



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**

TEMA

**MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO
HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS,
CASO: ASHOTPLAYAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

AUTORA:

Cruz Gricelda Franco Ayala

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS.

Autor:
Cruz Gricelda Franco Ayala

Tutor:
Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.

RESUMEN

El problema del presente proyecto es el limitado control de calidad de servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción del servicio hotelero de ASHOTPLAYAS. El desarrollo de esta investigación tiene el fin de contextualizar la calidad del servicio hotelero que brinda ASHOTPLAYAS a los turistas en el cantón Playas provincia del Guayas, evaluar el nivel de satisfacción del servicio hotelero, y diagnosticar la calidad del servicio hotelero en el resultado de la aplicación de los estándares de calidad. Durante la investigación realizada a los Hoteles que conforman ASHOTPLAYAS, se inspeccionó el tema de la calidad de servicios, en documentos públicos que reposan en diferentes instituciones y textos, así como también el material que se difunde a los turistas que visitan el cantón Playas, se realizaron visitas de campo a diferentes funcionarios turísticos, clasificando la información y utilizando la más importante y de mayor realce para el desarrollo del presente trabajo. Se realizó visitas al Cantón Playas, con el objetivo de aplicar una encuesta dirigida a los turistas que visitan los hoteles mediante las cuales se obtendrá información relevante y se determinará cuáles son sus fortalezas, pero también sus debilidades, sabremos también las experiencias y las expectativas que mantienen siempre a la espera de un mejor servicio. El estudio de sobre la calidad del servicio al hotelero, que ofrecen los hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, permitió identificar que existe un número considerable de turistas que visitan el cantón Playas y tienen como opción disfrutar de este hermoso balneario, buscan hospedarse en hoteles que les brinden la comodidad que cubra con sus necesidades a un precio cómodo, en este caso, la mayoría de los hoteles se encuentran con falencias en diferentes áreas, unos en las instalaciones otros con la calidad de servicio que brindan los empleados.

Palabras claves: Servicio hotelero, calidad, clientes, satisfacción, turistas.



UPSE

TEMA

MODEL OF MANAGEMENT ON THE QUALITY OF THE HOTEL SERVICE IN THE CANTÓN PLAYAS, PROVINCE OF GUAYAS, CASE: ASHOTPLAYAS.

Autor:

Cruz Gricelda Franco Ayala

Tutor:

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.

ABSTRACT

The problem of the present project is the limited control of quality of service and its incidence in the level of satisfaction of the hotel service of ASHOTPLAYAS. The development of this research has the purpose of contextualizing the quality of the hotel service provided by ASHOTPLAYAS to tourists in the province of Guayas beaches, evaluating the level of satisfaction of the hotel service, and diagnosing the quality of the hotel service in the result of the Application of quality standards. During the investigation carried out at the Hotels that make up ASHOTPLAYAS, the subject of quality of services was inspected in public documents that rest in different institutions and texts as well as the material that is disseminated to the tourists who visit the canton Playas, Field visits were made to different tourism officials, classifying the information and using the most important and most relevant for the development of this work. Visits to Canton Playas were carried out, with the objective of applying a survey aimed at the tourists who visit the hotels through which relevant information will be obtained and their strengths but also their weaknesses determined, we will also know the experiences and expectations that they maintain always waiting for a better service. The study on the quality of service to the hotel, offered by the hotels associated with ASHOTPLAYAS, allowed to identify that there is a considerable number of tourists who visit the canton Playas and have as an option to enjoy this beautiful spa, seek to stay in hotels that provide them The convenience that meets with your needs at a comfortable price, in this case, most hotels are found with shortcomings in different areas, some in the other facilities with the quality of service provided by employees.

Keywords: Hotel service, quality, customers, satisfaction, tourists.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación “**MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS**”, elaborado por la Sra. CRUZ GRICELDA FRANCO AYALA, egresada de la Carrera de Administración de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal “Península de Santa Elena”, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



**Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.
PROFESOR GUÍA**

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS.”**, elaborado por **Franco Ayala Cruz Gricelda**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas** carrera de **Administración de Turismo**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Cruz Gricelda Franco Ayala
C.C. N° 091881477-3

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme cumplir esta meta, a mi familia por estar conmigo en todo momento, a mis docentes por los conocimientos impartidos, y a mi tutor por guiarme durante la elaboración de este proceso de titulación.

Gricelda Franco Ayala

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación lo dedico Dios, a mis hijos
y a mi familia por estar conmigo en todo momento y
ser el motor de impulso para alcanzar cada meta.

Gricelda Franco Ayala

TRIBUNAL DE GRADO



**Econ. Margarita Panchana P. Mtf.
DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS (e)**



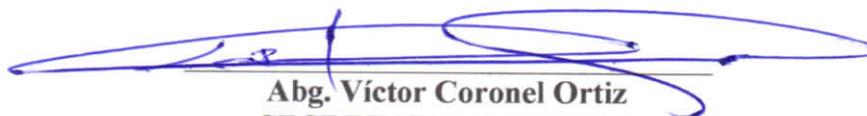
**Ing. Silvia Peralta Mendoza MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
HOTELERIA Y TURISMO**



**Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.
PROFESOR TUTOR**



**Ing. Carol Caamaño López, MBA.
PROFESOR ESPECIALISTA**



**Abg. Víctor Coronel Ortiz
SECRETARIA GENERAL**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
1.2 DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS	8
VALOR DEL CLIENTE	8
CULTURA ORGANIZACIONAL.....	8
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	8
CARACTERÍSTICAS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	10
NIVELES QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	10
RENDIMIENTO PERCIBIDO	10
EXPECTATIVAS	11
NIVEL DE SATISFACCIÓN.....	11
HERRAMIENTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	12
MÉTODOS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	13
MODELO	15
MODELO DE GESTIÓN PARA LA CALIDAD.....	16
MODELO DE CALIDAD	18
Modelo de Calidad de Deming	19
Modelo ISO 9000.....	20
Modelo Europeo de Gestión de Calidad	22

Diferencia entre el modelo EFQM y la Norma ISO 9001:2015	22
1.3 FUNDAMENTOS, SOCIALES Y LEGALES	23
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	23
Constitución de la Republica	23
Ley del consumidor.....	23
Reglamento general a la ley de turismo.....	24
PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017	24
FUNDAMENTOS SOCIALES.....	25
CAPÍTULO II	26
MATERIALES Y METODOS	26
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
2.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
MÉTODO INDUCTIVO.....	27
MÉTODO DEDUCTIVO.....	27
2.3 DISEÑO DEL MUESTREO	28
POBLACIÓN.....	29
2.4 DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE DATOS.....	31
ENTREVISTA	31
ENCUESTA	31
CAPÍTULO III.....	32

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
3. ANÁLISIS DE RESULTADOS	32
ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	32
ANÁLISIS DE ENCUESTAS A CLIENTES Y EMPLEADOS	35
3.1 LIMITACIONES	52
3.2 RESULTADOS	53
PROPUESTA.....	54
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66
WEBGRAFÍA.....	66

INDICE DE TABLAS

TABLA N. 1 CUAL ES EL OBJETIVO DE SU VISITA?	35
TABLA N. 2 CUANTO TIEMPO NORMALMENTE SE HOSPEDA ?.....	36
TABLA N. 3 CALIDAD DE SERV ICIO EN RELACIÓN A LOS HOTELES DE LA COMPETENCIA.....	37
TABLA N. 4 LIMPIEZA DE LAS INSTALACIONES	38
TABLA N. 5 CALIDAD DE SERVICIO DE NUESTROS HOTELES.....	39
TABLA N. 6 ADMINISTRACIÓN DE GERENTES Y PRESIDENTE DE LOS HOTELES.....	40
TABLA N. 7 CALIDAD DE SERVICIO DE LOS EMPLEADOS.....	41
TABLA N. 8 INSTALACIONES DEL HOTEL SON APROPIADAS.....	42
TABLA N. 9 RECOMENDACIÓN DEL USO DE LOS HOTELES.....	43
TABLA N. 10 OBJETIVOS INSTITUCIONALES.....	44
TABLA N. 11 ACTIVIDADES QUE AYUDAN AL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	45
TABLA N. 12 ACTIVIDADES ACORDES AL TRABAJO	46
TABLA N. 13 DESARROLLO DE HABILIDADES.....	47
TABLA N. 14 CONSTANTE COMUNICACIÓN CON SUS SUPERIORES ..	48
TABLA N. 15 TRATO QUE LE BRINDAN SUS EMPLEADORES	49
TABLA N. 16 SUGERENCIAS SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	50
TABLA N. 17 INFORMACIÓN DE ANOMALÍAS.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N. 1 OBJETIVO DE LA VISITA	35
GRÁFICO N. 2 TIEMPO DE HOSPEDAJE	36
GRÁFICO N. 3 CALIDAD DE SERVICIO	37
GRÁFICO N. 4 LIMPIEZA DE LAS INSTALACIONES	38
GRÁFICO N. 5 CALIDAD DE SERVICIO	39
GRÁFICO N. 6 ADMINISTRACIÓN DE GERENTES Y PRESIDENTES DE LOS HOTELES	40
GRÁFICO N. 7 CALIDAD DE SERVICIO DE LOS EMPLEADOS	41
GRÁFICO N. 8 INSTALACIONES DEL HOTEL.....	42
GRÁFICO N. 9 RECOMENDACIÓN DEL USO DE LOS HOTELES.....	43
GRÁFICO N. 10 OBJETIVOS INSTITUCIONALES	44
GRÁFICO N. 11 ACTIVIDADES QUE APORTAN AL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.....	45
GRÁFICO N. 12 ACTIVIDADES ACORDES AL PUESTO DE TRABAJO..	46
GRÁFICO N. 13 DESARROLLO DE HABILIDADES	47
GRÁFICO N. 14 COMUNICACIÓN CON SUPERIORES	48
GRÁFICO N. 15 TRATO QUE RECIBE DEL EMPLEADOR	49
GRÁFICO N. 16 ACOGE SUGERENCIAS.....	50
GRÁFICO N. 17 INFORMA ANOMALÍAS.....	51

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Modelo de encuesta dirigida a turistas.....	61
ANEXO N° 2 Modelo de encuesta dirigida a empleados	62
ANEXO N° 3 MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE..	63
ANEXO N° 4 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	84
ANEXO N° 5 ASPECTOS LEGALES.....	85
ANEXO N° 6 FOTOS.....	91
ANEXO N° 7 PROCESO DE CÁLCULO DE LA MUESTRA	93
ANEXO N° 8 PRESUPUESTO	94
ANEXO N° 9 CRONOGRAMA.....	85
ANEXO N° 10 VIDA JURÍDICA DE ASHOTPLAYAS	85

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 POBLACIÓN.....	29
CUADRO N° 2 MUESTRA EJEMPLAR.....	30
CUADRO N°3 PRESUPUESTO COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL SITEMA EFQM.....	63

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la calidad del servicio hotelero es una de las principales estrategias para las empresas turísticas, para la Organización Mundial del Turismo OMT (2006) en los albores del nuevo milenio, el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. Según el secretario general de la OMT (2006), Francesco Frangialli, el turismo mantiene la economía mundial “en movimiento”, siendo la primera partida del comercio internacional, generando el mayor volumen de ingresos por exportaciones y dando empleo a millones de personas, producto de su carácter multisectorial, y pese a las continuas turbulencias mundiales que amenazan su expansión y que se ha mantenido tenazmente, por ello muchos países se interesan seriamente en su desarrollo. Incluso, el turismo, en las últimas décadas ha configurado la geografía, demografía, economía y aspectos socio-culturales en muchas regiones del mundo.

Y es que esta configuración del turismo, permitió que en el año 2016 la rentabilidad de los hoteles de Europa, América y Asia-Pacífico se incrementara subidas generalizadas del ingreso por habitación disponible. Sin embargo, los establecimientos de Oriente Medio y África sufrieron un claro descenso de este indicador, según datos de STR Global.

En este mismo estudio la STR Global menciona que el mejor dato fue para América, con una subida del 3,3%, siendo de 74,15 euros por habitación disponible, correspondiendo el mayor incremento a Sudamérica, con el 5,3%, mientras que en el Caribe cayó un 2%. Mientras que para Europa la media de incremento fue del 2,1%, situándose en 78,64 euros por habitación disponible.

En el caso de Ecuador, según los reportes del Ministerio de Turismo, a través de la Coordinación General de Estadísticas e Investigación, en el módulo virtual sobre Indicadores Coyunturales de Alojamiento, en diciembre del 2016, los hoteles de

lujo tuvieron una ocupación del 48% pero con una disminución del 1% en relación al año 2015, mientras que los hoteles de primera y segunda tuvieron en promedio de ocupación del 29,5% y con relación al año 2015 una disminución del 1,3%.

Sin embargo, en estas estadísticas no se reflejan datos para el cantón Playas, aun cuando varios reportajes de medios de comunicación lo presentan como uno de los cantones con mayor número de visitantes durante temporada alta y feriados. Pero, aunque no se muestren estadísticas sobre el servicio hotelero, se debe considerar que, y según datos del Ministerio de Turismo, la ocupación en el sector hotelero ha bajado un punto en promedio, con lo que quizás la misma realidad aplicaría al cantón Playas.

Ahora, a pesar que las tendencias muestran que en Ecuador, al menos al cierre del año 2016, la ocupación ha disminuido en comparación al año 2015, no hay que olvidar, sin lugar a dudas, que el servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se acentúa la importancia del servicio de alojamiento (Álvarez, Díaz y Álvarez, 2001), pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos, la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad, a la vez actúa como efecto multiplicador con familiares y amigos en sus lugares de procedencia. También, para Briceño (2000:113), la importancia de las empresas hoteleras en la actividad turística, se presenta porque muchos hoteles no son simples sitios para dormir o pernoctar, sino que son considerados como atractivos turísticos, los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas, y otros), comunicación y transporte. Por ello, según Oreja (2000), el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y, el conocimiento de su situación actual, y en el caso de esta investigación estudiar la calidad del servicio, es vital para determinar y abordar los problemas de toda la actividad turística del cantón Playas, partiendo de una de las ramas de los servicios que un destino puede ofrecer a un turista: el alojamiento.

La justificación, tal como lo establecen las Normas ISO 9001:2015 “promueve la adopción de un enfoque basado en procesos; cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de calidad, para aumentar la satisfacción del cliente, mediante el cumplimiento de sus requisitos, hace que una organización funcione de manera eficaz, identificando y gestionando numerosas actividades entre sí”. La propuesta de la presente investigación es establecer la base del sistema de gestión de la calidad de servicio ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la eficacia de sus productos o servicios. (Canali & Angella, 2014).

Por esta razón este trabajo investigativo ayudará a mejorar la calidad de servicio de la asociación ASHOT-PLAYAS, en relación con los niveles de satisfacción del cliente, mediante procesos de mejoras continuas, teniendo como resultado un sistema hotelero sistémico entre asociados dueños de hoteles, trabajadores, que permitan competir con grandes cadenas hoteleras y que al mismo tiempo fomenten y fortalezcan el servicio hotelero en el Cantón Playas Provincia del Guayas caso ASHOT-PLAYAS. Según un estudio realizado por (Deming, 1996) y de acuerdo a su óptica, la administración de la calidad es un proceso constante el mismo que se llamará mejoramiento continuo, en donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca (Mejía, 2012).

De acuerdo a la **problemática se formula** la siguiente pregunta: ¿De qué manera incide el modelo de gestión en la calidad de servicio hotelero en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, Caso Ashotplayas?, siendo el **objetivo general** verificar el modelo de gestión de la calidad del servicio hotelero en Ashotplayas, para mejorar la satisfacción del cliente.

Al referirse a la **justificación**; el trabajo de investigación enmarca la importancia que se asigna a la gestión en la calidad de servicio hotelero en el caso Ashotplayas

del Cantón Playas para garantizar la eficacia como medio de acreditación, fidelización de cliente internos y externos en el mercado, se deberán plasmar con bases contundentes para lograr el éxito que requiere la asociación turística en el Cantón Playas.

La calidad como concepto, busca mejorar la satisfacción de los clientes que visitan a la asociación, los criterios y procesos de calidad cumplen un rol importante al momento de efectuar el servicio brindado.

El presente trabajo tiene como enfoque de investigación descriptivo con idea a defender, se pretende demostrar si la implementación de un modelo de gestión sobre la calidad del servicio hotelero mejorara la prestación de la Ashotplayas en el cantón Playas, provincia del Guayas.

Se propone un modelo de gestión en la calidad de servicio hotelero a la Ashotplayas, la cual permitirá que el hotelero aplique correctamente las normas de calidad que da como resultado la satisfacción del cliente y el crecimiento de las ventas en la asociación. (ICOMOS, 2012) , revisa la versión de 1976 y presenta cambios sustanciales en la relación entre turismo y conservación.

De tal forma se orienta las **tareas científicas**:

- Análisis de la fundamentación teórica sobre la calidad del servicio y la buena satisfacción del cliente.
- Realización del estudio de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.
- Elaboración de un modelo de gestión de la calidad del servicio hotelero

El mapeo del trabajo de investigación consta de los siguientes tres capítulos:

Capítulo I: corresponde al marco teórico en donde se plasma la revisión de literatura en estudios científicos realizados que se ha considerado como referencia del problema, en el desarrollo de las teorías y determinados conceptos se plantean variables que mejoraran el desarrollo de la problemática además los aspectos legales que sustentan el proyecto de investigación.

Capítulo II: se describe el tipo de investigación apoyándose en el método de observación utilizando los instrumentos de recolección de datos como: entrevista y encuesta que al obtener los resultados que permiten determinar los problemas y debilidades del caso investigado

Capítulo III: se establece los resultados procediendo al análisis de los instrumentos aplicados en la investigación, se describen las limitaciones que hubo dentro del transcurso de la misma, posteriormente elaborar la propuesta (Modelo de gestión) en repuesta al tema de estudio y finalmente, redactar las conclusiones de acuerdo a las tareas científicas; por consiguiente, las recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 REVISIÓN DE LA LITERATURA.

Para desarrollar el tema a investigar fue necesario revisar y analizar algunas tesis y proyectos de investigación además de textos bibliográficos referentes al modelo de gestión sobre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, los mismos que me han permitido tener una visión más clara de la problemática a investigar. En el estudio realizado por (Castillo, 2013) quien detalla , acerca del Modelo de la Calidad en el Sector Hotelero del Municipio de Bahía Solano, el propósito fue como objetivo primordial analizar los principales factores que inciden en la calidad de servicio, debido a que a través del estudio del entorno no se conocen los factores internos y externos que puedan tener incidencia en la calidad del servicio ofrecido, por lo tanto un modelo le permitirá mejorar los procesos de los mismos mediante la aplicación de herramientas que conduzcan a tener una visión clara del servicio (Parra & Largacha, 2011).

Los autores Riera & Naranjo, a través de su estudio Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad, basada en las Normas ISO 9001:2015 en el Hotel HM Internacional, plantearon realizar la propuesta del modelo de gestión de calidad a través de un análisis comparativo, basada en una investigación exploratoria descriptiva, logrando de esta manera concluir que entre cláusulas de la Norma y las condiciones del Hotel se identifica un incumplimiento del 70%, por lo que en el proceso de la propuesta se enfoca en el desarrollo de los procedimientos exigidos por la Norma, así como la elaboración de un manual de calidad, y de esta manera puedan competir con otros servicios hoteleros en diferentes partes, ofreciendo un servicio de calidad que aumente la satisfacción del cliente y se incremente la rentabilidad del negocio y disminuyan los costos, (Riera & Naranjo, 2013).

En la investigación realizada por (Hernández, 2011), cuyo caso de estudio fue enfocado a la Calidad del Servicio en la Industria Hotelera, se evaluó el nivel del servicio hotelero y su aporte en el desarrollo local, basándose en una investigación descriptiva a través de datos recolectados utilizando diferentes instrumentos, se concluye que de esta manera, las estrategias empresariales deben escuchar claramente lo que los clientes demandan de los hoteles, poniendo énfasis en las variaciones que se puede experimentar en el tiempo como consecuencia de las innovaciones tecnológicas que van produciendo en el sector (Benítez, 2010).

Basados en la revisión literaria se ha considerado (Alvaro Banducci, 2006), manifiesta que el turismo comunitario es considerado como una forma de gestión del turismo con tres aspectos principales tales como la sensibilidad con el entorno natural y lo cultural, (Magi, 2008), manifiesta que para satisfacer las necesidades de los turistas y las comunidades locales, se requiere proteger y fomentar mejores oportunidades para las generaciones futuras.

En el trabajo realizado por Macías, titulado Diseño de un sistema de Gestión de la Calidad para los Restaurantes y Comedores, se analizó que existe una limitada calidad en servicios de restaurantes el mismo que da como resultado una insuficiente promoción de los servicios turísticos obteniendo como consecuencia principal una mano de obra local no calificada y no apta para incursionar en la organización turística, se concluye que con el fin de fomentar el desarrollo y perfeccionamiento de la calidad en la atención al cliente, se debe diseñar un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio y atención al cliente en estos establecimientos (Macías, 2013).

Según Galviz (2011) define que "la calidad es una estrategia competitiva y que la competitividad de una empresa se manifiesta a su entorno cuando sus productos o servicios finales se convierten en una inversión", considerando este concepto se

obtiene que la calidad que se brinda a una entidad en cualquier ámbito, deberá aplicarse para destacarse ante los demás en su entorno.

Una empresa es considerada de alta calidad cuando esta sobrepasa las expectativas de los empleados, clientes y los dueños o accionistas de la institución. (Enrique Muller 1991).

1.2 DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS

Valor del cliente

Para Kotler (2006), es más fácil y económico retener a un cliente que conseguir uno nuevo, siendo así se debe considerar interrelacionar con el cliente mediante un trato personalizado, cortés y amable, satisfaciendo sus necesidades y requerimientos.

Un empresario analiza el valor del cliente relacionándolo como incremento de ventas, ya que el cliente queda satisfecho y eso significa que recomendará entre su círculo social el producto o servicio recibido.

Cultura organizacional

Según (Chiavenato, 2005), La cultura organizacional es un modo de vida de la organización, es decir la organización establece normativas, reglamentos, entre otros que regirse a aplicarme de manera conjunta entre empleados y gerentes para brindar y alcanzar la excelencia en la empresa.

Satisfacción del cliente

Consiste en asegurarse de que los clientes queden satisfechos y sigan comprando los productos o servicios de una empresa. (Núñez, 2004)

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que

puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (Fundación Wikimedia, 2011).

Por lo tanto el autor determina que la satisfacción del cliente es muy importante en la empresa ya que de ello depende la estabilidad de la misma, es decir es cumplir con las expectativas del cliente, la cual se puede medir por medio de varios parámetros como la asistencia del cliente, uso de un cuestionario y mayor captación de clientes.

Kotler y Keller (2006), define la satisfacción del cliente como la sensación de placer o decepción producto de la comparación de la experiencia del producto contra la expectativa de lo previo ofertado, si los resultados son inferiores a lo esperado, significa que el cliente quedó insatisfecho, si los resultados se encuentran al mismo nivel de las expectativas significa que el cliente quedo satisfecho, y si el resultado supera la expectativa significa que el cliente quedo encantado.

Para Gronroos (1994), la definición y el nivel de la satisfacción del cliente es particularmente complejo en el entorno de prestación de servicios, sostiene que no existe un concepto exacto debido a que esto solo se sabrá de acuerdo complejidad de servicio que presta relacionado a la par con lo que el cliente se siente satisfecho. Se puede definir también como satisfacción del cliente a la comparación que inevitablemente realiza el cliente ante las expectativas que tiene antes de recibir el bien o servicio, las que ha concebido en el proceso e imagen de la empresa, hasta con las que culmina su relación comercial.

Una manera segura de saber que estamos satisfaciendo al cliente es elaborando una planificación, un control y una mejora continua ante las quejas y requerimientos del cliente, dentro de la planificación debemos fijarnos metas que permitan cumplir con las expectativas del cliente.

Características de la satisfacción del cliente

- La satisfacción se la establece desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- La define el cliente desde el servicio o bien recibido.
- No necesariamente se basa en la realidad sino en la percepción del cliente.
- El cliente se ve influenciado directamente de otras personas.
- Puede depender del estado de ánimo de cuando el cliente adquirió el bien o servicio.

Niveles que conforman la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente está conformada por tres niveles:

- 1.- El rendimiento percibido
- 2.- Las expectativas
- 3.- Los niveles de Satisfacción

Rendimiento percibido

Esto se refiere a la calidad de servicio que el cliente considera haber recibido luego de haber adquirido un bien o un servicio.

- El rendimiento o servicio recibido posee las características:
- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa
- Se basa en el resultado que el cliente obtiene con el servicio o producto
- Se basa en las percepciones del cliente que no necesariamente es la realidad.
- Es posible que las opiniones de otras personas influyan en el cliente

Expectativas

Esto refiere a las perspectivas que el cliente tiene al momento de adquirir algo, y las mismas se producen producto de las siguientes situaciones:

- Promesas explícitas del servicio. - son afirmaciones que el cliente recibe acerca del servicio de una organización.
- Promesas implícitas del servicio. - las ideas o comentarios que se relacionan con el servicio.
- Comunicación boca – oreja. - esto la recibe el cliente como una fuente de información imparcial, por lo tanto, goza de gran credibilidad.
- Experiencia pasada. - esto debido a que cuenta con un esquema ya creado

Nivel de satisfacción

Una vez que se hemos realizado la compra de un bien o de la adquisición de un servicio el cliente percibe tres niveles de satisfacción:

- 1.- La Insatisfacción. - esto se ocasiona cuando el producto o servicio adquirido no consigue las expectativas del cliente
- 2.- La Satisfacción. - este se produce cuando el bien o servicio adquirido alcanza las expectativas del cliente.
- 3.- La complacencia. - esto se produce cuando el bien o servicio adquirido sobrepasa las expectativas del cliente.

El nivel de satisfacción mediante la siguiente fórmula:

$$\text{RENDIMIENTO RECIBIDO} - \text{EXPECTATIVAS} = \text{NIVEL DE SATISFACCIÓN}$$

Habiendo revisado varias conceptualizaciones consideramos que tener complacidos o satisfechos a los clientes es el factor clave para el éxito en los negocios y es claramente importante que la empresa determine el nivel de satisfacción de sus clientes.

Herramientas para medir la satisfacción del cliente

Existen diferentes opciones para realizar una encuesta, se pueden realizar reuniones con los clientes, pero esto dependerá de la cantidad de los consumidores que posea la empresa, se pueden realizar visitas al vendedor, llamadas de seguimiento, estas encuestas permiten realizar un rastreo para verificar si en el proceso de la aplicación de las estrategias aplicadas para alcanzar los objetivos propuestos, existen falencias o debilidades, las mismas que deberán reforzarse a través de un proceso de retroalimentación y este debe ser diario.

Buzón de sugerencias:

Este es un método sencillo y económico y consiste en ubicar un buzón de sugerencias en un lugar visible de la empresa con un letrero que lo identifique, y junto a él un formulario de papel que contenga preguntas direccionadas al cuestionamiento en cuanto a la calidad del servicio que brinda la empresa, con esto podremos saber en qué estamos fallando o mejorando.

Panel.

Este método consiste en realizar entrevistas en determinados momentos a los clientes registrados como visitantes, para prescribir cuáles fueron las expectativas y los resultados que obtuvieron antes y después de adquirir un producto o servicio, la desventaja que se tiene con este control es que resulta ser un poco costoso por la contratación del personal que se debe hacer para realizar este seguimiento.

Encuesta.

Este consiste en entrevistar a un determinado número de clientes realizando preguntas concretas referentes a las expectativas que tuvieron previo a la contratación de un producto y el resultado que obtuvieron luego de la adquisición del bien o servicio.

Comprador espía.

Este método se lo realiza contratando personas que actúen o simulen ser clientes en un ciclo completo, es decir actuar como clientes desde el interés en la promoción del producto y la adquisición del mismo, y finalizará emitiendo un informe sobre las novedades que percibieron en todo el proceso, sin embargo, posee una desventaja debido a que tienen relación baja representatividad el grupo de compradores en relación con el conjunto de clientes.

Cientes perdidos.

Consiste en realizar un seguimiento a los clientes que por alguna razón dejaron de consumir nuestro producto o prescindir de nuestro servicio para conocer cuáles fueron los inconvenientes.

Métodos para medir la satisfacción del cliente

Para Guillermo Campama, EuQuality – Octubre -2015, recalca la importancia de orientar a las organizaciones en la búsqueda de la satisfacción al cliente

Paneles de cliente

Se selecciona un grupo de clientes que conozcan perfectamente nuestro producto, bien o servicio, para recopilar sugerencias y opiniones respecto a los mismos, y este mismo grupo de clientes le realizaremos de forma periódica este tipo de entrevistas para obtener un análisis dinámico que permita establecer tendencias y sacar conclusiones.

Encuestas de satisfacción a clientes reales e históricos

Esta la realizaremos mediante cuestionarios a tres tipos de clientes: clientes nuevos, clientes que están reduciendo su volumen de compra, y los clientes que han dejado de consumir el producto, de esta manera podremos determinar cuáles son los factores que influyen a nuestros clientes a dejar de consumir nuestros productos, y sacar conclusiones determinando nuestras falencias y debilidades.

Encuestas de satisfacción

Mediante cuestionarios cortos se realizará encuesta de satisfacción a los clientes a quienes hayan consumido nuestros productos o adquirido nuestros servicios, aunque esta es un poco compleja debido a que debemos aplicarla a la mayor cantidad de clientes para que la muestra sea significativa para la toma de decisiones.

Sesiones de grupo

Esta se realiza con una conversación directa a un grupo de clientes respecto a temas muy concretos respecto al bien o servicio, los clientes pueden aportar mucha información de manera directa, pero también existe un grado de dificultad debido a que puede ser limitada en la generalización de las conclusiones.

Investigaciones de mercado

Estas son investigaciones reales sobre los clientes reales, las mismas que las analizaremos y evaluaremos comparándonos con la competencia, esto va a permitir determinar nuestras oportunidades y amenazas. Este método es favorable a como estudio generalizado no para obtener información detallada de nuestros propios clientes.

Cliente oculto

Una persona enviada directamente desde la gerencia se hará pasar como cliente para la adquisición del bien o servicio, el mismo que receptorá las falencias que se le presenten en el transcurso de la actividad, esta técnica permite evaluar la calidad del servicio al cliente que brindan los empleados de la empresa.

Informes del personal en campo

Analizaremos aspectos importantes con el cliente de manera directa para conocer la opinión que tienen referente a nuestro producto, siendo necesario examinar la información obtenida y revertirla en calidad de cliente para sacar conclusiones valederas aceptando las críticas que puedan surgir.

Encuestas al personal

Este método lo realizaremos a empleados que estén en contacto directo con los clientes, se podrá analizar información de ellos mismos respecto a lo que el empleado asume que el cliente opinan, este método cuenta con un grado de subjetividad.

Análisis de medidas operativas

Este es un sistema de análisis mediante indicadores o métodos seguimiento y medición, a todos los procesos que afecten en su medida al servicio que se brinda para llegar a satisfacer al cliente, este método tiene un grado de complejidad en la determinación de los indicadores cuyo resultado aportara información relevante que marcara tendencias reflejadas por los indicadores.

Modelo

Un modelo es una representación de un objeto, sistema o idea, de forma diferente al de la entidad misma. El propósito de los modelos es ayudarnos a explicar, entender o mejorar un sistema. Un modelo de un objeto puede ser una réplica exacta de éste o una abstracción de las propiedades dominantes del objeto. (UNAL, 2013)

Un modelo es un bosquejo que representa un conjunto real con cierto grado de precisión y en la forma más completa posible, pero sin pretender aportar una réplica de lo que existe en la realidad. Los modelos son muy útiles para describir, explicar o comprender mejor la realidad, cuando es imposible trabajar directamente en la realidad en sí. (FAO, 2011)

Los modelos son representaciones, basadas generalmente en analogías, que se construyen contextualizando cierta porción del mundo con un objeto específico. En esta definición todas las palabras son importantes: las representaciones son fundamentalmente ideas, aunque no necesariamente ya que también pueden ser objetos materiales. Las representaciones no son por sí mismas. (ESCR, 2010).

Un modelo es la representación gráfica de varias actividades que se quieren aplicar, y que se va identificando y conectando entre ellas con el fin de proporcionar un resultado deseado con respecto a la realidad.

Modelo de gestión para la calidad

En los últimos años ha existido un constante incremento de las empresas turísticas que se compromete a la aplicación de sistemas de calidad. ya sean los promovidos desde la administración pública, de las propias asociaciones empresariales, como las del sistema de calidad Turística Española, a través del ICTE (Instituto de Calidad Turística Española), o las Normas Técnicas ecuatorianas de calidad, o de las propias empresas que conscientes de la necesidad de mejorar la competitividad de los establecimientos de alojamientos, se han involucrado en un sistema ISO 9000 o en la de un modelo de excelencia empresarial como EFQM (European Foundation Quality Management).

En vista de lo antepuesto es trascendental preocuparse sobre las cuestiones relacionadas con la adopción de un modelo de gestión sobre la calidad del servicio hotelero en el cantón Playas caso: Ashotplayas.

Interrogantes como ¿Para qué sirve un modelo de calidad?, ¿Qué modelo de gestión sobre la calidad existe en el mercado?, o ¿Qué modelo de gestión es recomendable adoptar en el servicio hotelero?, son preguntas no siempre fáciles de responder, pero que intentan despejar de manera más perspicaz posible.

Dicho proceso, encierra todo un modelo de gestión de calidad, que permite realizarlo de manera más eficaz posible, con la consiguiente eliminación de riesgos, y con el objeto del que el turista o visitante se vaya satisfecho de los hoteles de la asociación Ashotplayas, y el negocio sea lo más rentable posible.

Los componentes en los que se basa cualquier modelo de gestión de calidad:

- 1) La rentabilidad del negocio
- 2) La realización eficaz de las tareas que realizan diariamente en los hoteles.
- 3) La satisfacción de los clientes.

Un sistema de gestión de la calidad que persigue la satisfacción total de los clientes a través de la mejora continua de la calidad de todos los métodos y procesos operativos mediante la participación activa de todo el personal en grupo de mejora y círculos de calidad que previamente han recibido formación y entrenamiento. (Fernández de Velasco. Juan 1994, pág. 159)

Para Summer 2006, para medir la calidad se debe considerar parámetros y características que debe tener el modelo de gestión de calidad para lo cual se enfoca en 6 principios básicos donde detalla la relación tácita de cada uno de ellos en los diferentes procesos:

- a. Calidad definida como atributo. - Orientada al análisis de las características particulares.
- b. Calidad como conformidad con una especificación. - Para este principio es necesario que la persona que brinda el servicio o bien conozca perfectamente la necesidad del usuario que lo solicita y entiende el requerimiento con el fin de prevenir malos entendidos o dificultades.
- c. Calidad como adecuación a un objeto. - Radica en el grado de adecuación del bien o servicio a los requerimientos y necesidades de las personas o usuarios. Contiene un desafío marcado que sería la interpretación arbitraria que de los intereses generales y particulares de los involucrados.

- d. La capacidad al satisfacer las diferentes necesidades como principio de calidad. Es la que se sustenta en la declaración de la organización europea en función al control de calidad.
- e. Grado de satisfacción de calidad. - Completa las expectativas del consumidor, este principio se aplica solo cuando las necesidades del usuario son cubiertas o sobrepasan a expectativas de los usuarios.

Modelo de calidad

Los modelos de calidad son referencias que las organizaciones utilizan para mejorar su gestión. Los modelos, a diferencia de las normas, no contienen requisitos que deben cumplir los sistemas de gestión de la calidad sino directrices para la mejora. Existen modelos de calidad orientados a la calidad total y a la excelencia, modelos orientados a la mejora, y modelos propios de determinados sectores e incluso modelos de calidad que desarrollan las propias organizaciones (AEC,2011)

Un modelo de calidad o de excelencia es una metodología que permite a cualquier organización realizar una autoevaluación o autodiagnóstico, por medio de una revisión sistemáticas de sus estrategias y prácticas de gestión. El modelo está compuesto por un conjunto de preguntas y criterios ordenados por áreas de gestión. Estas preguntas y criterios están diseñados de tal forma que en el ejercicio de discusión que se produce al intentar responderlas, se genera una evaluación crítica de todos los aspectos relevantes de la gestión actual de la organización. (Edelman, Adrián, 2008)

Qué Modelos de Gestión sobre la Calidad Hotelera existen en el mercado de Alojamiento?

Existen muchos modelos de gestión para empresas y organizaciones. No obstante, si examinamos el mercado, podemos asemejar tres modelos de gestión que de forma mayoritaria se identifica en Europa y América Latina.

- El Modelo de Deming
- El Sistema ISO
- El Modelo de Excelencia Empresarial EFQM.

A continuación se analiza cada uno de los expuestos:

Modelo de Calidad de Deming

El Dr. Deming es posiblemente mejor conocido por sus logros en Japón, donde desde 1950 se dedicó a enseñar a ingenieros y altos ejecutivos sus conceptos y metodología de gerencia de calidad. Estas enseñanzas cambiarían radicalmente la economía japonesa. En reconocimiento, la Unión Japonesa de Ciencia e Ingeniería instituyó sus premios anuales Deming para quienes alcanzan grandes logros en calidad y confiabilidad del producto.

Consiste en una serie de cuatro elementos que se llevan a cabo sucesivamente:

P.- PLAN (PLANEAR): establecer los planes.

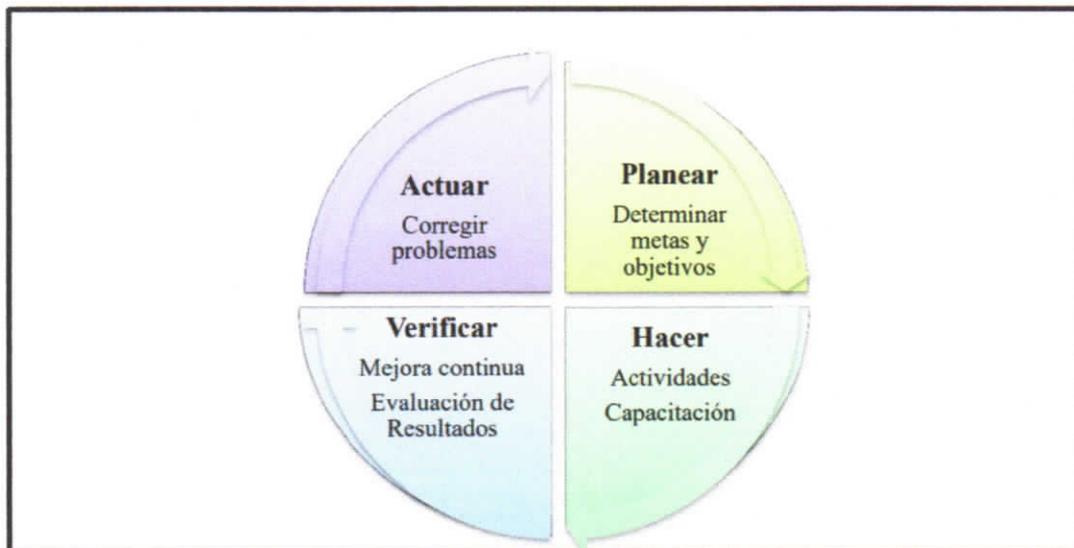
D.- DO (HACER): llevar a cabo los planes.

C.-CHECK (VERIFICAR) verificar si los resultados concuerdan con lo planeado.

A.- ACT (ACTUAR): actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas, mantener y mejorar.

Planificar, programar las actividades que se van a emprender. Consiste en analizar, identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para alcanzarlos y elaborar un plan de actuación para la mejora. Desarrollar (hacer), implantar, ejecutar o desarrollar las actividades propuestas.

En esta fase es importante controlar los efectos y aprovechar sinergias y economías de escala en la gestión del cambio. (Deming, 1950)



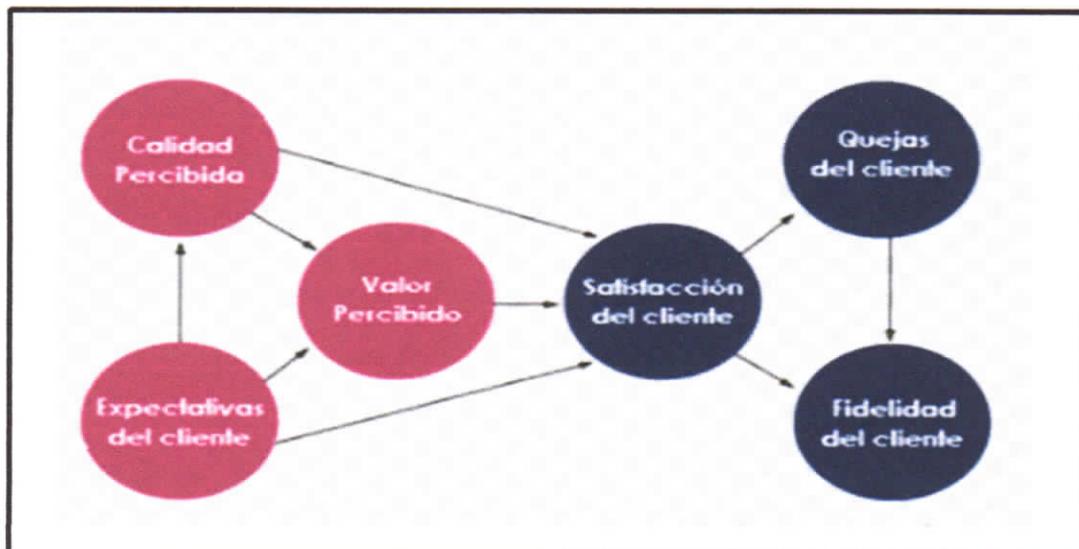
Fuente: DEMING,1950

Modelo ISO 9000

El modelo turístico específico, que aplican algunos países europeos entre ellos el estado español, es el modelo ISO 9000 y las normas de aplicación ISO 9001:2015.

Estas normas son fruto de la (Internacional Organización For Standardización) y son aplicable a cualquier forma organizativa independiente del producto, servicio y actividad económica.

El modelo ISO 9001:2015 “promueve la adopción de un enfoque basado en procesos; cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de calidad, para aumentar la satisfacción del cliente, mediante el cumplimiento de sus requisitos, hace que una organización funcione de manera eficaz, identificando y gestionando numerosas actividades entre sí”.



Fuente: Normas ISO 9001

El modelo se basa en los principios de la gestión de calidad.

- Empresa enfocada al cliente. La Asociación Hotelera ASHOTPLAYAS ha identificado sus necesidades y se anticipa a sus expectativas.
- Liderazgo. El Personal que labora en los servicios de alojamiento están comprometidos con los objetivos de la empresa.
- Participación del personal. Desarrollo de las capacidades potenciales del equipo del trabajo.
- Orientado a los procesos. Los recursos y actividades de los hoteles se gestionan como un proceso.
- Mejora continua. Es el objetivo permanente de la Asociación Hotelera ASHOTPLAYA.
- Toma de decisiones. Las decisiones se toman en función de la información relevante que recogemos.

Modelo Europeo de Gestión de Calidad

El modelo EFQM surge en la década de los 80, en el ámbito de las empresas, ante la necesidad de ofrecer a los clientes, productos y servicios de mayor calidad, como única forma de supervivencia ante la competencia internacional, procedentes sobre todo de Japón y Estados Unidos.

La herramienta Básica del modelo también es en este caso la auto-evaluación, que permite comparar sistémicamente el sistema de gestión del restaurante con un modelo de referencia, con el objetivo de identificar y establecer áreas de mejora en la empresa.

El modelo de excelencia empresarial EFQM (European Foundation Quality Management) se caracteriza porque un equipo (liderazgo) actúa sobre unos agentes facilitadores para generar unos procesos cuyos resultados se reflejarán en las personas de la organización, en los clientes y en la sociedad en general. La autoevaluación favorece la mejora continua, por lo que los establecimientos de alojamiento pueden ir mejorando día a día alcanzando la excelencia en la asociación hotelera ASHOTPLAYA.

Diferencia entre el modelo EFQM y la Norma ISO 9001:2015

- En general la ISO 9001:2015 se certifica por un tercero
- El modelo EFQM de excelencia se utiliza en general para la autoevaluación y la puesta en marcha de planes de mejora
- La ISO 9001:2015, puede usarse como guía para poner en marcha un sistema de gestión de calidad, pero por lo general en la mayoría de los casos es que una vez el sistema está implantado, el mismo se certifique.
- La nueva norma ISO 9001:2015 es compatible con el modelo EFQM de Excelencia, y puede considerarse un subconjunto del mismo.
- El Modelo EFQM permite comparar nuestra organización con otras a partir de la puntuación.

1.3 FUNDAMENTOS, SOCIALES Y LEGALES

Para realizar esta investigación se ha considerado como referencia las normativas legales y sociales que regulan las actividades turísticas a nivel nacional y local, con sus respectivos artículos y normas sobre los derechos y responsabilidades adquiridos al momento de ofrecer un servicio de alojamiento de calidad.

Fundamentación Legal

Constitución de la Republica

Según la constitución de la republica indica que en el capítulo II: Derechos y obligaciones de los consumidores.

En referencia al art. 4 indica que todos los ciudadanos que consumen bienes y servicios tienen derecho a un buen trato desde velar por la seguridad de los mismos hasta brindar el servicio correcto cumpliendo con las necesidades que requiere el consumidor.

Artículo 16: Todas las personas de manera individual o colectiva tienen derechos:

Literal 1. Este artículo indica que todas las personas tienen derecho a la información y a la comunicación, en el caso de ASHOTPLAYAS, sus asociados tienen derecho a informar a los turistas y ciudadanos bajo cualquier medio las existencias los recursos turísticos que posee para su estancia.

Ley del consumidor

De acuerdo al art. 5 y 17 establece que el consumidor tiene la obligación de guardar la seguridad del mismo y de todas las personas implicadas en el servicio que se le brinda sin alterar la ley amparada en este artículo. Por otra parte, es obligación del proveedor entregar eficientemente el bien o servicio requerido por el consumidor manifestando el cumplimiento de las necesidades que tenga el cliente.

Reglamento general a la ley de turismo

Según el art. 43. Estipulado en el literal a. indica el concepto de alojamiento para tener claro la fundamentación teórica de la cual se basa esta investigación. Según este artículo toda persona natural o jurídica tiene la oportunidad de prestar el servicio de hospedaje no permanente cumpliendo los reglamentos y normas aplicadas para obtener la calidad en el servicio hotelero.

En lo que respecta a la calidad, es importante citar el art. 44 de Protección al Consumidor de Servicios Turísticos de la Ley de Turismo del Registro oficial N°. 733, se refiere a la responsabilidad del empresario hotelero al ofrecer servicios turísticos, “civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice”. (Ley de Turismo, 2014).

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017

La necesidad de diseñar un sistema apropiado de un modelo de gestión de calidad para los servicios de alojamientos del Cantón Playas Caso: ASHOTPLAYAS, coinciden con los postulados Nacionales del Plan del Buen Vivir.

Según el **Objetivo 9**. “El cual propicia la creación de un esquema que garantice el trabajo estable, justo y digno de la población”. La gestión de calidad es precisamente uno de los fundamentos de la perdurabilidad de la fuente de trabajo y del objetivo de establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible como lo propone el Plan Nacional.

También indica el **Objetivo 10**. Del Plan del Buen Vivir, que se debe “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, se establece que hasta el 2030, Ecuador debe orientar sus esfuerzos a exportar un 40% de servicios, en su mayor parte de valor agregado, con la participación relevante del turismo. De esta manera debe potenciar el turismo generando capacitaciones en el talento humano, dotaciones en las infraestructuras y así surgir el cambio en la matriz productiva. (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017).

Fundamentos Sociales

Mediante el modelo de gestión se aportará positivamente a la sociedad en general debido a que el perfeccionamiento de los servicios, traerá consigo nuevas oportunidades de trabajo, que permitirá mejorar la actual situación económica por la que está atravesando el sector hotelero, solo es cuestión de brindar un mejor servicio que influya positivamente en el comportamiento y necesidades del visitante o turista.

La presente investigación, busca beneficios equitativos, específicamente a la asociación hotelera ASHOTPLAYAS, como para el cantón Playas, siempre y cuando no se difunda por ningún motivo publicidad engañosa del servicio a ofertar, causando daños o perjuicios que afecten la integridad de las personas. Para evitar los hechos antes mencionados la empresa prestataria del servicio tendrá la obligación de proveer información clara, precisa y concisa.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y METODOS

2.1. Tipo de Investigación

En presente capítulo se describen los materiales y métodos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo de titulación, cabe recalcar que existen diversos tipos de investigaciones, entre las cuales se encuentran la exploratoria, campo, bibliográfica, y descriptiva con idea a defender, sin embargo, fue necesario analizar el grado de complejidad del estudio para emplear la metodología de la investigación de manera correcta y de esta manera concretar resultados que beneficie a la asociación ASHOTPLAYAS y a la localidad en general.

En relación a lo ante expuesto, el tipo de investigación que se empleó según la necesidad del estudio fue descriptiva con idea a defender.

Investigación descriptiva

Permite especificar los aspectos a considerarse en el objeto de estudio es decir en la Ashotplayas, que permiten detallar las características, la calidad de servicio que se ofrece, y las variables que intervienen en el mismo. El estudio descriptivo busca determinar las propiedades entre los actores que intervienen en el problema; en su mayoría existe el descontento por parte de los clientes debido al mal servicio que brindan sus empleados. A causa de esta situación se diseñan estrategias de innovación para mejorar el nivel de satisfacción de los turistas.

Investigación Exploratoria

Durante la investigación realizada a los Hoteles que conforman ASHOTPLAYAS, se inspeccionó el tema de la calidad de servicios, en documentos públicos que reposan en diferentes instituciones y textos así como también el material que se difunde a los turistas que visitan el cantón Playas, y se constató que falta analizar y promocionar el tema en este sector del país, además realizamos visitas de campo

a diferentes funcionarios turísticos, clasificando la información y utilizando la más importante y de mayor realce para el desarrollo del presente trabajo.

Otros Tipos de Investigación

Investigación de campo

Se realizó visitas a los hoteles asociados del Cantón Playas, con el objetivo de aplicar una encuesta dirigida a los turistas que visitan el sector, mediante las cuales se obtendrá información relevante y se determinará cuáles son sus fortalezas, pero también sus debilidades, sabremos también las experiencias y las expectativas que mantienen siempre a la espera de un mejor servicio.

Investigación bibliográfica

Para el desarrollo de esta investigación se consultan varios textos, teorías, así como otros estudios realizados que aporten y fortalezcan los conocimientos referentes a la Calidad de Servicio, y como ha ido evolucionando la calidad del servicio a través del tiempo y la aplicación de los recursos tecnológicos.

2.2 Métodos de la Investigación

Método inductivo

este es un proceso lógico que parte de un estudio en el cual se encuentran involucrados hechos o fenómenos particulares, determinando características afines, las mismas que, mediante un proceso lógico obtiene una generalización; es decir, se genera un principio, una teoría o la ley que rige a los casos o estudios de igual naturaleza.

Método deductivo

de este proceso se desprenden argumentos que respaldan los resultados de la entrevista y encuesta, y se determinan las diferentes causas por lo cual se ha originado el problema, parte de una generalización, es decir, concepto, reglas, teorías y leyes, que permitirán establecer parámetros mediante los cuales

mediremos la calidad de servicio prestado por los establecimientos asociados a ASHOTPLAYAS.

Método explicativo, este implica analizar falencias en el servicio Hotelero, para el respectivo diseño de estrategias que permitirán corregir aquello que no admite la satisfacción del cliente.

2.3 Diseño del Muestreo

De acuerdo a la investigación referida, la población que se extrajo de los clientes, del directorio de Ashotplayas y trabajadores de los hoteles del Cantón Playas escogido tales como guía de entrevista y encuestas.

Los miembros de la Directiva de la Asociación ASHOTPLAYAS

Presidenta: Econ. María Luisa Viteri

Vicepresidente: Sr. José Luis Chávez

Secretaria: Ing. Rocío Morales

Tesorera: Sra. Dolores Vélez

Los dueños de los hoteles activos, quienes serán los que darán testimonios de las debilidades y fortalezas que poseen al brindar el servicio turístico.

LISTA DE LOS HOTELES, HOSTALES Y HOSTERIA (ACTIVOS)

1. Hostería Marea Alta
2. Hostería Bellavista
3. Hostería Palmetto
4. Hotel D' Laverdy
5. Hostería Promenade
6. Hotel Emperador
7. Hostal Caracol
8. Hostal Descanso del Quijote
9. Hotel Vista al mar y arena
10. Hotel el Dorado
11. Hotel Rico Mar
12. Hotel Luna Azul

Población

En este trabajo los elementos que integran el universo para desarrollar la presente investigación son:

CUADRO N° 1 POBLACIÓN

ESTRATOS	POBLACIÓN	FUENTE
Presidente	1	Ashotplayas
Servidores Hoteleros	12	Ashotplayas
Empleados	59	Ashotplayas
Turistas/consumidores	720	Ashotplayas

Elaborada por: Gricelda Franco Ayala

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia para la recolección de datos, cabe recalcar, que se consideró una muestra consumidora (250 turistas o visitantes) y empleados (59 trabajadores de los hoteles) para las encuestas, así mismo se efectuó la entrevistas según el número de servidores hoteleros (12 propietarios) y Presidente de la asociación.

A continuación, se presenta el resultado efectuado:

CUADRO N° 2 MUESTRA EJEMPLAR

DESCRIPCIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTOS
Presidente	1	Entrevista
Servidores Hoteleros	12	Entrevista
Empleados	59	Encuesta
Turistas/consumidores	250	Encuesta

Elaborada por: Gricelda Franco Ayala

La aplicación de las entrevistas y las encuestas a los involucrados permitirán obtener información importante, la misma que se tabulará y se presentará de manera gráfica para el análisis correspondiente.

2.4 DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE DATOS

En esta parte de la investigación, se procede a analizar y determinar cuáles serían las técnicas adecuadas para cada uno de los segmentos, que permitan recolectarla información, basándose en las variables y sus componentes.

Entrevista

Permitió tener acercamiento directo con el presidente y servidores hoteleros de la Ashotplayas, esta técnica se aplicó previa a la elaboración de una guía de entrevista que se usó para orientar la obtención de la información pertinente. Esta comunicación interpersonal sirvió para obtener información a través de respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto, donde los entrevistados explicaron ampliamente las causas de la problemática que se investiga.

Encuesta

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación ya que permitió obtener amplia información de una fuente primaria como es la encuesta. La realización de encuestas es un procedimiento de exploración social, supone la obtención de datos de interés de los consumidores y empleados, con fin de conseguir información relevante sobre la calidad del servicio hotelero en la Ashotplayas. Corresponde al investigador garantizar que su uso puede reportar una serie de beneficios de diferente naturaleza a la población, la cual consiste en formular una serie de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de la Entrevista

Mediante las investigaciones realizadas a los clientes, empleados, socios y presidente de la asociación ASHOTPLAYAS, se evidencio a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos las debilidades y falencias que existen en dichas empresas que no permiten el desarrollo y éxito de las mismas.

Las encuestas se les realizo a los socios y presidentes de la asociación mismos que indicaba, que solo tenían afluencia de turistas cuando es temporada, mientras que el resto del año aplican promociones para poder tener rentabilidad en sus hospederías, por otra parte, manifestaron que su personal no está capacitado porque no cuentan con un programa de capacitaciones, por lo tanto, no pueden brindar un buen servicio a los turistas que los visitan.

1.- ¿De qué manera aporta usted para mejorar día a día el servicio al cliente en su establecimiento?

Cada uno de los entrevistados emitieron su criterio respetando a esta interrogante, y se pudo determinar que los representantes del sector hotelero coinciden que día a día deben brindar un buen servicio al cliente, sin embargo, existe mucha dificultad por que dependen del factor económico el cual es escaso especialmente cuando no es temporada, se hace todo lo posible, pero sé que se puede lograr más con un poco más de capital.

2.- ¿Su hotel cuenta con Objetivos Institucionales?

Los hoteles de la asociación Ashotplayas, cuentan con objetivos claros y precisos, pero indicaron que con un modelo de gestión los pueden cumplir a cabalidad. Ya que los objetivos que ellos plantean son cada fin de semana, cada feriado y cada temporada.

3.- ¿Su hotel cuenta con un organigrama funcional?

Los entrevistados consideran necesario un organigrama funcional, por lo cual sus empleados pueden ver cuál es la jerarquía dentro del establecimiento de alojamiento.

4.- ¿El personal que labora en su hotel conoce el órgano regular, sus funciones y responsabilidades?

Claro que conoce pues lo primero que se les hace conocer cuando ingresan a laborar.

5.- ¿Actualmente su hotel aporta al desarrollo turístico del Cantón Playas?

Estoy seguro que sí, los hoteles asociados tratamos de brindar un servicio que sea agradable a los clientes y que su estadía sea placentera, porque sabemos y estamos conscientes de que nuestros ingresos dependen de la cantidad de turistas que visiten nuestro cantón

6.- ¿A qué tipo de turista está dirigido el hotel?

Está dirigido a todo tipo de turista, los que vienen por noche, por un fin de semana o por algunos días.

7.- ¿Qué servicios ofrece el hotel?

Para los representantes relacionados con el turismo la calidad del servicio en el servicio de alojamiento, es de suma importancia para el desarrollo cuentan con el servicio de habitación, zona wi-fi, piscina, bar, los dos últimos servicios en unos cuantos hoteles.

8.- ¿Utiliza algún tipo de estrategia para atraer la demanda del hotel?

Señalaron además que los procesos que se utilizan en los establecimientos de alojamiento son adecuados pero no al máximo, si se habla de elaboración de

estrategias necesita perfeccionar el proceso de elaboración, para obtener una buena imagen y garantizar el producto a cada uno de los visitantes.

9.- ¿Con qué tipo de frecuencia capacita usted a su personal?

Realmente, no contamos con un programa de capacitación para el personal que colabora en nuestros hoteles.

Análisis de Encuestas a Clientes y Empleados

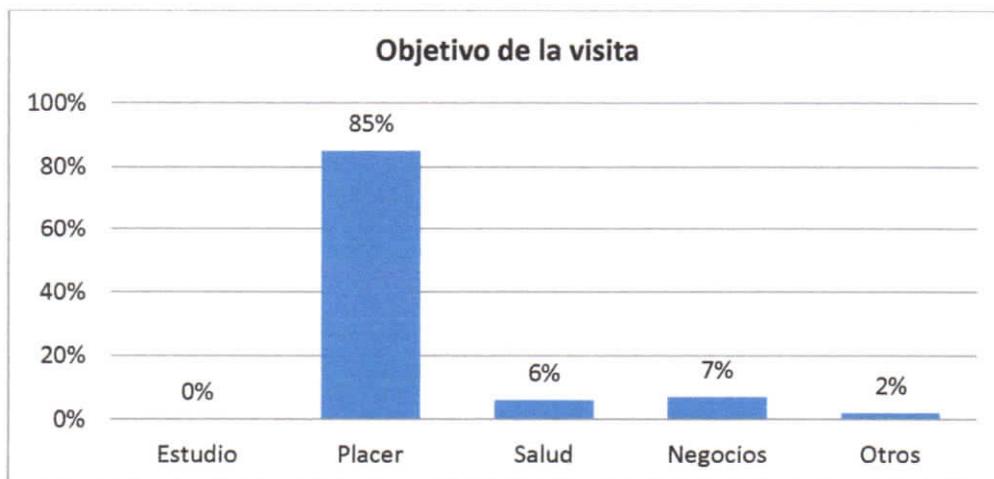
1. ¿Cuál es el objetivo de su visita?

Tabla N. 1 Cual es el objetivo de su visita?

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudio	0	0%
Placer	211	85%
Salud	15	6%
Negocios	18	7%
Otros	6	2%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 1 Objetivo de la visita



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Según el resultado de la encuesta, se demuestra que la mayoría de personas que visitan el Cantón Playas y que se hospedan en los hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, lo hacen por viajes de placer, es decir por turismo, seguido por las personas que lo hacen por trabajo quienes en su mayoría son visitantes médicos, por salud lo hacen personas de la tercera edad quienes llegan al Cantón Playas por la tranquilidad que les ofrece el ambiente.

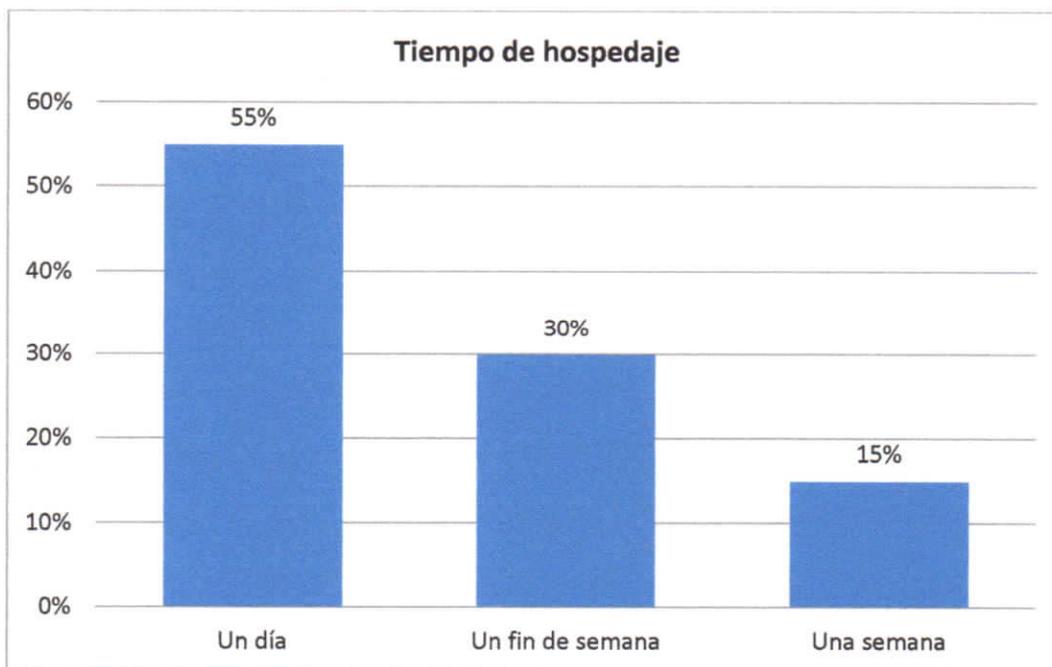
2. ¿Cuánto tiempo normalmente se hospeda?

Tabla N. 2 Cuanto tiempo normalmente se hospeda ?

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un día	75	55%
Un fin de semana	138	30%
Una semana	37	15%
Total	250	100

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 2 Tiempo de hospedaje



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En el presente gráfico se obtiene que en su mayoría los turistas se hospedan un fin de semana es decir considerando de viernes a domingo, en segundo lugar, los que se hospedan de sábado a domingo.

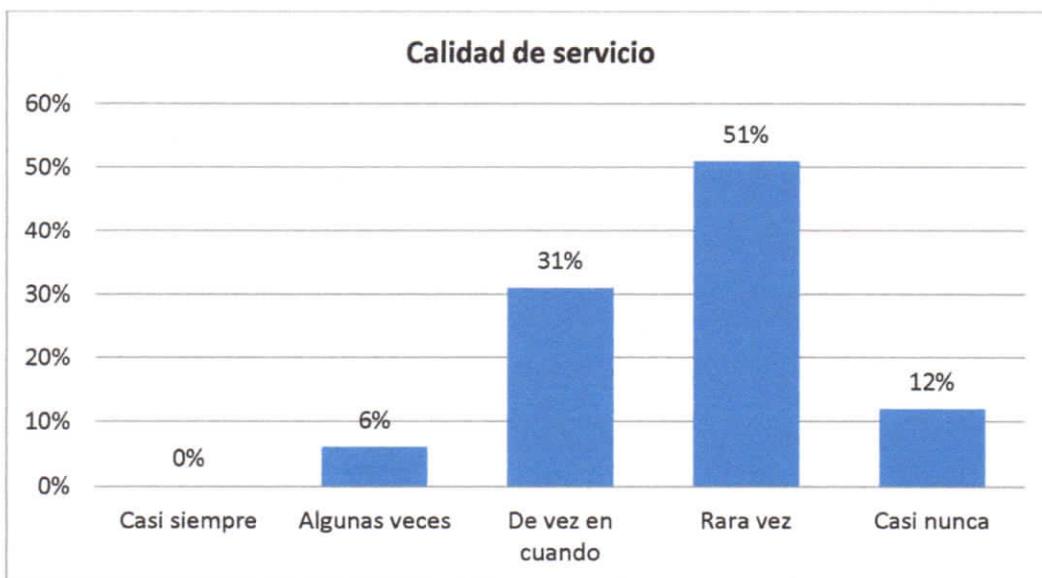
3. ¿La calidad de nuestros servicios en comparación a los hoteles de la competencia es mejor?

Tabla N. 3 Calidad de ser icio en relación a los hoteles de la competencia

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	0	0%
Algunas veces	15	6%
De vez en cuando	75	31%
Rara vez	122	51%
Casi nunca	28	12%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 3 Calidad de servicio



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

A pesar de que la mayoría de turistas indican que los hoteles de ASHOTPLAYAS en la calidad de servicio no es el adecuado en relación a otros hoteles del cantón, sin embargo, manifiestan que acuden a ellos por lo económico que resultan, y aunque les ocasione algo de malestar lo frecuentan.

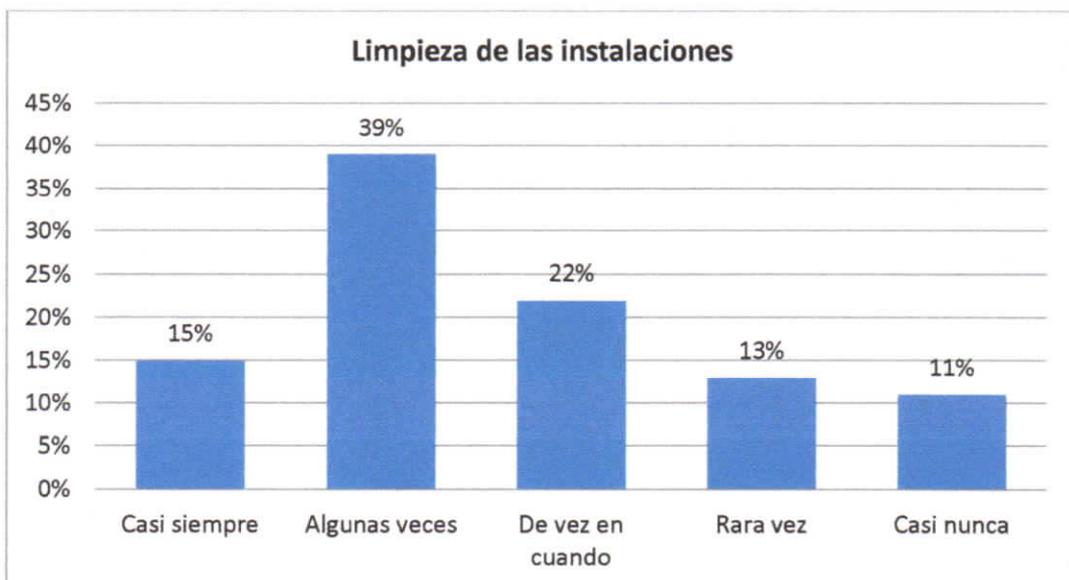
4. ¿Usted cree que las instalaciones con las que cuentan los hoteles, hostales y hosterías asociadas a ASHOTPLAYAS se mantienen limpias?

Tabla N. 4 Limpieza de las instalaciones

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	38	15%
Algunas veces	98	39%
De vez en cuando	55	22%
Rara vez	32	13%
Casi nunca	27	11%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 4 Limpieza de las instalaciones



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En el presente gráfico se indica que en su mayoría no se brinda el mantenimiento adecuado a las instalaciones del hotel convirtiéndose en una de las debilidades que poseen.

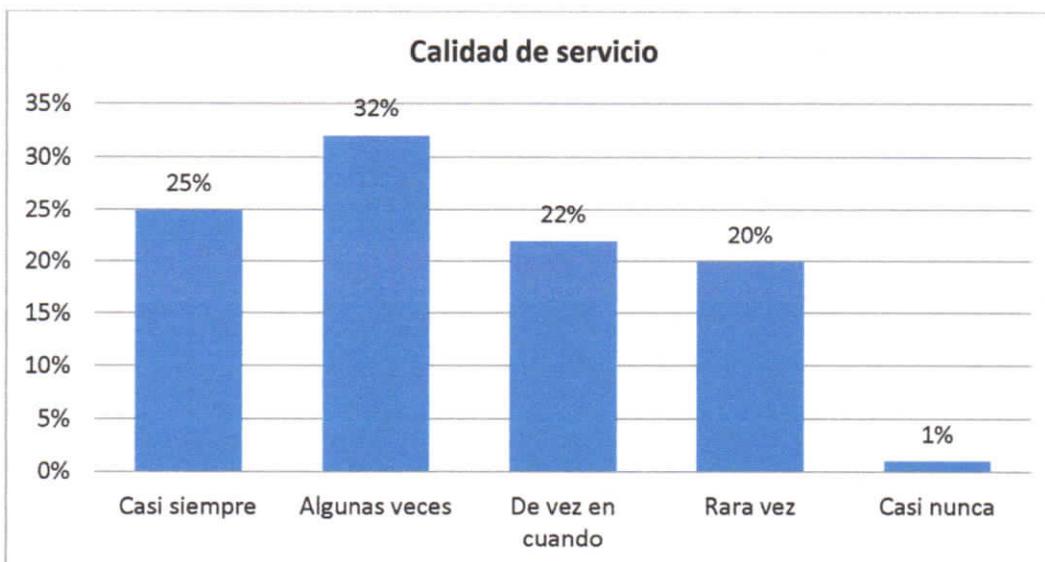
5. ¿La calidad del servicio al cliente que brindan los hoteles de nuestra asociación es de buena calidad?

Tabla N. 5 Calidad de servicio de nuestros hoteles

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	64	25%
Algunas veces	79	32%
De vez en cuando	54	22%
Rara vez	49	20%
Casi nunca	4	1%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 5 Calidad de servicio



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Con el resultado de esta interrogante verificamos la calidad de servicio que se está brindando en estos hoteles según los clientes no es el adecuado ni el apropiado, sin embargo, también se refleja un cierto grado de aprobación.

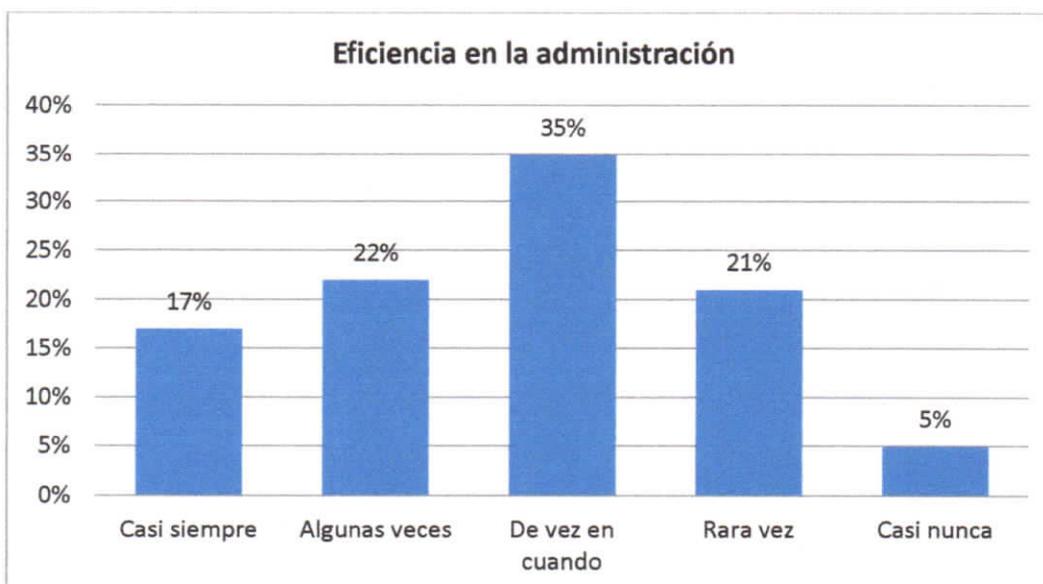
6. ¿Considera usted que la administración de los Gerentes y Presidentes de los hoteles que conforman ASHOTPLAYAS es eficiente?

Tabla N. 6 Administración de Gerentes y Presidente de los hoteles

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	43	17%
Algunas veces	54	22%
De vez en cuando	88	35%
Rara vez	53	21%
Casi nunca	12	5%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 6 Administración de Gerentes y Presidentes de los hoteles



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En el presente gráfico se indica que existen ciertas falencias entre los administradores de los hoteles.

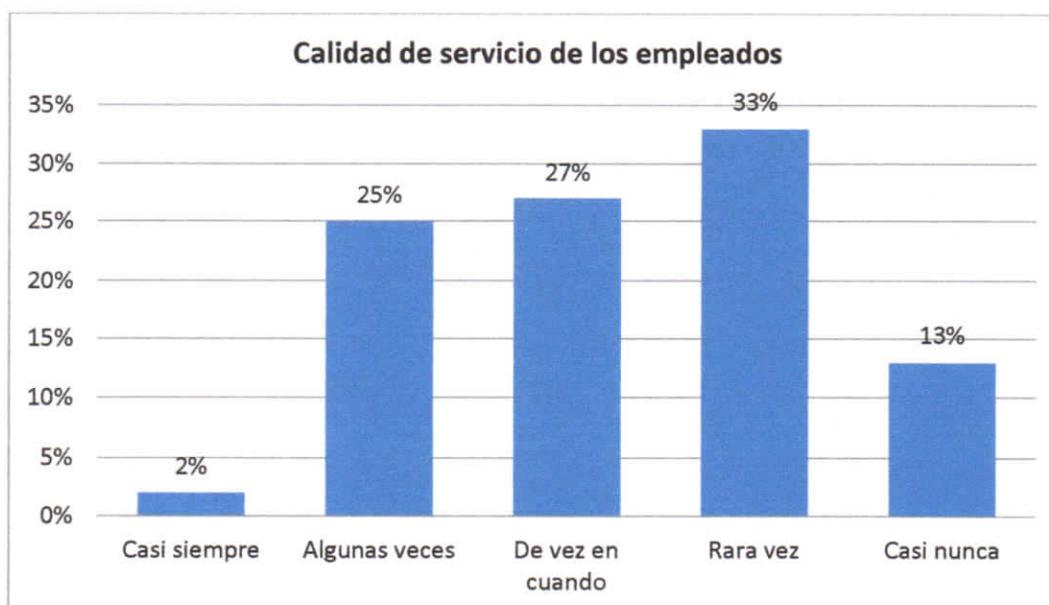
7. ¿Usted cree que el servicio que recibió por parte de los empleados del Hotel es el más apropiado?

Tabla N. 7 Calidad de servicio de los empleados

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	4	2%
Algunas veces	63	25%
De vez en cuando	68	27%
Rara vez	83	33%
Casi nunca	32	13%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 7 Calidad de servicio de los empleados



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Tal como refleja el gráfico se nota que existe un bajo rendimiento de los empleados de los hoteles.

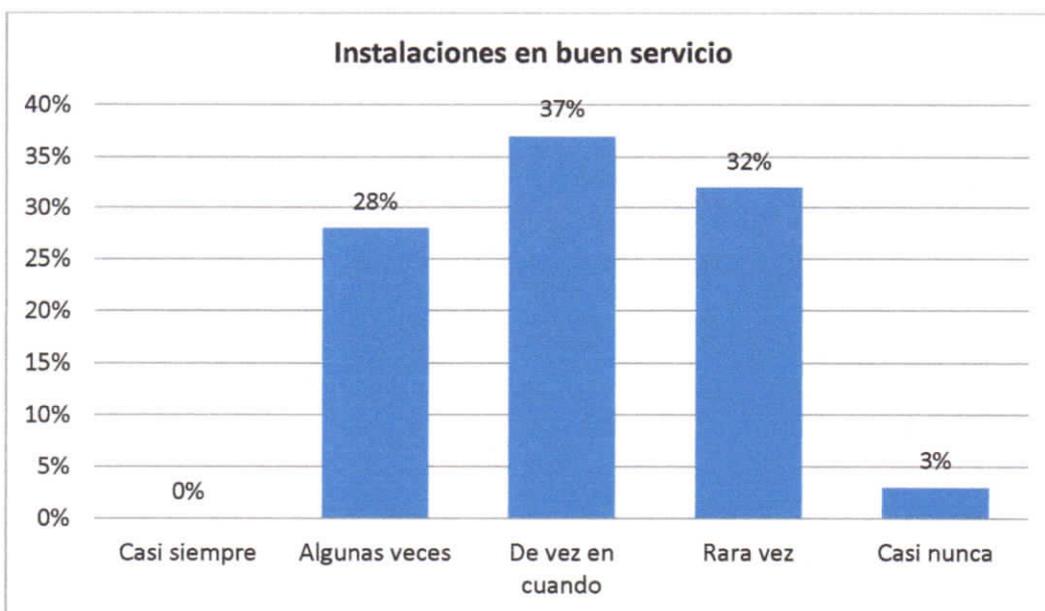
8. ¿Usted cree que las instalaciones con las que cuenta el hotel en el que reservó su habitación son las apropiadas para brindar un buen servicio?

Tabla N. 8 Instalaciones del hotel son apropiadas

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	0	0%
Algunas veces	71	28%
De vez en cuando	92	37%
Rara vez	79	32%
Casi nunca	8	3%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 8 Instalaciones del hotel



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Respecto a las instalaciones de los hoteles se constata que tampoco cuenta con un mantenimiento apropiado en lo que respecta a la infraestructura.

9. ¿Recomienda usted el servicio y uso de las entidades asociadas a ASHOTPLAYAS?

Tabla N. 9 Recomendación del uso de los hoteles

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	23	9%
Algunas veces	79	32%
De vez en cuando	95	38%
Rara vez	45	18%
Casi nunca	8	3%
Total	250	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 9 Recomendación del uso de los hoteles



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En este gráfico se puede notar que, producto de las falencias con las que cuentan los hoteles, los turistas en su mayoría no recomiendan el uso de los hoteles asociados a ASHOTPLAYAS.

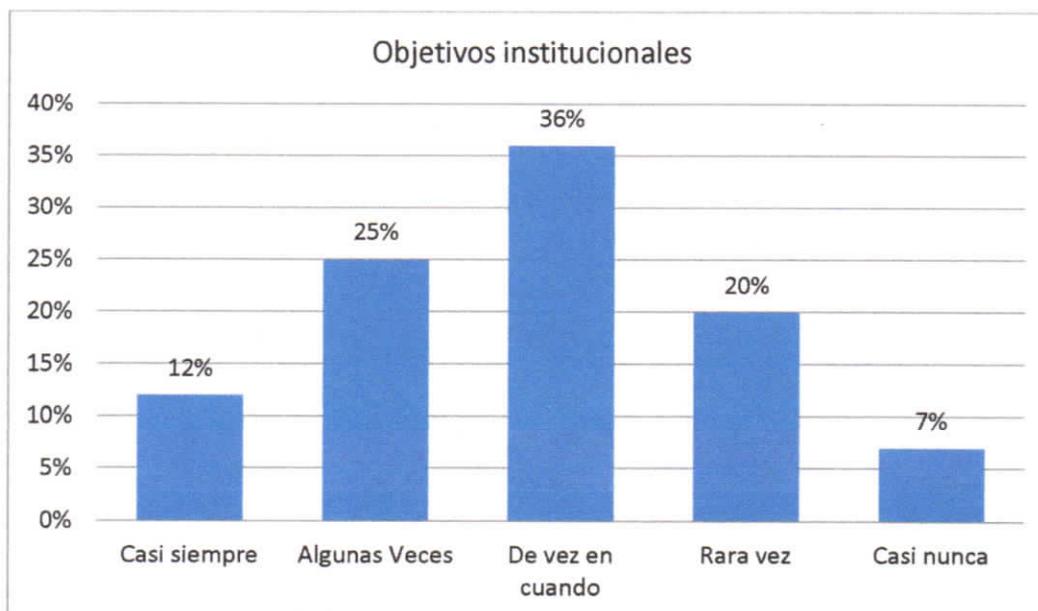
10 ¿Usted se mantiene informado sobre los objetivos institucionales del hotel?

Tabla N. 10 Objetivos institucionales

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	7	12%
Algunas Veces	15	25%
De vez en cuando	21	36%
Rara vez	12	20%
Casi nunca	4	7%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 10 Objetivos institucionales



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En esta pregunta indica que la mayoría de los empleados desconoce los objetivos de la empresa, y pocos realmente están al tanto de los objetivos que se emplean de manera general y los que se emplean en feriados o diferentes épocas del año.

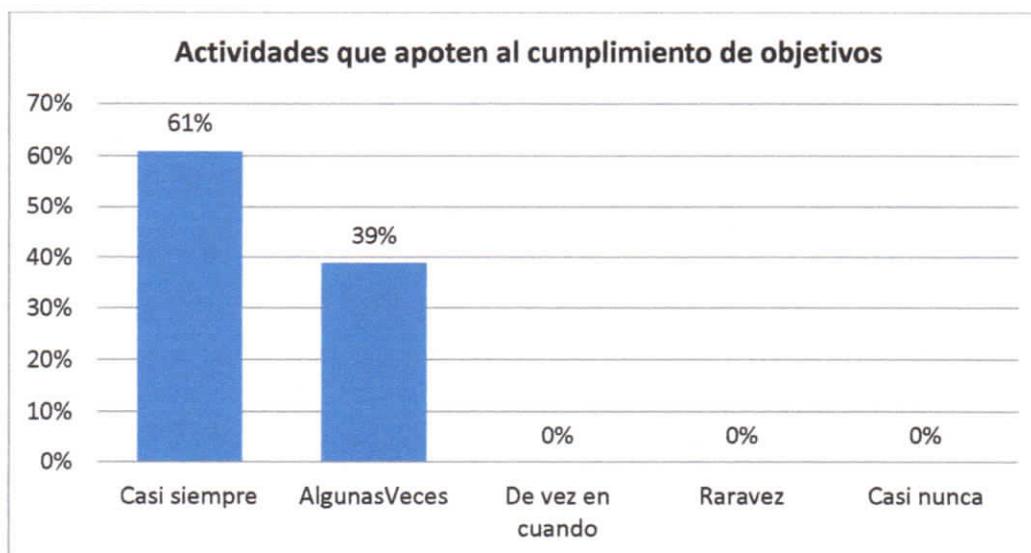
11 ¿Cree usted que sus actividades ayudan al cumplimiento de los objetivos de la empresa?

Tabla N. 11 Actividades que ayudan al cumplimiento de objetivos

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	36	61%
Algunas Veces	23	39%
De vez en cuando	0	0%
Rara vez	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 11 Actividades que aportan al cumplimiento de los objetivos



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

De acuerdo al presente gráfico, la mayor parte de los empleados sienten que las actividades que realizan ayudan al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

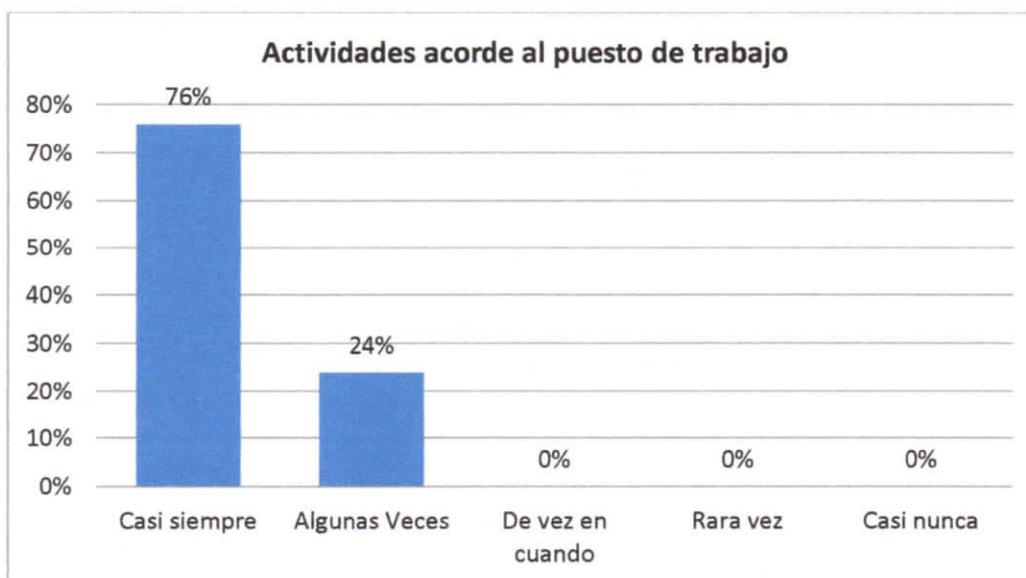
12 ¿Las actividades que usted realiza son acordes a su puesto de trabajo?

Tabla N. 12 Actividades acordes al trabajo

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	45	76%
Algunas Veces	14	24%
De vez en cuando	0	0%
Rara vez	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 12 Actividades acordes al puesto de trabajo



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Los empleados de los hoteles manifestaron en su mayoría que ellos realizan las actividades para las que fueron contratados, mientras que otro grupo indicaron que cuando es necesario realizan otras actividades.

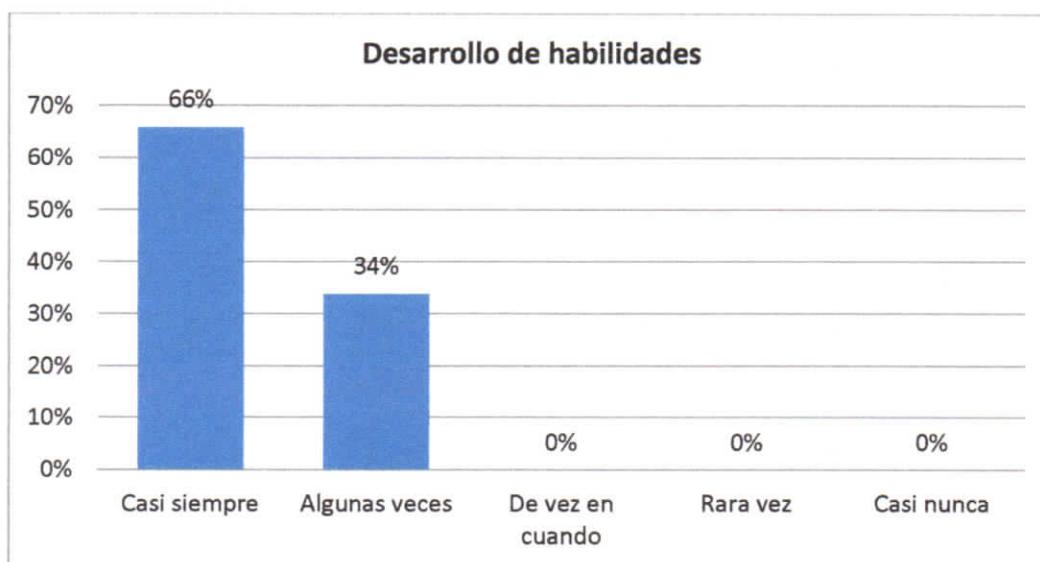
13 ¿Su puesto le permite desarrollar sus habilidades?

Tabla N. 13 Desarrollo de habilidades

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	39	66%
Algunas Veces	20	34%
De vez en cuando	0	0%
Rara vez	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 13 Desarrollo de habilidades



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Los empleados encuestados manifiestan que casi siempre les permiten desarrollar sus habilidades desde su puesto de trabajo, mientras que un número considerable piensa que se encuentran limitados de lo que ellos puedan aportar para el crecimiento del hotel al cual prestan servicio.

14 ¿Usted está en constante comunicación con su jefe?

Tabla N. 14 Constante comunicación con sus superiores

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	15	9%
Algunas veces	28	47%
De vez en cuando	3	5%
Rara vez	8	14%
Casi nunca	5	25%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 14 Comunicación con superiores



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

La población encuestada manifiesta en esta interrogante en su mayoría que tienen constante comunicación con sus empleadores sin embargo hay una mínima cantidad con la que no existe comunicación.

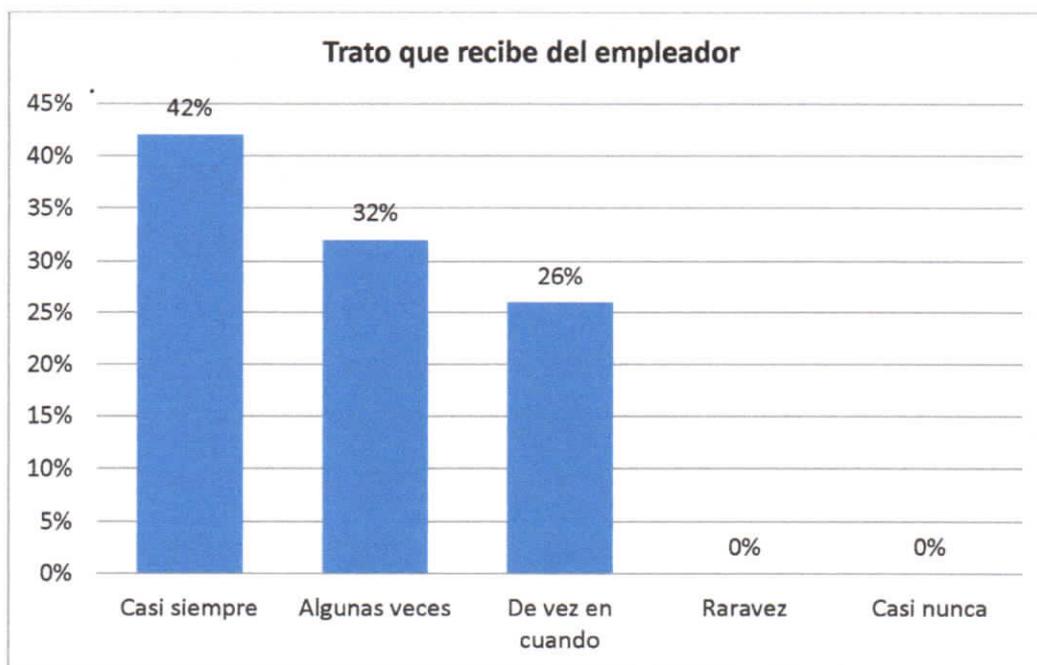
¿Usted se siente conforme con el trato que le da su empleador?

Tabla N. 15 Trato que le brindan sus empleadores

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	25	42%
Algunas veces	19	32%
De vez en cuando	15	26%
Rara vez	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 15 Trato que recibe del empleador



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

En el presente gráfico se evidencia que la mayoría de los empleados de los hoteles están de acuerdo con el trato que recibe el empleador, otro gran número indicó que solo algunas veces están conformes.

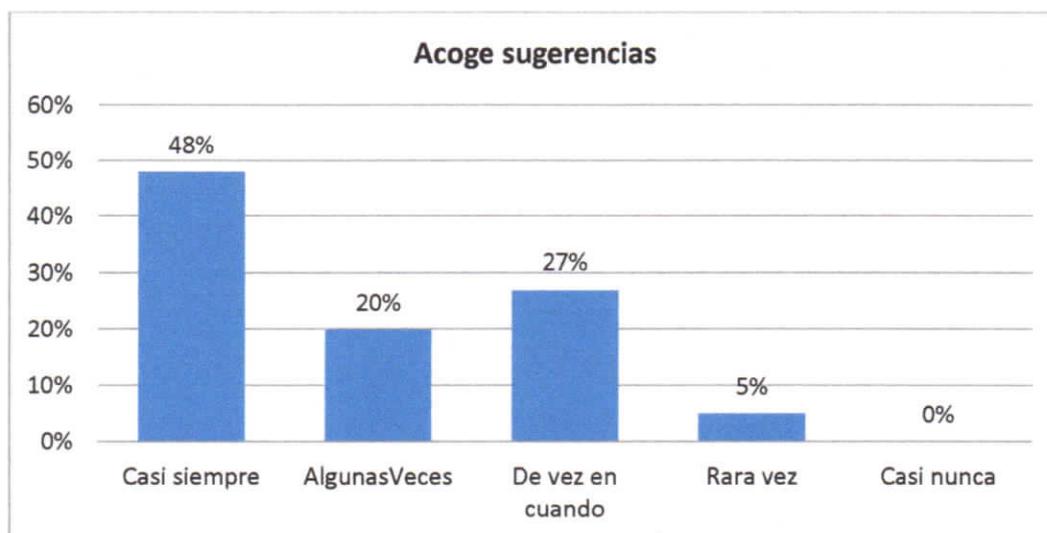
15 ¿Usted acoge sugerencias de los clientes respecto a la calidad de servicio que reciben?

Tabla N. 16 Sugerencias sobre la calidad de servicio

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	28	48%
Algunas Veces	12	20%
De vez en cuando	16	27%
Rara vez	3	5%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 16 Acoge Sugerencias



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

La población encuestada indica que la mayoría del tiempo acoge las sugerencias de los clientes, pero recalcan que no siempre pueden acoger de manera inmediata las sugerencias debido a que dependen de la aprobación y autorización de sus superiores.

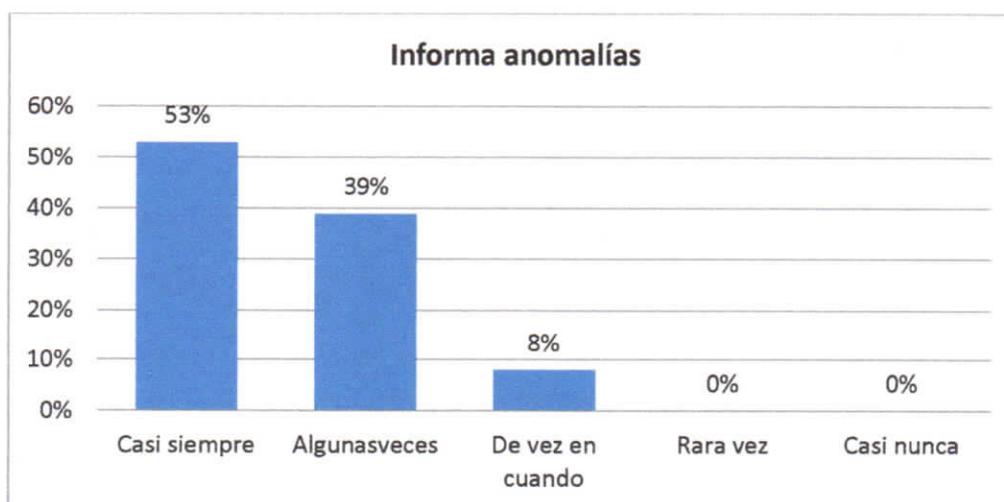
16 ¿Usted informa de manera inmediata cuando se presenta alguna anomalía en el trabajo a su jefe?

Tabla N. 17 Información de anomalías

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	31	53%
Algunas veces	23	39%
De vez en cuando	5	8%
Rara vez	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	59	100%

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

Gráfico N. 17 Informa Anomalías



Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

La población encuestada en este caso indica que la mayoría de las veces informa sobre situaciones que acontecen en el trabajo, con el objetivo de darle solución inmediata a las molestias ocasionadas.

3.1 LIMITACIONES

En el desarrollo del presente trabajo investigativo se presentaron ciertas limitaciones, al momento de la aplicación de la encuesta por parte de los empleados de los hoteles a pesar de tener la autorización de los dueños quienes no eran muy espontáneos al responder.

Por parte de los turistas fueron espontáneos brindando su opinión acerca del tema investigado, la investigación se la desarrolla en las instalaciones de los hoteles y entre los turistas que visitan el balneario del Cantón Playas.

El clima ha sido un factor delimitante al realizar el trabajo debido a las constantes lluvias, lo que ha provocado que la afluencia de turistas sea baja, y ha tomado más tiempo en realizar las encuestas según lo planificado.

El aspecto financiero también ha generado una limitación en mínima proporción al realizar el levantamiento de la información, debido al gasto que se realiza, en viáticos, papelería, ya que ciertos hoteles quedan a las afueras del cantón.

3.2 RESULTADOS

La presente investigación sobre la calidad del servicio hotelero en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, caso ASHOTPLAYAS, presenta criterios de discusión entre las teorías utilizadas y los resultados obtenidos.

Entre los resultados más relevantes encontrados, se determinó que el servicio de alojamiento que desean recibir los turistas o visitantes que concurren al cantón Playas, para aumentar su satisfacción está relacionados con la calidad de los servicios como la atención al cliente (25%), confort (20%), seguridad (15%), tecnología(20%), liderazgo(20%).

Estos puntos son esenciales e importantes dentro del modelo de gestión sobre la calidad del servicio, y en la propuesta se reforzara todo lo concerniente al servicio al cliente y de esa manera contribuirá al desarrollo turístico del Cantón Playas.

PROPUESTA

MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS.

Ante los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de evaluación del presente trabajo de investigación, se puede evidenciar que es oportuno elaborar un modelo de gestión sobre la calidad de servicios hoteleros del Cantón Playas, que permita aplicar correctamente los procesos y adquirir nuevos conocimientos, este modelo deberá contar con objetivos claros y precisos que permitan alcanzar las metas institucionales, brindar el trato adecuado a los empleados del hotel el mismo que se verá reflejado en el desempeño de sus funciones y en la atención que brinda al usuario.

Un hotel excelente es aquel que logra resultados sobresalientes y los mantiene en el tiempo. Existen hoteles que han sufrido un rápido crecimiento porque supieron identificar su oportunidad en el mercado, pero luego desaparecieron por no saber mantener un modelo de gestión adecuado para su empresa y no poder enfrentar a la competitividad y a los clientes en sus necesidades.

Esta propuesta tiene como objetivo fundamental incrementar el turismo en el Cantón Playas, por lo que este proyecto ayudaría a aumentar la demanda hotelera en este sector.

EFQM (European Foundation Quality Management) es un modelo de medición de calidad del servicio basado en la orientación a resultados, la orientación al cliente,

la capacidad de liderazgo de la empresa, la gestión por procesos, el desarrollo e implicación de las personas, el proceso de innovación, aprendizaje y mejora continua, la responsabilidad social y medioambiental.

EFQM aplica autoevaluación, y se convierte en una herramienta de auto diagnóstico, permitiendo realizar un examen visual integral a la asociación Ashotplayas, Apunta a identificar las fortalezas y las áreas de mejoras de los hoteles, para posteriormente establecer planes de acción.

OBJETIVOS

Objetivo General

Plantear un Modelo de Gestión sobre la Calidad del Servicio Hotelero en el Cantón Playas caso: ASHOTPLAYAS, a través del modelo EFQM, adaptando un enfoque de gestión basado en la orientación de resultados.

Objetivos Específicos

- Optimizar el funcionamiento de los hoteles de la asociación Ashotplayas, permitiendo un diagnóstico inicial que conlleve a la mejora del servicio.
- Fomentar la calidad del servicio ofertado por parte de los directivos de la asociación hotelera Ashotplayas.
- Mejorar la satisfacción de los clientes que asisten a los hoteles de Ashotplayas.

Estrategias

- Promover la satisfacción del cliente por medio de beneficios y creación de estrechas relaciones.
- Implementar actividades eficientes para mejorar la atención al cliente
- Ofertar capacitaciones al personal de Ashotplayas.
- Evaluar la satisfacción del cliente del sector hotelero.

Descripción del modelo de Gestión sobre la Calidad del Servicio Hotelero del Cantón Playas caso: ASHOTPLAYAS.

El modelo se basa en 9 criterios los mismos que comprenden las principales variables empresariales que los Hoteleros de Ashotplayas deben contemplar, supervisar y mejorar. Dichos criterios, se subdividen a la vez en dos grandes apartados: Agentes facilitadores y Resultados:

Agentes Facilitadores.

Son los aspectos del sistema de gestión de la organización. Son las causas de los resultados. Estos agentes son:

- **El liderazgo directivo:** Los dueños y administradores de la asociación hotelera Ashotplayas, deben de tener un comportamiento de equipo directivo, ya la aplicación de su estilo de liderazgo constituye el motor para la implantación de la excelencia en la gestión diaria.
- **Las personas:** Es todo el personal que colabora en los hoteles de Ashotplayas. Es así como gestiona y desarrolla la organización los conocimientos del personal que la constituyen y libera todo su potencial, tanto individualmente como en equipo.
- **La política y estrategia empresarial:** Las Asociación Ashotplayas dedicada a la hotelería deben de formular y desarrollar sus políticas y estrategias, en base a la información disponible, y los principios de la excelencia en la gestión.
- **Las alianzas y recursos:** Los hoteles de Ashotplayas, deben de gestionar alianzas eternas y sus recursos importantes.

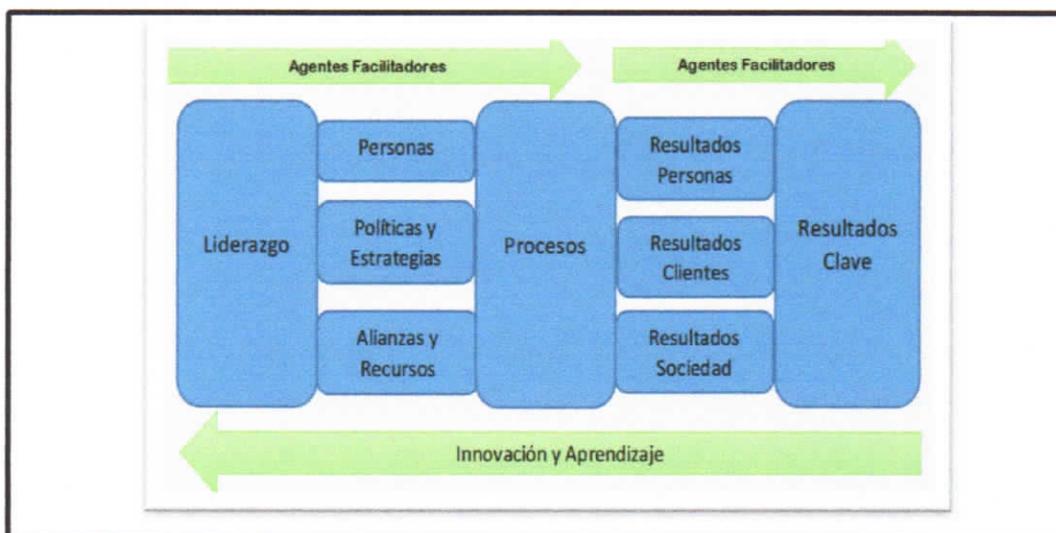
- **Los procesos:** Este factor se orienta al diseño, gestión y mejora de los procesos de estos establecimientos, a fin de apoyar su política y estrategias, generando cada vez mayor valor para sus clientes y los grupos vinculados a la empresa hotelera.

Los Resultados.

Los resultados representan lo que la asociación Ashotplayas obtiene para cada uno de los actores participantes: clientes, empleados, entorno social.

Los resultados son:

- **Resultados en las personas:** Que logros están alcanzando los hoteleros en relación con las personas que la integran.
- **Resultados de los clientes:** Que logros están alcanzando en relación con los clientes externos.
- **Resultados en la sociedad:** Que aportaciones ofrecen los hoteleros al entorno social en que se mueve. De la misma forma que los hoteles utilizan recursos de su entorno que hace para lograr una mejor sostenibilidad y gestión de dichos recursos.
- **Resultados clave:** Que logros está alcanzando la asociación hotelera Ashotplayas, en relación a los objetivos planificados.



Elaborado por: Gricelda Franco

Misión:

Garantizar la calidad de servicio al cliente en el sector turístico hotelero de los hoteles que forman Ashotplayas.

Visión

Posicionar a la asociación hotelera Ashotplayas en el mercado nacional, en los servicios hoteleros enmarcados dentro de las normativas legales vigentes.

Valores

- El cliente es primero
- Excelencia a través del mejoramiento continuo de los hoteles de Ashotplayas
- Respeto entre los colaboradores
- Trabajo en equipo
- Respetar a los empleados

Criterios para el modelo de Gestión de Calidad para la Asociación ASHOTPLAYAS.**Criterio 1.- Liderazgo**

Este hace referencia al liderazgo que tienen los gerentes y administradores de los hoteles, para desarrollar y facilitar las consecuencias de la misión y visión, desarrollando los valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo e implantando todo ello en la organización mediante las acciones y los comportamientos adecuados.

Criterio 2.- Políticas y estrategias

Mediante una estrategia claramente centrada en todos los grupos de interés y apoyados por políticas, planes y procesos relevantes, los hoteles de Ashotplayas su misión y su visión. Estos servicios de alojamiento alcanzan su máximo rendimiento cuando gestiona y comparte su conocimiento dentro de una cultura general de aprendizaje, innovación y mejora continua. En la medida posible, todas las personas que forman parte de los hoteles den formar parte en la definición de la estrategia como en los planes y objetivos a alcanzar.

Criterio 3.- Personas

Se trata de la forma como gestiona, desarrolla y aprovechan los hoteleros el conocimiento y todo el potencial de las personas que integran estos negocios, tanto a nivel individual, como de equipos; y como planifican estas actividades en apoyo de su política y estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos. El potencial de cada una de las personas que conforman los hoteles aflora mejor porque existen valores compartidos y una cultura de confianza.

Criterio 4.- Alianzas y Recursos

Ashotplayas debe planificar y gestionar las alianzas externas, sus proveedores y recursos internos en apoyo de su política y estrategia, durante la planificación y al tiempo que gestionan sus alianzas y recursos, deben establecer un equilibrio entre las necesidades actuales y futuras de la organización, la comunidad y el medio ambiente.

Criterio 5.- Procesos

Ashotplayas actúan de manera más efectiva cuando todas sus actividades interrelacionadas se comprenden y gestionan de manera sistemática, y las decisiones relativas a las operaciones en vigor y las mejoras planificadas se adaptan a partir de información fiable que incluye las percepciones de todos sus grupos de interés.

Criterio 6.- Resultados en los Clientes

Se refiere a que logros está alcanzado la asociación hotelera Ashotplayas en relación con sus clientes externos. El cliente es el árbitro final de la calidad del servicio, así como de la Fidelidad del cliente. El mejor modo de optimizar la fidelidad, retención del cliente y el incremento es a través de una orientación clara hacia las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

Criterio 7.- Resultados en las personas

Alude a qué logros están alcanzando la asociación hotelera en relación con las personas que los integran. El potencial de cada una de las personas de la organización aflora porque existen valores compartidos y una cultura de confianza y asunción de responsabilidades que fomentan la implicación de todos.

- Encuestas para conocer su opinión sobre objetivos a conseguir, su entorno de trabajo, clima social, la comunicación.
- Evolución accidentes laborales, absentismos.
- Horas dedicadas a formación, trabajo en equipo.

Criterio 8.- Resultados en la Sociedad

Tienen relación con los logros que está alcanzando Ashotplayas. El mejor modo de servir a los intereses a largo plazo de la organización y las personas que la integran es adoptar un enfoque ético, superando las expectativas y la normativa.

- Presupuesto dedicado a promoción de acciones sociales.
- Porcentaje de turistas en la localidad.

Criterio 9.-Resultados Claves

Qué logros está alcanzando Ashotplayas, con relación al rendimiento planificado es el espíritu de los resultados clave.

La excelencia depende del equilibrio y la satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés relevantes para la organización. (Las personas que trabajan en ella, los clientes, proveedores, partes interesadas y la sociedad en general, así como todos los que tienen intereses económicos en la organización).

Estará integrado por los dueños de los hoteles y hostales que conforman la asociación y su gestión se renovará cada dos años.

PRESUPUESTO

Costo de implementación del EFQM para el Modelo de Gestión sobre la Calidad del Servicio Hotelero en el Cantón Playas caso: ASHOTPLAYAS.

Para elaborar nuestra propuesta, es necesario desarrollar las capacitaciones para el personal de los Hoteles y hostales, para ello, cada uno de estos establecimientos cuenta con el espacio necesario para dictar los diferentes temas de capacitación.

Para efectuar las capacitaciones se requiere invertir, por lo que se cotizó el costo de la hora de capacitación, y a continuación se propone un presupuesto referencial para que los dueños de los establecimientos conozcan y de ser posible se ejecute.

Estas capacitaciones podrían dictarse una vez al año, generando un efecto de retroalimentación entre los involucrados.

Cabe indicar que con la implementación del modelo de gestión, mejorará el servicio hotelero en la Ashotplayas, en el primer año en un 30%. Se espera que para el segundo año sea del 60%, y si la aplicación del EFQM, es continua, en 3 años la asociación hotelera ASHOTPLAYAS brindará un servicio de calidad total. Por lo tanto se optimizarán los ingresos económicos de los establecimientos que prestan servicio de alojamiento, y mejorará la imagen del cantón Playas.

**CUADRO N° 3 PRESUPUESTO COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL
SITEMA EFQM**

CONCEPTO	UNIDAD/DOLARES	TOTAL
Asesoría en Implementación	\$2000.00	\$2000.00
Costo de Capacitación	\$1500.00	\$1500.00
Auditoria Interna (15 horas)	\$25 x hora	\$375.00
Computador	\$550.00	\$550.00
Hojas e impresión (60 Impresiones)	\$0.20	\$12.00
Carpetas y CD (60 unid.)	\$1.50	\$90.00
Total		\$4527.00

FINANCIAMIENTO	
Dueños de Hoteles (12)	\$377.25 (por hotel)

Elaborado por: Gricelda Franco Ayala

CONCLUSIONES.

Durante la ejecución del presente trabajo, se lograron identificar aspectos vinculados al modelo de gestión sobre la calidad de servicio, por lo tanto, se concluye que:

- La aplicación del sistema EFQM basado en la aplicación de una autoevaluación, a la asociación hotelera Ashotplayas es viable, con lo que se incrementa notablemente la mejora de la calidad en el servicio, la satisfacción para los visitantes y un mejor desarrollo operacional para los servidores de los establecimientos de alojamiento de la localidad.
- El modelo de gestión de la calidad, permitirá de manera acertada y oportuna actualizar a propietarios y colaboradores de los establecimientos en temas importantes como atención al cliente, la calidad total del servicio, cumpliendo con los intereses y expectativas de los visitantes.
- Se concluye que la aplicación de un modelo de gestión sobre la calidad de servicio que brindan los hoteles y hostales de la Asociación ASHOTPLAYAS, mejorará la imagen turística y lograra su reconocimiento por su excelente calidad en atención al cliente y con ello conseguir un aumento progresivo de visitantes.

RECOMENDACIONES

Según datos recolectados en el levantamiento de información en el presente trabajo, para la ejecución de la propuesta se recomienda:

- Al aplicarse la propuesta se recurrirá a todos los involucrados en el servicio de alojamiento, para que participen en la aplicación del modelo de gestión sobre la calidad con el objeto de mejorar las condiciones en las que se da el servicio al cliente de alojamiento.
- Las personas que laboran en los diferentes establecimientos de alojamiento del Cantón Playas, tiene una relación directa con el consumidor y son responsables del producto y servicio que se ofrece a los clientes, por la importancia que tienen dentro del hotel se recomienda buscar la excelencia y calidad del servicio a través del personal.
- Las necesidades de los clientes deben ser satisfechas, por lo que es aconsejable encontrar el mecanismo de comunicación para poder satisfacerlo de la mejor manera y lo más rápido posible.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Alvaro Banducci. (2006). *Horizontes Antropológicos Turismo Cultural y Patrimonio*. Porto Alegre, Brasil: Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 117-140.
2. Anzolas Rojas, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas* (Tercera ed.). México, D.F, México: Mc Graw Hill Educación.
3. Asociación Española para la Calidad. (2008). *AEC*. Obtenido de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/normas-iso-9000>
4. Benavides Pañeda, R. J. (2014). *Administración* (Segunda edición ed.). México, D.F, México: Mc Graw Hill Education.
5. Canali, S., & Angella, F. d. (2014). *Managing cultural events and meetings activities in*. Europa: International journal of arts management. Vol. 11, n. 3 .
6. Castillo, G. G. (2013). *Retos estratégicos de la industria hotelera española del siglo xxi: horizonte 2020 en países emergentes*. Obtenido de Redalyc.org: <http://www.redalyc.org/html/3887/388743879003/>
7. Charles W., L. H., & Gareth R., J. (2009). *Administración Estratégica* (Octava Edición ed.). (J. Mares Chacón, Ed.) México: Mc Graw Hill Education.

8. Chiavenato. (2005). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL 7ma Edición*. México: McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.
9. Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill.
10. Constitución de la República del Ecuador, Sección Octava - De la Educación (2008).
11. Deming, E. (1996).
12. Dess Lumpkin, E. (2011). *Administración estratégica: textos y casos* (Quinta ed.). (J. M. Mares Chacón, Ed.) México, D.F., México: Mc Graw Hill Educación.
13. Dess Lumpkin, E. (2014). *Administración Estratégica* (Quinta Edición ed.). México, D.F., México: Mc Graw Hill.
14. Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General*. Argentina: El Ateneo.
15. Gallardo Hernández, J. (2012). *Administración estratégica, de la visión a la ejecución*. (Segunda ed.). México: Alfaomega.
16. GALVIZ. (2011).

17. Gutiérrez Pulido, H. (2014). *Calidad y productividad* (Cuarta ed.). (P. E. Roig Vásquez, Ed.) México, D.F, México: Mc Graw Hill Education.
18. Hernández Rodríguez, S. J., & Palafox de Anda, G. (2012). *Administración: teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (Tercera ed.). (J. Maes Chacón, Ed.) México, D.F., México: Mc Graw Hill Education.
19. Hernández, R. &. (2011). *Turismo Cultural, Una oportunidad para el desarrollo local*. Cusco.
20. Hill, C. W., & Jones, G. R. (2009). *Administración estratégica* (Octava ed.). (J. Mares Chacón, Ed.) México, D.F, México.
21. ICOMOS, A. G. (2012). *Carta Internacional del Turismo Cultural*. México.
22. Jones, G. R., & George, J. M. (2010). *Administración contemporánea* (Segunda ed.). (J. Mares Chacón, Ed.) México, D.F, México: Mc Graw Hill Educación.
23. Lovelock, C., Reynoso, J., D' Andrea, G., Huete, L., & Wirtz, J. (2011). *Administración de Servicio: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. México: Pearson Educación.
24. Magi, N. (2008). *Interplay of Nature and Heritage for communities around the Ukhahlamba*. Ukhahlamba: Journal of Tourist.

25. Marcelo, V. (2007). *La calidad, concepto actual que debe ssser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización.*
26. Mayano Fuentes, J., Bruque Cámara, S., Maqueira Marín, u. M., Fidalgo Bautista, F. Á., & Martínez Jurado, P. J. (2011). *Administración de empresas. Un enfoque teórico - práctico.* (Primera edición ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
27. Mejía, M. H. (2012). *Universo de su Patrimonio Inmaterial.* Tegucigalpa.: 2012, UNESCO/SCAD, .
28. Núñez, R. &. (2004). *Servicio al Cliente, 5ª.* México: Thompson.
29. Petearaf, T. I., & Strickland, G. I. (2012). *Administración estratégica* (Diciochoava ed.). (J. Mares Chacón, Ed.) México, D.F., México: Mc Graw Hill Educación.
30. Robbins, S. P., & Coulter, M. (2014). *Administración* (Doceava ed.). Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.

Webgrafía

Asociación Española para la Calidad. (2008). *AEC.* Obtenido de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/normas-iso-9000>

ANEXOS



Ing. Silvia Peralta Mendoza MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA HOTELERIA Y TURISMO
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA.

Presente.-

De mis consideraciones.

Por la presente notifico a usted, que en el cantón Playas, Provincia del Guayas, se encuentra la Asociación de Hoteleros ASHOTPLAYAS, misma que apoya el trabajo de investigación **"MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS**, realizada por la egresada **FRANCO AYALA CRUZ GRICELDA**.

Declaro conocer y aceptar los términos y condiciones previsto para la ejecución del trabajo de investigación, estando conforme con todas aquellas actividades que se prevean con nuestro aval.

Además, se autoriza hacer uso de la información proporcionada por nuestra asociación para los fines pertinentes a la elaboración y publicación del proyecto de investigación para que este sea público en su totalidad en el portal de la página web de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Particular que comunico para fines consiguientes.

Atentamente,

Eco. María Elsa Viteri Acaiturri
Presidenta de la ASHOTPLAYAS

ANEXO N° 1 Modelo de encuesta dirigida a turistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LAS HOSTERIAS, HOSTALES Y HOTELES QUE SON ASOCIADOS A ASHOTPLAYAS

Objetivo. - Evaluar la calidad de servicio que prestan las hosterías, hostales y hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, mediante un levantamiento de información.

1. ¿Cuál es el motivo de su visita?

Estudio	
Placer	
Salud	
Negocios	
Otros	

4. ¿Usted cree que las instalaciones con las que cuentan los hoteles, hostales y hosterías asociadas a ASHOTPLAYAS se mantienen limpias?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

7. ¿Usted cree que el servicio que recibió por parte de los empleados del Hotel es el más apropiado?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

2. ¿Cuánto tiempo normalmente se hospeda?

Un día	
Fin de semana	
Una Semana	

5. ¿La calidad del servicio al cliente que brindan los hoteles de nuestra asociación es de calidad?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

8. ¿Usted cree que las instalaciones con las que cuenta el hotel en el que reservó su habitación son las apropiadas para brindar un buen servicio?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

3. ¿La calidad de nuestros servicios en comparación a los hoteles de la competencia es mejor?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

6. ¿Considera usted que la administración de los Gerentes y Presidentes de los hoteles que conforman ASHOTPLAYAS es eficiente?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

9. ¿Recomienda usted el servicio y uso de las entidades asociadas a ASHOTPLAYAS?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

Franco Ayala Cruz Griceida
 Franco Ayala Cruz Griceida
 Estudiante

Ing. Carol Caamaño López
 Ing. Carol Caamaño López
 Tutor Validador

ANEXO N° 2 Modelo de encuesta dirigida a empleados



UNIVERSIDAD ESTADAL PE NINSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRE RA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

MODELO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLE ADOS QUE LABORAN EN LAS HOSTERIAS,
 HOSTALES Y HOTELES QUE SON ASOCIADOS A ASHOTPLAYAS

Objetivo. - Evaluar la calidad de servicio que brindan los empleados de las hosterías, hostales y hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, mediante un levantamiento de información.

1. ¿Usted se mantiene al tanto sobre los objetivos institucionales del hotel?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

4. ¿Su puesto le permite desarrollar sus habilidades?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

7. ¿Usted recoge sugerencias de los clientes respecto a la calidad de servicio que reciben?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

2. ¿Cree usted que sus actividades ayudan al cumplimiento de los objetivos de la empresa?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

5. ¿Usted está en constante comunicación con su jefe?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

8. ¿Usted informa de manera inmediata cuando se presenta alguna anomalía a su jefe o trata de resolver el problema?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

3. ¿Las actividades que usted realiza son acordes a su puesto de trabajo?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	

6. ¿Usted se siente conforme con el trato que le da su empleador?

Casi siempre	
Algunas veces	
De vez en cuando	
Rara vez	
Casi nunca	


 Franco Ayala Cruz García
 Estudiante


 Ing. Carol Caamaño López
 Tutor Validador

ANEXO N° 3 MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LAS HOSTERIAS, HOSTALES Y
HOTEL S QUE SON ASOCIADOS A ASHOTPLAYAS

Objetivo. - Evaluar la importancia que le dan los dueños de las hosterías, hostales y hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, respecto al servicio al cliente que brindan a los turistas.

1.- ¿De qué manera aporta usted para mejorar día a día el servicio al cliente en su establecimiento?

2.- ¿Su hotel cuenta con Objetivos Institucionales?

3.- ¿Su hotel cuenta con un organigrama funcional?

4.- ¿El personal que labora en su hotel conoce el órgano regular, sus funciones y responsabilidades?

5.- ¿Actualmente su hotel aporta al desarrollo turístico del Cantón Playas?

6.- ¿A qué tipo de turista está dirigido el hotel?

7.- ¿Qué servicios ofrece el hotel?

8.- ¿Utiliza algún tipo de estrategia para atraer la demanda del hotel?

9.- ¿Con qué tipo de frecuencia capacita usted a su personal?


Franco Araya Cruz
Estudiante


Ing. Carlos Caamaño López
Tutor Validador

ANEXO N° 4 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problemas	Objetivos	Idea a defender	Variables	Indicadores
<p>MODELO DE GESTIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO: ASHOTPLAYAS.</p>	<p>Problema principal ¿De qué manera incide el modelo de gestión en la calidad de servicio hotelero en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, Caso Ashotplayas?</p> <p>Problema secundario ¿Cómo influye el cumplimiento de estándares de calidad del servicio hotelero?</p> <p>¿De qué manera contribuye la calidad del servicio hotelero en el caso Ashotplayas?</p> <p>¿De qué forma se ha logrado el mejoramiento del servicio hotelero en el caso Ashotplayas?</p>	<p>Objetivo General Proponer la aplicación de un modelo de gestión de calidad del servicio hotelero ASHOTPLAYAS.</p> <p>Tarea científicas Análisis de la fundamentación teórica sobre la calidad del servicio y la buena satisfacción del cliente. Realización del estudio de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Elaboración de un modelo de gestión de la calidad del servicio hotelero.</p>	<p>La implementación de un modelo de gestión sobre la calidad del servicio hotelero mejorara el servicio de la Ashotplayas en el cantón playas, provincia del guayas.</p>	<p>Modelo de Gestión</p> <p>Calidad de servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de gestión - Valor del cliente - Cultura organizacional - Calidad de servicio - Métodos para medir la satisfacción del cliente - Herramientas para medir la satisfacción del cliente.

Elaborado por: Gricelda Franco

ANEXO N° 5 ASPECTOS LEGALES

Art. 4. Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados y convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil los siguientes:

1.- Derecho a la salud, vida y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

5.- Derecho a un trato transparente equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Art. 16: todas las personas de manera individual o colectiva tienen derechos:

Literal 1. Este artículo indica que todas las personas tienen derecho a la información y a la comunicación, en el caso de ASHOTPLAYAS, sus asociados tienen derecho a informar a los turistas y ciudadanos informar bajo cualquier medio las existencias los recursos turísticos que posee para su estancia.

Art. 319: Capítulo sexto.- Trabajo y producción, Sección primera, Formas de organización de la producción y su gestión, entre las formas de producción y generación de la economía cuentan las asociaciones quienes buscan ampliar sus ingresos económicos para mejorar su calidad de vida, crear fuentes de trabajo para

la comunidad, las mismas que se capacitan para mejorar su gestión, planificación de eventos, programas que beneficien el desarrollo personal y local, desde el punto de vista económico, turístico y cultural.

Ley del consumidor

Art. 2. Consumidor. Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes, servicio o bien, reciba una oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al consumidor, dicha denominación, incluirá al usuario.

Art. 5. Obligaciones del consumidor: son obligaciones del consumidor:

Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios
Preocuparse de no afectar el ambiente, mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en este sentido.

Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su, completa o salud y vida, así como la de los demás por el consumo de bienes o servicios lícitos.

Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes o servicios a consumirse.

Art. 17. Obligaciones del Proveedor. Es obligación del proveedor entregar al consumidor información veraz, eficiente, clara, completa y oportuna de los bienes

o servicios ofrecidos, de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18. Entrega del bien o prestación de servicio. Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto al precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes será motivado de diferimiento.

Constitución de la República del Ecuador

En la Constitución de la República del Ecuador (2016), son normas y derechos que amparan y promueven a los ecuatorianos a un desarrollo económico y social equitativo.

Capítulo II Derechos y obligaciones de los consumidores.

Artículo 4. Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados y convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil los siguientes:

1.- Derecho a la salud, vida y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

5.- Derecho a un trato transparente equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Artículo 16: todas las personas de manera individual o colectiva tienen derecho s:

Literal 1. Este artículo indica que todas las personas tienen derecho a la información y a la comunicación, en el caso de ASHOTPLAYAS, sus asociados tienen derecho a informar a los turistas y ciudadanos informar bajo cualquier medio las existencias los recursos turísticos que posee para su estancia.

Artículo 319: Capítulo sexto.- Trabajo y producción, Sección primera, Formas de organización de la producción y su gestión, entre las formas de producción y generación de la economía cuentan las asociaciones quienes buscan ampliar sus ingresos económicos para mejorar su calidad de vida, crear fuentes de trabajo para la comunidad, las mismas que se capacitan para mejorar su gestión, planificación de eventos, programas que beneficien el desarrollo personal y local, desde el punto de vista económico, turístico y cultural.

Ley de regulación de mercado

El objeto de la presente ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadoras económicas con poder de mercado, la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas, el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios.

Reglamento general a la ley de turismo

Art 43.- Definición de las actividades de turismo. Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la ley de turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a.- Alojamiento: Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados, por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Fundamentos Sociales

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

- 1.1. Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

- a) Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.
- b) Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.

ANEXO N° 6 FOTOS



Foto Hostería Sinfonia del Mar - Asociada



Foto Hotel Laverdy - Asociado



Foto: Entrevista a cliente



Foto: Entrevista ha empleado de uno de los hoteles

ANEXO N° 7 PROCESO DE CÁLCULO DE LA MUESTRA

Fórmula para calcular la muestra: Poblaciones finitas

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

N: tamaño de la muestra

N: población

Z: nivel de confianza (95%=1.96)

P: probabilidad (0.5)

q: probabilidad que no se cumpla (0.5)

e: margen de error (0.05 %)

$$n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 720}{0.05^2 (720 - 1) + 1.96^2 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{691.488}{2.7570} = 250$$

ANEXO N° 8 PRESUPUESTO

RECURSOS MATERIALES Y SUMINISTROS			
CANTIDAD	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
2	Esferos	\$ 0.50	\$ 1.00
2	Carpetas	\$ 0.75	\$ 1.50
3	Resma de hoja	\$ 4.50	\$ 13.50
3	Anillado	\$ 1.50	\$ 4.50
10	Impresión de documento	\$ 25.00	25.00
TOTAL RECURSOS MATERIALES			\$ 45.50
RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS			
CANTIDAD	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Equipo de Computo	\$ 750.00	\$ 750.00
1	Comunicación teléfono	\$ 40.00	\$ 40.00
TOTAL DE RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS			\$ 790.00
TOTAL GENERAL			\$ 835.50

ANEXO N° 9 CRONOGRAMA



Elaborado por: Gricelda Franco

ANEXO N° 10 VIDA JURÍDICA DE ASHOTPLAYAS



Oficio Nro. MT-CZS-2015-1724

Guayaquil, 05 de octubre de 2015

Asunto: REGISTRO DE DIRECTIVA ASHOTPLAYAS

Señora Economista

Maria Elsa Yrene Catalina Viteri Acaitani

Presidenta

ASHOTPLAYAS

En su Despacho

De mi consideración:

En atención a su oficio n° de 14 de agosto de 2015, en el que solicita el registro de la directiva para un periodo de 01 de junio 2015 al 09 de junio de 2017, de la ASOCIACIÓN HOTELERA GENERAL VILLAMIL PLAYAS (ASHOTPLAYAS), me permito informar lo siguiente:

Mediante Decreto Ejecutivo No. 739 de 03 de agosto de 2015, publicado en el Registro Oficial No. 570 de 21 de agosto del 2015, se expidió la Codificación y Reformas al Decreto Ejecutivo 16 de 04 de junio de 2013, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 19 del 20 de junio de 2013 que contiene el "Reglamento para el Funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas; y, en su Art. 18, establece lo siguiente:

"Elección de directiva y registro. Una vez que las organizaciones sociales obtengan la aprobación de la personalidad jurídica, elegirán su directiva y la remitirán a la entidad pública competente, mediante oficio dirigido a la autoridad correspondiente dentro de un plazo máximo de treinta días posteriores a la fecha de otorgamiento de la personalidad jurídica, adjuntando la siguiente documentación:

1. Convocatoria a la asamblea.
2. Acta de la asamblea en la que conste la elección de la directiva, certificada por el secretario de la organización.

Iguales requisitos y procedimiento se observarán para el caso de elección de nuevas directivas por fenecimiento de período o por cambio de dignidades"

En virtud de la base legal reproducida anteriormente y a los documentos presentados por usted, se evidencia el cumplimiento de los requisitos solicitados el aludido Reglamento; por lo tanto, se ha procedido a registrar la directiva definitiva, para el periodo de dos años estatutarios.



ACUERDO No. 00000011

COORDINADOR ZONAL 5
MINISTERIO DE TURISMO

CONSIDERANDO:

- Que, el Art. 584 del Código Civil, concede a las personas naturales o jurídicas el derecho de constituir corporaciones y fundaciones;
- Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 339, publicado en el Registro Oficial No. 77 de 30 de noviembre de 1998, el señor Presidente de la República delegó a los Ministros de Estado la facultad para que, de acuerdo con la materia de que se trate, aprueben los estatutos y reformas de las fundaciones o corporaciones, y les otorguen la personalidad jurídica, según lo previsto en el Código Civil;
- Que, a través del Decreto Ejecutivo No. 16 publicado en el Registro Oficial No. 19 de 20 de junio del 2013, se expidió el REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA UNIFICADO DE INFORMACION DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES Y CIUDADANAS, que establece los requisitos para tal efecto;
- Que, el Ministro de Turismo, expidió el Acuerdo Ministerial No. 20130123 de 22 de julio de 2013, mediante el cual desconcentra las funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo en los ámbitos administrativo, financiero y jurídico;
- Que, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 15 del mencionado acuerdo ministerial que establece, "Delegar a los/as Coordinadores/as Zonales, dentro de su jurisdicción territorial el ejercicio de las siguientes atribuciones: 12. Aprobar estatutos y concesión de personalidad jurídica, reformas y codificaciones de estatutos, liquidación y disolución, y registro del ingreso y salida de los miembros y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las leyes especiales"; corresponde a la Coordinación Zonal 4, el conocer, tramitar y aprobar todo lo relacionado con las organizaciones bajo el control y competencia del Ministerio de Turismo, en materia turística;
- Que, mediante comunicación recibida en la Coordinación Zonal 5 el 28 de noviembre de 2014, María Elsa Vilari Acaituri, Presidente provisional de la Asociación Hotelera General Villamil Playas (ASHOTPLAYAS), presentó una solicitud tendiente a obtener la aprobación del estatuto y concesión de personalidad jurídica de dicha organización;
- Que, entre los objetivos de la Asociación Hotelera General Villamil Playas (ASHOTPLAYAS), está el



- ✓ Fomentar el desarrollo del sector con un trabajo técnico y ético que promueva la sostenibilidad principalmente del pequeño y mediano hotelero.
- ✓ Fomentar la promoción conjunta de los servicios hoteleros, con propuestas innovadoras que aporten al establecimiento de modelos de desarrollo turístico inclusivos y asociativos.
- ✓ Fortalecer las relaciones entre los asociados y entre organizaciones similares o afines, que fortalezcan el desarrollo turístico del cantón.
- ✓ Promover el cumplimiento de las obligaciones, normas y reglamentos relacionados. Promover la gestión colectiva ante los organismos de control.
- ✓ Desarrollar la capacitación y calificación de trabajadores del sector hotelero en búsqueda de la excelencia.

Que, conforme a lo solicitado, la Asociación Hotelera General Villamil Playas (ASHOTPLAYAS), se configuraría como una persona jurídica sin fines de lucro, conformada con personas naturales, quienes suscribieron el Acta Constitutiva, como socios fundadores, manifestando su voluntad de constituir la misma, para lograr "Reconoce su derecho como colectivo, a asociarse con fines pacíficos en forma libre, igualitaria y lícita- Su finalidad la de fortalecer la organización del sector hotelero del cantón, la promoción turística nacional e internacional y el fortalecimiento de los pequeños y medianos hoteleros para la contribución a la política de desarrollo turístico del país. Promover la eficiencia en el servicio hotelero como parte de la oferta turística".

Que, una vez analizado la documentación y emitido el informe mediante Memorando No. MT-C25-2015-0947 de fecha 21 de mayo de 2015, por la Coordinación Zonal 5 del Ministerio de Turismo, se evidencia que la solicitud de aprobación remitida por la Asociación Hotelera General Villamil Playas (ASHOTPLAYAS,) cumple con los requisitos establecidos en el artículo 17 del Reglamento y, que el proyecto de estatuto discutido y aprobado en asambleas realizadas el 12 de noviembre de 2014, y 3 de mayo de 2015, no se contraponen al ordenamiento jurídico vigente.

En ejercicio de la facultad que le confiere el artículo 15 del Acuerdo Ministerial No. 20130123 de 22 de julio de 2013,

ACUERDA:

Artículo 1.- Aprobar el estatuto y conceder personalidad jurídica a la Asociación Hotelera General Villamil Playas (ASHOTPLAYAS), con domicilio en la parroquia General Villamil, cantón Playas, provincia Guayas.



Artículo 2.- Registrar en calidad de miembros fundadores de la Asociación a las siguientes personas naturales.

Nombres completos de todos los fundadores	N. de cédula
MARIA ELSA VITERI ACAITURRI	0909535583
LOLA DEL ROCIO MORALES SAENZ DE VITERI	0904093871
LAURO HERMEL BLACIO BERSOSA	0904631586
DOLORES GALVA VÉLEZ HINOJOSA	0906430000
MARIA GABRIELA ESPINOZA PEÑA	0908875828
LUIS DANIEL LAVERDY SÁNCHEZ	0921543070
JOSÉ LUIS CHAVEZ PLATON	0906198494
LAURA LEONOR VILLON MARISCAL	0904895448
NARCISA MERCEDES LEÓN JURADO	0900188427
OTTÓN FERNANDO GONZÁLEZ SUÁREZ	0913232021
JUAN GUALLI QUITIO	0902325003
SANTO GLORIO POZO	0908232879
CARLOS EDUARDO HIDALGO BANDA	1801133784
ELENA LEOPOLDINA ABARCA STRONG	0903467700
ALMA ARGELIA BOUTIN ARBOLEDA	0908057021
MARIA PIA MARCELA HIDALGO SAAVEDRA	1705008157
LUCÍA ELIZABETH CABEZAS BURGOS	1203819709
NORMA AZUCENA RAMÍREZ VEGA	0900773938
MAYRA ROSA AJHING CHANG	1203863426

Artículo 3.- Registrar la Directiva Provisional de la Asociación, que se encuentra conformada de la siguiente manera:

PRESIDENTE:	MARIA ELSA VITERI ACAITURRI
VICEPRESIDENTE:	LUIS LAVERDY SÁNCHEZ
SECRETARIA:	ROCÍO MORALES SAENZ DE VITERI
TESORERA:	DOLORES VÉLEZ HINOJOSA
PRIMER VOCAL:	JUAN CARLOS PERRONE CORONEL
SEGUNDO VOCAL:	JOSÉ LUIS CHÁVEZ PLATÓN
TERCER VOCAL:	NORIS BRAVO BRAVO

Artículo 4.- La Asociación como tal, conforme lo dispone el artículo 7 de la Ley de Turismo, no podrá realizar ningún tipo de actividad turística de las contempladas en el artículo 5 de la citada Ley por beneficio de terceros; caso contrario se aplicará lo previsto en el artículo 26 del Reglamento citado inicialmente, referente a la disolución por desviarse de los fines y objetivos para los cuales fue constituida.



Artículo 5.- En el plazo máximo de 30 días posteriores a la aprobación del Estatuto, elejrán su directiva y la remitirán a la Coordinación Zonal 5 del Ministerio de Turismo mediante oficio dirigido a la autoridad correspondiente, adjuntando la documentación señalada en el artículo 21 del mismo Reglamento, y cualquier cambio o actualización futura del estatuto, directiva, ingreso y/o egreso de miembros, deberá ser comunicado para el registro correspondiente de acuerdo con los artículos subsiguientes.

Artículo 6.- Regístrese en el archivo de la Coordinación Zonal 5 del Ministerio de Turismo e infórmese a la Secretaría Nacional de Gestión de la Política, para el correspondiente registro en el Sistema de Registro Único de Organizaciones Sociales.

COMUNIQUESE:

Dado en la ciudad de Guayaquil, a 26 MAY 2015

Verónica Baquerizo Alaya
MGS. MARIA VERONICA BAQUERIZO ALAYA
COORDINADORA ZONAL 5

MVBA/CPV

Oficio Nro. MT-CZ5-2015-1724

Guayaquil, 05 de octubre de 2015

La directiva está conformada como se señala en el Acta de Asamblea General de Elección de la Primera Directiva Permanente de ASHOTPLAYAS, por el período comprendido entre el 10 de junio de 2015 a 09 de junio de 2017, con las siguientes personas naturales:

CARGO	NOMBRE
PRESIDENTA:	MARÍA ELSA VITERI ACAITURRI
VICEPRESIDENTE:	JOSÉ LUIS CHÁVEZ PLATÓN
SECRETARIA:	ROCÍO MORALES SAENZ DE VITERI
TESORERA:	DOLORES VÉLEZ HINOJOSA
VOCALES:	JUAN CARLOS PERRONE CORONEL, JOSÉ AROYO BOUTIN, LINA HIDALGO LEY

Con sentimientos de distinguida consideración.

Aientamiento,

Verónica Baquerizo A.
Mgs. María Verónica Baquerizo Alava
COORDINADORA ZONAL 5

dr/od