foto 10. Toa Toa

Autor: Propia.



Foto 11. Cabañas Toa Toa

Autor: Propia.

2.5.2 ISO 9001

2.5.2.1 Principios de la gestión de calidad

Los principios que tiene esta norma ayuda a cumplir de manera más apropiada los procedimientos relacionados con productos y servicios, por consiguiente, la tabla muestra el no cumplimiento o cumpliendo de lo antes mencionado en el establecimiento Toa Toa.



Tabla 5

Los 7 principios de la norma ISO 9001:2015

Los siete principios de calidad de la norma ISO 9001 fueron comparados con los procedimientos realizados en este establecimiento a través de una entrevista realizada a la propietaria.

Principio 1: Enfoque al cliente			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Dar prioridad a los gustos y necesidades del cliente con el fin de brindar calidad en servicio prestado.		X	El establecimiento tiene como objetivo la venta de habitaciones, por lo que el bienestar y confort de sus huéspedes no son su prioridad.
Principio 2: Liderazgo			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Forma dinámica de ejercer la autoridad con respeto, diálogo y apertura al personal de la empresa.		X	El establecimiento no cuenta con personal fijo que asuma el liderazgo a la hora de dirigir y guiar las funciones de la empresa, dicho personal maneja el establecimiento de manera empírica , carecen de conocimientos de hotelería.



Principio 3: Participación del personal			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Personal comprometido con los objetivos y metas de la empresa, con creatividad, motivación e innovación.		X	El establecimiento cuenta con personal sólo en temporadas altas y días feriados. La responsabilidad de mantener las instalaciones del lugar recae sobre el administrador.
Principio 4: Enfoque basado en procesos			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Actividades que se relacionan entre si dando al final un resultado positivo.		X	No cuenta con un manual de procedimiento.
Principio 5: Mejora			
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No cumple	Observación
Mejorar la calidad de bienes y servicios para que los		X	El establecimiento no muestra mejora continua, pues el



clientes se encuentren muy satisfechos.			interés principal es vender las cabañas en las condiciones que se encuentre, hace poco hincapié por brindar servicios de calidad a sus huéspedes.
---	--	--	---

Principio 6: Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones

Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Analizar las situaciones de manera objetiva para obtener resultados positivos.		X	El establecimiento al contar con un liderazgo inestable, la toma de decisiones se realiza sólo en el momento que se dan eventualidades, en este caso lo realiza el encargado del establecimiento.

Principio 7: Gestión de las Relaciones

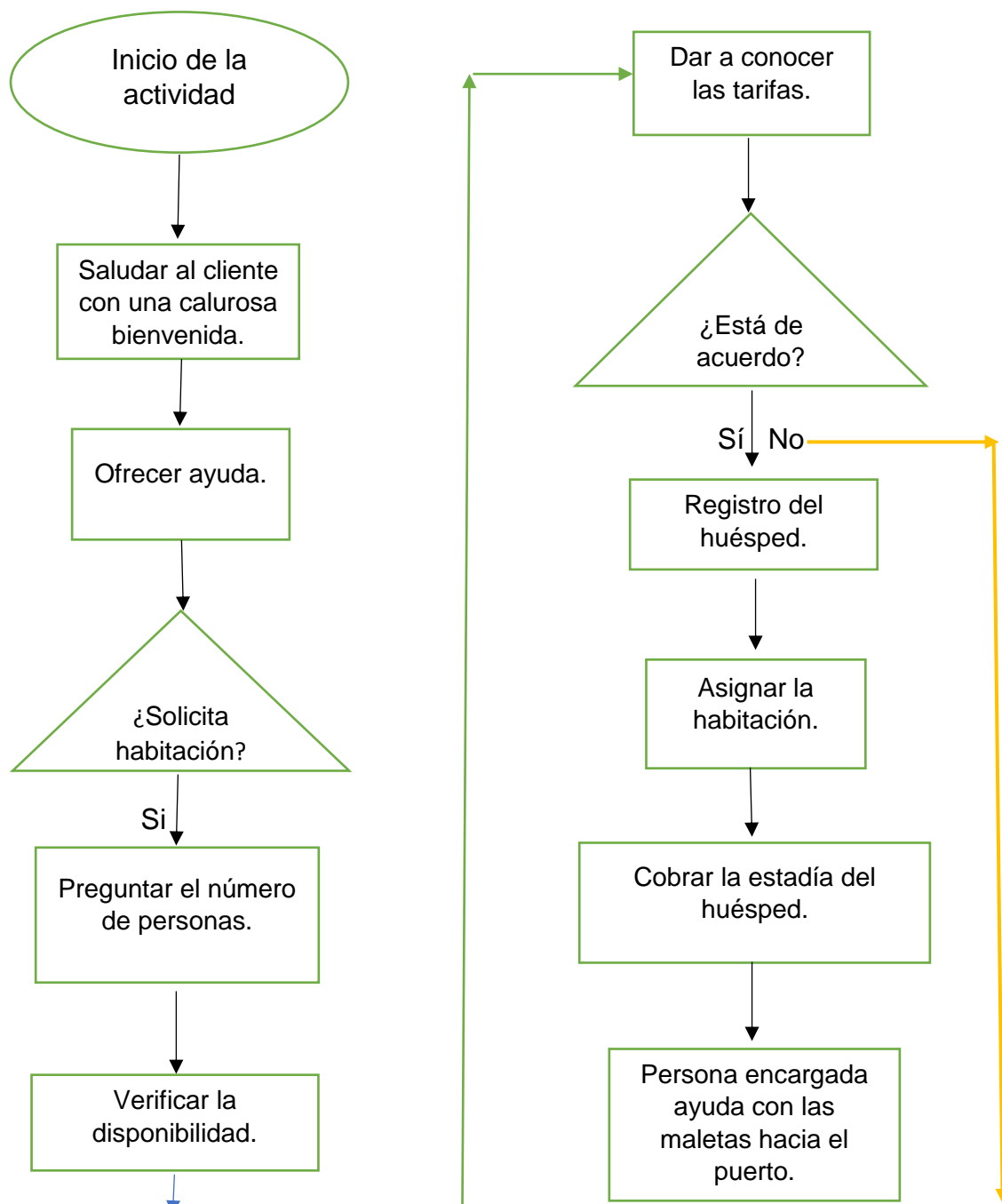
Descripción del principio de la ISO 9001 versión 2015	Cumple	No Cumple	Observación
Relaciones de buena comunicación y respeto entre el proveedor, sociedad y el hotel a fin de obtener beneficios mutuos.		X	Las relaciones sólo se dan en tiempos de temporadas altas y días feriados.

Nota: Elaboración propia con base en la Norma ISO 9001.

2.5.3 Análisis de los procesos

Las cabañas Toa Toa, cuenta únicamente con dos personas encargadas del establecimiento, su atención se centra en los departamentos de Recepción y Ama de Llaves, los procesos que se muestran a continuación son en base a un flujograma con simbología que representa las actividades que se realizan en el departamento de recepción.

Flujograma de los pasos en el Departamento de Recepción



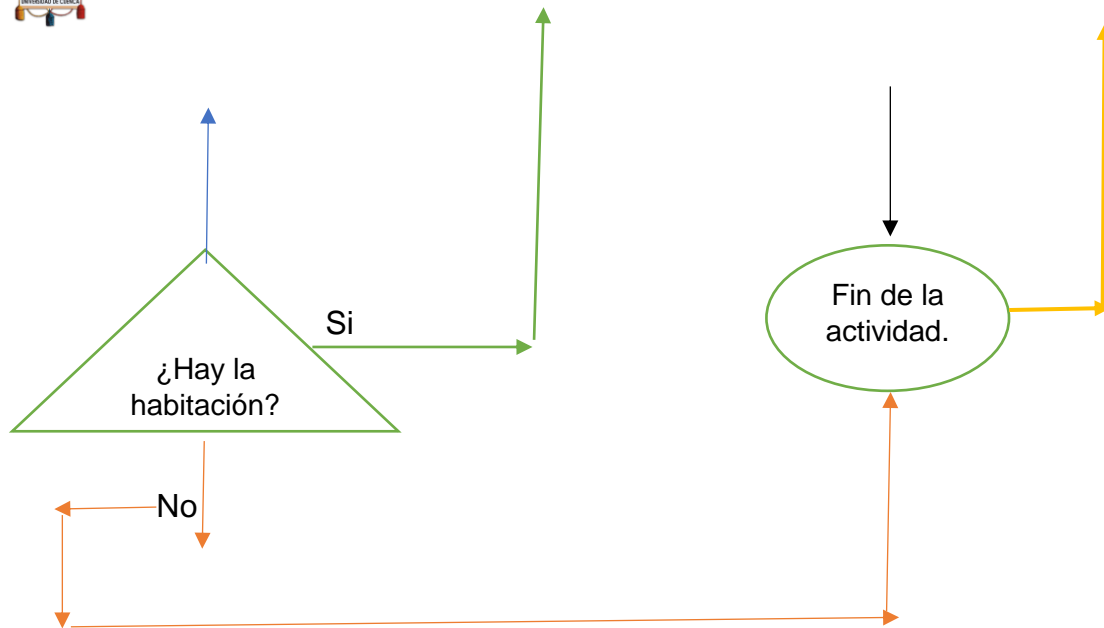


Figura 6. Flujograma de los procesos en el departamento de recepción.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Toa Toa”

Departamento de Ama de Llaves

El departamento de amas de llaves influye en el criterio que tiene el huésped sobre el hotel, todo esto depende de la calidad del servicio brindado al cliente.



Foto 12. Habitación, Cabañas Toa Toa
Autor: propia.



Foto 13. Cabaña Toa Toa
Autor: propia.

En el establecimiento Toa Toa realizan varios pasos para el aseo de las habitaciones, las mismas que son limpiadas por dos personas en un lapso de 5 minutos cada una de ellas, en el flujograma que se presenta a continuación se muestra los procesos que se realizan en este departamento.

Flujograma de los pasos en el Departamento de Ama de Llaves.

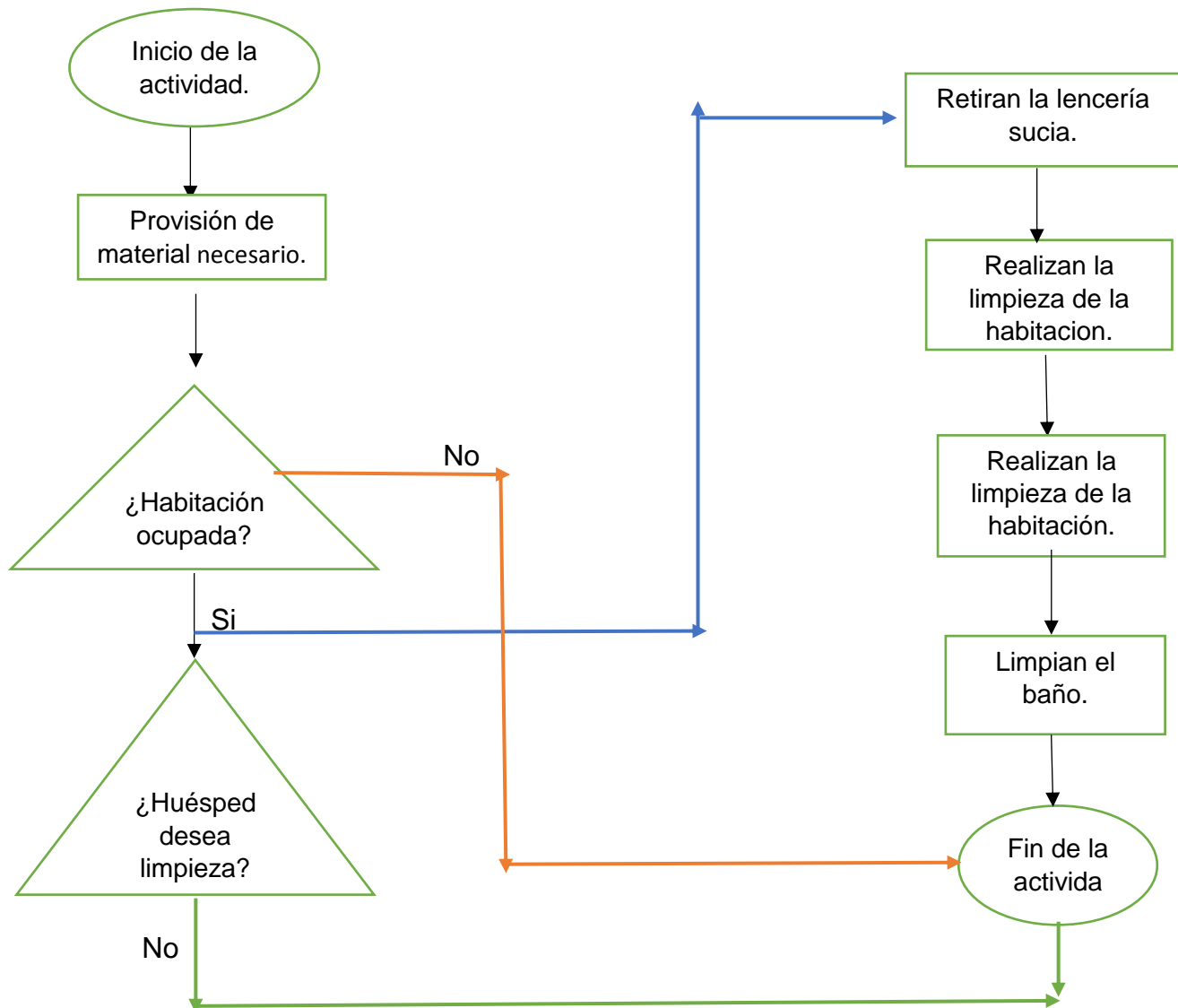


Figura 7. Flujograma de los procesos en el departamento de ama de llaves.

Fuente: Elaboración propia en base a los procesos realizados en el establecimiento “Toa Toa”



2.6 Encuestas

2.6.1 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se considera la siguiente fórmula (PSYMA, 2015):

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

En donde

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito,

q = probabilidad de fracaso

d = precisión

Entonces:

$$n = \frac{243 * (95\%)^2 * 0.95 * 0.05}{(95\%)^2 * (243 - 1) + (95\%)^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = 150$$

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Huéspedes: 243

Tamaño de muestra: 150

Plan de muestreo

Para el número de encuestas se consideró el número total de huéspedes en el mes de julio de 2018, el que fue de aproximadamente 243 entre “Las Iguanas”, “Son de Mar” y “Toa Toa”. Mediante la fórmula se obtuvo un total de 150 encuestas las que se dividieron y realizaron 50 en cada establecimiento.



2.6.2 Encuestas a huéspedes

Las encuestas van dirigidas a todos los huéspedes de los establecimientos: Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa que se encuentran en la zona turística de la Isla de Jambelí. El instrumento a utilizar ayudará a conocer el nivel de satisfacción del servicio brindando por los departamentos de Recepción y Ama de Llaves a los huéspedes que visitan la concurrida isla. Ver Anexo 3.

El período en el que se desarrollaron dichas encuestas están comprendidas entre las últimas semanas del mes de julio y las primeras del mes de agosto.

Con la obtención de los resultados, se pretende orientar y ayudar a los establecimientos anteriormente mencionados en el mejor funcionamiento y en la calidad de sus servicios.

2.6.3 Análisis de resultados

Los resultados que se presentan, se realizaron en tres establecimientos: “Las Iguanas”, “Son de Mar” y “Toa Toa”

En el establecimiento “Las Iguanas” se encuestaron a 41 personas, quienes manifestaron que eligen este lugar por ser un sitio confortable, las personas que atienden muestran amabilidad y mucho interés por las necesidades de los clientes, los servicios son de mejor calidad a diferencia de las otras cabañas, es por esta razón que las personas se definen por este lugar sin importar el precio, pues los que se hospedan son de clase media alta.

Las encuestas realizadas en las cabañas “Son de Mar”; fueron a 37 personas, las cuales deciden pernoctar en este lugar por brindar confort a un público no muy exigente y su precio es accesible. Cabe destacar que el establecimiento cuenta con solo cuatro cabañas por lo que el hospedaje en este lugar lo llegan a ocupar las primeras personas que llegan al mismo.

En el caso del establecimiento “Toa Toa” se pudo encuestar a 71 personas, es el lugar más concurrido por los clientes ya que el factor que predomina a la hora de hospedarse es el económico. El establecimiento se ajusta a las requerimientos y gustos de los huéspedes, los clientes no necesitan hacer reserva, los dueños del



establecimiento solo se encargan de entregar las llaves de la cabaña asignada a los clientes. Las personas que se hospedan en estas cabañas son generalmente de clase baja.

Para la obtención de dichos resultados, se aplicaron encuestas con las variables que se muestran en cada cuadro en el orden correspondiente según los establecimientos anteriormente mencionados.

“Las Iguanas”

En este establecimiento el número de personas encuestadas fue de cuarenta y un huéspedes como se detalla en el siguiente cuadro, de la misma forma en la siguiente tabla se muestra las variables aplicadas con sus respectivos ítems de calificación que van desde lo regular a lo muy satisfactorio.

Tabla 6

Resumen de los datos de las variables aplicadas

		Atención al cliente en recepción	Calidad en el servicio brindado	Satisfacción con la información recibida	Eficiencia y Eficacia del personal	Las Sugerencias y quejas fueron atendidas y resueltas
N	Válido	41	41	41	41	41
	Perdidos	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Análisis de la Variable 1

En el siguiente gráfico el huésped se siente muy satisfecho con la atención recibida en recepción dando un porcentaje del 68.3%.

Tabla 7

Atención al cliente en recepción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	2	4,9	4,9	4,9
Satisfecho	11	26,8	26,8	31,7
Muy Satisfactorio	28	68,3	68,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

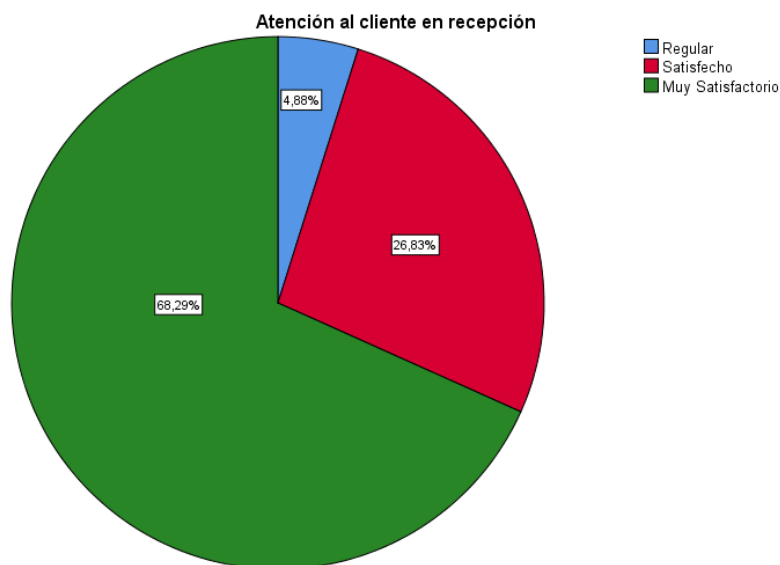


Gráfico 1. Atención al cliente en recepción.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

La primera variable evaluada indica que el 68.3% de los huéspedes encuestados están muy satisfechos con la atención recibida por los empleados de este



establecimiento, en la categoría de satisfecho está ubicado un 26.8%, mientras que solo un 4.9% manifiesta que es regular el servicio; por lo que se puede considerar que el servicio del establecimiento “Las Iguanas” es satisfactorio; sin embargo, es necesario que todo el personal se implique en la buena atención al cliente para que los huéspedes sientan plena satisfacción al arribo a este lugar.

Análisis de la variable 2

En el gráfico que se presenta a continuación se demuestra que el huésped se siente muy satisfecho en cuanto a la calidad en el servicio brindado.

Tabla 8

Calidad en el servicio brindado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bueno	3	7,3	7,3	7,3
Satisfecho	9	22,0	22,0	29,3
Muy Satisfactorio	29	70,7	70,7	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

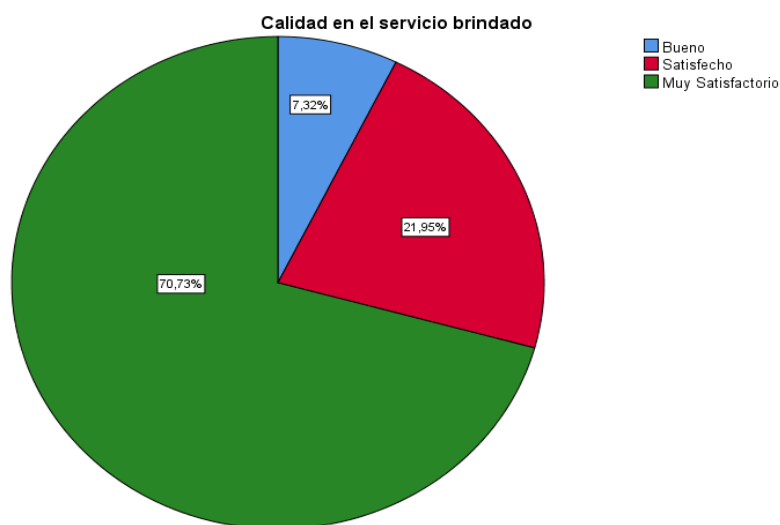


Gráfico 2. Calidad en el servicio brindado.
Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

En cuanto a la calidad en el servicio brindando se evidencia que un 70.7% de los huéspedes están muy satisfechos, sin embargo, el establecimiento no logra satisfacer completamente el servicio a un 22%, ubicándose en la categoría de satisfecho; el 7.3% manifiesta que es bueno, lo cual no es un porcentaje muy representativo y no por ello debe dejar de considerarse para alcanzar el 100% en la calidad del mismo.

Análisis de la Variable 3

El resultado de este gráfico da a conocer que un 73.2% de huéspedes se sienten muy satisfechos con la información recibida.

Tabla 9
Satisfacción con la información recibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	4,9	4,9	4,9
	Satisfecho	9	22,0	22,0	26,8
	Muy Satisfactorio	30	73,2	73,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

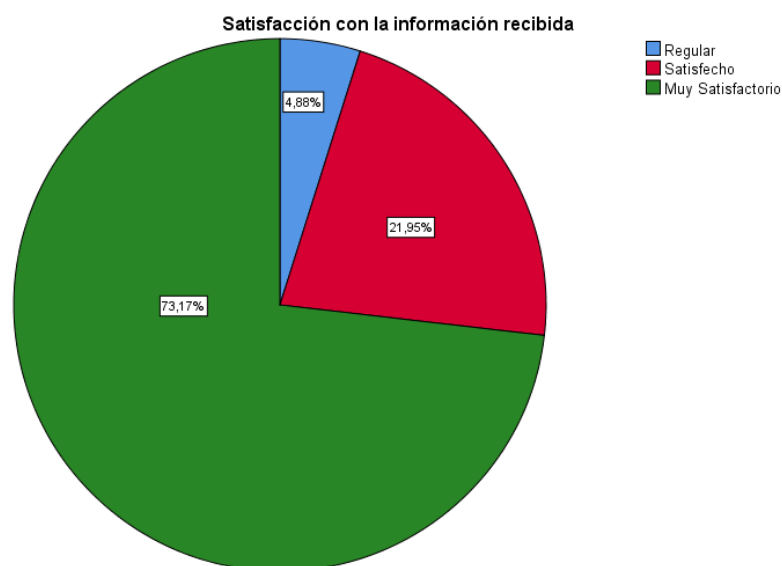


Gráfico 3. Satisfacción con la información recibida.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Interpretación

Los resultados que arroja esta variable indica que un 73.2%, muy satisfecho con la información recibida, mientras que el 22% se encuentra satisfecho. Llama la atención que el 4.9% de los encuestados manifiesta que la información proporcionada es regular, lo que se puede interpretar que el personal del establecimiento no logró brindar con diligencia la información al huésped.

Análisis de la Variable 4

La eficiencia y eficacia del personal, el huésped lo califica como muy satisfactorio dando un resultado de un 68.3% como se muestra en el siguiente gráfico.

Tabla 10

Eficiencia y Eficacia del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	7,3	7,3	7,3
	Satisfecho	10	24,4	24,4	31,7
	Muy Satisfactorio	28	68,3	68,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

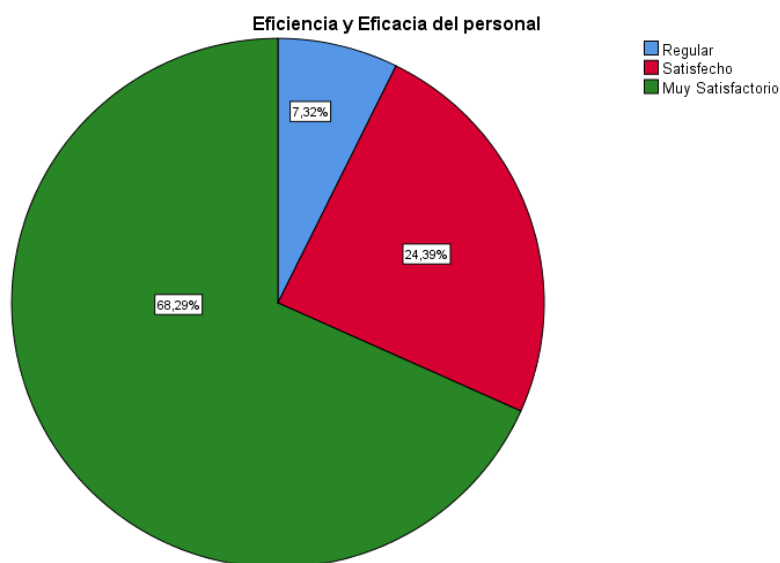


Gráfico 4. Eficiencia y eficacia del personal.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Interpretación

Las categorías analizadas en esta variable detallan que la eficiencia y eficacia del personal de este establecimiento es muy satisfactoria con un 68.3%; aunque el 24.4% manifieste que se sienten satisfechos, el resultado es significativo ya que el establecimiento debe tender a un mayor porcentaje en la categoría de muy satisfecho. El resultado obtenido en la categoría regular del 7.3%, es un indicador de la falta de capacitación del personal en esta área.

Análisis de la Variable 5

De la misma manera los huéspedes encuestados en este establecimiento se sienten muy satisfechos porque sus quejas y sugerencias son atendidas y resueltas a tiempo.

Tabla 11

Sugerencias y quejas fueron atendidas y resueltas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bueno	2	4,9	4,9	4,9
Satisfecho	12	29,3	29,3	34,1
Muy Satisfactorio	27	65,9	65,9	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Gráfico 5 .Sugerencias y quejas fueron atendidas y resueltas.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Interpretación

Un establecimiento que no acepte sugerencias o quejas por parte de los huéspedes no logra brindar un servicio de calidad que satisfaga los gustos y deseos de los huéspedes que se alojan en el lugar; por tal razón la variable que se analiza muestra que el 65.9% se encuentra muy satisfecho con la acogida de sugerencias y quejas, el 29.3% se encuentra satisfecho y el 4.9% manifiesta que es bueno.

Tabla 12

Resumen de los datos de las variables aplicadas

		Limpieza y condiciones de la habitación al arribo	Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía	Limpieza y condiciones de instalaciones internas y externas	Amabilidad y asistencia del personal	Decoración y confort de la habitación
N	Válido	41	41	41	41	41
	Perdidos	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Análisis de la Variable 6

El resultado de esta variable realizada a los huéspedes hospedados muestra que la limpieza y condiciones de la habitación al arribo fueron muy satisfactorias alcanzando un puntaje de 75.6%.

Tabla 13

Limpieza y condiciones de la habitación al arribo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	10	24,4	24,4	24,4
	Muy Satisfactorio	31	75,6	75,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

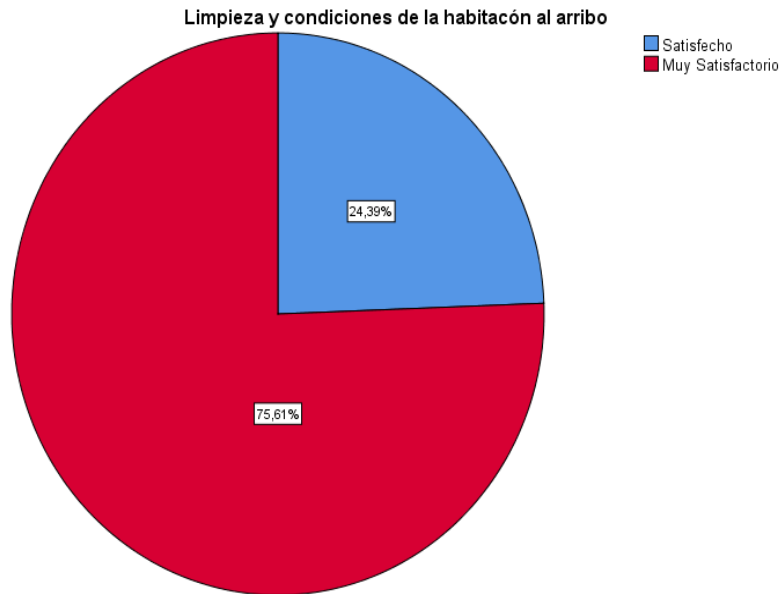


Gráfico 6. Limpieza y condiciones de la habitación al arribo.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Este gráfico muestra que las condiciones de la habitación al arribo del huésped son muy satisfactorias con un 75.6%, y el 24.4% está satisfecho.

Análisis de la Variable 7

En esta variable el huésped calificó como muy satisfactorio la limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía.

Tabla 14

Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	4,9	4,9	4,9
	Satisfecho	12	29,3	29,3	34,1
	Muy Satisfactorio	27	65,9	65,9	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

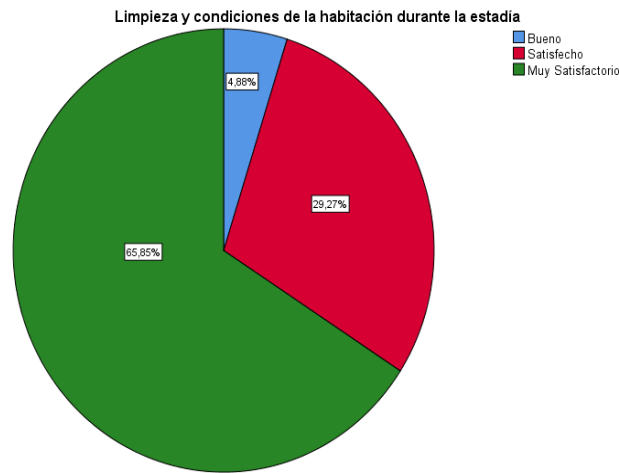


Gráfico 7. Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Todo establecimiento debe dar prioridad al cuidado, orden y limpieza del lugar donde pernoctan los huéspedes, en este grafico se evidencia que el 65.9% considera que la limpieza y condiciones de la habitación es muy satisfactoria, el 29.3% está satisfecho con las condiciones y el 4.9% manifiesta que es bueno. De los resultados obtenidos, el establecimiento debe esforzarse por disminuir el nivel de satisfecho y lograr un mayor nivel de muy satisfactorio para el huésped.

Análisis de la Variable 8

El grafico que se detalla a continuación muestra que el huésped está muy satisfecho con la limpieza y condiciones de las instalaciones externas los mismo que dan una puntuación del 75.6%.

Tabla 15

Limpieza y condiciones de instalaciones externas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	10	24,4	24,4	24,4
	Muy Satisfactorio	31	75,6	75,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

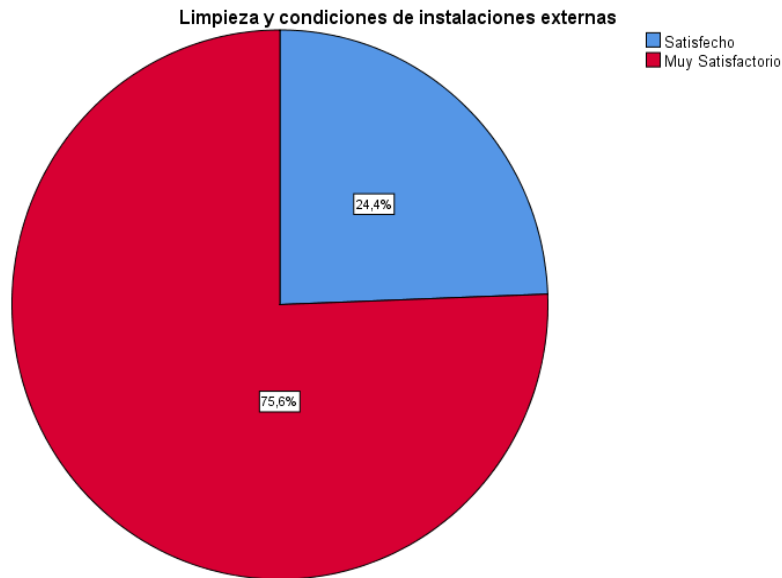


Gráfico 8. *Limpieza y condiciones de instalaciones externas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 75.6% considera que la limpieza y condiciones de las instalaciones son muy satisfactorias, el 24.4% se sienten satisfechos con la limpieza; por lo que el establecimiento se esfuerza por mantener las áreas limpias y en buenas condiciones.

Análisis de la variable 9

La amabilidad y asistencia del personal brindado a los huéspedes hizo que los mismos calificaran como muy satisfecho con un 70.7% como se muestra a continuación.

Tabla 16

Amabilidad y asistencia del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	7,3	7,3	7,3
	Satisfecho	9	22,0	22,0	29,3
	Muy Satisfactorio	29	70,7	70,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

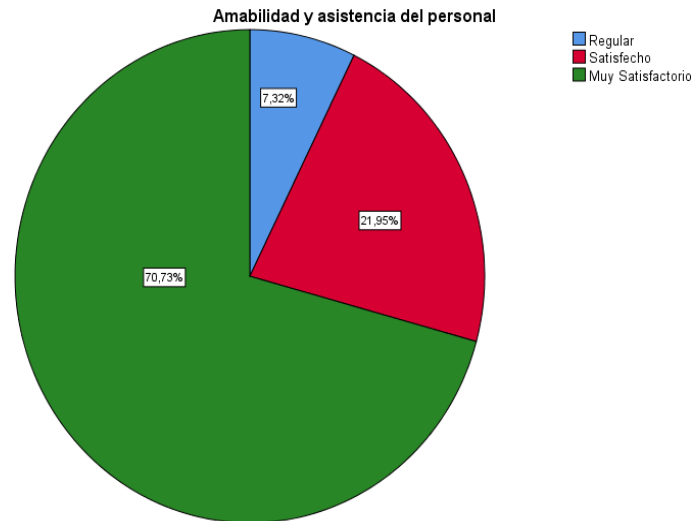


Gráfico 9. *Amabilidad y asistencia del personal.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Otro factor importante en el hospedaje es la amabilidad que se muestre a los huéspedes; los resultados obtenidos sobre este aspecto evidencian que el 70.7% está muy satisfecho, el 22% se encuentra satisfecho, mientras que el 7.3% manifiesta que es regular. Aunque son tres las personas que manifestaron la amabilidad como regular, es poco representativo este porcentaje frente a los otros niveles de satisfacción.

Análisis de la Variable 10

El huésped calificó a esta variable como muy satisfactorio dando una puntuación del 75.6% como se muestra en el siguiente gráfico.

Tabla 17

Decoración y confort de la habitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bueno	2	4,9	4,9	4,9
Satisfecho	8	19,5	19,5	24,4
Muy Satisfactorio	31	75,6	75,6	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

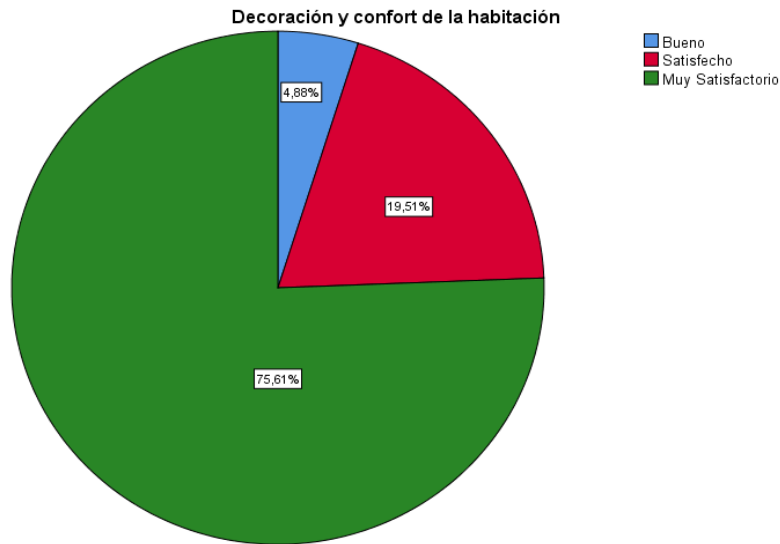


Gráfico 10. *Decoración y confort de la habitación.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Los niveles que más resaltan en esta variable son muy satisfecho con el 75.6%, satisfecho con el 19.5% y bueno con el 4.9%. Haciendo lectura de los datos se observa que el establecimiento busca en la decoración y confort de cada cabaña que el huésped se sienta a gusto y cómodo.

Análisis de la Variable 11

El gráfico que se detalla a continuación muestra que los huéspedes regresarían a este establecimiento porque lograron cumplir con sus expectativas y necesidades.

Tabla 18

¿Regresaría a hospedarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	41	100,0	100,0	100,0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Gráfico 11. *El huésped regresa a hospedarse*
Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

En las encuestas realizadas en este establecimiento el 100% manifiesta que regresaría a hospedarse en las cabañas “Las Iguanas”

Análisis de la Variable 12

Las personas que se hospedaron en este establecimiento, la mayoría menciona que si recomendarían que se hospeden en este lugar.

Tabla 19

¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	41	100,0	100,0	100,0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.



Gráfico 12. ¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

El 100% de las personas encuestadas responde que si recomendaría a otras personas el establecimiento cubrió en la gran mayoría las expectativas de los huéspedes.

Análisis de la Variable 13

Las encuestas realizadas a huéspedes que se alojaron en este establecimiento muestran que la gran mayoría tienen un rango de edad desde los 18 a 40 años de edad.

Tabla 20

Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0-17	1	2,4	2,4	2,4
	18-40	23	56,1	56,1	58,5
	41-60	14	34,1	34,1	92,7
	60 o más	53	7,3	7,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

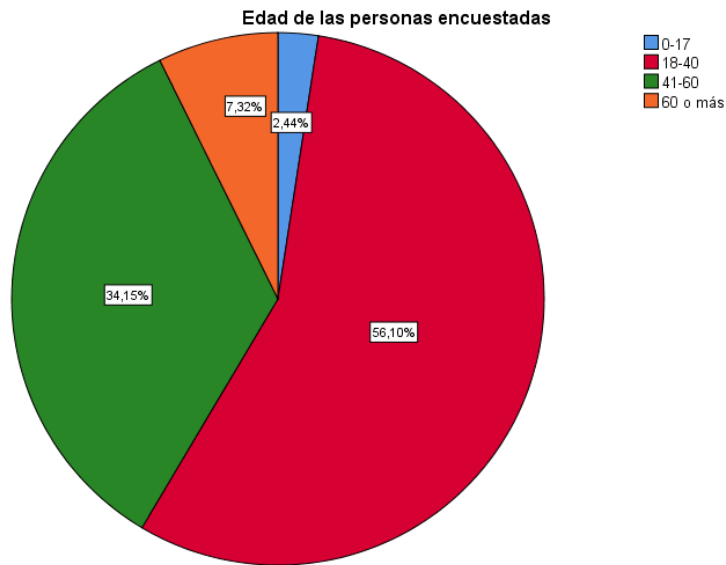


Gráfico 13. *Edad de las personas encuestadas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

El porcentaje mayor en el factor edad se encuentra en el rango de 18 a 40 años con el 56.1% seguidamente con el 34.1% en el rango de 41 a 60 años; en los rangos de 0 a 17 años y de 60 o más con el 2.4% y el 7.3% respectivamente. Las personas que más visitan la isla son de edad adulta joven.

Análisis de la Variable 14

Las personas que fueron encuestadas en este establecimiento más fueron mujeres como se muestra en el gráfico siguiente.

Tabla 21

Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	21	51,2	51,2	51,2
	Masculino	20	48,8	48,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

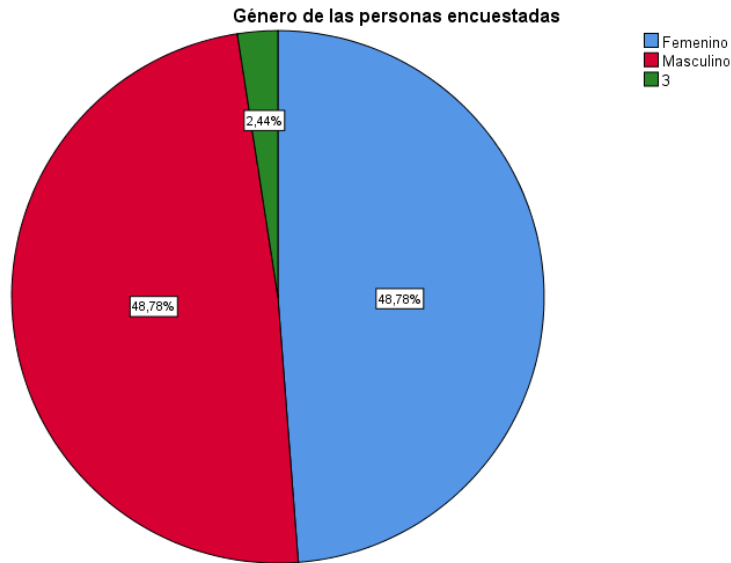


Gráfico 14. Género de las personas encuestadas.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

En cuanto al factor género el porcentaje de diferencia es de 2.4%; el género femenino es de 51.2% mientras que el masculino se ubica en un 48.8% lo que significa que en su mayoría han sido mujeres que visitan la isla en esta ocasión.

Análisis de la Variable 15

El establecimiento estuvo ocupado por huéspedes procedentes de la región Sierra dando un puntaje del 56.1% como se muestra a continuación.

Tabla 22

Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	6	14,6	14,6	14,6
	Sierra	23	56,1	56,1	70,7
	Extranjeros	12	29,3	29,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

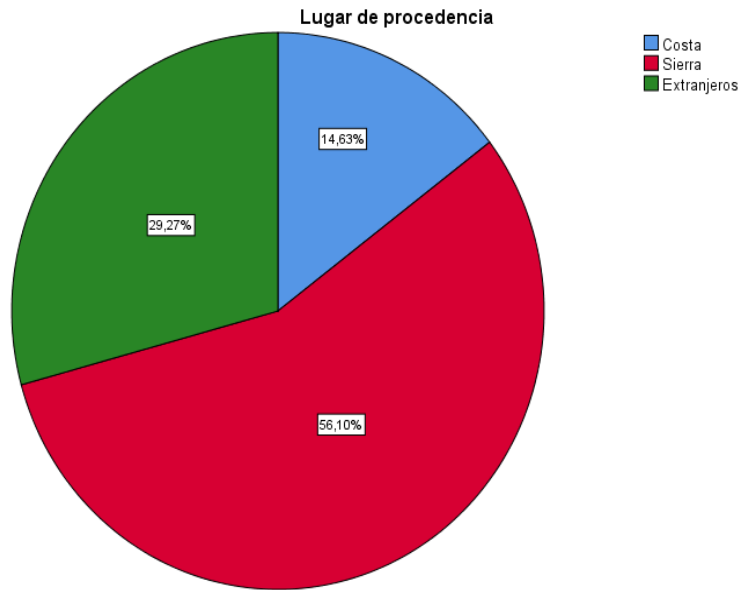


Gráfico 15. *Lugar de procedencia.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

En el gráfico que se muestra se logra observar que los que más frecuentan el lugar proceden de la región Sierra mostrándose el 56.1%; en este orden, le sigue la región Costa con un 14.6% y el 29.3% corresponde a los extranjeros que visitan la isla.

“Son de Mar”

En el cuadro que se detalla a continuación se da a conocer el número de personas encuestadas en este establecimiento las mismas que dan un total de treinta y siete clientes, así mismo en la tabla siguiente se muestra el porcentaje que dieron los huéspedes encuestados de cada variable, en estas preguntas cada una de ellas tiene varios ítems de calificación que son regular, bueno, satisfecho y muy satisfecho.

Tabla 23

Resumen de los datos de las variables aplicadas

		Atención al cliente en recepción	Calidad en el servicio brindado	Satisfacción con la información recibida	Eficiencia y Eficacia del personal	Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas
N	Válido	37	37	37	37	37
	Perdidos	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Análisis de la Variable 1

La atención al cliente en recepción en este establecimiento, los huéspedes lo calificaron como bueno dando un porcentaje del 56.8% como se puntualiza a continuación.

Tabla 24

Atención al cliente en recepción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	1	2,7	2,7	2,7
Bueno	21	56,8	56,8	59,5
Satisfecho	9	24,3	24,3	83,8
Muy Satisfactorio	6	16,2	16,2	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

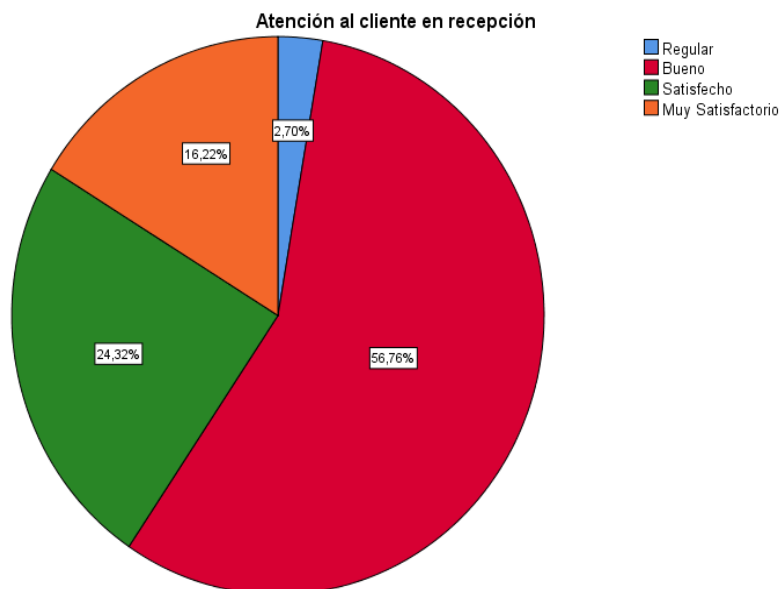


Gráfico 16. Atención al cliente en recepción.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

Al momento de aplicar las encuestas se observó que el propietario no se encontraba en el establecimiento por lo que la atención al huésped tardó en brindarse; no obstante, los resultados obtenidos en el establecimiento Son de Mar se muestran favorables, pues el 56.8%, califica de bueno, el 24.3% de satisfactorio, el 16.2% de muy satisfactorio y el 2.7% de regular.

Análisis de la Variable 2

En esta variable los clientes califican como bueno la calidad en el servicio brindado por parte del personal que labora en este establecimiento.

Tabla 25

Calidad en el servicio brindado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	1	2,7	2,7	2,7
Bueno	15	40,5	40,5	43,2
Satisfecho	14	37,8	37,8	81,1
Muy Satisfactorio	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

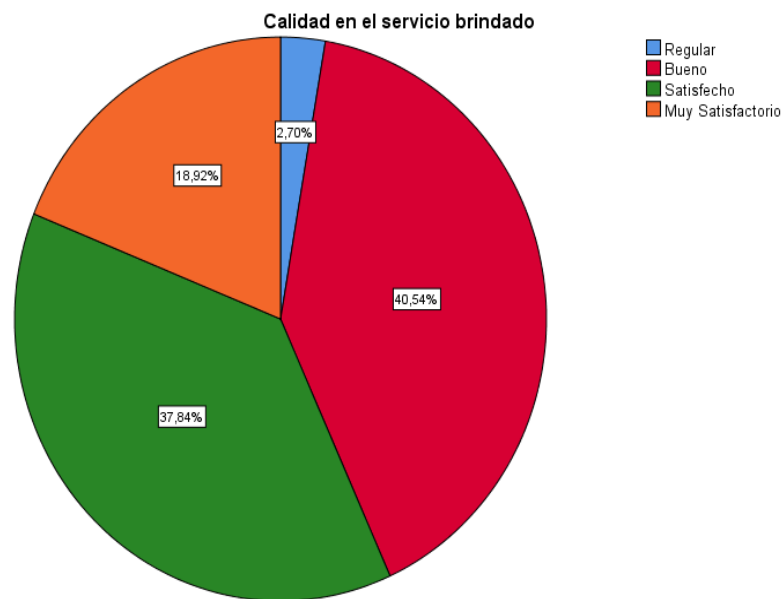


Gráfico 17. Calidad en el servicio brindado.
Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Mantener la calidad es uno de los factores importantes que debe cuidar todo establecimiento hotelero; en el caso que se está analizando los clientes manifiestan que la calidad es buena y satisfactoria con un 40.5% y 37.8% respectivamente, el 18.9% se siente muy satisfecho mientras que el 2.7% califica como regular el servicio prestado.

Análisis de la Variable 3

Los huéspedes que fueron encuestados califican que la información recibida fue buena, con un 51.4% como se muestra en la gráfica siguiente.

Tabla 26

Satisfacción con la información recibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	19	51,4	51,4	51,4
	Satisfecho	12	32,4	32,4	83,8
	Muy Satisfactorio	6	16,2	16,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

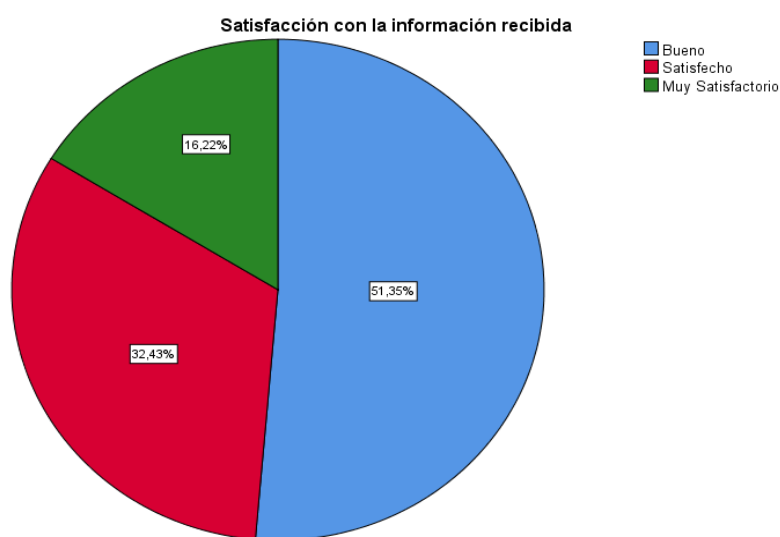


Gráfico 18. Satisfacción con la información recibida.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

La información proporcionada a los huéspedes en este establecimiento muestra que 51.3% es buena, el 32.4% se siente satisfecho y un 16.2% muy satisfecho.

Análisis de la Variable 4

La eficiencia y eficacia del personal para los huéspedes encuestados lo califican como satisfecho, dando un porcentaje del 35.1% como se manifiesta en el gráfico siguiente.

Tabla 27

Eficiencia y Eficacia del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	5,4	5,4	5,4
	Bueno	14	37,8	37,8	43,2
	Satisfecho	13	35,1	35,1	78,4
	Muy Satisfactorio	8	21,6	21,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

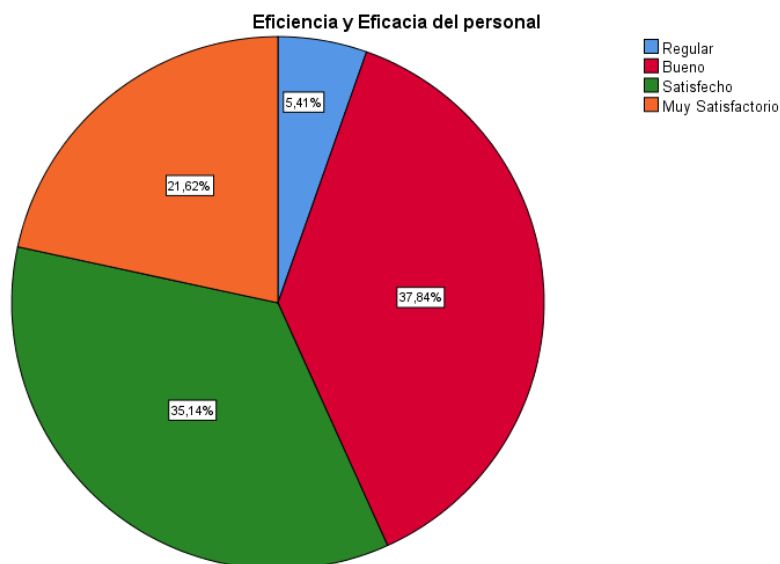


Gráfico 19. Eficiencia y eficacia del personal.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Otro de los factores importantes dentro del sector hotelero es la eficiencia y eficacia del personal, ya que de esta depende que el huésped vuelva en un futuro a hospedarse en el lugar. En el caso del establecimiento Son de Mar, los huéspedes califican la eficiencia y eficacia con un 37.8% Bueno, un 35.1% satisfecho, el 21.6% muy satisfactorio y un 5.4% regular.

Análisis de la Variable 5

Los huéspedes que se alojaron en este establecimiento califican a esta variable como satisfecho, con un 40.5% como se da a conocer en el siguiente gráfico.

Tabla 28

Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	2	5,4	5,4	5,4
Bueno	12	32,4	32,4	37,8
Satisfecho	15	40,5	40,5	78,4
Muy Satisfactorio	8	21,6	21,6	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

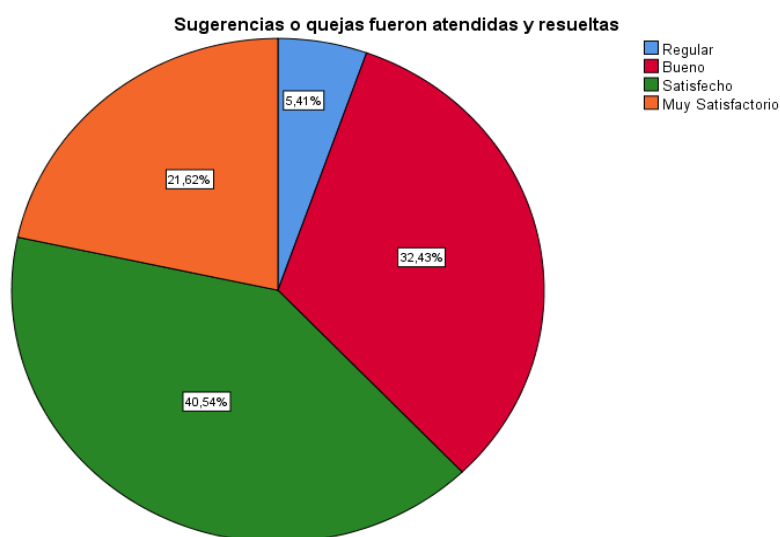


Gráfico 20. Sugerencias y quejas fueron resueltas.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

Las sugerencias y quejas que fueron presentados por parte de los huéspedes fueron atendidas como se presenta a continuación, un 40.5% es satisfecho, un 32.4% es Bueno, el 21.6% es satisfactorio y un 5.4% es regular.

Análisis de la Variable 6

En el gráfico que se muestra a continuación califican la limpieza y condiciones de la habitación durante el arribo como satisfecho con un 51.4%.

Tabla 29

Limpieza y condiciones de la habitación al arribo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	2	5,4	5,4	5,4
Bueno	11	29,7	29,7	35,1
Satisfecho	19	51,4	51,4	86,5
Muy Satisfactorio	5	13,5	13,5	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

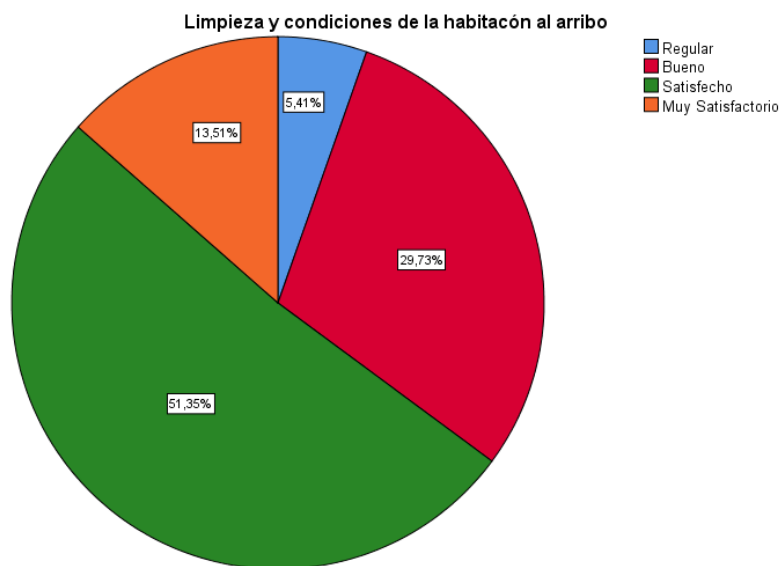


Gráfico 21. Limpieza y condiciones de la habitación al arribo.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Las habitaciones de este establecimiento se encuentran en buenas condiciones, pero no posee decoración en las mismas, sin embargo, los huéspedes en un 51.3% se encuentran Satisfechos, el 29.7%, el 13.5% y el 5.41% manifiestan que es bueno, muy satisfactorio y regular, respectivamente.

Análisis de la Variable 7

Los huéspedes hospedados en este establecimiento califican la limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía como satisfecho con un 35.1%.

Tabla 30

Limpeza y condiciones de la habitación durante la estadía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bueno	13	35,1	35,1	35,1
Satisfecho	13	35,1	35,1	70,3
Muy Satisfactorio	11	29,7	29,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

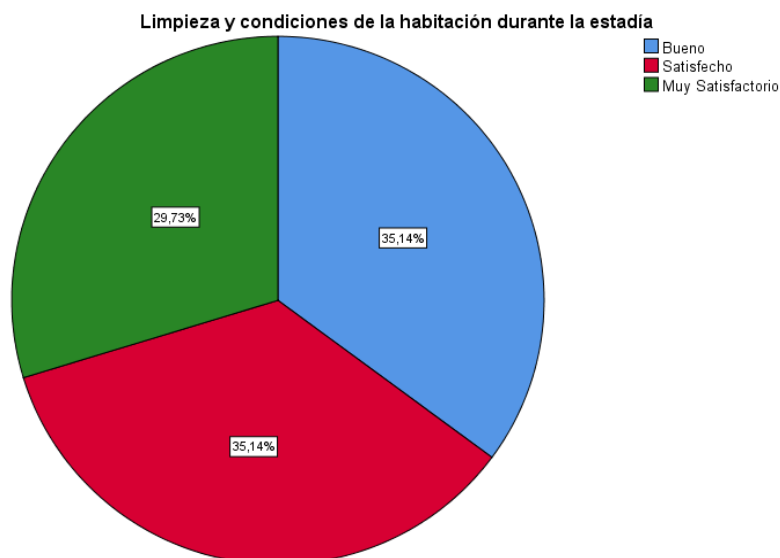


Gráfico 22. Limpeza y condiciones de la habitación durante la estadía.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

Los huéspedes calificaron a las habitaciones y condiciones de las cabañas Son de Mar en una escala de muy satisfecho un 29.7%, mientras que en la escala de satisfecho y bueno un 35.1%.

Análisis de la Variable 8

En el gráfico que se presenta a continuación los huéspedes calificaron la limpieza y condiciones de las instalaciones externas como satisfactorio con un 75.6%.

Tabla 31

Limpieza y condiciones de instalaciones externas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	10	24,4	24,4	24,4
	Muy Satisfactorio	31	75,6	75,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

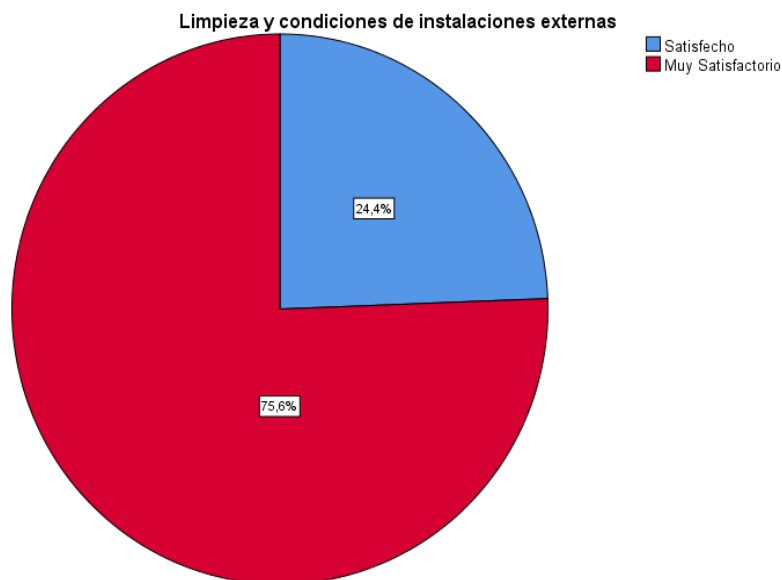


Gráfico 23. Limpieza y condiciones de las instalaciones externas.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Las condiciones de limpieza en las instalaciones externas el personal intenta mantenerlas; pues al estar cerca las cabañas de la playa no permite que estén totalmente limpias. El porcentaje que muestra el gráfico da como resultado un 35.1% satisfecho al igual que un 35.1% bueno, el 27.3% muy satisfecho y un 2.07% regular.

Análisis de la Variable 9

La amabilidad y asistencia del personal fue calificado por los huéspedes como bueno con un 35.1% como se detalla a continuación.

Tabla 32

Amabilidad y asistencia del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	1	2,7	2,7	2,7
Bueno	13	35,1	35,1	37,8
Satisfecho	12	32,4	32,4	70,3
Muy Satisfactorio	11	29,7	29,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

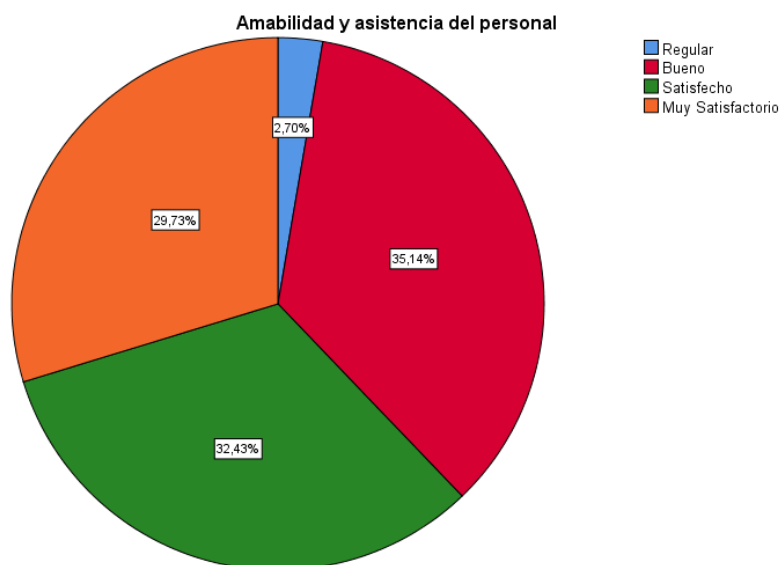


Gráfico 24. Amabilidad y asistencia del personal.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Una actitud amable cordial y con excelencia en la acogida a los huéspedes marca siempre la diferencia entre un establecimiento y otro; analizando los resultados se observa que el 35.1% manifiesta que es bueno, el 32.2% califica como satisfecho, el 29.7% como muy satisfecho y el 2.7% como regular.

Análisis de la Variable 10

Los huéspedes califican la decoración y el confort de la habitación como bueno con un 35.1%.

Tabla 33
Decoración y confort de la habitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	5,4	5,4	5,4
	Bueno	13	35,1	35,1	40,5
	Satisfecho	11	29,7	29,7	70,3
	Muy Satisfactorio	11	29,7	29,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

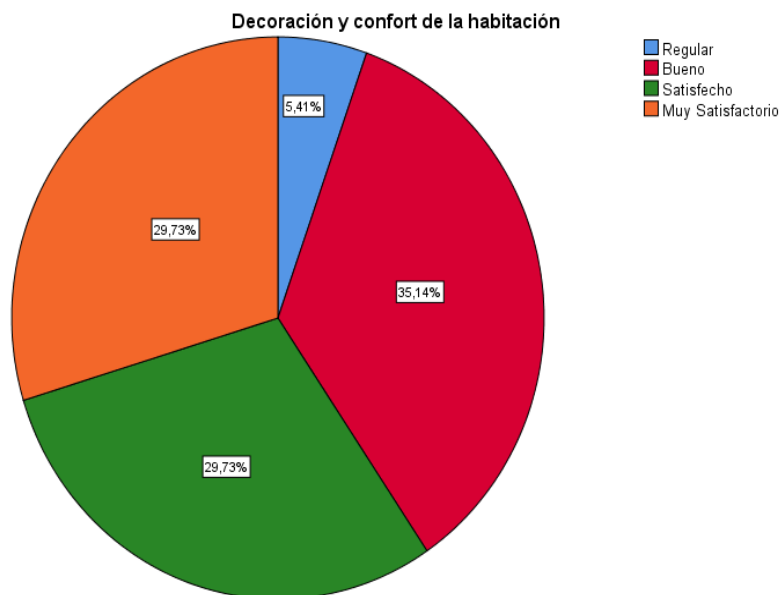


Gráfico 25. *Decoración y confort de la habitación.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

La decoración y confort en las cabañas Son de Mar son sobrias, los huéspedes que se hospedan en este establecimiento manifiestan que es bueno en un 35.1%, de la misma forma califican como satisfecho y muy satisfecho con 29.7% y un 5.4% es regular.

Análisis de la Variable 11

En esta variable lo que más resalta es que la gran mayoría de huéspedes regresarían a este establecimiento como se muestra en el gráfico siguiente.

Tabla 34

¿Regresaría a hospedarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	36	97,3	97,3	97,3
	No	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS



Gráfico 26. ¿Regresaría a hospedarse?
Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

A pesar de que el lugar turístico no cuenta con excelentes servicios, sin embargo, muchos de ellos regresarían a hospedarse, tal como se muestra en el gráfico que un 97.3% regresaría y un 2.7% no regresaría.

Análisis de la Variable 12

Los huéspedes encuestados en este establecimiento mencionan que recomendaría a otras personas hospedarse en este lugar.

Tabla 35

¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	36	97,3	97,3	97,3
	No	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS



Gráfico 27. ¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

La mayoría de huéspedes manifiesta que regresaría a hospedarse en este lugar sin importar la sobriedad de las cabañas ya que siempre va a predominar la capacidad económica que el huésped tenga. Por tal razón se ha obtenido los resultados de un 97.3% que regresarían y un 2.7% que no regresaría.

Análisis de la Variable 13

En el siguiente gráfico lo que más sobresale es la edad de las personas hospedadas en el lugar oscilando entre los 18 y 40 años.

Tabla 36

Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-40	28	75,7	75,7	75,7
	41-60	9	24,3	24,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

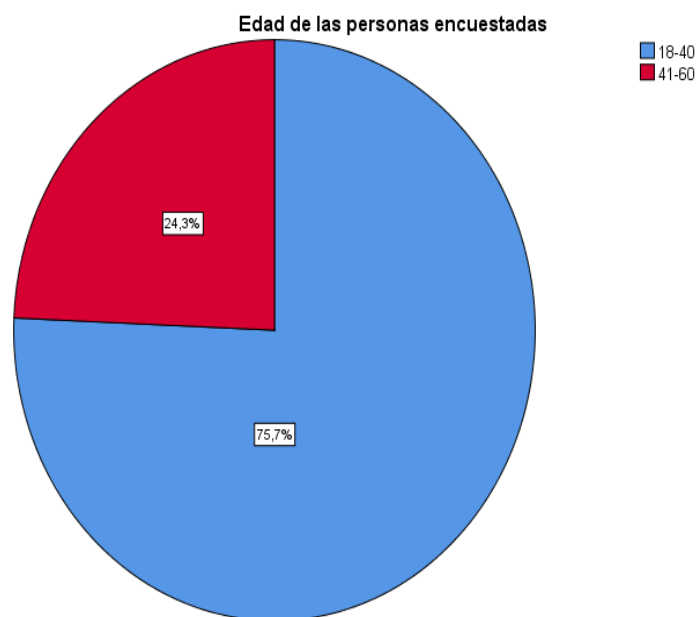


Gráfico 28. ¿Regresaría a hospedarse?

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.

Interpretación

Con frecuencia en temporada de vacaciones y de días feriados la isla recibe más a turistas de 18 a 40 años, como se demuestra en el gráfico, donde el 75.7% corresponde a la edad anteriormente mencionada en este orden le sigue la edad de 41 a 60 años con un porcentaje del 24.3%.

Análisis de la Variable 14

En esta variable el género que más sobresale es el femenino con un 56.8% como se detalla a continuación.

Tabla 37

Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	21	56,8	56,8	56,8
	Masculino	16	43,2	43,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

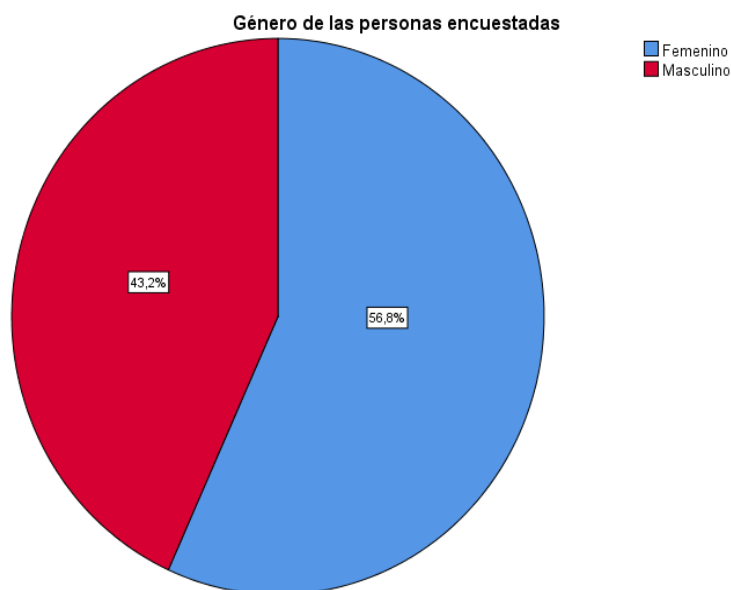


Gráfico 29. Género de las personas encuestadas.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

El género que predomina más en esta variable es el femenino con un 56.8% y ubicándose el género masculino en un segundo lugar con un 43.2%.

Análisis de la Variable 15

Los huéspedes que más se alojan en este lugar son de la región sierra como se muestra a continuación.

Tabla 38

Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	8	21,6	21,6	21,6
	Sierra	28	75,7	75,7	97,3
	Extranjeros	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

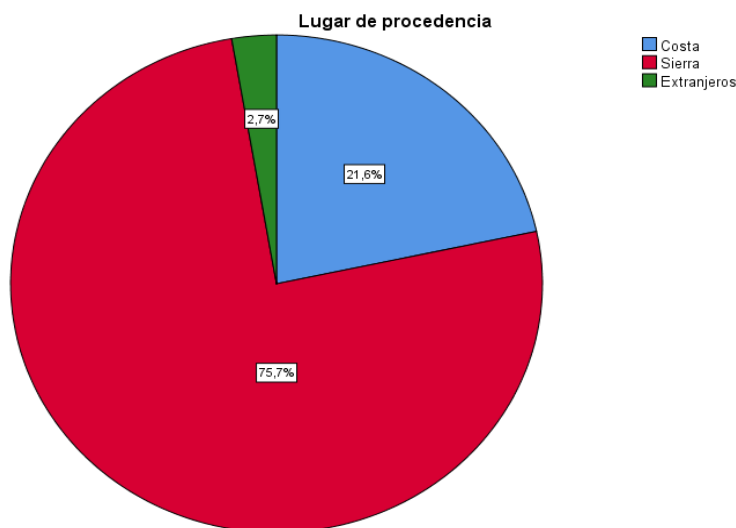


Gráfico 30. Lugar de procedencia.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS.



Interpretación

Al igual que el establecimiento La Iguanas también, las cabañas Son de Mar son visitadas en su mayoría por turistas de la región de la Sierra; tal como se muestra en el gráfico: 75.7% de la Sierra, 21.6% región Costa y un 2.7% extranjeros.

“Toa Toa”

En la siguiente tabla se resume el número de personas encuestadas en el establecimiento dando un total de setenta y dos huéspedes, de la misma manera se detalla otro cuadro donde se encuentran las variables y cada una de ellas tiene una calificación que va desde los regular hasta los muy satisfactorio.

Tabla 39

Resumen de los datos de las variables aplicadas

		Atención al cliente en recepción	Calidad en el servicio brindado	Satisfacción con la información recibida	Eficiencia y Eficacia del personal	Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas
N	Válido	72	72	72	72	72
	Perdidos	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

Análisis de la Variable 1

En este gráfico la atención del cliente en recepción los huéspedes calificaron como bueno con un 48.6%.

Tabla 40

Atención al cliente en recepción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	21	29,2	29,2	29,2
	Bueno	35	48,6	48,6	77,8
	Satisfecho	13	18,1	18,1	95,8
	Muy Satisfactorio	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

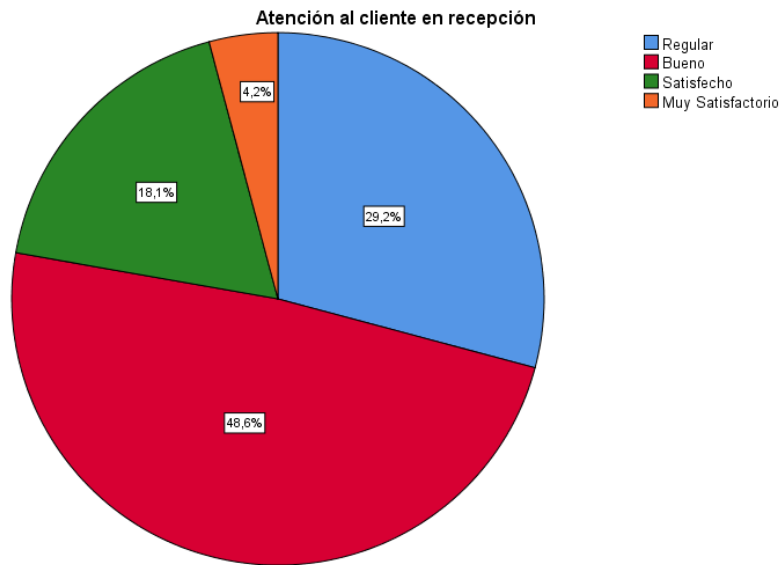


Gráfico 31. *Atención al cliente en recepción.*
Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

A diferencia de los dos establecimientos anteriores, es importante destacar que en este establecimiento los costos de las cabañas son más económicas, por tal razón los huéspedes califican como bueno en un 48.6% el 29.2% regular, el 18.1 satisfecho y el 4.2% muy satisfactorio, de acuerdo a esto se puede deducir que lo que da más prioridad al huésped es lo económico mientras que la calidad en la atención queda en segundo plano.

Análisis de la Variable 2

Los huéspedes calificaron la calidad del servicio brindando como bueno con un 61.1%.

Tabla 41

Calidad en el servicio brindado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	13	18,1	18,1	18,1
	Bueno	44	61,1	61,1	79,2
	Satisfecho	13	18,1	18,1	97,2
	Muy Satisfactorio	2	2,8	2,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

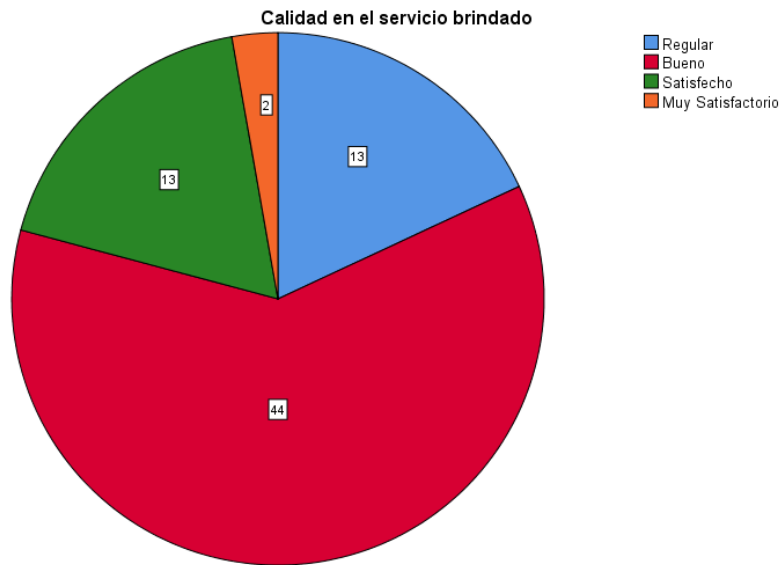


Gráfico 32. Satisfacción con la información recibida.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

La calidad es uno de los factores importantes que debe cuidar todo establecimiento hotelero; en el caso que se está analizando los clientes manifiestan que la calidad es regular con un 18.1%, un 61.1% es bueno, un 18.1% está satisfecho mientras que el 2.8% califica como muy satisfecho

Análisis de la Variable 3

En esta variable la satisfacción con la información recibida es bueno con un 55.6% como se muestra en el siguiente gráfico.

Tabla 42

Satisfacción con la información recibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	1,4	1,4	1,4
	Regular	16	22,2	22,2	23,6
	Bueno	40	55,6	55,6	79,2
	Satisfecho	13	18,1	18,1	97,2
	Muy Satisfactorio	2	2,8	2,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

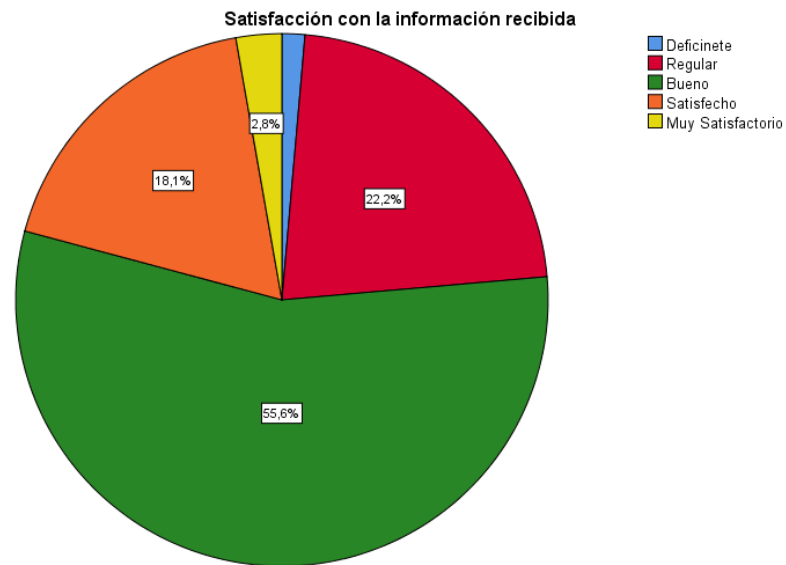


Gráfico 33. *Satisfacción con la información recibida.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

El establecimiento brinda muy poca información a los huéspedes que llegan al establecimiento, se limitan a proporcionar la llave de la cabaña correspondiente y algún otro requerimiento que solicite el mismo, pues el factor económico es primordial tanto para el cliente como para el propietario, se da poca importancia a satisfacer las necesidades del cliente. Es así como en el gráfico se observa que el 55.6% es bueno, el 22.2% es regular, el 18.1 Satisfecho y el 2.8% muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 4

En este gráfico que se muestra a continuación lo huéspedes califican a la eficiencia y eficacia del personal como bueno con un 51.4%.

Tabla 43

Eficiencia y Eficacia del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	21	29,2	29,2	29,2
	Bueno	37	51,4	51,4	80,6
	Satisfecho	12	16,7	16,7	97,2
	Muy Satisfactorio	2	2,8	2,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

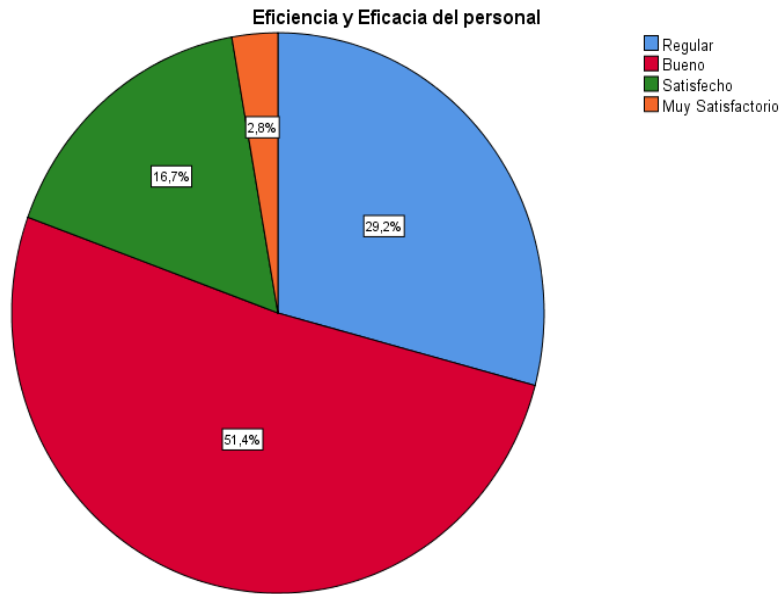


Gráfico 34. *Eficiencia y eficacia del personal.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

El establecimiento Toa Toa, al no contar con personal para las distintas áreas, todas las funciones recaen sobre el administrador o dueño del establecimiento, por tal razón la eficiencia y eficacia del personal es precario, no obstante, el 51.4% de los huéspedes que frecuenta estas cabañas califican como bueno, el 29.2% regular, el 16.7%. un 2.8% muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 5

La sugerencias y quejas que muestra esta variable es bueno con un 56.9%.

Tabla 44

Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	17	23,6	23,6	23,6
	Bueno	41	56,9	56,9	80,6
	Satisfecho	10	13,9	13,9	94,4
	Muy Satisfactorio	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

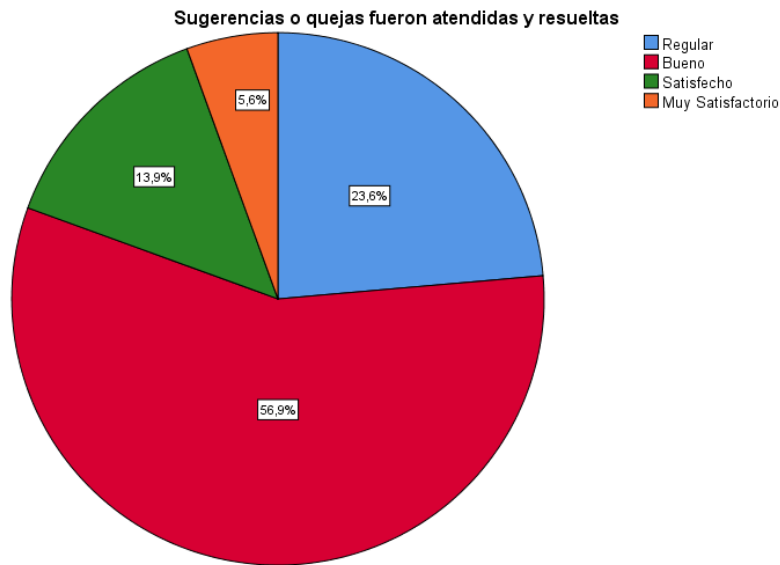


Gráfico 35. *Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS.

Interpretación

Los datos obtenidos en esta variable recogen la resolución de quejas y atención de problemas de los huéspedes encuestados quienes manifiestan que es bueno en un 56.9%, el 23.6% es regular, el 13.9% es Satisfecho y el 5.6% es muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 6

En el gráfico siguiente se muestra que la limpieza y condiciones de la habitación durante el arribo obtuvo una calificación de bueno con un 43.1%.

Tabla 45

Limpieza y condiciones de la habitación al arribo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	25	34,7	34,7	34,7
	Bueno	31	43,1	43,1	77,8
	Satisfecho	13	18,1	18,1	95,8
	Muy Satisfactorio	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

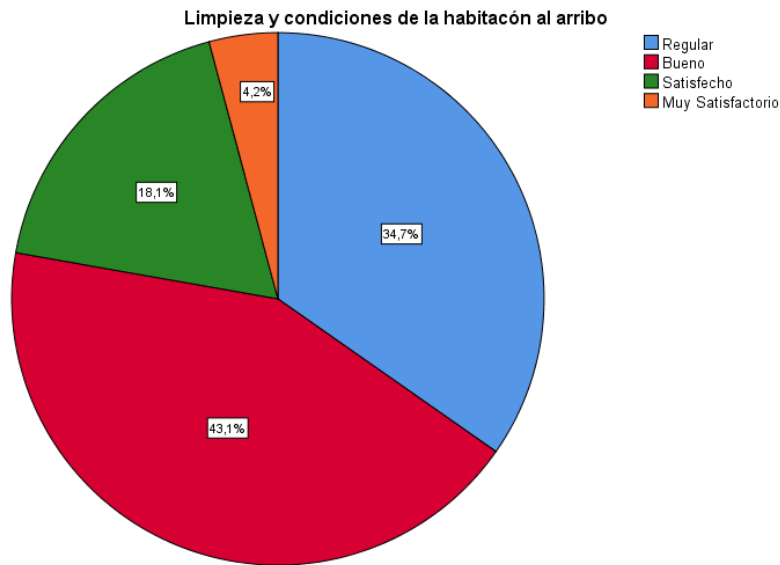


Gráfico 36. *Limpieza y condiciones de la habitación al arribo.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

Interpretación

Los datos arrojados en la aplicación de la encuesta para verificar la limpieza y condiciones de la habitación al arribo en este establecimiento muestran que el 43.1% es bueno, el 34.7% es regular, el 18.1% satisfecho, y 4.2% muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 7

El puntaje que más predomina en el gráfico siguiente es de bueno con respecto a la limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía con un porcentaje del 58.3%.

Tabla 46

Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	19	26,4	26,4	26,4
	Bueno	42	58,3	58,3	84,7
	Satisfecho	8	11,1	11,1	95,8
	Muy Satisfactorio	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

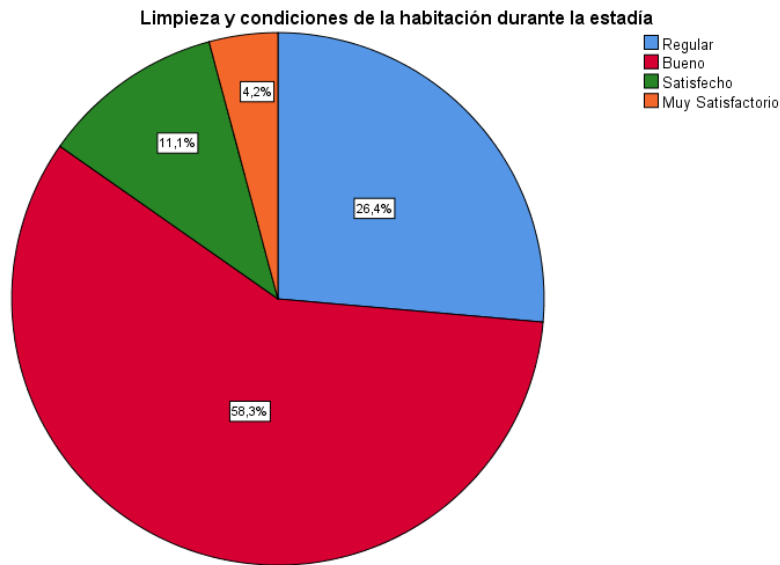


Gráfico 37. Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadía.

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

Interpretación

Durante la estadía de los huéspedes la limpieza de las cabañas no se realiza mientras permanezcan hospedados. Los huéspedes califican a este establecimiento en este aspecto como bueno con un porcentaje de 58.3%, regular con 26.4%, satisfecho con 11.1% y muy satisfactorio con 4.2%.

Análisis de la Variable 8

Los huéspedes calificaron la limpieza y condiciones de las instalaciones externas como bueno dando un puntaje de 47.2%.

Tabla 47

Limpieza y condiciones de instalaciones externas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	21	29,2	29,2	29,2
	Bueno	34	47,2	47,2	76,4
	Satisfecho	14	19,4	19,4	95,8
	Muy Satisfactorio	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

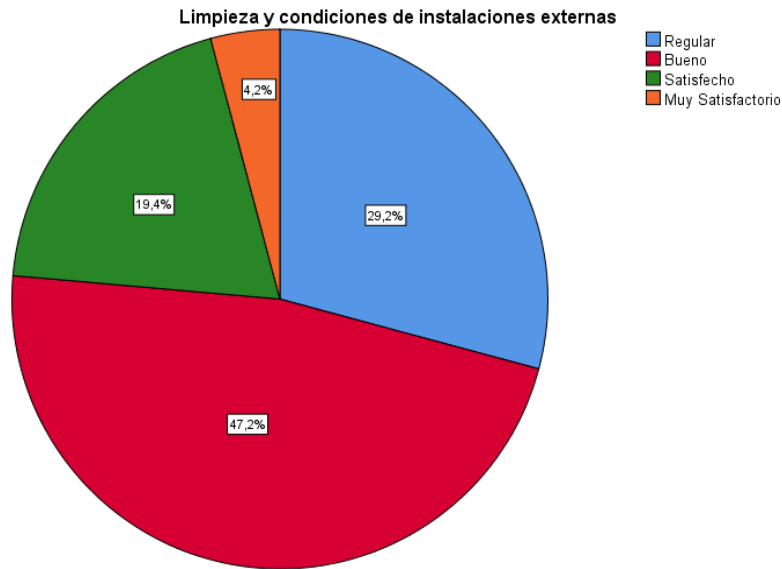


Gráfico 38. *Limpieza y condiciones de instalaciones externas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

El establecimiento Toa Toa, en cuanto a las instalaciones externas se muestra diligente en mantenerlas limpias, para lo cual dispone de recipientes para la recolección de desechos sólidos. El 47.2% de las personas que visitan este lugar mencionan que es bueno, el 29.2% es regular, el 19.4% está satisfecho y el 4.2% muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 9

En el gráfico siguiente se detalla que la amabilidad y asistencia del personal obtuvo un porcentaje del 48.6% que equivale a bueno.

Tabla 48

Amabilidad y asistencia del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	20	27,8	27,8	27,8
	Bueno	35	48,6	48,6	76,4
	Satisfecho	11	15,3	15,3	91,7
	Muy Satisfactorio	6	8,3	8,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

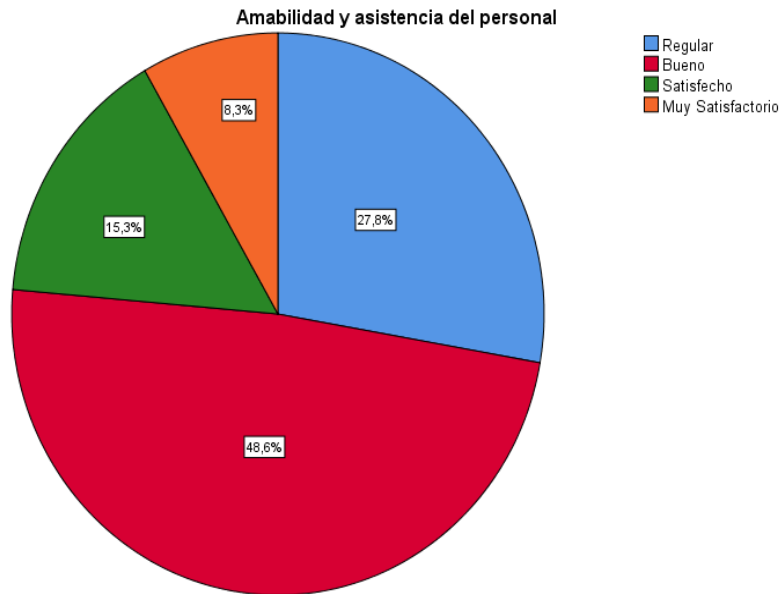


Gráfico 39. *Amabilidad y asistencia del personal.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

Los huéspedes que llegan a este lugar reciben buen trato por parte del dueño y administrador del establecimiento, así queda demostrado que en el gráfico: el 48.6% bueno, el 27.8% es regular, el 15.3% está satisfecho y el 8.3 muy satisfactorio.

Análisis de la Variable 10

En el siguiente gráfico la decoración y confort de la habitación fue calificada por los huéspedes como buena con un porcentaje del 51.4%.

Tabla 49

Decoración y confort de la habitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	2,8	2,8	2,8
	Regular	21	29,2	29,2	31,9
	Bueno	37	51,4	51,4	83,3
	Satisfecho	7	9,7	9,7	93,1
	Muy Satisfactorio	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

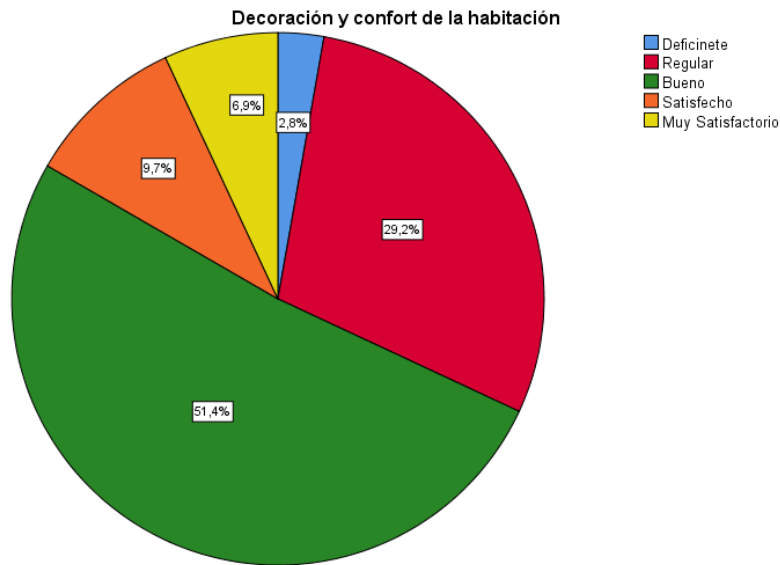


Gráfico 40. *Decoración y confort de la habitación.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

Interpretación

La decoración de las cabañas Toa Toa son muy austeras, el objetivo de ellas es solo brindar un lugar donde puedan descansar y guardar las pertenencias los huéspedes, es por ello que el 51.4% de los que se hospedan en este lugar califican como bueno, el 29.2% califica como regular, el 9.7% como satisfecho, el 6.9% como muy satisfactorio y el 2.8% deficiente.

Análisis de la Variable 11

Los huéspedes en esta variable la mayoría mencionan que regresaría a hospedarse como se detalla a continuación.

Tabla 50

¿Regresaría a hospedarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	72	100,0	100,0	100,0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS



Gráfico 41. ¿Regresaría a hospedarse?

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

Interpretación

A pesar de que el establecimiento no cuenta ni con personal para la atención de los huéspedes ni servicios de wifi y muchas veces el servicio de agua potable es deficiente, el 100% de las personas encuestadas regresaría, pues el factor económico es lo más importantes para las personas que visitan el lugar.

Análisis de la Variable 12

En esta variable se muestra que los huéspedes recomendarían a otras personas hospedarse en este establecimiento.

Tabla 51

¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	72	100,0	100,0	100,0

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS



Gráfico 42. ¿Recomendaría a otras personas este establecimiento?

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

El 100% de los huéspedes que visitan este establecimiento están de acuerdo en recomendar a otras personas que visiten este lugar de descanso y relajación.

Análisis de la Variable 13

Las personas que fueron encuestadas en este establecimiento la mayoría oscila desde los 18 a 40 años de edad como se muestra en el siguiente gráfico.

Tabla 52

Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-40	59	81,9	81,9	81,9
	41-60	12	16,7	16,7	98,6
	60 o más	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

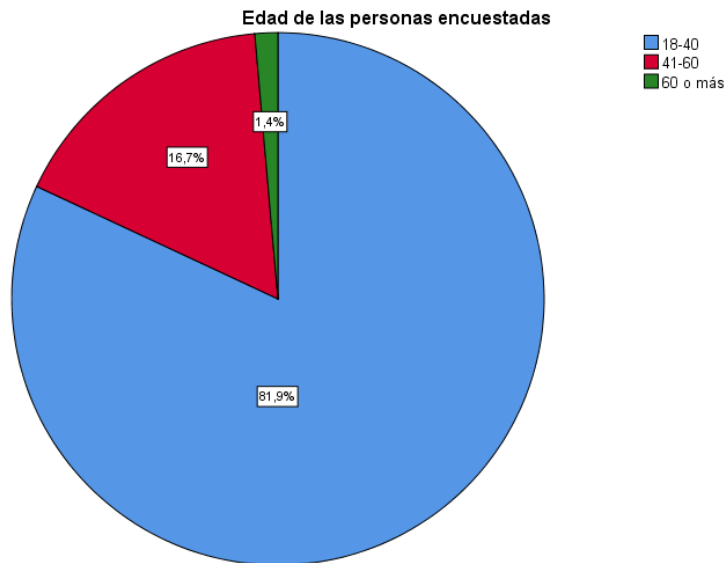


Gráfico 43. *Edad de las personas encuestadas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

Al igual que los dos establecimientos anteriores, en este también, como se evidencia en el gráfico, el 81.9% de las personas comprendidas entre 18 a 40 años son las que más visita este lugar, en este mismo orden le sigue las personas de 41 a 60 años con un 16.7% y finalmente la edad entre 60 a más con un 1.4%.

Análisis de la Variable 14

En esta variable el género que más sobresale es el femenino con un 58.3% como se detalla a continuación.

Tabla 53

Género de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	42	58,3	58,3	58,3
	Masculino	30	41,7	41,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

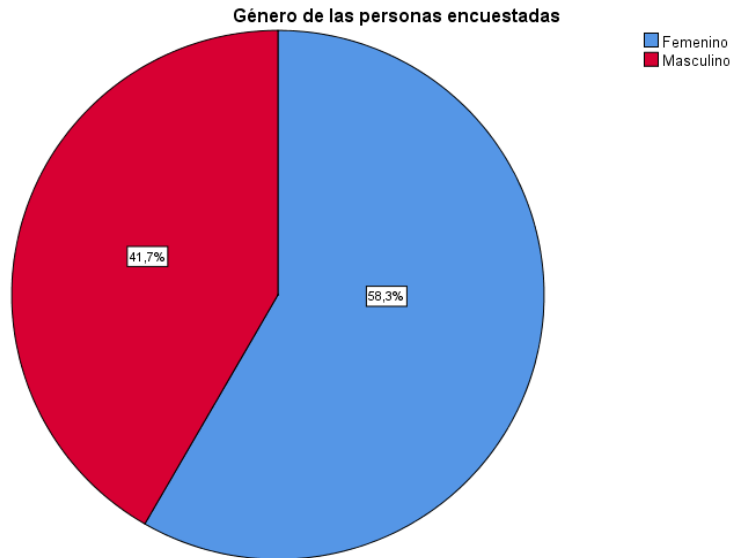


Gráfico 44. *Genero de las personas encuestadas.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

El lugar es frecuentado mayormente por el género femenino, como se muestra en el gráfico: género femenino un 58.3% y el género masculino con un 41.7%.

Análisis de la Variable 15

El lugar de procedencia que más sobresale en esta variable son personas de la región sierra con un 79.2%.

Tabla 54

Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	11	15,0	15,3	15,3
	Sierra	57	79,2	79,2	94,4
	Extranjeros	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia con la ayuda de IBM SPSS

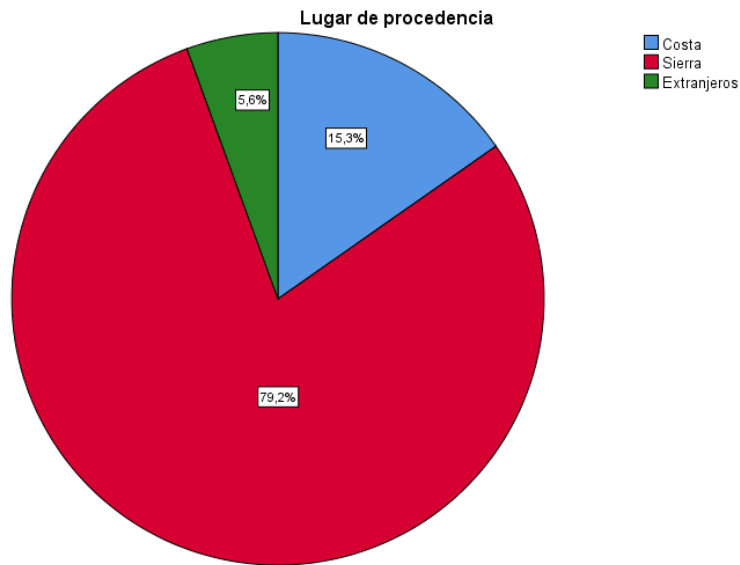


Gráfico 45. *Lugar de procedencia.*

Elaboración propia con la ayuda de IBM SPS

Interpretación

Muchos de los visitantes a esta Isla, al igual que en los casos anteriores, provienen de la región Sierra en su gran mayoría, muestra de ello es el porcentaje del 79.2% a diferencia de la región Costa y visita de extranjeros con el 15.3% y 5.6% respectivamente.

Comparación de los principales índices de calidad entre los tres establecimientos

Para esta comparación se eligió las tres principales variables de la encuesta de satisfacción realizada a huéspedes de cada establecimiento en donde las siguientes tablas muestran los resultados que obtuvieron en calidad las tres cabañas.

Tabla 55

Atención al cliente en recepción

Atención al cliente en recepción			
Establecimiento	Satisfecho	Bueno	Regular
Las Iguanas	68,3%	26,8%	4,9%
Son de Mar	40,5%	56,8%	2,7%
Toa Toa	22,2%	48,6%	29,2%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas a los huéspedes de cada establecimiento.



Esta variable indica que el 68,3% de los huéspedes de “Las Iguanas” están satisfechos con la atención brindada por el personal, mientras que en “Son de Mar” y “Toa Toa” se observa disminución en el nivel de atención calificándola con el rango de bueno, esto se da debido a que en “Son de Mar” continuamente no se encuentra un recepcionista en esta área, mientras que en el otro establecimiento se evidencia que los propietarios se rigen por el aspecto económico y no por una atención de calidad.

Tabla 56

Calidad en el servicio brindado

Calidad en el servicio brindado			
Establecimiento	Satisfecho	Bueno	Regular
Las Iguanas	70,7%	22,0%	7,3%
Son de Mar	37,8%	40,5%	21,7%
Toa Toa	18,1%	61,1%	20,8%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas a los huéspedes de cada establecimiento.

En el aspecto de calidad ninguno de los establecimientos logra satisfacer completamente con el servicio brindado sin embargo “Las Iguanas” es el que mayores procedimientos y esfuerzos realiza para obtener satisfacción en la calidad con un 70,7%, con este porcentaje debe revisar sus falencias para alcázar un 100% de satisfacción, en esta variable “Son de Mar” obtiene un 40,5% calificada como buena y no alcanza ni un 50% mientras que, “Toa Toa” superó este 50% con una mala calidad brindada a sus huéspedes debido a varios factores como una deficiente infraestructura, no existe personal capacitado para cada área y que trabaje en una jornada laboral continua.

Tabla 57

Eficiencia y eficacia del personal

Eficiencia y eficacia del personal			
Establecimiento	Satisfecho	Bueno	Regular
Las Iguanas	68,3%	24,4%	7,3%
Son de Mar	35,1%	37,8%	27,1%
Toa Toa	16,7%	51,4%	31,9%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas a los huéspedes de cada establecimiento



En esta categoría el personal de “Las Iguanas” tiene una calificación alta entre los tres establecimientos, sin embargo, aquí se evidencia la falta de capacitación continua al personal, el trabajo que realizan los empleados de “Son de Mar” no se realiza con efectividad los huéspedes califican su trabajo con un 37,8% como bueno, en cuanto a “Toa Toa” se puede evidenciar la falta de personal en las distintas áreas ya que todas las funciones las realiza el administrador.



Capítulo 3

Estrategias de mejoramiento en establecimientos de la Isla Jambelí

Luego del trabajo investigativo, la aplicación de encuestas y el análisis de los resultados de cada uno de los establecimientos, se identifica el problema, se procede a plantear las posibles estrategias a fin de que cada establecimiento obtenga los logros deseados.

3.1 Establecimiento hotelero Las Iguanas

3.1.1 Estrategias

En la siguiente tabla se muestra la problemática basada en la información proporcionada por el dueño o encargados y un análisis de campo en este establecimiento para luego analizar el cumplimiento de la actividad basa en los siete principios de la norma ISO 9001 versión 2015, para finalmente plantear estrategias y lograra brindar un servicio de calidad.

Tabla 58

Principios de calidad según la ISO 9001 versión 2015

Principio 1: Contexto de la organización		
La empresa debe establecer las cuestiones internas y externas, mediante documentación para después realizar un análisis y efectuar acciones de mejora para alcanzar un objetivo.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Existe un gerente que es la propietaria, la misma que conoce cómo funcionan las áreas internas y externas del lugar, pero no existe ningún tipo de información sobre lo antes mencionado.	No	Tener un documento formal donde se dé a conocer las funciones del establecimiento.



<p>Tienen claro a qué tipos de clientes están dirigidos, y cuáles son sus proveedores.</p> <p>Cuenta con un Manual de procedimientos para cada departamento.</p>	<p>No</p> <p>No</p>	<p>Capacitar e incentivar al personal para poder fomentar planes de mejora y brindar un servicio de calidad a los clientes.</p> <p>Elaborar un Manual de procedimientos y entregar al personal que labora en el establecimiento para que se apropie del conocimiento del mismo.</p>
<p>Principio 2: Liderazgo y Compromiso</p> <p>La empresa debe trazar objetivos y metas para satisfacer al cliente involucrando al personal mediante una buena comunicación y motivación.</p>		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>Existe una política de calidad determinada.</p> <p>El personal conoce cuales son los requerimientos y gustos del cliente.</p> <p>El personal que labora en el lugar conoce cuáles son sus roles y responsabilidades, pero por la falta de comunicación estos se cambian constantemente.</p>	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>Crear estrategias para diferenciarse de sus competidores involucrando a todo el personal.</p> <p>Realizar encuestas de satisfacción para conocer los gustos y requerimientos del cliente y así tomar decisiones.</p> <p>Designar a una persona que fomente la comunicación y dé a conocer cuáles son los roles y responsabilidades de cada persona que labora en el establecimiento.</p>



<p align="center">Principio 3: Planificación</p> <p align="center">La empresa debe conocer los riesgos e implementar objetivos de calidad consiguiendo una planificación de cambios para satisfacer al cliente.</p>		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
El establecimiento conoce cuáles son sus riesgos y oportunidades que puede surgir en el día a día.	No	Implementar señalizaciones de identificación de peligros y conocer las áreas riesgosas como la infraestructura, los puestos de trabajo y los productos que se utilizan.
Tienen objetivos trazados sobre la calidad.	No	Detallar cuáles serán los objetivos para poder brindar un servicio y satisfacer las necesidades del cliente.
<p align="center">Principio 4: Apoyo</p> <p align="center">La empresa debe determinar los recursos, personas capacitadas, comunicación e información documentada para cumplir con las metas del establecimiento.</p>		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Cuenta con una lista de las personas que laboran en el lugar y de la misma forma tiene especificado los días libres, periodo de vacaciones etc.	No	Tener un documento escrito donde conste el listado de las personas que laboran con su respectiva información.
El establecimiento tiene una página web pero no tiene la suficiente información actualizada para que el cliente conozca la información necesaria.	No	Poner a una persona para que este constantemente subiendo información actualizada y contestando los comentarios de los huéspedes.
Posee un software para realizar las diferentes actividades dentro del sector hotelero.	No	Colocar una computadora para realizar actividades hoteleras como reservas, ingreso de huéspedes y tener mejor comunicación con los clientes, etc.
El ambiente laboral que se da dentro de este establecimiento es armonioso.	No	El gerente debería mantener reuniones periódicas con sus empleados una vez al mes y así escuchar sugerencias y tomar decisiones adecuadas que generen un buen ambiente de trabajo.
Se realiza algún tipo de capacitación.	No	Realizar capacitaciones cada seis meses en el departamento de recepción y ama de llaves.



Principio 5: Operación

La empresa debe planificar, implementar y controlar los procesos para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>Cuenta con algún tipo de información documentada.</p> <p>El personal que labora en el lugar siempre resuelve rápidamente alguna queja por parte del cliente.</p> <p>El gerente del lugar antes de reservar las cabañas siempre revisa que estas no estén ocupadas y así poder venderlas al huésped.</p> <p>El gerente da a conocer al personal si existe algún cambio ya sea por alguna reserva cambio de habitación o alguna petición del huésped.</p> <p>Falta de control y revisión por parte del gerente si saca algún nuevo servicio para satisfacer las necesidades del cliente.</p> <p>El establecimiento cuenta con varios proveedores, pero no existe un control ni una evaluación para cada uno de estos.</p> <p>El establecimiento brinda la debida información al momento de llegar el huésped.</p> <p>Los procesos que se desarrollan en cada departamento se realizan empíricamente.</p> <p>En el establecimiento se realiza algún tipo de encuesta para conocer el nivel de satisfacción del cliente.</p>	<p>No</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>Documentar la información electrónicamente o de forma impresa. Para esto siempre se debe colocar un título, una fecha, nombre, etc. y así evitar posibles confusiones.</p> <p>El personal durante la estadía de los huéspedes mantiene una buena comunicación con el cliente porque siempre están pendientes a las necesidades que surjan durante su estadía.</p> <p>Las reservas deben estar bien documentadas para que no exista ningún tipo de error a la llegada del huésped.</p> <p>Mantener una buena comunicación entre el gerente y los empleados del lugar.</p> <p>Verificar que el nuevo servicio brindado al cliente este al gusto del mismo y recibir sugerencias para ir mejorando cada vez más este nuevo servicio.</p> <p>Controlar y evaluar cada uno de los proveedores mediante información documentada, y tener una buena comunicación para descubrir posibles mejoras y tener un buen resultado.</p> <p>Contar con una persona encargada de dar a conocer la información detallada del establecimiento al momento de la llegada del huésped.</p> <p>Realizar flujogramas con los procesos adecuados y obtener resultados positivos en la prestación del servicio.</p> <p>Realizar encuestas a los huéspedes para conocer las necesidades, expectativas, el trato que recibieron y así poder mejorar y satisfacer sus necesidades.</p>



Principio 6: Evaluación del desempeño		
La empresa debe realizar un seguimiento, análisis y una evaluación para conocer la percepción del cliente ante el servicio brindado.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
En el establecimiento se realiza auditoría interna.	No	Realizar una auditoría interna para conocer cómo se están llevando a cabo todos los procesos en el establecimiento.
Cuenta con algún tipo de información para conocer los procesos que se utilizan, la satisfacción del cliente, proveedores etc.	No	Se debe realizar un informe para conocer cómo marcha el establecimiento y poder tomar decisiones.
Se conoce si el cliente se sintió satisfecho con el servicio brindado.	No	Realizar encuestas a los clientes para conocer lo que piensa el cliente acerca del servicio brindado.
Principio 7: Mejora		
La organización debe revisar implementar y mejorar cualquier operación para cumplir con los gustos y necesidades del cliente.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Dificultad de los huéspedes para trasladarse a las cabañas por el exceso de arena.	Si	Colocar caminaderas hechas con materiales de la zona en el lugar donde hay arena.
Falta de rotulación en el establecimiento.	Si	Colocar rótulos donde el cliente pueda visualizar las diferentes áreas que tienen las cabañas.
Existe identificación clara al llegar al establecimiento.	No	Destinar una persona para que promociione las cabañas y así captar más huéspedes al lugar.
Poca decoración y detalle en las instalaciones internas.	Si	Motivar y Organizar con el personal detalles para decoración de cabañas.



3.2 Establecimiento hotelero Son de Mar

3.2.1 Estrategias

En el establecimiento “Son de Mar” se inicia conociendo la problemática basada en la información proporcionada por los dueño o encargados y un análisis de campo en este establecimiento, para luego analizar el cumplimiento de la actividad basa en los siete principios de la norma ISO 9001 versión 2015, para finalmente plantear estrategias y lograra brindar un servicio de calidad como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 59

Principios de calidad según la ISO 9001 versión 2015

Principio 1: Contexto de la organización		
La empresa debe establecer las cuestiones internas y externas, mediante documentación para después realizar un análisis y efectuar acciones de mejora para alcanzar un objetivo.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Existe un gerente que es la propietaria la misma que conoce cómo funcionan las áreas internas y externas del lugar, pero no existe ningún tipo de información sobre lo antes mencionado.	No	Tener un documento formal donde se dé a conocer las funciones del establecimiento.
Tienen claro a qué tipos de clientes están dirigidos, y cuáles son sus proveedores.	No	Capacitar e incentivar al personal para poder fomentar planes de mejora y brindar un servicio de calidad a los clientes.
Cuenta con un Manual de procedimientos para cada departamento.	No	Elaborar un Manual de procedimientos y entregar al personal que labora en el establecimiento para que se apropie del conocimiento de este manual.



Principio 2: Liderazgo y Compromiso

La empresa debe trazar objetivos y metas para satisfacer al cliente involucrando al personal mediante una buena comunicación y motivación.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Existe una política de calidad determinada.	No	Crear estrategias para diferenciarse de sus competidores involucrando a todo el personal.
El personal conoce cuales son los requerimientos y gustos del cliente.	No	Realizar encuestas de satisfacción para conocer los gustos y requerimientos del cliente y así tomar decisiones.
El personal que labora en el lugar conoce cuáles son sus roles y responsabilidades, pero por la falta de comunicación estos se cambian constantemente.	No	Designar a una persona que fomente la comunicación y dé a conocer cuáles son los roles y responsabilidades de cada persona que labora en el establecimiento.

Principio 3: Planificación

La empresa debe conocer los riesgos e implementar objetivos de calidad consiguiendo una planificación de cambios para satisfacer al cliente.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
El establecimiento conoce cuáles son sus riesgos y	No	Implementar señalizaciones de identificación de peligros y conocer las áreas riesgosas como la



<p>oportunidades que puede surgir en el día a día.</p> <p>Tienen objetivos trazados sobre la calidad.</p>	<p>No</p>	<p>infraestructura, los puestos de trabajo y los productos que se utilizan.</p> <p>Detallar cuáles serán los objetivos para poder brindar un servicio y satisfacer las necesidades del cliente.</p>
<p>Principio 4: Apoyo</p> <p>La empresa debe determinar los recursos, personas capacitadas, comunicación e información documentada para cumplir con las metas del establecimiento.</p>		
<p>Problemática</p>	<p>Desempeño de la actividad</p>	<p>Estrategia</p>
<p>Cuenta con una lista de las personas que laboran en el lugar y de la misma forma tiene especificado los días libres, periodo de vacaciones etc.</p> <p>El establecimiento tiene una página web pero no tiene la suficiente información actualizada para que el cliente conozca la información necesaria.</p>	<p>No</p> <p>No</p>	<p>Tener un documento escrito donde conste el listado de las personas que laboran con su respectiva información.</p> <p>Poner a una persona para que esté constantemente subiendo información actualizada y contestando los comentarios de los huéspedes.</p>



<p>Posee un software para realizar las diferentes actividades dentro del sector hotelero.</p> <p>El ambiente laboral que se da dentro de este establecimiento es armonioso.</p> <p>Se realiza algún tipo de capacitación.</p>	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>Colocar una computadora para realizar actividades hoteleras como reservas, ingreso de huéspedes y tener mejor comunicación con los clientes, etc.</p> <p>El gerente debería mantener reuniones periódicas con sus empleados una vez al mes y así escuchar sugerencias y tomar decisiones adecuadas que generen un buen ambiente de trabajo</p> <p>Realizar capacitaciones cada seis meses en el departamento de recepción y ama de llaves</p>
<p>Principio 5: Operación</p> <p>La empresa debe planificar, implementar y controlar los procesos para poder satisfacer las necesidades del cliente.</p>		
<p>Problemática</p>	<p>Desempeño de la actividad</p>	<p>Estrategia</p>
<p>Cuenta con algún tipo de información documentada.</p>	<p>No</p>	<p>Documentar la información electrónicamente o de forma impresa, para esto siempre se debe colocar un título una fecha, nombre,</p>



<p>El personal que labora en el lugar siempre resuelve rápidamente alguna queja por parte del cliente.</p> <p>El gerente del lugar antes de reservar las cabañas siempre revisa que estas no estén ocupadas y así poder venderlas al huésped.</p> <p>El gerente da a conocer al personal si existe algún cambio ya sea por alguna reserva, cambio de habitación o petición del huésped.</p> <p>Falta de control y revisión por parte del gerente si saca algún nuevo servicio para satisfacer las necesidades del cliente.</p> <p>El establecimiento cuenta con varios proveedores, pero no existe un control ni una evaluación para cada uno de estos.</p>	<p>Si</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>No</p>	<p>etc. y así evitar posibles confusiones.</p> <p>El personal durante la estadía de los huéspedes mantiene una buena comunicación con el cliente porque siempre están pendientes a las necesidades que surjan durante su estadía.</p> <p>Las reservas deben estar bien documentadas para que no exista ningún tipo de error a la llegada del huésped.</p> <p>Mantener una buena comunicación entre el gerente y los empleados del lugar.</p> <p>Verificar que el nuevo servicio brindado al cliente esté al gusto del mismo y recibir sugerencias para ir mejorando cada vez más este nuevo servicio.</p> <p>Controlar y evaluar cada uno de los proveedores mediante información documentada, y tener una buena comunicación para descubrir posibles mejoras y tener un buen resultado.</p>
---	--	--



<p>El establecimiento brinda la debida información al momento de llegar el huésped es por eso que la prestación del servicio es deficiente.</p> <p>Los procesos que se desarrollan en cada departamento se realizan empíricamente.</p> <p>En el establecimiento se realiza algún tipo de encuesta para conocer el nivel de satisfacción del cliente.</p>	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>Contar con una persona encargada de dar a conocer la información detallada del establecimiento al momento de la llegada del huésped.</p> <p>Realizar flujogramas con los procesos adecuados y obtener resultados positivos en la prestación del servicio.</p> <p>Realizar encuestas a los huéspedes para conocer las necesidades, expectativas, el trato que recibieron y así poder mejorar y satisfacer sus necesidades.</p>
<p align="center">Principio 6: Evaluación del desempeño</p> <p align="center">La empresa debe realizar un seguimiento, análisis y una evaluación para conocer la percepción del cliente ante el servicio brindado.</p>		
<p align="center">Problemática</p>	<p align="center">Desempeño de la actividad</p>	<p align="center">Estrategia</p>
<p>En el establecimiento se realiza auditoría interna.</p>	<p align="center">No</p>	<p>Realizar una auditoría interna para conocer cómo se están llevando a cabo todos los procesos en el establecimiento.</p>



<p>Cuenta con algún tipo de información para conocer los procesos que se utilizan, la satisfacción del cliente, proveedores etc.</p>	<p>No</p>	<p>Se debe realizar un informe para conocer cómo marcha el establecimiento y poder tomar decisiones.</p>
<p>Se conoce si el cliente se sintió satisfecho con el servicio brindado.</p>	<p>No</p>	<p>Realizar encuestas a los clientes para conocer lo que piensa el cliente acerca del servicio brindado.</p>

Principio 7: Mejora

La organización debe revisar implementar y mejorar cualquier operación para cumplir con los gustos y necesidades del cliente.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>Dificultad de los huéspedes para trasladarse a las cabañas por el exceso de arena.</p>	<p>Si</p>	<p>Colocar caminaderas hechas con materiales de la zona en el lugar donde hay arena.</p>
<p>Falta de rotulación en el establecimiento.</p>	<p>Si</p>	<p>Colocar rótulos donde el cliente pueda visualizar las diferentes áreas que tienen las cabañas.</p>
<p>Existe identificación clara al llegar al establecimiento.</p>	<p>No</p>	<p>Destinar una persona para que promocióne las cabañas y así captar más huéspedes al lugar.</p>



Poca decoración y detalle en las instalaciones internas.	Si	Motivar y Organizar con el personal detalles para decoración de cabañas.
Exista iluminación externa.	No	Compra y colocación de reflectores.

Nota: Elaboración propia con base en la Norma ISO 2015.

3.3 Establecimiento hotelero Toa Toa

3.3.1 Estrategias

En la siguiente tabla a través de información proporcionada por los dueños o encargados del establecimiento se realiza un análisis de la problemática para seguidamente constatar el cumplimiento de la actividad basada en los siete principios de la norma ISO 9001 versión 2015, para finalmente plantear estrategias y lograra brindar un servicio de calidad como se muestra en la siguiente tabla.



Tabla 60

Principios de calidad según la ISO 9001 versión 2015

<p align="center">Principio 1: Contexto de la organización</p> <p align="center">La empresa debe establecer las cuestiones internas y externas, mediante documentación para después realizar un análisis y efectuar acciones de mejora para alcanzar un objetivo.</p>		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>Existe un gerente que es la propietaria la misma que conoce cómo funciona las áreas internas y externas del lugar, pero no existe ningún tipo de información sobre lo antes mencionado</p>	<p>No</p>	<p>Tener un documento formal donde se dé a conocer las funciones del establecimiento.</p>
<p>Tienen claro a qué tipos de clientes están dirigidos, y cuáles son sus proveedores.</p>	<p>No</p>	<p>Capacitar e incentivar al personal para poder fomentar planes de mejora y brindar un servicio de calidad a los clientes.</p>
<p>Cuenta con un Manual de procedimientos para cada departamento.</p>	<p>No</p>	<p>Elaborar un Manual de procedimientos y entregar al personal que labora en el establecimiento para que se apropie del conocimiento de este manual.</p>



Principio 2: Liderazgo y Compromiso

La empresa debe trazar objetivos y metas para satisfacer al cliente involucrando al personal mediante una buena comunicación y motivación.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Existe una política de calidad determinada.	No	Crear estrategias para diferenciarse de sus competidores involucrando a todo el personal.
El personal conoce cuales son los requerimientos y gustos del cliente.	No	Realizar encuestas de satisfacción para conocer los gustos y requerimientos del cliente y así tomar decisiones.
El personal que labora en el lugar conoce cuáles son sus roles y responsabilidades, pero por la falta de comunicación estos se cambian constantemente.	No	Designar a una persona que fomente la comunicación y dé a conocer cuáles son los roles y responsabilidades de cada persona que labora en el establecimiento.



Principio 3: Planificación

La empresa debe conocer los riesgos e implementar objetivos de calidad consiguiendo una planificación de cambios para satisfacer al cliente.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
El establecimiento conoce cuáles son sus riesgos y oportunidades que puede surgir en el día a día.	No	Implementar señalizaciones de identificación de peligros y conocer las áreas riesgosas como la infraestructura, los puestos de trabajo y los productos que se utilizan.
Tienen objetivos trazados sobre la calidad.	No	Detallar cuáles serán los objetivos para poder brindar un servicio y satisfacer las necesidades del cliente.



Principio 4: Apoyo

La empresa debe determinar los recursos, personas capacitadas, comunicación e información documentada para cumplir con las metas del establecimiento.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>Cuenta con una lista de las personas que laboran en el lugar y de la misma forman tiene especificado los días libres, periodo de vacaciones etc.</p> <p>El establecimiento tiene una página web pero no tiene la suficiente información actualizada para que el cliente conozca la información necesaria.</p> <p>Posee un software para realizar las diferentes actividades dentro del sector hotelero.</p> <p>El ambiente laboral que se da dentro de este establecimiento es armonioso.</p>	<p>No</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>Tener un documento escrito donde conste el listado de las personas que laboran con su respectiva información.</p> <p>Poner a una persona para que este constantemente subiendo información actualizada y contestando los comentarios de los huéspedes.</p> <p>Colocar una computadora para realizar actividades hoteleras como reservas, ingreso de huéspedes y tener mejor comunicación con los clientes, etc.</p> <p>El gerente debería mantener reuniones periódicas con sus empleados una vez al mes y así escuchar sugerencias y tomar</p>



Se realiza algún tipo de capacitación.	No	decisiones adecuadas que generen un buen ambiente de trabajo Realizar capacitaciones cada seis meses en el departamento de recepción y ama de llaves
Principio 5: Operación La empresa debe planificar, implementar y controlar los procesos para poder satisfacer las necesidades del cliente.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Cuenta con algún tipo de información documentada. El personal que labora en el lugar siempre resuelve rápidamente alguna queja por parte del cliente. El gerente del lugar antes de reservar las cabañas revisa que estas no estén	No Si	Documentar la información electrónicamente o de forma impresa, para esto siempre se debe colocar un título una fecha nombre, etc. Y así evitar posibles confusiones. El personal durante la estadía de los huéspedes mantiene una buena comunicación con el cliente porque siempre están pendientes a las necesidades que surjan durante su estadía. Las reservas deben estar bien documentadas para que no exista



<p>ocupadas y así poder venderlas al huésped.</p> <p>El gerente da a conocer al personal si existe algún cambio ya sea por alguna reserva cambio de habitación o alguna petición del huésped.</p> <p>Falta de control y revisión por parte del gerente si saca algún nuevo servicio para satisfacer las necesidades del cliente.</p> <p>El establecimiento cuenta con varios proveedores, pero no existe un control ni una evaluación para cada uno de estos.</p> <p>El establecimiento brinda la debida información al momento de llegar el huésped es por eso que la prestación del servicio es deficiente.</p>	<p>No</p> <p>Si</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p>No</p>	<p>ningún tipo de error a la llegada del huésped.</p> <p>Mantener una buena comunicación entre el gerente y los empleados del lugar.</p> <p>Verificar que el nuevo servicio brindado al cliente este al gusto del mismo y recibir sugerencias para ir mejorando cada vez más este nuevo servicio.</p> <p>Controlar y evaluar cada uno de los proveedores mediante información documentada, y tener una buena comunicación para descubrir posibles mejoras y tener un buen resultado.</p> <p>Contar con una persona encargada de dar a conocer la información detallada del establecimiento al momento de la llegada del huésped.</p>
---	--	--



<p>Los procesos que se desarrollan en cada departamento se realizan empíricamente.</p> <p>En el establecimiento nunca se realiza ningún tipo de encuesta para conocer el nivel de satisfacción del cliente.</p>	<p>Si</p> <p>No</p>	<p>Realizar flujogramas con los procesos adecuados y obtener resultados positivos en la prestación del servicio.</p> <p>Realizar encuestas a los huéspedes para conocer las necesidades, exceptivas, el trato que recibieron y así poder mejorar y satisfacer sus necesidades.</p>
---	--	--

Principio 6: Evaluación del desempeño

La empresa debe realizar un seguimiento, análisis y una evaluación para conocer la percepción del cliente ante el servicio brindado.

Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
<p>En el establecimiento se realiza auditoría interna.</p> <p>Cuenta con algún tipo de información para conocer los procesos que se utilizan, la satisfacción del cliente, proveedores etc.</p>	<p>No</p> <p>No</p>	<p>Realizar una auditoría interna para conocer cómo se están llevando a cabo todos los procesos en el establecimiento.</p> <p>Se debe realizar un informe para conocer cómo marcha el establecimiento y poder tomar decisiones.</p>



Se conoce si el cliente se sintió satisfecho con el servicio brindado.	No	Realizar encuestas a los clientes para conocer lo que piensa el cliente acerca del servicio brindado.
Principio 7: Mejora		
La organización debe revisar implementar y mejorar cualquier operación para cumplir con los gustos y necesidades del cliente.		
Problemática	Desempeño de la actividad	Estrategia
Poca decoración y detalle en las instalaciones internas y externas.	Si	Motivar y organizar al personal detalles para decoración de la cabaña
Falta de rotulación en el establecimiento.	Si	Colocar rótulos donde el cliente pueda visualizar las diferentes áreas que tienen las cabañas.
Exista iluminación externa.	No	Compra y colocación de reflectores.



4 Conclusiones

En las visitas de campo realizadas a las cabañas Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa ubicadas en la isla Jambelí, se observó la existencia de necesidades y falencias para lo cual se desarrolla un plan de mejoramiento en la calidad de los servicios según la ISO 9001 versión 2015.

Al término de esta tesis y luego del trabajo de campo realizado se concluye:

- La ISO 9001 versión 2015 es una herramienta de mucha utilidad a la hora de determinar las necesidades existentes en el mundo hotelero, así como también para empresas públicas y privadas.
- Es importante que se establezca un manual de procedimientos en donde se dé a conocer con claridad las funciones y responsabilidades de los encargados de cada área, evitando confusiones en las funciones del personal.
- No existe ningún tipo de formación en atención al cliente, en dinámica de grupos, de liderazgo, recepción y ama de llaves.
- Poca publicidad y utilización de redes sociales que ayuden a que el cliente conozca la información y servicios con lo que cuenta las tres cabañas.
- No se realiza ningún tipo de encuestas de satisfacción para conocer los gustos y necesidades del huésped.
- Con las encuestas realizadas se determina que hay más huéspedes nacionales que extranjeros que se hospedan en estas cabañas.



5 Recomendaciones

- Aplicación de las estrategias por parte de los propietarios en los establecimientos respectivos de manera que los procesos y procedimientos se cumplan eficientemente.
- Capacitar continuamente al personal según los requerimientos de cada establecimiento a fin de brindar un servicio de calidad y así llegar a ser lugares de referencia de buen trato y amabilidad y ser reconocidos a nivel nacional e internacional por visitantes nacionales y extranjeros.
- Involucrar a todo el personal en la participación activa en todas las actividades de los establecimientos implicados, esto ayuda a brindar servicios eficaces, eficientes y de calidad a los huéspedes.
- Se recomienda que todo el personal de los establecimientos esté identificado con su debido uniforme de cada cabaña.
- Mantener una sana competencia entre los establecimientos a fin de ayudarse mutuamente y ser una buena referencia para los turistas.
- Brindar oportunidad a jóvenes de la zona a realizar eventos sociales y culturales para el entretenimiento de las personas que visitan el lugar.
- Para educar a los visitantes en el cuidado del medio ambiente colocar recipientes donde los turistas puedan depositar la basura de los productos que consuman en la zona.



6 Bibliografía

Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación. (s.f.). *Plan de mejoras* .

Obtenido de Plan de mejoras :

http://www.uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf

Bastos, A. (2006). *Fidelización del cliente*. España: Ideas propias.

Burckhardt, V., Gisbert, V., & Pérez, A. (2016). *Estrategia y desarrollo de una guía de implantación de la norma ISO9001:2015*. Área de innovación y desarrollo, S.L.

Carrasco, S. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. España: Ediciones Paraninfo.

Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga : ICB Editores .

De la Torre, F. (2007). *Administración Hotelera 1 División de cuartos*. México: Trillas.

Durán, J. (2016). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Días de Santos .

Escuela Europea de excelencia. (15 de abril de 2015). *Nueva ISO 9001 versión 2015, principios. Participación del personal*. Obtenido de Nueva ISO 9001 versión 2015, principios. Participación del personal: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/tag/enfoque-basado-en-procesos/>

Fontalvo, J., & Vergara, J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008*. Málaga: Eumed.

Gonzalez, H. (11 de julio de 2012). *Herramientas para la Mejora Continua* . Obtenido de Herramientas para la Mejora Continua : <https://calidadgestion.wordpress.com/2012/07/11/herramientas-para-la-mejora-continua/>

Interconsulting Bureau S.L. (s.f.). *Sistema de gestión de calidad (ISO 9001: 2015)*. Málaga: ICB.



- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Madrid: Díaz de Santo.
- López , P. (2015). *Novedades ISO 9001:2015*. España: Fundación Confemetal.
- Ludeña , A. (2016). *Administración de empresas turísticas y Hoteleras*. Loja: Ediloja.
- Pedró, F., Abad, F., Arboix, E., Chaves, M., & Gimeno, S. (2005). *Marco general para el establecimiento, el seguimiento y la revisión de los planes de mejora*. Barcelona: Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya. Obtenido de Marco general para el establecimiento, el seguimiento y la revisión de los planes de mejora.
- Pérez, J. (2017). *La skdjsdlk. dgvsfd: sss*.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias.
- Philip, k. (2002). *Dirección de Marketing* . México: Pearson Educacion de México.
- Proaño, D., Solery, V., & Pérez, E. (22 de Diciembre de 2017). *Metodología para Elaborar un Plan de Mejora Continua*. Obtenido de Metodología para Elaborar un Plan de Mejora Continua: https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_6.pdf
- PSYMA. (04 de noviembre de 2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Recuperado el 27 de mayo de 2019, de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Publicaciones Vértice . (s.f.). *Gestión Hotelera*. España.
- Publicaciones Vértice. (s.f.). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga.
- QR. (03 de Diciembre de 2015). *Los 7 principios de la gestion de la Calidad según la ISO 9001:2015*. Obtenido de Los 7 principios de la gestion de la Calidad según la ISO 9001:2015: https://www.qualired.com/despachos1.asp?cod_des=62662
- Qualired. (03 de Diciembre de 2015). *LOS 7 PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD SEGÚN ISO 9001:2015*. Obtenido de LOS 7 PRINCIPIOS DE



GESTIÓN DE LA CALIDAD SEGÚN ISO 9001:2015:

http://www.qualired.com/despachos1.asp?cod_des=62662

Sanchez, M. (s.f.). *Comunicación Empresarial y Atención al cliente*. Madrid: Editex.

Secretaría Central de ISO . (15 de Septiembre de 2015). *Norma Internacional ISO 9001:2015* . Obtenido de Norma Internacional ISO 9001:2015 :
<https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso-9001.2015.pdf?fbclid=IwAR275prAjHAMhkgRonmYI1H4vqce9Tw69AxrjB1GHPdnj8A4tuJaTY5LZx8>

Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (22 de 2017 de Diciembre). *Los 7 principios de la calidad Iso 9001*. Obtenido de Los 7 principios de la calidad Iso 9001:
https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_2.pdf

Thompson, I. (Julio de 2006). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de La satisfacción del cliente:
https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Villena, E. (2003). *Técnico en Hotelería y Turismo* . España: Cultural S.A.

Vivas, G. (2010). *Satisfacción de los clientes*. Obtenido de Satisfacción de los clientes:
https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1_clientes.pdf



7 Anexos

Anexo 1: Reglamento de Alojamiento Turístico

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Art. 1.- Alojamiento. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías. - La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este Reglamento a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación, - Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos hoteleros.

Subgrupo 1.1 Hoteles

- 1.1.1 Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas);
- 1.1.2 Hotel residencia (de 4 a 1 estrellas doradas); y,
- 1.1.3 Hotel apartamento /de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2 Hostales y pensiones.

- 1.2.1 Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas);
- 1.2.2 Hostales residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas); y,
- 1.2.3 Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3 Hosterías, moteles, refugios y cabañas:

- 1.3.1 Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas);
- 1.3.2 Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas);
- 1.3.3 Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas); y,
- 1.3.4 Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).



Grupo 2.- Alojamientos extra hoteleros.

Subgrupo 2.1 Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas);

Subgrupo 2.2 Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas); y,

Subgrupo 2.3 Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Art. 4.- Nomenclatura, - La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente:

Actividad	Nomenclatura
Hotel	H
Hotel residencia	HR
Hotel apartamento	HA
Hostal	HS
Hostal residencia	HSR
Pensión	P
Hostería	HT
Motel	M
Refugio	RF
Complejo vacacional	CV
Campamento turístico o camping	Silueta frontal de "carpa" con indicativo de categoría
Apartamento	AP
Cabaña	C

Art. 5.- Placas distintivas. - Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre



fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo diseñará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones. - Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos. - Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación el Ministerio de Turismo.

Sección 2 a.

Hoteles

Art. 8.- Hotel. - Es hotel todo establecimiento que, de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que esta sea completamente independiente, debiendo constituir sus independencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Sección 5 a.

Hostales y pensiones

Art. 17.- Hostal. - Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve habitaciones ni menor de doce habitaciones.



Art. 23.- Hostería. - Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que este dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación la público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 26.- Cabañas. - Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Sección 10 a.

Disposiciones generales

Art. 54.- No discriminación. - Todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

Art. 55.- Recepción y conserjería. - La recepción y la conserjería constituirán el centro de la relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información.

Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas.

Igualmente serán funciones de la recepción y de la conserjería, de haber esta última, custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar de la recepción y entrega de equipajes y cumplir, en lo posible, los encargos de los



clientes. Estará a cargo del Conserje de noche el servicio de despertador, cuando no exista servicio nocturno de telefonista.

Art. 56.- Servicio de pisos. - El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

Art. 57.- Servicio de comedor. - La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un periodo mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Se cuidará especialmente que, en la preparación de los platos, se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el que su presentación sea adecuada, según la categoría del establecimiento.

Los desayunos podrán ser servidos en el comedor, cafetería u otro lugar adecuado, o en las habitaciones.

Art. 58.- Servicio telefónico. - El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o conserjería, de haberla.

El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Art.59.- Servicio de custodia de dinero. - Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a su categoría, prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes, como constancia de lo cual se le conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los alojamientos de la pérdida o deterioro de esos bienes.

En todas las habitaciones, en un lugar visible, deberá constar la indicación, al menos de dos idiomas español e inglés, de que el establecimiento no se responsabiliza del dinero u objetos de valor que no sean depositados en la forma establecida en el presente artículo.



Art.60- Servicio de lavandería y planchado. - El servicio de lavandería y planchado deberá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso el alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de que la ropa sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas o veinticuatro en el caso de servicio urgente.

Art.61.- Asistencia médica y botiquín. - En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia medica, en caso de emergencia, para facilitar a los clientes. El servicio de asistencia medica será con cargo a los clientes.

Art.62.- Personal uniformado. - Todo el personal de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta prestación y se encargarán de atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.

De manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Art.63.- Protección contra incendios. - Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad de alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento, debiendo en todo caso observarse las normas establecidas por el CUERPO DE Bomberos.

El personal deberá estar instruido sobre el manejo de las demás medidas que han de adoptarse en caso de siniestro, debiendo realizarse periódicamente pruebas de eficiencia con dicho personal.

Art.64.- Condiciones de higiene. - Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre la sanidad dictadas por los organismos competentes. Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable los alojamientos estarán, obligados por lo menos a



purificar el agua, advirtiéndolo a la clientela sobre este particular. La eliminación de las aguas residuales se hará a través de la red de alcantarillado y, de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

Art.65.- Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza. - Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

Art.66.- Inspecciones. - El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objetivo de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismo.

Las inspecciones se realizarán, necesariamente, con la concurrencia del administrador del alojamiento o la persona que haga sus veces.

Art.67.- Registro de clientes. - Todos los alojamientos tiene la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo o solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que los clientes, antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art.68.- Avisos y lista de precios. - En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la consejería, se fijarán en un lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento.

Igualmente, en los mismos lugares, deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración.



Todos los avisos, listas de precios y demás información para los huéspedes, deberán estar redactados al menos en español e inglés.

Las listas de precios y los avisos a los que se refieren los dos primeros incisos, serán sellados por el Ministerio de Turismo.

Art.69.- Precios. - Los precios de los diferentes servicios que prestan los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos prestarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.

Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo si no por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitación en función de su capacidad y de los servicios que estén dotados. Antes de la admisión de un cliente se deberá notificar el precio de los diferentes servicios.

Art.69.- Facultad para cobrar valores adicionales. - Los alojamientos podrán cobrar a los clientes un valor adicional por la utilización de los siguientes servicios:

- a) Peluquería;
- b) Campos de golf;
- c) Pistas de tenis;
- d) Salas de fiestas;
- e) Establecimiento de vehículos en garajes.

Art.73.- Forma de computar el precio. - El precio de la habitación se computará de acuerdo al número de noches.

Art.74.- Jornada Hotelera-. La jornada hotelera terminará a las catorce horas de cada día.

El cliente que no abandone a dicha hora la habitación que ocupa, se entenderá que prolonga su estadía un día más.

Si una vez anunciada su marcha o cumplimiento el plazo de estadía convenida, el cliente pretende alargar su permanencia, el establecimiento podrá no aceptar



la continuación del hospedaje si tuviera comprometida la habitación para otro cliente.

Art.75.- Reservación de habitaciones. - Para la reservación de habitaciones los alojamientos podrán exigir un anticipo de precio para cada habitación reservada, cuyo monto no podrá exceder del valor de un día de habitación cuando la reservación se haga por un tiempo hasta de diez días y, cuando se realice por un tiempo mayor, el valor correspondiente a un día de habitación por cada diez días o fracción de ese tiempo.

La anulación de las reservaciones efectuadas no dará lugar al pago de indemnización alguna siempre y cuando se la realice con diez días de anticipación a la fecha anunciada para la llegada.

Cuando se trate de viajes colectivos, las agencias de viaje. Al efectuar la reservación, deberá indicar el lugar de procedencia de los clientes y tendrá que confirmar la reservación veinte días antes de lo señalado para la llegada del grupo.

El alojamiento esta obligado a mantener la habitación reservada a disposición del cliente hasta las diecinueve horas del día fijado para su arribo, circunstancia que debe ser notificada al confirmar la reservación. Si el cliente no hubiera llegado al alojamiento hasta esa hora y no hubiere comunicado su retraso inesperado, el alojamiento podrá disponer de la habitación a su conveniencia.

Art.76.- Obligaciones de los administradores de alojamiento. - Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones o conjuntos de alojamiento y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público;
- c) Dar cuenta a la autoridad sanitaria más próxima de los casos de enfermedades infecto contagiosas que tenga conocimiento en el alojamiento bajo su administración.

Capitulo IV



Anexo 2: Encuesta de Satisfacción

ENCUESTA DE SATISFACCION

La siguiente encuesta tiene como objetivo analizar el nivel de satisfacción de los clientes de los hoteles: Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa.
 La información proporcionada en la misma es confidencial y de estricto uso para fines académicos.
 Marque con una X según corresponda, considerando que 1 es Deficiente, 2 Regular, 3 Bueno, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

1. ¿Cómo calificaría usted los siguientes aspectos de recepción?

	Deficiente	Regular	Bueno	Satisfecho	Muy Satisfecho
	1	2	3	4	5
Atención al cliente en recepción					
Calidad en el servicio brindado					
Satisfacción con la información recibida					
Eficiencia y eficacia del personal					
Sugerencias o quejas fueron atendidas y resueltas					

2. ¿Cómo calificaría usted los siguientes aspectos del departamento de ama de llaves?

	Deficiente	Regular	Bueno	Satisfecho	Muy Satisfecho
	1	2	3	4	5
Limpieza y condiciones de la habitación al ambo					
Limpieza y condiciones de la habitación durante la estadia					
Limpieza y condiciones de instalaciones internas y externas					
Amabilidad y asistencia del personal					
Decoración y confort de la habitación					

3. Regresaría a hospedarse Sí No

4. Recomendaría a otras personas el establecimiento Sí No

5. Edad:

0 – 17 años

18 – 40 años

41 – 60 años

60 o más años

6. Género: Femenino Masculino

7. Ciudad de procedencia: _____

Gracias por su tiempo en la encuesta



Anexo 3: Diseño Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad

Revisado: Jessica Paola Guiñansaca Huambo

Andrea Elizabeth Largo Vargas

05/04/2019

11 11

Aprobado:
03/abril/2019.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE HOTELERÍA

"Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento
Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Bañerario de
Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015"

Proyecto de Intervención previo a la obtención del título de: Licenciadas en
Hotelería

AUTORAS

JESSICA PAOLA GUIÑANSACA HUAMBO

ANDREA ELIZABETH LARGO VARGAS

CUENCA, MARZO DE 2019



PROYECTO DE INTERVENCIÓN

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Plan de mejoramiento de la calidad en los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambelí" según la norma ISO 9001 versión 2015

2. NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES / CORREO ELECTRÓNICO

Jessica Paola Guiñansaca Huambo paola.guinansaca@ucuenca.edu.ec

Andrea Elizabeth Largo Vargas andrea.largov@ucuenca.edu.ec

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

En la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambelí", los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa no cuentan con Manuales de procesos para las funciones que el personal lleva a cabo diariamente, ni personal capacitado en el área Hotelera, además se encuentran registrados en el Catastro Turístico del Ministerio de Turismo del Ecuador con una categorización diferente a la que mencionan los propietarios. Por las razones antes mencionadas, el presente proyecto busca definir estrategias a través de un plan de mejoramiento en el que se especificarán acciones para mejorar la calidad, lo que ayudará a aumentar el volumen de ventas y crear una mejor imagen de la isla a los visitantes.

El proyecto de intervención tiene como objetivo diseñar un plan de mejoramiento de la calidad en los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambelí" según la ISO 9001 versión 2015 por medio del diagnóstico de las necesidades de mejora y el planteamiento de estrategias que se puedan utilizar para mejorar los procesos de calidad por ende tener mejor aceptación de los cliente, aumentar la satisfacción y con el tiempo incrementar la rentabilidad.



Las técnicas de trabajo a emplearse serán: la metodología cualitativa a través de entrevistas a los propietarios, que proporcionarán información para el diseño de un plan de mejoramiento de la calidad; y la metodología cuantitativa mediante encuestas que se realizarán a los huéspedes de cada establecimiento.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Este proyecto se llevará a cabo en la Comuna Ancestral “Isla Balneario de Jambelí”, cantón Santa Rosa, provincia de El Oro que se encuentra a treinta y cinco minutos en bote desde el muelle de cabotaje Malecón de Puerto Bolívar y posee una población aproximada de 500 habitantes.

En la comuna existen once establecimientos de alojamiento de los cuales tres de ellos están interesados y se han comprometido a dar información para mejorar la calidad de sus servicios y son: Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa.

El principal problema es la falta de manuales de procesos hoteleros ya que ninguno de los tres establecimientos mencionados anteriormente dispone de un documento en el que se detalle instrucciones, funciones y/o procedimientos de las distintas actividades que se realizan en cada departamento que se detectó mediante una visita previa.

Otro inconveniente es la falta de personal suficientemente capacitado en los procedimientos que se llevan a cabo durante la estadía de un huésped, además el personal no posee un uniforme o algún tipo de distintivo en su vestimenta, que facilite al huésped identificarlos durante la prestación de servicios.

Por otra parte, en el Catastro Turístico desarrollado por el Ministerio de Turismo del Ecuador en la Parroquia Jambelí, el establecimiento denominado Las Iguanas está registrado como Hostería, sin embargo su propietaria manifiesta que es un hospedaje familiar; mientras que, la propietaria de Son de Mar afirma que sus instalaciones son Cabañas, pero en el Catastro consta como Hostería;



adicionalmente el establecimiento Toa Toa no está registrado en el Catastro, pero su propietario lo menciona como cabañas por las características que esto posee.

Como otro punto, es la falta de mantenimiento de las instalaciones, habitaciones y espacios físicos, debido a que los propietarios o encargados de los establecimientos han dejado de lado estos aspectos, los cuales influyen a que el huésped elija o no hospedarse.

Es por ello que el presente proyecto de intervención pretende diseñar un plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa con el fin de mejorar su imagen y la satisfacción del cliente al brindar servicios de calidad antes durante y después de la estadía de los huéspedes.

5. REVISION BIBLIOGRAFICA

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santa Rosa, presenta datos generales de la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambeli".

Francisco de la Torre en su libro "Administración Hotelera 1 División Cuartos" proporciona antecedentes del origen de la hotelería y de como la conocemos hoy en día, también da a conocer el funcionamiento de los departamentos que forman la estructura de un establecimiento hotelero.

Según José Pérez en su libro "Gestión de la Calidad Empresarial" da a conocer que un sistema de gestión de calidad correctamente implantado es importante para la satisfacción del cliente.

Frank Gryna, Richard Chua, Joseph DeFeo y José Pantoja en su libro Análisis y Planeación de la Calidad indican que es administración en calidad para que una empresa pueda alcanzar satisfacción y lealtad del cliente mediante el liderazgo.

Según Arjona Llamas en su libro Marketing y Gestión de Calidad, indica que es calidad y cliente, ofrece información sobre el marketing de servicios que es complejo



por su intangibilidad y los elementos que intervienen en el área hotelera a través de métodos que ayudan a mejorar la gestión de calidad.

Manuel Hernán Izaguirre en su libro “Gestión de Marketing y Servicios Turísticos y Hoteleros”, establece que la calidad del servicio al turista es la clave del éxito ya que los turistas son más educados e informados.

Jorge Duran Fresco en su libro “Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración”, indica que la dirección de la empresa debe liderar la organización para marcar el camino hacia la calidad.

Según Rosander en su libro “La búsqueda de la calidad en los servicios “, detalla que la calidad también se aplica en el rendimiento de las personas incluyendo sus decisiones y actos.

Publicaciones Vértice en su libro “Aspectos prácticos de la calidad en el servicio”, expresa que las empresas consideran la calidad como algo fundamental ya que los huéspedes nos aceptan servicio de calidad media.

Según Pedro Larrea en su libro “Calidad de servicio del marketing a la estrategia”, expone que la calidad percibida lleva hacia la satisfacción y esta debe influenciar en el comportamiento del cliente durante la compra del servicio o producto.

Por otro lado, la norma ISO 9001 versión 2015 publicado por la Secretaria Central de ISO en Ginebra, se orienta en la gestión de calidad que todo establecimiento debe tener mediante un sistema que permita mejorar la calidad de sus productos y/o servicios.

Según Fernando Gosso en su libro denominado “Híper Satisfacción del cliente”, está basado en la problemática que se da en las empresas al analizar los diferentes niveles de satisfacción de los clientes.



Dolors Setó en su libro “De la calidad del servicio a la satisfacción del cliente”, detalla que la calidad en los servicios es convertirlos en una ventaja competitiva para poder sobrevivir en el mercado.

Como otro punto, según el “Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos” escrito por Martín Álvarez menciona las pautas o directrices que se deben llevar a cabo para desarrollar un manual de procesos.

Juan Beltrán y Ricardo Rico en su “Guía para la elaboración de los manuales procesos y procedimientos” sostiene que se debe ejecutar la división de los procesos o procedimientos para lograr entenderlo y facilitar la realización del mismo.

Según Alberto Martínez Villa en su “Manual de calidad para hoteles”, recalca que un manual son pautas de cómo adaptar normas dentro en un establecimiento hotelero.

Rene Fischer en su “Manual de servicio para hoteles y restaurantes”, afirma que el hotel es quien determina la calidad en el servicio satisfaciendo así las expectativas de los huéspedes.

Sandra Aldana en sus tesis “Plan de mejora de calidad del área de servicio del Sky Bar del Hotel Le Parc” da a conocer la importancia de la calidad al momento de realizar cualquier actividad para medir la satisfacción del cliente y los procedimientos que se realizan en la prestación del servicio.

Según Ana Cadena en sus tesis “Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del Hotel Casa Q para el año 2017” define los criterios de calidad para delimitar las variables en las que se debe trabajar un plan de mejora.

Alejandro Aragón, Heinz Arguello y Jorge Toledo en su tesis “Plan de mejoramiento del servicio de atención al cliente en el restaurante La Pradera” establece que se debe realizar una evaluación para establecer niveles de satisfacción, la calidad en



la atención, los servicios ofrecidos y la percepción de las expectativas que recibieron los huéspedes durante su estadía.

Según el Catastro Turístico 2018 del Ministerio de Turismo del Ecuador da conocer los establecimientos de alojamiento del Balneario Isla de Jambelí que se encuentra registrados.

Finalmente, para la citación de las fuentes bibliográficas utilizadas se consultará el libro Manual de publicaciones de la APA escrita por American Psychological Association.

6. OBJETIVOS

General

Diseñar un "Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la Norma ISO 9001 versión 2015"

Específicos

- Establecer los principios fundamentales de hotelería, calidad, satisfacción del cliente, norma ISO 9001 versión 2015 y plan de mejoramiento.
- Diagnosticar las necesidades de mejora de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa.
- Plantear las estrategias de mejora de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa.

METAS

Presentar un Plan de Mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambelí" según la norma ISO 9001 versión 2015.



TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

La transferencia de los resultados adquiridos mediante la ejecución del proyecto se entregará una copia digital en la biblioteca Juan Bautista Vázquez de la Universidad de Cuenca y otra copia a los propietarios de los establecimientos que participaron en el desarrollo de este Plan de mejoramiento.

IMPACTOS

El principal impacto será económico ya que los beneficiarios directos serán las personas que laboran en estos establecimientos, porque si ellos brindan un servicio de calidad los huéspedes llegarán más seguido siendo esto factible para la Isla, lo que generara el incremento de ingresos económicos los cuales servirían para arreglos de sus infraestructuras, llamando la atención no solo de turistas locales si no también nacionales y extranjeros, lo que resaltaría el nombre y el prestigio de la isla balneario de Jambellí.

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

Para el desarrollo del presente proyecto de intervención se utilizará la metodología de investigación cualitativa: por un lado, se usará la técnica de revisión de fuentes bibliográficas para establecer los principios fundamentales de un plan de mejoramiento de calidad; por otro lado, se empleará la técnica de entrevistas a los propietarios de los establecimientos Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa para diagnosticar las necesidades que se deben corregir en cuanto a calidad.

Además, se aplicará la metodología de investigación cuantitativa a través de la técnica de encuestas a los huéspedes de cada establecimiento durante un mes para obtener datos sobre sus gustos y preferencias y así plantear las estrategias de mejora en calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa. cuantitativa mediante encuestas que se realizarán a los huéspedes.

8. BIBLIOGRAFÍA



- Aldana, S. (2016). *Plan de mejora de calidad del área de servicio del Sky Bar del Hotel Le Parc*. Obtenido de Plan de mejora de calidad del área de servicio del Sky Bar del Hotel Le Parc:
<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5815/1/UDLA-EC-TIAEHT-2016-29.pdf?fbclid=IwAR2p0ik-GPmlbIjvI69NDLNFSupQW-EcL9z9C3Q460nMPij1WAfecel5C4>
- Álvarez , M. (1996). *Manual para elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*. México: Panorama.
- American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la APA*. México: El Manual Moderno.
- Aragón , A., Arguello, G., & Toledo , J. (Marzo de 2012). *Plan de mejoramiento del servicio de atención al cliente en restaurante la Pradera*. Obtenido de Plan de mejoramiento del servicio de atención al cliente en restaurante la Pradera:
http://ribuni.uni.edu.ni/1130/1/38088.pdf?fbclid=IwAR0K0WCLFVyzS6QZrxgbbceE3K9ndOHvpKBQhzDSaRrh0Ch_jc_vQfouPRk
- Beltrán, J., & Rico, R. (2010). *Guía para la elaboración de los manuales de procesos y procedimientos* . Soacha.
- Cadena, A. (11 de Julio de 2017). *Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del Hotel Casa Q para el año 2017*. Obtenido de Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del Hotel Casa Q para el año 2017:
http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13781/ANA%20CADENA%20SANCHEZ%20_%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3k9jm2yP_bfNoPdzaqYtFLYZ9rcPPY7fz9eoDVUpHjpaBgfHHOz26-E6w



- Comercio. (s.f.). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. España: Vértice.
- De la Torre , F. (2007). *Administración Hotelera 1 división de cuartos* . México : Trillas.
- Duran Fresco, J. (2006). *Certificación y Modelos de Calidad en Hotelería y Restauración* . Madrid: Díaz de Santos.
- Fischer, R. (2000). *Manual de Servicio para Hoteles y Restaurantes* . Santiago de Chile: Wsa .
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Rosa. (2017). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santa Rosa 2014-2017*. Recuperado el 11 de febrero de 2019.
- Gosso, F. (2008). *Hiper Satisfacción del Cliente*. Panorama.
- Gryna, F., Chua, R., DeFeo, J., & Pantoja, J. (2007). *Análisis y Planeación de la Calidad*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Izaguirre Sotomayor, M. (2014). *Gestión y Marketing de Servicios Turísticos y Hoteleros*. Bogotá: Ecoe.
- Larrea, P. (s.f.). *Calidad del Servicio al Marketing de la Estrategia* . Madrid : Díaz de Santos.
- Llamas , A. (s.f.). *Marketing y Gestión de Calidad Turística*. Liber Factory.
- Martínez, A. (s.f.). *Manual de Calidad para Hoteles*. Septem.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Catastro Turístico 2018*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Pérez de Velasco , J. (1994). *Gestión de la Calidad Empresarial* . Madrid: Esic.
- Rosander. (s.f.). *La búsqueda de la calidad en los servicios* . Díaz de Santos.



Secretaría Central de ISO . (15 de Septiembre de 2015). © ISO 2015 *Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos*. Obtenido de © ISO 2015 *Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos*:

<https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso-9001.2015.pdf?fbclid=IwAR12FpaS9eCN5G8SHlszq-mHrjRfXYcTo-UcqSQTdCmGRT3Un1QY43I4Vqk>

Setó Pamies , D. (2004). *Calidad del Servicio a la Satisfacción del Cliente* . Madrid: Esic .



9. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director del trabajo de titulación	1 hora / semana / 6 meses	USD 300,00
Estudiantes	40 horas semana / 6 meses	USD 2.400,00
Total		USD 2.700,00

10. RECURSOS MATERIALES

"Plan de Mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambeli, según la norma ISO 9001 versión 2015"

Cantidad	Rubro	Valor
200 u	Fotocopias	10,00
1 u	Libro	7,00
300 u	Impresiones	15,00
1 (red)	Internet	40,00
5 (mensuales)	Transporte	280,00
2	Esferos	1,50
4	Carpetas	2,50
1 u	Computadora	300,00
5	Anillados	20,00
TOTAL		676,00



11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

“Plan de Mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambelí, según la norma ISO 9001 versión 2015”

Marzo 2019 – Febrero 2020

ACTIVIDAD	MES					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	X	X				
2. Discusión y análisis de la información		X	X			
3. Trabajo de campo			X	X		
4. Trabajo de laboratorio				X		
5. Integración de la información de acuerdo a los objetivos				X	X	
6. Redacción del trabajo					X	X
7. Revisión final					X	X



12. PRESUPUESTO

Plan de Mejoramiento de la calidad de los Establecimientos de Alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral "Isla Bañerío de Jambelí" según la norma ISO 9001 versión 2015.

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano			
Investigadores	2.400,00	300,00	2.700,00
Gastos de Movilización			
Transporte	280,00		
Subsistencias	180,00		560,00
Alojamiento	100,00		
Gastos de la investigación			
Insumos	15,00		
Material de escritorio	15,90		
Bibliografía	70,00		140,90
Internet	40,00		
Equipos, laboratorios y maquinaria			
Laboratorios	300,00		
Computador y accesorios	600,00		
Máquinas	13,00		620,00
Utensilios	7,00		
Otros	200,00		200,00
TOTAL	4220,90	300,00	4201,10



13. ESQUEMA

"Plan de mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento Las Iguanas, Son de Mar y Toa Toa en la Comuna Ancestral Isla Balneario de Jambeli, según la Norma ISO 9001 versión 2015"

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1 Conceptos fundamentales

1.1 Hotelería

1.2 Calidad

1.3 ISO 9001

1.3.1 Análisis de la Norma

1.4 Satisfacción del cliente

1.5 Plan de mejora

1.5.1 Mejora continua

1.5.2 Directrices

1.6 Reglamento de alojamiento

Capítulo 2 Diagnostico de los establecimientos de alojamiento de la Isla de Jambeli

2.1 Isla de Jambeli

2.2 Establecimientos de alojamiento

2.2.1 Capacidad hotelera de la isla de Jambeli

2.3 Establecimiento hotelero Las Iguanas

2.3.1 Categorización



- 2.3.2.1 Principios de la gestión de calidad
- 2.3.3 Análisis de los procesos
- 2.4 Establecimiento hotelero Son de Mar
 - 2.4.1 Categorización
 - 2.4.2 ISO 9001
 - 2.4.2.1 Principios de la gestión de calidad
 - 2.4.3 Análisis de los procesos
- 2.5 Establecimiento hotelero Toa Toa
 - 2.5.1 Categorización
 - 2.5.2 ISO 9001
 - 2.5.2.1 Principios de la gestión de calidad
 - 2.5.3 Análisis de los procesos

Capítulo 3 Estrategias de mejoramiento en establecimientos de la Isla Jambeli

- 3.1 Establecimiento hotelero Las Iguanas
 - 3.1.1 Estrategias
- 3.2 Establecimiento hotelero Son de Mar
 - 3.2.1 Estrategias
- 3.3 Establecimiento hotelero Toa Toa
 - 3.3.1 Estrategias

4 Conclusiones

5 Bibliografía

6 Anexos

Anexo 1: Diseño Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad



COMUNA ANCESTRAL "ISLA BALNEARIO DE JAMBELI"

Acuerdo Ministerial, 001-C-MAGAP

03-07-2015

Oficio DCIBJ N° 008

Archipiélago de Jambeli - Santa Rosa, El Oro
Jambeli, viernes 8 de febrero de 2019

Srta. Andrea Largo Vargas
Srta. Paola Guiñansaca Huambo
**ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA.**
Presente.

De mi Consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de quienes formamos parte de la Comuna Ancestral "Isla Balneario de Jambeli", al tener conocimiento de la oportunidad que se presenta en nuestra comuna, de recibir información y apoyo por parte de ustedes como estudiantes de la prestigiosa Universidad de Cuenca, al haber iniciado un trabajo de apoyo a los propietarios que brindan servicios hoteleros, al haber identificado ustedes que es una imperiosa necesidad la de mejorar la imagen y servicios de hotelería y atención al cliente de los diferentes establecimientos de alojamiento existentes en nuestra comunidad

Por medio del presente, les expreso mi compromiso para brindarles todas las facilidades y ayuda necesaria para que ustedes puedan desarrollar con total normalidad su proyecto de tesis, a la vez solicitarles en nombre de los propietarios del servicio de hotelería, nos continúen apoyando con la implementación de un plan para el mejoramiento de la imagen y calidad de los servicios hoteleros que brinda nuestra Comuna.

Con la seguridad de contar con vuestro apoyo, desde ya les reitero mis sentimientos de alta estima y consideración.

Atentamente



Sr. Ramón Segundo Zapata Cardona
**PRESIDENTE DE LA COMUNA
"ISLA BALNEARIO DE JAMBELI"**

Para coordinación por favor comunicarse a los celulares: 0968230184 - 0981673156 - 0958858322




Jambelí, 14 enero del 2019

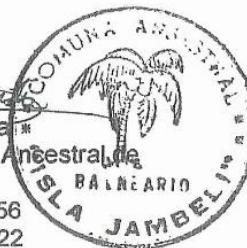
Quien suscribe el señor Jorge Luis Vaca Jervez, en calidad de gerente propietario de las "Cabañas EcoTurísticas Toa Toa", por medio de la presente autorizo a las señoritas Andrea E. Largo Vargas, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 0105213334, y; Jessica P. Guiñansaca Huambo, con cédula de ciudadanía N°. 0150061505, a realizar su proyecto de tesis, lo cual implica el acceso a las instalaciones y a proporcionarles toda la información requerida para el desarrollo de dicho diseño, de las cabañas que yo presido.

Sin otro particular suscribo.

Atentamente,


Sr. Jorge Luis Vaca Jervez
C.C.: 0701754772


Ramón Zapata
Presidente de la Comuna Ancestral de
Jambelí
Cel: 0981673156
0958848322





Jambelí, viernes 8 de febrero del 2019

Quien suscribe la señora Dioselina Mora Clavijo, en calidad de propietaria de las Cabañas "Son de Mar", por medio de la presente autorizo a las señoritas Andrea E. Largo Vargas, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 0105213334, y; Jessica P. Guiñansaca Huambo con número de cédula de ciudadanía N°. 0150061505, a realizar su proyecto de tesis, lo cual implica el acceso a las instalaciones y a proporcionarles toda la información y apoyo requerido para el desarrollo del proyecto, del establecimiento que yo presido.

Sin otro particular suscribo.

Atentamente,

Dioselina Mora Clavijo

C.C.: 1204100208



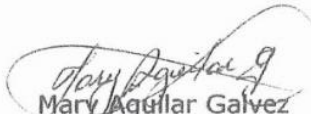


Jambelí, viernes 8 de febrero del 2019

Quien suscribe la señora Mary Aguilar Galvez, en calidad de gerente propietaria del Hospedaje Familiar "Las Iguanas", por medio de la presente autorizo a las señoritas Andrea E. Largo Vargas, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 0105213334, y; Jessica P. Guiñansaca Huambo con número de cédula de ciudadanía N°. 0150061505, a realizar su proyecto de tesis, lo cual implica el acceso a las instalaciones y a proporcionarles toda la información y apoyo requerido para el desarrollo del proyecto, del establecimiento que yo presido.

Sin otro particular suscribo.

Atentamente,


Mary Aguilar Galvez
C.C.: 0700699267


Ramón Zapata
Presidente de la Comuna Ancestral de
Jambelí
Cel: 0981673156
0958848322

