

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso:  
Hostal Rumbo al Sol.

**AUTORES:**

Iza Salazar, Andrea Alexandra  
Manzo Narváez, Carlos Eduardo

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA:**

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Iza Salazar, Andrea Alexandra y Manzo Narváez, Carlos Eduardo**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Iza Salazar, Andrea Alexandra**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **“Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol”** previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA**

---

**Iza Salazar, Andrea Alexandra**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Manzo Narváez, Carlos Eduardo**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol**” previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**EL AUTOR**

---

**Manzo Narváez, Carlos Eduardo**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y**  
**HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Iza Salazar, Andrea Alexandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA:**

---

**Iza Salazar, Andrea Alexandra**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Manzo Narváez, Carlos Eduardo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

**EL AUTOR:**

---

**Manzo Narváez, Carlos Eduardo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **“Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol”**, presentado por los estudiantes **Iza Salazar, Andrea Alexandra y Manzo Narváez, Carlos Eduardo**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**TUTORA**

## **Agradecimiento**

Quisiera agradecer a Dios por permitirme estar con vida y concederme la oportunidad de estar rodeada de hermosas personas que, a lo largo de este tiempo, me han convertido en una mejor persona.

Agradezco a mis padres y hermana por brindarme siempre sus conocimientos y apoyo incondicional porque me dieron la oportunidad de estudiar la carrera que me gusta.

A mis profesoras y tutora por ser un pilar fundamental para la realización y desarrollo de este proyecto.

Agradezco a Cecilia Latorre por guiarme en el mundo hotelero dentro del departamento de calidad, sin sus conocimientos y experiencia no habría podido inspirarme en escoger el tema de titulación. Jamás olvidaré mis pasantías a su lado.

Agradezco a Paulo por apoyarme en cada momento de dificultad y fragilidad durante todo este tiempo. Pero sobre todo agradezco a mi compañero de tesis y amigos de clase por su colaboración, desempeño y dedicación y paciencia. Espero nunca perder contacto porque personas como ustedes, no se encuentran fácilmente.

**Andrea Alexandra Iza Salazar**

## **Agradecimiento**

Primero, quiero agradecer a Dios por permitirme estar con vida y tener la dicha de disfrutar a los seres que más amo. A mi familia en general, en especial a mi mamá por siempre confiar en mí y ser mi fan número uno en cualquier buena decisión que tome. Te debo la vida madre mía.

A cada uno de mis compañeros y amigos de universidad que me dejan con el más maravilloso recuerdo su “amistad”.

A mi amiga, compañera de tesis que me ha brindado su apoyo incondicional durante esta travesía.

A mi tutora que me ha brindado las pautas necesarias para llevar a cabo este proyecto.

Con todo mi corazón, agradezco a cada uno de ustedes por hacer de mí un mejor ser humano.

**Carlos Eduardo Manzo Narváez**

## **Dedicatoria**

Todo mi esfuerzo se lo dedico a mis padres y a Dios, porque sin ellos no  
sería nadie.

**Andrea Alexandra Iza Salazar**

## **Dedicatoria**

A papito Dios por permitirme estar en estos momentos de la vida, en el cual sonreír no cuesta nada. Todo el esfuerzo se lo dedico a mis dos madres, mi mamá Karina que ha dado todo para verme triunfar en la vida y a mi angelito Lidia que desde el cielo me está diciendo lo lograste. Mi mami Karina, gracias por ser mi apoyo incondicional y espero poder lograr más objetivos juntos. A mi papá Eduardo por direccionarme cada día y decir que yo puedo lograrlo todo. A mi hermano que es mi gemelo solo que delgado. A mi tía Matilde por ser como mi tercera madre, siempre corrigiendo mis errores y enseñándome que lo mejor de un ser humano son sus valores. A mi Gabriela querida por estar ahí siempre, espero poder cumplir más metas juntos. A todos mis amigos que compartieron conocimientos y sobre todo maravillosos momentos compartiendo junto a mí, lo que jamás retorna su “tiempo”. A mi compañera, amiga de tesis que ha compartido su familia, conocimientos y tiempo durante toda esta travesía.

**Carlos Eduardo Manzo Narváez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**  
TUTORA

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

---

**Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

---

**Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Iza Salazar, Andrea Alexandra	
Manzo Narváez, Carlos Eduardo	

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

TUTORA

## Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento del problema .....	4
Formulación del problema .....	5
Pregunta de investigación .....	5
Justificación.....	5
Objetivos .....	6
Objetivo general. ....	6
Objetivos específicos. ....	6
Hipótesis de la investigación.....	7
Variables .....	7
Limitación de la Investigación .....	7
Delimitación de la Investigación.....	7
Capítulo I: Fundamentación Teórica.....	8
Marco Conceptual .....	8
Amenities. ....	8
Área de uso común.....	8
Calidad. ....	8
Check in. ....	9
Check out. ....	9
Cliente externo. ....	9
Cliente interno.....	10
Hostal. ....	10
HotelQual. ....	10
Huésped.....	11
Procedimientos.....	11
Procesos. ....	11
ServQual.....	11
Turismo. ....	11
Turismo de sol y playa. ....	11
Marco Teórico.....	12
Teoría de la trilogía de la calidad según Juran. ....	12

Teoría de las necesidades.....	14
Teoría de la mejora continua.....	16
Teoría de la no confirmación de expectativas.....	17
Modelo de medición de la calidad según escala ServQual .....	17
Modelo de medición de la calidad según escala HotelQual.....	18
Marco Referencial.....	22
Aplicación de la teoría de Crosby para analizar la calidad de los servicios del sector hotelero en el cantón Milagro.....	22
Análisis de calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique, para implementación de un plan de capacitación.....	23
Aplicación del modelo HotelQual y ciclo de mejora continua para analizar y proponer un plan de mejora sobre la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil. ....	23
Principios de la gestión de la calidad. ....	24
Q de calidad.....	25
Marco Legal .....	25
Ley de turismo.....	25
Reglamento de alojamiento turístico.....	26
Protección al consumidor de servicios turísticos. ....	27
Reglamento general de la ley de turismo. ....	28
Capítulo II: Análisis Situacional .....	29
Capítulo III: Marco Metodológico .....	34
Diseño de la Investigación .....	34
Tipo y enfoque de la investigación .....	34
Alcance.....	34
Muestreo y población.....	35
Técnicas y herramientas de recolección de datos .....	35
Capítulo IV: Análisis del Nivel de Satisfacción de los Visitantes.....	39
Explicación de los aspectos a evaluar en las dimensiones del Modelo HotelQual	39
Análisis de la entrevista a la administradora del Hostal Rumbo al Sol .....	40
Análisis de la ficha de observación realizada en el Hostal Rumbo al Sol .....	41
Análisis de las encuestas realizadas a los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol.....	42
Comparación de las tres dimensiones del Modelo HotelQual .....	47
Capítulo V: Diseño de una Propuesta de Mejora de la Satisfacción.....	49

Manual de procedimientos para el Hostal Rumbo al Sol.....	50
Misión del Hostal Rumbo al Sol.....	52
Visión del Hostal Rumbo al Sol.....	52
Objetivo del Manual.....	52
Introducción .....	52
Manual de Estándares Básicos .....	53
Presentación personal.....	53
Uniformes.....	54
Cortesía y atención.....	54
Manejo de llamadas telefónicas.....	54
Manual de Procedimientos.....	55
Atender reserva de habitación mediante llamada telefónica.....	55
Entrega de amenities.....	58
Check out.....	59
Resolución de problemas.....	60
Revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo.....	62
Recomendaciones.....	65
Uniformes.....	65
Amenities.....	65
Check out.....	65
Botiquín de primeros auxilios.....	65
Limpieza.....	66
Sistema de Evaluación y Medición.....	67
Modelo De Evaluación A.....	68
Modelo de Evaluación B1.....	71
Modelo de Evaluación B2.....	72
Modelo de Evaluación B3.....	73
Modelo de Evaluación C1.....	74
Modelo de Evaluación C2.....	75
Modelo de Evaluación C3.....	76
Conclusiones .....	77
Recomendaciones.....	78
Referencias.....	80
Apéndices.....	87

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Variables del cuestionario de la escala HotelQual</i> .....	19
Tabla 2 <i>Dimensiones de la escala HotelQual</i> .....	37
Tabla 3 <i>Perfil del visitante del Hostal Rumbo al Sol</i> .....	43
Tabla 4 <i>Respuestas menos favorables de la dimensión Personal</i> .....	45

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> La trilogía de Juran .....	13
<i>Figura 2.</i> Pirámide de Maslow.....	15
<i>Figura 3.</i> Ciclo de Deming .....	16
<i>Figura 4.</i> 14 Pasos para una mejora continua según Crosby .....	20
<i>Figura 5.</i> Mapa de ubicación del Hostal Rumbo al Sol.....	29
<i>Figura 6.</i> FODA de la situación actual del Hostal Rumbo al Sol.....	30
<i>Figura 7.</i> Recepción del Hostal Rumbo al Sol .....	31
<i>Figura 8.</i> Área de descanso y comedor del Hostal .....	32
<i>Figura 9.</i> Habitación del Hostal Rumbo al Sol.....	32
<i>Figura 10.</i> Área del parqueo del Hostal Rumbo al Sol.....	33
<i>Figura 11.</i> Área de lavandería .....	33
<i>Figura 12.</i> Ciudad de residencia de los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol.....	43
<i>Figura 13.</i> Resultado de la dimensión personal.....	44
<i>Figura 14.</i> Resultado de la dimensión Instalaciones .....	46
<i>Figura 15.</i> Resultado de la dimensión Organización.....	47
<i>Figura 16.</i> Comparación de las dimensiones del Modelo HotelQual.....	48
<i>Figura 17.</i> Diagrama de flujo: Atender reserva de una habitación por medio de una llamada telefónica. ....	56
<i>Figura 18.</i> Diagrama de flujo: check in. ....	57
<i>Figura 19.</i> Diagrama de flujo: Entrega de amenities. ....	58
<i>Figura 20.</i> Diagrama de flujo: Check out. ....	59
<i>Figura 21.</i> Diagrama de flujo: Entrega de objeto olvidado. ....	60
<i>Figura 22.</i> Ficha de objetos olvidados.....	61
<i>Figura 23.</i> Diagrama de flujo: Tratamiento de quejas.....	61
<i>Figura 24.</i> Modelo de ficha de registro de quejas. ....	62
<i>Figura 25.</i> Diagrama de flujo: Proceso de revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo.....	63
<i>Figura 26.</i> Modelo de ficha de mantenimiento de equipos. ....	64

## Índice de Apéndices

Apéndice A. Modelo de entrevista.....	87
Apéndice B. Modelo de encuesta.....	89
Apéndice C. Modelo de encuesta en inglés .....	90
Apéndice D. Modelo de ficha de observación directa .....	91
Apéndice E. Respuesta de la entrevista dirigida a la gerente y/o administradora del Hostal Rumbo al Sol .....	94
Apéndice F. Resultado de la ficha de observación directa para evaluar el Hostal Rumbo al Sol.....	97
Apéndice G. Fotografías del exterior del Hostal Rumbo al Sol y actividades realizadas.....	100

## **Resumen**

Este proyecto de titulación tiene como objetivo primordial proponer un plan de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas para incrementar el nivel de aceptación de los visitantes, se basó en el modelo HotelQual dirigido al Hostel “Rumbo al Sol”, el cual se centra en la calidad de alojamiento. Para empezar la recolección de datos, se utilizó como herramienta principal el modelo de encuesta basado en la escala HotelQual, la cual tiene 20 variables que ayudan a conocer la opinión del huésped midiendo la calidad entre las expectativas y el rendimiento en que se ofertan los servicios hoteleros. En efecto, para la obtención de información adicional para este proyecto, se realizó una entrevista dirigida a la administradora del hostel y una ficha de observación ingresada por los autores durante diferentes períodos de tiempo. Para concluir, se diseñó un manual de procedimientos del Hostel Rumbo al Sol, identificando cuales fueron los inconvenientes encontrados según las encuestas, para que el personal pueda guiarse y seguir cada uno de los puntos del mismo. Este manual servirá para que futuros empleados tengan de donde partir para realizar sus funciones dentro de la institución y adelantarse a futuras complicaciones dentro del mismo.

**Palabras Claves:** Calidad, HotelQual, Hostel, Personal, Plan de mejora, Procedimientos

## **Abstract**

The main purpose of the present project is to propose a plan to improve the satisfaction of the clients of a third-category hostel in the General Canton of Villamil Playas to increase the level of acceptance of visitors, based on the HotelQual model to the Hostel "Rumbo al Sol", which evaluates the quality with 3 dimensions which are: personnel, facilities and operation, and organization. To start the data collection, the survey model based on the HotelQual scale was used as the main tool, which has 20 variables that help to know the opinion of guest by measuring the quality between the expectations and the performance in which the services are offered. In fact, in order to obtain additional information, an interview was conducted for the hostel manager and an observation form filled out by the authors during different periods of time. To conclude, a manual of procedures of the Hostel "Rumbo al Sol" was designed, identifying which were the disadvantages found according to the surveys, so that the staff can be guided and follow each one of the points. This manual will serve to improve the quality of the establishment and future employees of the hostel will have where to begin to perform their functions within the institution and anticipate future complications within it.

**Keywords:** Quality, HotelQual, Hostel, Staff, Improvement plan, Procedures.

## **Introducción**

“Playas, el balneario que atrae el turismo con su clima y hospitalidad” (Sacoto, 2016). Este título pertenece a una publicación del periódico El Universo donde da a conocer las diferentes actividades como compra de vestimenta y artesanías, gastronomía, paseos, etc. que se pueden llevar a cabo en el balneario. Su título denomina que su población es hospitalaria, amable, con la habilidad de hacer sentir al turista en casa. La impresión que se lleven los turistas tanto de su gente como del lugar que visitan va a influir drásticamente en su opinión y es por ello que la calidad en el servicio debe estar siempre presente.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2017) “el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingreso de numerosos países en desarrollo” (p. 2). Para que el turismo sea un éxito, éste debe estar siempre acompañado de la calidad y del buen servicio.

La calidad no está sujeta a la apreciación personal, más bien se rige a través de normativas, reglamentos y procesos que deben ser seguidos minuciosamente para que el producto o servicio a ofrecer sea del agrado del usuario. En cambio el buen servicio es la manera de anticiparse a los requerimientos del usuario a través de las acciones.

El servicio brindado tanto en el mundo hotelero como en el turismo es de gran importancia; la opinión y satisfacción del cliente sobre su estadía se relacionan mucho con factores como su entorno, seguridad, servicio brindado, etc.; por ejemplo, si un hotel cuenta con restaurante dentro de su establecimiento o en sus cercanías, el huésped se verá en cierta manera complacido de la accesible y variada oferta gastronómica que tiene. Si la iluminación y guardianía es la adecuada, el huésped sentirá que se encuentra en un lugar seguro. En resumen, el cumplimiento de estos factores aporta de manera positiva al crecimiento del negocio debido a que se prolonga su estadía.

El presente trabajo trata de analizar la experiencia de los clientes, la atención y el servicio recibido; además de proponer una mejora de la misma en un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas.

## **Antecedentes**

El Cantón Playas está ubicado en la provincia del Guayas representando el 1.7% del territorio provincial. General Villamil, también conocido como Playas cuenta con una población de 41.9 mil habitantes de la cual el 48.9% corresponde a la Población Económicamente Activa. Entre sus principales actividades que generan mayor ingreso se encuentran las de alojamiento y de servicios de comidas con 8.9% (SENPLADES, 2014).

Conocido también como el destino con el segundo mejor clima del mundo, Playas permite a las personas buscar un nuevo ambiente para explorar y llevarse nuevas experiencias. Dentro de este balneario su oferta hotelera con respecto a los hostales de tercera categoría es escasa, contando con un número aproximado de 17 de acuerdo al consolidado nacional del 2016.

A pesar de encontrarse el turismo en el segundo lugar de sus principales actividades económicas después del comercio, Playas es una de las principales opciones de los turistas a visitar puesto que posee varias áreas naturales con 14 km de playa, una variada gastronomía y la posibilidad de realizar diferentes actividades como conocer el sendero acuático, el Arenal, fotografiar aves, realizar deportes acuáticos en Engabao, etc. Teniendo en cuenta las diferentes actividades que se pueden realizar en este destino se podría pensar que sus ingresos representan un alto porcentaje para el cantón y que dependen en gran medida del turismo; sin embargo, la realidad es otra. Según la SENPLADES (2014), dentro de las actividades de alojamiento su porcentaje de establecimientos es del 23.7%, 22% de personal ocupado y sus ingresos por ventas son del 8.9%.

## **Planteamiento del problema**

Un negocio hotelero no puede depender siempre de factores como la época del año, de la cantidad de turistas que llegan o su porcentaje de ocupación para darle importancia a lo que ofrece. El servicio a brindar y por el cual el turista está pagando debe estar siempre a la altura de lo que se le muestre y que cumpla con sus expectativas. Los hostales de tercera categoría de Playas ofertan diferentes tarifas que oscilan entre los 12 a 50 dólares con un servicio y atención no siempre favorables.

Todo negocio hotelero sin importar su categoría debe de ofrecer un buen servicio para mejorar así su ocupación hotelera, reconocimiento y mejor publicidad. Al ser pequeños establecimientos de hospedaje, su personal y sus servicios son también reducidos; sin embargo, esto no es excusa para que el servicio brindado no sea de buena calidad. El personal y administrador del establecimiento deben ser partícipes en la tarea de brindar una buena atención, utilizar y aprovechar los recursos de manera adecuada estando más pendientes de las necesidades o problemas que aparezcan. Es decir, el cliente interno debe tener capacidad de respuesta y facilidad de contacto para afrontar los diferentes tipos de situaciones que se presenten tanto sean favorables o no.

La baja calidad en el servicio brindado en los hostales es provocada por varias causas como:

- Personal poco capacitado.
- Personal desmotivado o desinteresado, ofrecen un servicio al cliente no satisfactorio.
- Infraestructura descuidada.

Debido a estas causas se crean consecuencias como pérdida de clientes, transmisión de una mala imagen del hostel, desconfianza en el servicio, incremento del número de quejas y disminución de la satisfacción que se lleva el turista.

## **Formulación del problema**

¿Cómo se relacionan los niveles de satisfacción de los turistas con respecto a la imagen y experiencia dentro del hostel y el balneario durante su estadía?

## **Pregunta de investigación**

¿Cómo incide en el huésped la actual atención y servicio ofertado durante su estadía en el Hostel Rumbo al Sol?

¿El servicio recibido es el adecuado según el precio de hospedaje cancelado en el Hostel Rumbo al Sol?

¿La calidad del servicio, la anticipación a las necesidades y la oportuna solución de inconvenientes generan satisfacción al turista dentro del hostel?

¿De qué manera un sistema de aseguramiento de la calidad puede mejorar la ocupación del Hostel Rumbo al Sol?

## **Justificación**

Durante los diferentes feriados nacionales Playas ha recibido turistas de diferentes lugares como Durán, Guayaquil, Cuenca, etc. que buscan alojarse en diferentes hoteles u hostales para alargar y disfrutar sus vacaciones. Playas ofrece una diversa gama de opciones para hospedarse de las cuales entre ellas se encuentran los hostales de primera, segunda y tercera categoría donde el turista puede pagar a un precio cómodo su derecho de estadía.

El turista al buscar hospedarse en un lugar que sea limpio, cómodo, seguro y a buen precio decide optar por los hostales. Es importante recordar que un hostel es “todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones” (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2015, p.7). Sin embargo, muchos de estos hostales no brindan una experiencia totalmente agradable debido a la insegura e inadecuada infraestructura, la mala atención brindada del personal, etc.

La calidad en el servicio que se brinda al turista es de suma importancia debido a que refleja el éxito y la imagen del establecimiento. Si un turista es mal atendido o se lleva consigo una mala experiencia tendrá como efecto varias consecuencias negativas tanto para el hostel como para el lugar, siendo en este caso Playas. Gracias a la facilidad del internet, el turista puede publicar la realidad de las instalaciones y emitir comentarios negativos del mismo generando desmotivaciones futuras de personas que desearían ir a Playas u hospedarse por un breve momento.

Diseñar una propuesta de mejora de satisfacción de los clientes permitiría determinar cuáles son los puntos fuertes y las fallas que se están llevando a cabo en los hostales de Playas de Villamil para lograr incrementar la posibilidad de brindar un servicio de calidad y el turista se lleve consigo una buena imagen y experiencia, generando a futuro un mayor ingreso de turistas.

Lo mencionado se llevaría a cabo a través de una herramienta de análisis y encuestas que contengan variables como: nivel de satisfacción del servicio brindado por el recepcionista, comodidad y limpieza de la habitación, estado de los equipos, orientación del personal referente a dudas, etc. lo cual ayudaría a identificar la actual situación de un hostel de tercera categoría del Cantón Playas, estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol y conocer si su actual servicio es el adecuado para incrementar la ocupación hotelera.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Proponer un plan de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas para incrementar el nivel de aceptación de los visitantes.

### **Objetivos específicos.**

Analizar las diferentes teorías expuestas mediante la revisión de literatura, para identificar el instrumento de medición adecuado para la investigación.

Analizar el nivel de satisfacción de los visitantes que acuden al hostel para determinar áreas potenciales de mejora.

Diseñar una propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas para incrementar el nivel de aceptación de los visitantes.

### **Hipótesis de la investigación**

Los niveles de satisfacción de los turistas que acuden al hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas son por debajo del mínimo requerido.

### **Variables**

Variable dependiente: Niveles de satisfacción de los turistas

Variable Independiente: Hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas.

### **Limitación de la Investigación**

Adecuarse a la disposición o la disponibilidad de tiempo de las personas encargadas del hostel, además de contar con un periodo de tiempo limitado para la realización de la recolección de información a través de las encuestas, sin dejar a un lado el objetivo de obtener datos de los huéspedes importunando lo menos posible para evitar inconvenientes. Realizar la investigación y visitar el lugar lo cual significa un viaje de dos horas hacia el hostel para poder hacer las tareas requeridas debido a la lejanía a la ciudad de Guayaquil.

### **Delimitación de la Investigación**

Para efectos del presente trabajo de investigación se eligió como unidad de estudio al Hostel Rumbo al Sol, establecimiento de tercera categoría ubicado en Av. Paquisha y calle 8 (Playas – General Villamil). El objetivo de esta investigación es proponer un plan de mejora de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas para incrementar el nivel de aceptación de los visitantes. Cabe recalcar que el análisis y la propuesta de mejora de la satisfacción al cliente, va dirigida solamente al hostel mencionado, sin embargo, puede funcionar como herramienta de apoyo para otros establecimientos de alojamiento de la misma categoría.

## Capítulo I: Fundamentación Teórica

### Marco Conceptual

**Amenities.** Son aquellos artículos que se obsequian al huésped para que los utilice durante su estancia en el hotel por ejemplo jabones, toallas, shampoos (Hostelpro, 2018, p. 72).

**Área de uso común.** Las áreas de uso común normalmente se encuentran en establecimientos de alojamiento, estos espacios son creados para recrear a los huéspedes, en el cual llevan a un momento de relajación o distracción a las personas que lo utilizan.

De acuerdo con el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), se lo conoce como “la superficie construida de un establecimiento de alojamiento turístico que provee de servicios generales al inmueble, tales como vestíbulo principal, cuartos de baño, y aseos comunes, entre otros.” (p. 3).

El reglamento manifiesta que esta área posee como mínimo cuartos de baño y aseo comunes, con la finalidad de que el huésped se sienta cómodo y no retorne hasta su habitación.

**Calidad.** Crosby menciona que la calidad trata de promover el deseo de hacer las actividades bien a la primera vez, de esta forma las personas realizan las actividades de manera eficiente, llegando a su objetivo planteado con el menor uso de recursos (Resoagli, 2015).

La Real Academia Española (2018) define a la calidad como la adecuación de un producto o servicio a las características especiales requeridas por el turista.

Deming (como se citó en Escobar y Mosquera, 2013) manifiesta que “la calidad no es más que una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua” (p. 210). Esto quiere decir que los clientes internos deben identificar los mínimos errores que llegaran a cometer, para así corregirlos y los clientes externos obtengan productos de calidad. Como conclusión, la calidad hace referencia a la satisfacción y anticipación a las necesidades de los clientes internos y externos de una empresa.

**Check in.** Es el proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Se realiza en recepción a la llegada del cliente donde se registran sus datos personales, se le asigna un número de habitación y se hace entrega de la llave. (Operadora Turística Corporativa, 2014, p. 16)

Es un procedimiento por el que una persona que va a disfrutar de un servicio (un viaje en avión o tren, o la estancia en un hotel) se identifica ante el personal de la empresa que va a prestarle el servicio con su título de transporte y se le adjudica una plaza al tiempo que se registran sus datos. (Consumoteca, 2010, p. 1)

Otra definición es el procedimiento de registrar, sea en un hotel o aerolínea, al cliente para su vuelo u hospedaje (Business Dictionary, 2018). En conclusión, el procedimiento del check-in es importante debido a que cada establecimiento turístico debe de tener la información básica de su cliente para llenar su base de datos y localizarlo en caso de ser necesario.

**Check out.** “Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos” (Operadora Turística Corporativa, 2014, p. 17).

**Cliente externo.** “Es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad” (Ameca, 2014, p. 12). Es decir, es aquella persona que acude a un establecimiento para que sus necesidades sean satisfechas.

Núñez (2011) lo define como “toda persona, grupo o entidad que no se encuentra subordinada administrativa ni metodológicamente a la misma gerencia que la entidad de información, o que, teniendo alguna de las subordinaciones aludida, tiene una entidad intermedia de información.” (p. 111). Uceda (2013) comenta como:

Las personas por las que la empresa tiene razón de ser, por lo general, compran los productos y los servicios a la misma; las necesidades que pretenden satisfacer el cliente externo acuden a la organización a satisfacer una necesidad fácilmente identificable una buena atención y un producto de calidad. (p. 24-25)

**Cliente interno.** “Es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso.” (Ameca, 2014, p. 5). Es decir, son los trabajadores dentro de una organización.

Según Núñez (2011) define como “toda persona grupo o entidad, que se encuentra subordinada administrativa o metodológicamente a la misma gerencia que la entidad de la información y que no tiene una entidad intermedia de información.” (p. 111). Ruizalba (2013) “aclara el concepto de cliente interno refiriéndose a los empleados y considerando a la empresa como un proveedor de servicios hacia el empleado” (p. 74). Mientras que Pietro y Villa (2011) mencionan a los clientes internos, como aquellos trabajadores que laboran dentro de la empresa, es decir, son todos y cada uno de los colaboradores directos que conforman la cadena interna y unos dependen de otros, total o parcialmente para realizar el trabajo (p. 88).

**Hostal.** Establecimientos pequeños de alojamiento ubicados en ciudades de baja densidad poblacional, donde se ofrecen servicios de comidas (Di Muro, 2007).

Artze y Escalante (como se citó en Granda, 2016) definen al hostal como un establecimiento de alojamiento turístico, que brinda servicios gastronómicos y complementarios, acompañado de un trato personalizado.

“Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación, cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones” (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2015, p.7).

**HotelQual.** Collados (2017), menciona que el modelo HotelQual ayuda en el estudio del comportamiento de los huéspedes y con esto medir la calidad por los servicios recibidos en el área de alojamiento, para medir dicha calidad se debe tomar en consideración tres grandes dimensiones: organización del servicio, evaluación del personal y evaluación de las instalaciones.

Ballestas, Gonzáles y Gutiérrez (2012), mencionan que el modelo HotelQual, es un modelo que toma como referencia el modelo ServQual, para ser utilizado netamente en el sector hotelero y se califica la percepción de los huéspedes dentro de las instalaciones de alojamiento.

**Huésped.** El Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) indica lo siguiente: “turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.” (p. 5). En palabras más resumidas es la persona que pasa la noche en un establecimiento de alojamiento ya sea por motivos de trabajo o de ocio.

**Procedimientos.** Según Melinkoff (1990, p. 28) menciona que los procedimientos se basan en especificar cada una de las tareas dentro del trabajo, con esto se garantiza la disminución de fallos.

**Procesos.** Echandía (1985, p. 155) define al proceso como un grupo de actividades planificadas que implican la intervención de recursos materiales y humanos debidamente relacionados para conseguir un resultado que fue anteriormente reconocido.

**ServQual.** El modelo ServQual, permite determinar las percepciones más relevantes en los clientes en relación con sus expectativas, se puede identificar fortalezas y debilidades; lo cual ayuda de forma positiva y se puede mejorar en la toma de decisiones (Gadotti, S. J.; França, A., 2009). El modelo ServQual dentro de la calidad del servicio, es el método a seguir para un completo enfoque en la mejora de calidad del servicio y con esto reducir las discrepancias que suelen presentarse dentro del proceso (Aiteco consultores, sf).

**Turismo.** Según la Organización Mundial de Turismo (2007), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (p. 1)

**Turismo de sol y playa.** De acuerdo a la Convención de Turismo de Cuba “el turismo de sol y playa es considerado como aquel en el cual el turista, nacional o

extranjero, disfruta del mar en su plenitud y a la vez realiza otras actividades complementarias dentro del mismo.” (Citado en Vélez, Godoy y Vélez, 2017, p. 34).

## **Marco Teórico**

De acuerdo a Porta (2014) en su monografía afirma lo siguiente: “La calidad es la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, a un precio igual o menor del que ellos le asignan al producto o servicio tomando como parámetro el valor percibido” (p 33).

Dentro de un establecimiento hotelero, el cliente es la persona indicada para evaluar, en base a sus experiencias, si el servicio o producto consumido ha cumplido con sus expectativas y va de acuerdo al precio pagado, es quien determina si sus necesidades han sido satisfechas, brindar sugerencias u opiniones basadas en hechos reales. El personal debe estar siempre dispuesto en brindar el mejor servicio, ser cortés y atento a las necesidades y dudas que tengan los clientes. Aquella persona que recibe a los huéspedes en el establecimiento será la primera impresión que se llevará consigo el turista sobre el personal y la atención del lugar.

**Teoría de la trilogía de la calidad según Juran.** Joseph M. Juran (como se citó en Guerra y Quijada, 2010) relacionaba a la calidad con el “rendimiento del producto que da como resultado la satisfacción del cliente” y como la “libertad de deficiencias en el producto, que evita la falta de satisfacción del cliente” (p 47). Para una correcta gestión de calidad, Juran propuso tres acciones también conocidas como la trilogía de la calidad. Sus componentes son la planificación, el control y la mejora de la calidad.

El primer proceso llamado planificación de la calidad se basa en desarrollar lo que el cliente desea, sea tanto un servicio como producto con el objetivo de lograr ganancias y reconocimiento. Se debe en primer lugar conocer al cliente interno y externo, cuáles son sus necesidades y expectativas para con ello lograr un mejor proceso de creación de los productos o servicios.

Juran estableció nueve pasos importantes a considerar para planear de manera efectiva la calidad, estos pasos son: (a) identificar quien es el cliente, (b) determinar sus necesidades (de los clientes), (c) traducir las necesidades al lenguaje de la empresa, (d) desarrollar un producto que pueda responder a esas necesidades, (e) optimizar el producto, de manera que cumpla con la empresa y con el cliente, (f) desarrollar un proceso que pueda producir el producto, (g) optimizar dicho proceso, (h) probar que ese proceso pueda producir el producto en condiciones normales de operación, (i) transferir el proceso a operación. (Rojas, 2003, p. 16)

Priorizar la calidad de servicios y productos es lo que todo empleado y dueño de negocio debe tener en mente. Si no se lleva a cabo una correcta planificación de calidad como consecuencia, sea a corto o largo plazo, se mostrarán errores y pérdidas para el negocio. Los errores se originan por tres aspectos como las pérdidas en las ventas, costos por mala calidad y amenazas a la sociedad, es decir que la sociedad llegue a desconfiar del servicio o producto que se esté ofertando.



**Figura 1.** La trilogía de Juran

**Tomado de:** Juran, J. M. (1990). Juran y la planificación para la calidad. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Estos tres aspectos pueden provocar el aumento de quejas y pérdidas monetarias, desconfianza, desinterés, etc. que influyen a la desaparición del negocio. Para evitar pérdidas es importante que todos los integrantes de la empresa tengan en claro la importancia de la calidad y el trabajo en equipo.

La segunda acción es el control de calidad, dentro de la cual se llevan a cabo los estándares de calidad para la inspección. La tercera acción es la mejora de nivel de la

calidad, una vez detectados los errores se busca conocer su origen para establecer medidas de mejora; es decir si se desea eliminar de manera efectiva un problema hay que combatirlo desde la raíz en lugar de buscar la solución a cada inconveniente que aparezca con el tiempo.

Juran a través de un ejemplo resume la importancia de su teoría de la siguiente manera:

Se encuentra una respuesta en términos corrientes en el caso del gerente que está completamente rodeado de caimanes. Se pone a matar caimanes, uno a uno - —una versión sáurica de la mejora proyecto a proyecto—. Pero nunca llega al final, porque más y más caimanes siguen saliendo del pantano. La solución final es desecar el pantano. En esa analogía, mejorar proyecto a proyecto es lo mismo que sacrificar los caimanes uno a uno. El nuevo enfoque de la planificación de la calidad es desecar el pantano. (Juran, 1990, p. 11)

La finalidad de la trilogía de Juran es de llegar a tener un conocimiento inicial de lo que se va a ofertar, asegurarse que cumpla con las exigencias y necesidades del consumidor; y por último realizar un seguimiento y mejora en caso de necesitarlo. Aunque superficialmente todo marche en orden es siempre importante dedicar un tiempo para llevar a cabo algún control de aseguramiento de calidad y consecuentemente mejorar el nivel de satisfacción.

**Teoría de las necesidades.** “Definitivamente si no hay calidad primero, la productividad no puede ser una buena consecuencia. La calidad es una función exclusiva de ejercer por la persona. Y ese ejercicio es simplemente una condición mental, es decir una actitud.” (Zavala, 2005, p. 20). Esta cita enfatiza un hecho importante que toda persona debe de entender; sin calidad ni esfuerzo no habrán resultados positivos.

La teoría de las necesidades, también conocida como la pirámide de Maslow, permite conocer cuáles son las necesidades que deben ser cubiertas en primer lugar.

El autor dio a conocer su teoría en 1943 con una pirámide donde en 5 niveles manifiesta las necesidades de las personas a medida que éstas van siendo alcanzadas. Los cinco niveles, empezando por la base, están divididas en: Necesidades básicas, de seguridad, afiliación o sociales, de estima o reconocimiento, y de autorrealización.



**Figura 2.** Pirámide de Maslow

**Tomado de:** Martín, J. (2017, 15 de agosto). Las necesidades de Maslow.

De acuerdo a lo citado por Martín (2017), Maslow quien es considerado como el padre de la psicología humanista, tenía la filosofía de que todo ser humano busca alcanzar la autorrealización, que sus impulsos persiguen objetivos jerarquizados. Dentro de las necesidades fisiológicas se encuentran las necesidades de descanso, alimentación; y en las necesidades de seguridad están la seguridad física, de salud y de recursos. Estas necesidades esenciales son aquellas que los establecimientos de hospedaje ofertan con su producto y servicio.

Aquel turista que desee pasar sus vacaciones en algún lugar y decide hospedarse en un hostal va a esperar que tanto sus necesidades físicas como de salud sean satisfechas de la mejor manera. El huésped espera que todo lo que el hostal le oferte se encuentre en las mejores condiciones y no sea una publicidad engañosa. Cuando los dos primeros niveles han sido satisfechos durante su estadía, el turista desarrollará una necesidad de afiliación donde se relacionará de manera afectiva con el personal y/o establecimiento.

La necesidad de afiliación es aquella relacionada con lo emocional y lo social. “Las personas buscan estar integradas en la sociedad, mantener buenas relaciones con las personas que le rodean y sentirse parte de un grupo.” (Randstad, 2016, p. 7). En algunos hoteles de primera categoría, apoyándose con el sistema de reservas, saludan tanto en el check-in, check-out como en las diferentes áreas comunes al

huésped por su apellido y le preguntan sobre su experiencia durante su estadía. Este aspecto genera en los huéspedes un vínculo de confianza, de fidelidad con la empresa. Los hostales de tercera categoría a pesar de contar con un registro manual podrían considerar llevar a cabo lo mencionado; si se comprometieran en preguntarle al huésped sus opiniones y experiencia durante su estadía, el personal del hostel tendría un mayor conocimiento de lo que sucede.

**Teoría de la mejora continua.** La teoría de la mejora continua se desarrolla de acuerdo al círculo de Deming también llamado como el ciclo PDCA, el cual está compuesto por cuatro fases que se repiten constantemente entre sí. Este esquema resume la manera en cómo una organización debe de funcionar, planificar sus objetivos, ponerlos en prácticas, conocer las fallas y buscar la solución (Cajal, 2018). Realizar inversiones o mejoras en la calidad genera disminución de errores, demoras y pérdidas monetarias.



**Figura 3.** Ciclo de Deming

**Tomado de:** Cajal, A. (2018). Williams Edwards Deming: Biografía, Principios de la Calidad, Aportes. (Lectura en línea).

Según lo citado por Jimeno (2013), dentro del ciclo planificar se debe de proyectar las actividades que deben y necesitan ser mejoradas, esto se puede realizar mediante la escucha de las opiniones de los clientes internos y externos, la necesidad de mantenimiento de algún equipo, etc. Para ello hay que identificar el proceso que se quiere mejorar, recopilar y analizar aquellos datos, generar objetivos y las actividades que se deben de llevar a cabo para alcanzarlos.

En la etapa hacer se ejecutan las actividades planeadas en el primer ciclo junto con un control de seguimiento para asegurarse que todo esté en orden. Los datos obtenidos servirán para la siguiente etapa de verificar, la cual tras un periodo de prueba se analizan los datos obtenidos permitiendo conocer las fallas (Jimeno, 2013). Por último, en la etapa actuar se estudian y comparan los resultados obtenidos; si los resultados fueron positivos estos se los llevaría a cabo, caso contrario se debe decidir entre realizar o no cambios para volver a la primera etapa.

En su estudio, Pardo y Mendoza (2011) concluyen la importancia de realizar un seguimiento de calidad y la participación de la compañía:

Por lo tanto, un procedimiento de calidad es un acercamiento organizativo al progreso continuo en el área de la eliminación de defectos. Es un procedimiento participativo, lo que significa que debe participar toda la compañía, incluyendo el nivel jerárquico más alto. (p. 13)

**Teoría de la no confirmación de expectativas.** Esta teoría explica cómo influyen las expectativas y experiencias que tiene el cliente con respecto a un producto o servicio para determinar si está satisfecho o no. De acuerdo a Shi, Holahan y Jurkat (como se citó en Hernández, 2011), cuando el producto o servicio supera las expectativas del cliente, da como resultado una no confirmación positiva o satisfacción; en cambio, si no supera sus expectativas ésta llega a ser una insatisfacción o no confirmación negativa. Esta teoría mide la calidad por medio de encuestas y cuestionario de preguntas. “Esta teoría se define como la respuesta del cliente a la evaluación de una discrepancia percibida entre la expectativa y el rendimiento real del producto o servicio, una vez que el mismo haya sido consumido” (Monar y Villa, 2018, p. 7).

**Modelo de medición de la calidad según escala ServQual.** Esta herramienta mide la percepción de la calidad de los usuarios con respecto a cualquier servicio, relacionando a la calidad con actitud, las expectativas y superioridad contra la satisfacción y percepciones (Monar y Villa, 2018). Está compuesta por cinco dimensiones determinando el servicio, de las cuales 22 afirmaciones son medidas como expectativas, es decir antes de recibir el servicio; y en cómo fueron percibidas,

entregada cuando el servicio ya ha sido consumido. Cada afirmación es medida de acuerdo a la escala de evaluación de Likert de 7 puntos siendo el 1 totalmente desacuerdo hasta el 7 totalmente de acuerdo.

La confianza, fiabilidad, responsabilidad, garantía y tangibilidad son las cinco dimensiones que, midiendo la diferencia entre el servicio percibido y el servicio brindado, buscan reflejar los resultados sobre la percepción de la calidad del servicio. Dentro de este modelo de medición, se busca reconocer la diferencia con respecto a la percepción de calidad que tienen los clientes y los dueños del negocio.

### **Modelo de medición de la calidad según escala HotelQual.**

HotelQual al igual que ServQual, busca medir la calidad de los servicios; sin embargo, este modelo se centra en la calidad de alojamiento. Los ítem que se utilizan para la medición nacen del modelo previamente mencionado, en lugar de ser 22 pasan a reducirse en 20 y ayudan a conocer la opinión del huésped midiendo la calidad entre las expectativas y el rendimiento. Dentro del sector de alojamiento el HotelQual mide y evalúa la calidad con 3 dimensiones las cuales son: el personal, las instalaciones y funcionamiento, y la organización. Según Collados (2017), dentro de la evaluación del personal se mide mayormente el grado de disposición por ayudar al huésped, la confianza y discreción. Dentro de la evaluación de instalaciones se mide el estado, seguridad y confort; por último en organización el consumidor evalúa la rapidez, y organización del personal.

Dentro de las tres dimensiones del modelo *HotelQual* se encuentran distribuidas las cinco dimensiones propuestas por el modelo *ServQual*. Con respecto a la primera dimensión del personal, se hallan componentes de capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. En la segunda dimensión de las instalaciones, se presenta la tangibilidad y una variable de seguridad. En la última dimensión acerca de la organización, se encuentran las variables correspondientes a capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía y seguridad. (Monar y Villa, 2018, p. 12)

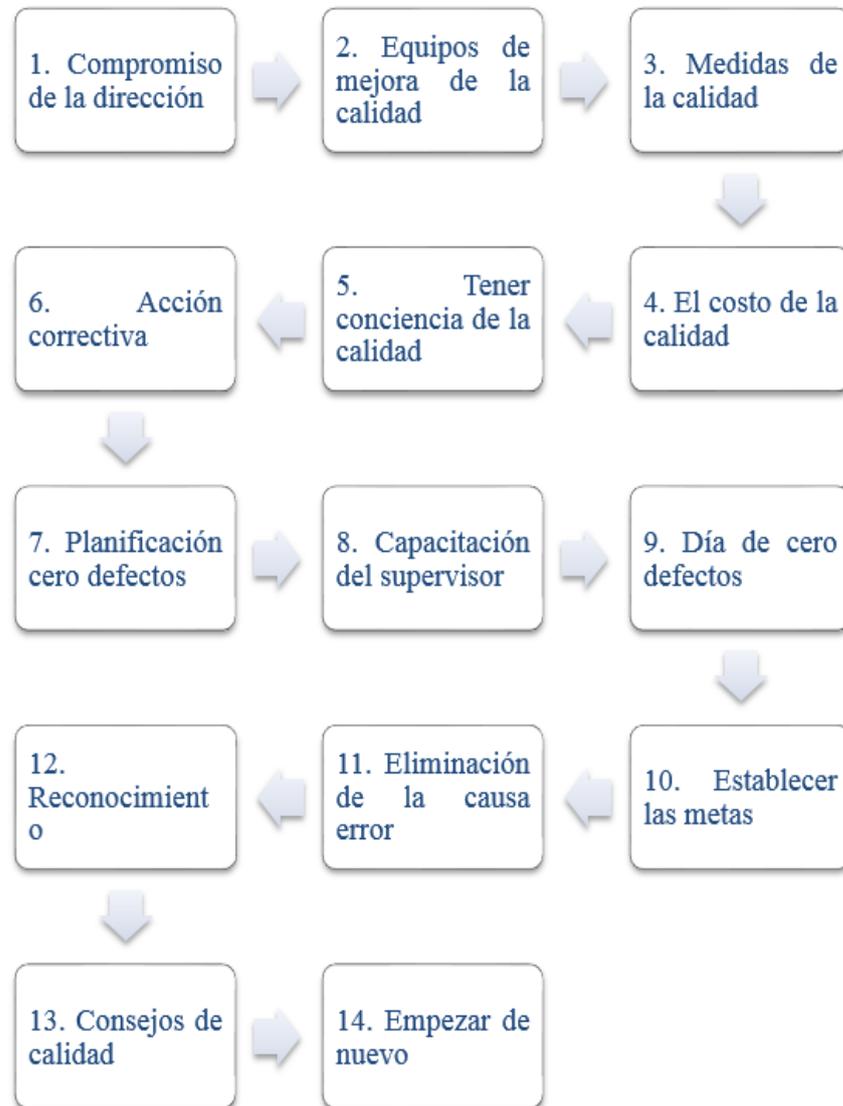
A continuación se muestra la Tabla 1 donde se incluyen los 20 ítems y las 3 dimensiones que se utilizan para medir la calidad de acuerdo al modelo HotelQual:

Tabla 1  
*Variables del cuestionario de la escala HotelQual*

Dimensiones	Variables a medir
Personal	1) El personal está dispuesto a ayudar a los clientes. 2) Los empleados se preocupan por resolver los problemas del cliente. 3) El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente. 4) El personal es competente y profesional. 5) Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. 6) El personal es de confianza, se puede confiar en ellos. 7) El personal tiene un aspecto limpio y aseado.
Instalaciones	8) Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables. 9) Las dependencias y equipamientos del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos...) están bien conservadas. 10) Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas). 11) Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad). 12) Las instalaciones están limpias.
Organización	13) Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente. 14) Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente. 15) Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir. 16) Los diferentes servicios funcionan con rapidez. 17) Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos. 18) Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente. 19) El cliente es lo más importante (lo primero son los intereses del cliente). 20) Se presta el servicio según las condiciones contratadas.

Nota. Tomado de Monar, S., y Villa, M. (2018). *Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios* (tesis de pregrado). Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

**Los 14 pasos para el mejoramiento de la calidad de Crosby.** Crosby dentro de su filosofía consideraba que para minimizar los errores lo primordial es prevenirlos, adoptar una actitud de apoyo, realizar cambios tanto en la cultura como en el entorno del lugar del trabajo y tomar fuertes decisiones. En la siguiente imagen se pueden visualizar los 14 pasos desarrollados por Crosby para una mejora continua y lograr cero defectos.



*Figura 4.* 14 Pasos para una mejora continua según Crosby

Los primeros siete pasos son primordiales para alcanzar el objetivo de mejorar la calidad, es decir, son la clave para que no existan obstáculos o problemas una vez que se esté llegando a la mejora de la calidad. Es esencial que, en el caso del hotel, el personal entienda la importancia de brindar un servicio y atención de calidad comprometiéndose con las tareas necesarias para realizar el cambio. Una vez entendido aquello, se debe continuar al siguiente paso, en el cual se forman equipos integrando a todo el personal del establecimiento o en el caso de existir mucho personal, contar solo con la participación de los representantes de cada departamento.

En el tercer paso es donde se consigue visualizar los efectos negativos y positivos del actual servicio que se esté brindando; estos se analizan por medio de las estadísticas y datos de quejas, porcentajes de ocupación, pérdidas, etc. siendo en el caso hotelero. Aquellos datos obtenidos permiten continuar al paso número 4 donde al ser analizados se llega a entender las razones y cuán perjudicial para la empresa son dichos resultados. Los pasos cinco, seis y siete permiten a la organización tener conciencia del coste de la no calidad, planificar sus objetivos y actividades para prevenir los errores (Alvarado y Rivas, 2006).

En el paso de capacitación del supervisor se enfatiza la importancia de capacitar al personal junto con su participación en el proceso de cambio y mejora. La jornada o día de cero defectos se basa en establecer una fecha dentro de la organización para conocer los avances y cambios que se han efectuado desde el momento que se decidió llevar a cabo una mejora en la calidad. Cada empleado debe de establecerse metas personales para lograr mejores cambios, reconocer y eliminar las causas de los problemas. El reconocimiento es crucial dentro del proceso debido a que motiva al personal una vez que haya alcanzado algún objetivo o meta; al igual que las reuniones para retroalimentarse de información, dudas y opiniones. El último paso no finaliza allí debido a que todo proyecto de mejora es un ciclo continuo del cual siempre se debe de estar pendiente.

## **Marco Referencial**

En varias investigaciones y proyectos de titulación se ha logrado evidenciar la importancia de la calidad en el servicio y la atención, de la satisfacción del cliente y cómo afecta al negocio hotelero. Para el presente proyecto se han elegido las siguientes referencias que aportan a la sustentación del mismo.

**Aplicación de la teoría de Crosby para analizar la calidad de los servicios del sector hotelero en el cantón Milagro.** La investigación realizada en el proyecto de titulación, a través de encuestas, sus autores identificaron el siguiente problema: “el sector hotelero del cantón Milagro no ofrece servicios de calidad a sus clientes”. (Suco y Moreira, 2013, p. 13). Su propuesta fue mejorar el servicio brindado por los hoteles a través de un plan de capacitación dirigido al personal hotelero puesto que cada vez la demanda es exigente.

Entre los objetivos a alcanzar de los autores fueron analizar la calidad de los servicios para conocer aquellos factores que están afectando una correcta atención y administración y cómo todo ello influye en la percepción y satisfacción de los clientes. Los resultados de las encuestas les permitieron llegar a las siguientes conclusiones:

- El 89% estaba de acuerdo que no existe calidad en el servicio hotelero.
- La población estaba de acuerdo en que los dueños y el personal debe de brindar y tener conocimiento de servicios de calidad.
- La población encuestada estuvo de acuerdo en la existencia de un control de los servicios de alojamiento.
- Concluyeron que la falta de capacitación de los empleados sí influye en la calidad del servicio brindado.
- La importancia de darle relevancia a las quejas, sugerencias e infraestructura.

Es decir, Suco y Moreira (2013) determinaron que no existe una correcta administración en los hoteles de Milagro, lo cual junto con la despreocupación por brindar capacitaciones y una adecuada infraestructura, las expectativas y necesidades de los turistas que se hospedan en los hoteles del cantón no llegan a ser alcanzadas de manera efectiva. Su plan de capacitación tuvo como misión “ser el camino del cambio, implantado nuevas estrategias para mejorar la calidad de los servicios que se brinda a los clientes (...)” (Suco y Moreira, 2013, p. 66).

Los autores establecieron un manual de funciones para cada cargo, un cronograma de actividades junto con los módulos para realizar las capacitaciones en los diferentes hoteles del cantón y un estado de resultados sobre la inversión del proyecto.

**Análisis de calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique, para implementación de un plan de capacitación.** Flores (2018) planteó un plan de capacitación para minimizar las falencias dentro de la calidad del servicio. Utilizó como métodos de investigación la observación y encuestas dirigidas a los huéspedes del hotel con el objetivo de obtener resultados para conocer la manera de aumentar los niveles de conocimiento de los clientes internos. De acuerdo a lo investigado por Flores (2018), el hotel donde se desarrolló el estudio muestra varias falencias en diferentes aspectos como desconocimiento de atención por parte del personal y la carencia de técnicas y destrezas en calidad de servicio.

El estudio tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio brindado para así conocer las falencias y brindar la capacitación, la cual es de suma importancia porque permite mejorar el rendimiento tanto económico como profesional. Las encuestas realizadas reflejaron que a pesar de contar con una buena infraestructura, la experiencia y expectativas de los huéspedes se ven opacadas por el servicio brindado puesto que consideraron que el personal no está apto en conocimientos ni destreza sobre la calidad y no priorizan la amabilidad. Lo que influye significativamente es “la poca voluntad de un empleado para efectuar un requerimiento del huésped, el no prestar la atención adecuada en los pedidos y el no resolver los problemas que se puedan presentar en la estancia del cliente en el hotel.” (Flores, 2018, p. 59). Así mismo, desarrollaron un cronograma de actividades y un syllabus para cada tema que consideraban importante.

**Aplicación del modelo HotelQual y ciclo de mejora continua para analizar y proponer un plan de mejora sobre la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil.** La investigación fue elaborada por Monar y Villa (2018) en los hoteles de segunda y tercera categoría de Guayaquil, dentro de la cual se pudo a través del modelo HotelQual conocer las falencias dentro del servicio que brindan. El objetivo

principal del proyecto fue elaborar un plan de mejora en la calidad de servicios. Las técnicas que utilizaron para recaudar información fueron primero la entrevista acerca del manejo de la calidad de los servicios con preguntas formuladas a partir del modelo de HotelQual. Como segunda técnica utilizaron una ficha de observación basada en el mismo modelo dirigido a los huéspedes; y por último las autoras realizaron una encuesta dirigida a los huéspedes con preguntas basadas en el modelo ServQual y HotelQual.

Una vez determinadas las falencias, las autoras realizaron el plan de mejoramiento basándose en el ciclo de Deming y establecieron actividades y acciones indicando el responsable y los involucrados de cada una. Los resultados obtenidos permitieron a las autoras del proyecto de titulación identificar los problemas, sus posibles soluciones, la realidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de Guayaquil y la importancia de que todo establecimiento debe de realizar un seguimiento en la calidad de sus servicios.

**Principios de la gestión de la calidad.** Los programas, procesos y actividades de mejoramiento se orientan a aumentar la capacidad en cumplir con los requisitos de calidad. De Acuerdo a ISO 9001:2015 (2017) “la empresa debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámicas y cambiantes a lo largo del tiempo” (p. 11). Esta norma está compuesta por siete principios los cuales resumen la importancia de realizar un seguimiento para tener un mayor control y mejora continua, en el caso hostelero, en la calidad de servicios brindados al huésped.

Para lograr el éxito y un mayor reconocimiento siempre hay que enfocarse en mejorar. Como ya se ha dicho anteriormente, el personal es la esencia de la compañía, la primera imagen que se lleva el huésped; si no se encuentran motivados no se puede esperar mayor cosa que el fracaso. Establecer una lista de aspectos positivos y negativos junto con las posibles soluciones es una manera de iniciar el cambio.

**Q de calidad.** El sello “Q” de Calidad Turística otorgado por el MINTUR, permite a las empresas postulantes obtener una mejor reputación, promoción y confianza. Para obtener dicho sello, el ministerio realiza un estudio para saber si cumplen con los requisitos. La Q de calidad transmite a los turistas una sensación de confianza debido a que al ingresar a un establecimiento que cuente con dicho reconocimiento sabrán que sus necesidades y expectativas serán satisfechas en un alto nivel. Las empresas ganadoras de dicho reconocimiento adquieren capacitaciones y certificados. (MINTUR, 2015).

## **Marco Legal**

**Ley de turismo.** Según determina las actividades turísticas que establece la Ley de Turismo (2015), a continuación, se dispondrá de los siguientes artículos que se tomará en cuenta para la mejora de satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (p. 1)

Art. 3.- Son principios de actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (p. 1)

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo debe cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento de promoción de un producto turístico competitivo;

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (p. 2)

Art. 5.- Se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos de congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parqueos de atracciones estables. (p. 2)

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (p. 2)

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (p. 2)

**Reglamento de alojamiento turístico.** De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico (2016, p.5), se establece lo siguiente:

Art 3 literal 19. Define como hospedaje al servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.

Art 3 literal 20. Define al huésped como el turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.- Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH (p. 11).

**Protección al consumidor de servicios turísticos.** Según la Ley de Turismo (2015, p. 9) se detallan los artículos más importantes para la seguridad y protección de los usuarios que adquieren cualquier servicio turístico.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

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.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a

- los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b) El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
  - c) El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
  - d) El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
  - e) En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
  - f) Los demás determinados en otras leyes.

**Reglamento general de la ley de turismo.** Los hostales están dentro del grupo que ofrece actividades turísticas como lo indica el Reglamento General de la Ley de Turismo (2015) en los siguientes artículos:

Art. 42.- Actividades turísticas. - Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas; (p. 10)

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, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;
- b) Servicio de alimentos y bebidas Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (p.11)

## Capítulo II: Análisis Situacional

Es relevante realizar este análisis situacional porque permite identificar e interpretar las oportunidades y amenazas del entorno, junto con las fortalezas y debilidades actuales del hostel para partir en la búsqueda de una metodología que aporte a la solución de las problemáticas.

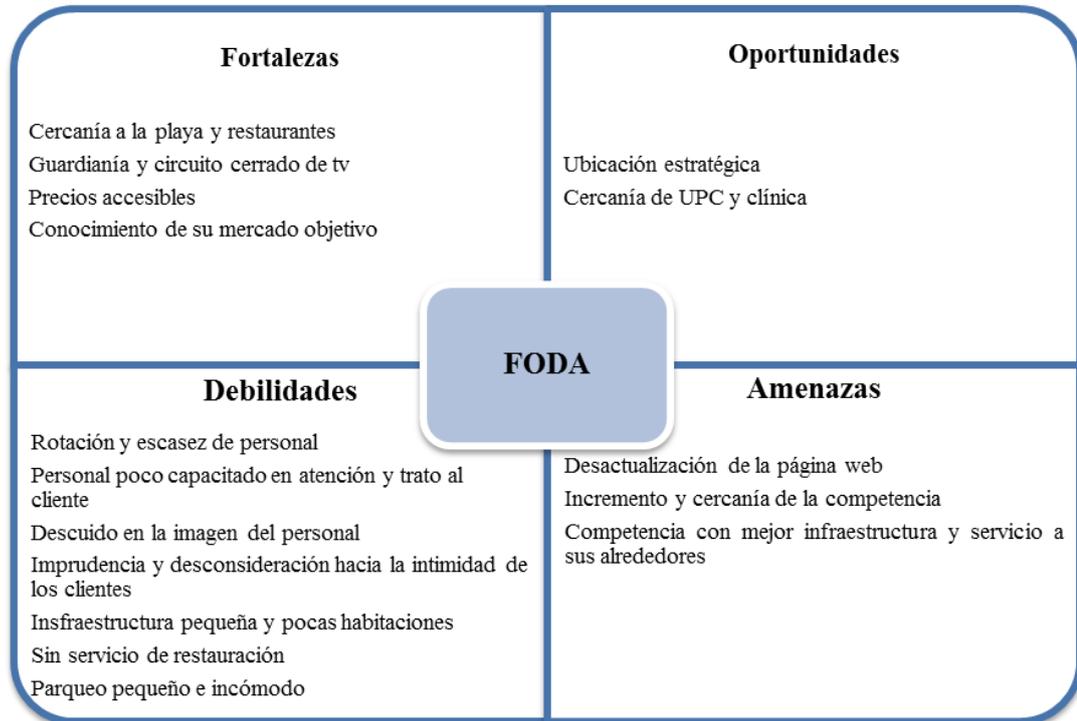
El Hostel Rumbo al Sol es un establecimiento de alojamiento ubicado en el Cantón General Villamil Playas en la avenida Paquisha y calle 8, que desde sus inicios en el año 2008 se ha esforzado por brindar el mejor de los servicios donde la calidad humana es lo principal para que los clientes tengan la satisfacción de sentirse en casa. Posee cómodas y acogedoras habitaciones, un ambiente hogareño en el cual los huéspedes se sienten a gusto. El hostel, también conocido con el nombre de Hotel Costa del Sol, se encuentra ubicado a 300 metros de la playa y cuenta con algunas mesas y sillas como comedores las cuales los huéspedes pueden utilizar a pesar de no contar el establecimiento con servicio de alimentos y bebidas; sin embargo, ofertan botellas de agua y cerveza. Dentro del mismo consta con mesas de billar y futbolito para entretener a los huéspedes. Dispone de 30 habitaciones entre simples, dobles y matrimoniales equipadas con: agua caliente, tv cable, baño privado, aire acondicionado y wi-fi. La propietaria y gerente del establecimiento es la Sra. Leonor Cedeño quien junto con la experiencia y apoyo de la administradora la Sra. Mayra García manejan el negocio.



**Figura 5.** Mapa de ubicación del Hostel Rumbo al Sol

**Fuente:** Google Maps

Se muestra un análisis FODA de la situación actual del Hostal Rumbo al Sol:



**Figura 6.** FODA de la situación actual del Hostal Rumbo al Sol

El establecimiento como fortalezas tiene la cercanía a la playa y restaurantes, la guardianía y circuito cerrado de tv las 24 horas, precios accesibles de \$15 a \$20 dólares la noche dependiendo la temporada. El personal tiene conocimiento de su mercado objetivo el cual en mayor parte son jóvenes y familias, cuentan con conserje quien se encarga del correcto parqueo de los carros de los huéspedes, limpieza de las áreas, entrega de amenities y control de televisión, y lavado de toallas y sábanas.

A pesar de no contar con el servicio de restauración, el área de descanso y comedor está en buenas condiciones, incluso existe una pequeña sección donde se venden artículos de uso diario, ropa y calzado para la playa.

Entre las oportunidades, el hostel cuenta con una ubicación estratégica debido a su cercanía con centros de ayuda como UPC y clínicas, además de tiendas de ropa, panaderías, etc. que facilitan la satisfacción de las necesidades básicas de los huéspedes.

En cuanto a las debilidades, al contar con un número reducido de habitaciones no utilizan un sistema informático de reservas y laboran un aproximado de 3 a 5

personas rotativas dependiendo de la temporada en la que se encuentren, siendo en los meses de enero hasta abril la temporada más alta en la que requieren de mayor personal para brindar el servicio de hospedaje. El no contar con capacitaciones, manuales ni guías que incluyan procedimientos o estándares para brindar un mejor servicio, transmite un descuido en la imagen y nivel de profesionalismo del personal. Con respecto a las habitaciones y parqueadero, existe un pequeño descuido en la limpieza e iluminación generando un poco de incomodidad en los huéspedes. El cuarto de lavandería es pequeño y solo tiene acceso al personal, en caso de que el huésped desee hacer uso del servicio tiene un costo adicional.

Como amenazas, el hostel está ubicado cerca de establecimientos hoteleros cuyas instalaciones y renombre son mayores; por otro lado cuenta con una página web la cual no está actualizada ni en funcionamiento.



*Figura 7.* Recepción del Hostel Rumbo al Sol



*Figura 8.* Área de descanso y comedor del Hostal



*Figura 9.* Habitación del Hostal Rumbo al Sol



*Figura 10.* Área del parqueo del Hostal Rumbo al Sol



*Figura 11.* Área de lavandería

## **Capítulo III: Marco Metodológico**

### **Diseño de la Investigación**

Para obtener el análisis del nivel de satisfacción de los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol se utilizará el diseño de la investigación exploratoria, la cual proporciona información y comprensión del problema con una pequeña muestra; en especial es utilizada en estudios de casos. El objetivo de la investigación exploratoria es examinar el problema o situación para poder brindar ideas y conocimiento. “La investigación exploratoria se caracteriza por la flexibilidad y versatilidad de los métodos, ya que no se emplean protocolos ni procedimientos formales de investigación” (Malhotra, 2008, p.80).

### **Tipo y enfoque de la investigación**

Para el presente trabajo se empleará la investigación descriptiva puesto que, a través de encuestas y datos por observación, permite describir las características del mercado, que en el caso del estudio serían los huéspedes determinando su nivel de satisfacción del servicio que reciben en el hostal de tercera categoría. El enfoque de investigación a utilizarse será mixto: cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo por el motivo de que se analizará, por medio de datos numéricos en las encuestas personales dirigidas a los huéspedes, la calidad del servicio y nivel de satisfacción brindados dentro del Hostal Rumbo al Sol. Se empleará la investigación cualitativa porque, a través de una ficha de observación y entrevista a la gerente, se analizará la situación actual del hostal de estudio.

### **Alcance**

El presente proyecto tiene como alcance diseñar una propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes del hostal de tercera categoría Rumbo al Sol. Los aspectos puntuales que comprenden la investigación son referentes a la calidad en el servicio, la importancia del cumplimiento de la satisfacción y del cubrimiento de las necesidades de los turistas al momento de hospedarse; además de analizar y medir los niveles de satisfacción de los huéspedes hospedados dentro del mismo.

## Muestreo y población

La población representa los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol ubicado en el cantón General Villamil Playas. Para llevar a cabo las entrevistas y encuestas, se consideró la entrega de una carta dirigida a la Sra. Leonor Cedeño gerente propietaria del hostel, con la finalidad de obtener su aprobación para la investigación planteada. Con respecto a las encuestas, para determinar la población y su muestreo se aplicó la técnica del muestreo finito, el cual se ha calculado de la siguiente de manera. De las 30 plazas totales del hostel multiplicado por los 365 días se obtuvo N tamaño del universo de 10.950 personas; se aplicó a través del Excel la fórmula siguiente dando el resultado de 72,51 siendo al final 73 encuestas por realizar.

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

En donde las variables representan:

Z= nivel de confianza

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

N= Tamaño del universo

e= Error de estimación máximo aceptado

n= Tamaño de la muestra

INGRESO DE DATOS

Z=	1.96
p =	95%
q =	5%
N =	10.950
e =	5%

TAMAÑO DE MUESTRA

n =	72.51
-----	-------

## **Técnicas y herramientas de recolección de datos**

De acuerdo a Zavala (2005), la calidad es de suma importancia debido a que “definitivamente si no hay calidad primero, la productividad no puede ser una buena consecuencia” (p. 20). Se puede determinar que la calidad es la suma de pasos correctamente estructurados para la satisfacción del cliente; es por ello que se mencionó a la teoría de las necesidades porque tal como lo indica Randstad (2016) “las personas buscan estar integradas en la sociedad, mantener buenas relaciones con las personas que le rodean y sentirse parte de un grupo (p. 7).

Según menciona Martín (2017), dentro de la teoría de las necesidades Maslow indicaba que el ser humano siempre quería la autorrealización; dentro de una de las necesidades se encuentran las fisiológicas, allí se encuentran las de descanso y alimentación. De esta manera la teoría hace referencia a que los seres humanos tienen la necesidad de adquirir productos que ofrezcan estos servicios.

Juran, citado en Guerra y Quijada (2010), relacionaba a la calidad con el “rendimiento del producto que da como resultado la satisfacción del cliente” (p 47). Para Juran la base de la satisfacción de los clientes al consumir cualquier producto, siempre será la planificación acompañado del control y la mejora de la calidad.

Refiriéndose a la calidad se nombró a la escala ServQual debido a que se define como una herramienta para medir la percepción de la calidad de los clientes con cualquier producto consumido, relacionando a la calidad con actitud, expectativas y percepciones (Monar y Villa, 2018). Esta herramienta permitirá analizar el servicio desde todas las dimensiones que lo conforman, como por ejemplo: confianza, fiabilidad, responsabilidad, la capacidad de respuesta y tangibilidad, entre lo que esperaban y el servicio que obtuvieron. Tiene un rango de calificación de uno a siete puntos correspondientes a la escala de Likert, siendo 7 el número más alto. En resumen la escala ServQual permite determinar las fallas de la empresa a investigarse para buscar la manera de mejorar a partir del conocimiento de los resultados. Sin embargo, la escala que se utilizará como herramienta será la de HotelQual puesto que mide tres dimensiones con 20 indicadores o variables asociados a la calidad hotelera, estos indicadores se muestran en la Tabla 1. A continuación en la Tabla 2 se exponen las 3 dimensiones junto con sus características.

Tabla 2  
Dimensiones de la escala HotelQual

Dimensiones	Área de valoración	Aspectos a evaluar
Personal	Valoración del personal que presta el servicio	Las características del servicio brindado por el personal del hotel.
		Las competencias en el desempeño de las labores.
Instalaciones	Valoración de las instalaciones del hotel	Las condiciones físicas percibidas en el establecimiento.
Organización	Percepción sobre el funcionamiento y organización de los servicios que presta el hotel.	La atención recibida
		La organización y procesos existentes en el hotel.

Nota. Se encuentran los aspectos del HotelQual que el cliente evalúa dentro de cada una de las tres dimensiones.

Adaptado de Monar, S., y Villa, M. (2018). *Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios* (tesis de pregrado). Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Las técnicas a emplearse para la recolección de datos son la entrevista, encuesta y observación directa. López y Deslauriers (2011) definen a la entrevista como “una técnica antiquísima en donde se efectúa un acto de comunicación a través de la cual una parte obtiene información de la otra” (p. 2). Por otro lado, para Buendía (1998) las encuestas pretenden “conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito” (p. 123-124). La observación directa de acuerdo a Benguría, Martín, Valdés, Pastellides y Gómez (2010), es “aquella en la que el observador se pone en contacto directa y personalmente con el hecho o fenómeno a observar” (p. 9).

La entrevista permitirá aclarar inquietudes y obtener información pertinente para poder realizar un análisis minucioso al hotel de tercera categoría la cual será realizada a la gerente o administradora del mismo y se encuentra detallada en el

Apéndice A. Las encuestas, como segunda técnica de recolección de datos, serán dirigidas y realizadas a los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol a partir de las variables y dimensiones del modelo de medición de calidad HotelQual junto con la escala de Likert (ver Apéndice B y C). La última técnica a utilizarse es la observación directa, la cual permitirá obtener información de los diferentes tipos de servicios y en qué condiciones los brinda el hostal; esta ficha de observación se encuentra en el Apéndice D basándose en el modelo HotelQual. Tanto el modelo de la encuesta como de la ficha de observación fueron adaptadas a la realidad de los hostales de tercera categoría basándose en el instrumento utilizado en el proyecto de vinculación Barómetro Turístico de la Facultad Especialidades Empresariales diseñado por las alumnas Selena Monar y Mayra Villa.

## **Capítulo IV: Análisis del Nivel de Satisfacción de los Visitantes**

### **Explicación de los aspectos a evaluar en las dimensiones del Modelo HotelQual**

El Modelo HotelQual está dividido en tres dimensiones mencionadas brevemente en la Tabla 2. La dimensión Personal busca evaluar las características del servicio brindado por el personal junto con su desempeño por medio de 7 variables, las cuales son:

1. El personal está dispuesto a ayudar a los clientes.
2. Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped.
3. El personal del hotel conoce y se esfuerza por conocer las necesidades del huésped.
4. El personal es cortés y educado.
5. Existe personal disponible proporcionando al cliente la información cuando lo necesita.
6. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.
7. El comportamiento del personal inspira confianza.

Estas variables en conjunto evalúan la predisposición del personal por anticiparse a resolver quejas, despejar dudas, brindar información, satisfacer necesidades que tengan los huéspedes durante su estadía; además se toma en cuenta el aspecto físico y vestimenta del personal.

La segunda dimensión llamada Instalaciones como área de evaluación integra las condiciones físicas percibidas en el establecimiento. Sus variables permiten conocer si las condiciones en las que se está brindando el servicio son seguras y óptimas para el huésped. Está compuesta con las siguientes cinco variables:

1. Las áreas e instalaciones del hotel resultan agradables.
2. Las áreas y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos,...) están bien conservados.
3. Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).
4. Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad).
5. Las instalaciones están limpias.

Por último, la dimensión Organización permite conocer cuán importante es para el personal el lograr satisfacer todas las necesidades del huésped. Evalúa la percepción sobre el funcionamiento, la organización y la atención recibida en el establecimiento con ocho variables:

1. Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.
2. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.
3. Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.
4. Los diferentes servicios son proporcionados en los tiempos estimados.
5. Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.
6. Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.
7. El cliente es lo más importante (lo primero son los intereses del cliente).
8. Se presta el servicio según las condiciones contratadas.

## **Análisis de la entrevista a la administradora del Hostal Rumbo al Sol**

Se realizó una entrevista el 7 de julio del presente año a la Srta. Mayra García, administradora del Hostal Rumbo al Sol. Se pudo conocer aspectos generales del hostel como por ejemplo el número de personas laborando, número de habitaciones junto con sus precios; dicha información se encuentra más detallada en el Apéndice E. El hostel cuenta con una temporada baja la cual va desde los meses de abril y julio; los demás meses corresponden a la temporada alta dentro de la cual su porcentaje de ocupación llega a más de la mitad. A pesar de no contar con un sistema de reservas, debido a la pequeña infraestructura, se lleva un registro manual y computarizado el cual les ha permitido conocer de manera básica el perfil de sus visitantes en su mayoría siendo jóvenes entre 18 a 30 años nacionales. El establecimiento no cuenta con un modelo de seguimiento de calidad o manual de atención al cliente; sin embargo, el personal se encuentra interesado en mejorar dicho aspecto tanto para beneficio del hostel como propio. El hostel cuenta con los servicios básicos, internet, televisión por cable y aire acondicionado. El personal a pesar de no realizar encuestas se preocupa en ocasiones de preguntarle al huésped sobre su experiencia y comodidad durante su estadía al momento en que éste realiza el check-out o pregunta sobre algún lugar para comer. Todo el personal está capacitado para brindar primeros auxilios; en caso de ocurrir alguna emergencia tienen la facilidad de contar con una clínica y UPC cercanos al establecimiento.

## **Análisis de la ficha de observación realizada en el Hostal Rumbo al Sol**

La ficha de observación directa fue realizada en el Hostal Rumbo al Sol durante el 17 al 21 de junio correspondiente a la temporada baja del hostel y del 7 al 10 de julio correspondiente a temporada alta. Por medio de ella se pudo observar los aspectos positivos y negativos en cada una de las dimensiones de acuerdo al modelo HotelQual.

En la primera dimensión, la cual se refiere al personal, se pudo determinar que el hostel cuenta con un personal predispuesto a ayudar a los huéspedes, a resolver cualquier inquietud que posean sobre la estadía o sobre su destino turístico. Si los clientes necesitan alguna ayuda con las compras, el cliente interno del hostel está dispuesto a ayudar y dejar sus compras en las habitaciones respectivas para que sus huéspedes se sientan como en casa. Sin embargo, se encontraron algunas anomalías como que los empleados no se preocupan por alguna avería que tengan las habitaciones y no se responsabilizan por la pérdida de los objetos de valor. En caso de existir alguna queja con respecto al aire acondicionado u otro equipo de la habitación, el personal opta por ofrecerle al huésped el cambio de habitación. No llevan un control de la fallas para posteriormente comunicarlo al encargado de mantenimiento. Todo ello deja en juicio algunas consideraciones como por ejemplo ausencia de un manual interno en el cual se incluya la vestimenta de los empleados, entre otros aspectos.

En la segunda dimensión, se determinó que las instalaciones al entrar al hostel son acogedoras y poseen una sensación de limpieza comfortable. Posee un área de entretenimiento para el huésped y de esa manera asegura su pronto regreso, se pudo observar que el área de piscina no estaba en funcionamiento ocasionando inconformidad de los huéspedes. Se considera que es un hostel seguro pues posee circuito cerrado y una vigilancia nocturna por un guardia interno. Sin embargo, un punto no agradable es el garaje, el cual es poco vistoso para los huéspedes, además de los pasillos que se encontraban un poco deteriorados.

En la última dimensión correspondiente a la organización, se determinó que los clientes internos están dispuestos a ayudar a los huéspedes, pero no actúan con discreción. Es decir, se da a notar la poca experiencia en brindar servicios en establecimientos de alojamiento turístico. Los datos de registro de los huéspedes son

recopilados en un cuaderno de manera diaria, lo cual denota su despreocupación de invertir en un sistema de reservas para optimizar recursos. Con respecto a las llamadas telefónicas, el personal no cuenta con un manual o instructivo que le brinde una guía de diálogo con el huésped.

En resumen, el hostel cuenta con un personal entusiasta e interesado en el retorno del huésped al hostel; pero carecen de cierto grado de profesionalismo y de lineamientos que no están establecidos por el establecimiento como vestuario, imagen personal, etc. Con respecto al establecimiento, la imagen del hostel es buena y engancha a los clientes con su buena infraestructura, pero deberían brindar mantenimiento a sus equipos e instalaciones como el aire acondicionado y el garaje para no causar molestia a futuros clientes. Es además un hostel seguro que posee circuito cerrado dentro y fuera de sus instalaciones.

Por último, la organización debería preocuparse por brindar lineamientos estandarizados y capacitaciones de procesos que van desde el contestar una llamada telefónica hasta el realizar el check-out del huésped.

## **Análisis de las encuestas realizadas a los huéspedes del Hostel Rumbo al Sol**

Las encuestas realizadas a los huéspedes en el Hostel Rumbo al Sol recogen datos del perfil del turista como: edad, género, motivo de viaje y origen; además de los datos correspondientes a las tres dimensiones del HotelQual explicadas anteriormente. Estas encuestas tienen como rango de calificación la escala de Likert, la cual cuenta con siete puntos siendo el 7 el número más alto y el 1 el más bajo.

Fueron realizadas en el tiempo que se llevó a cabo la ficha de observación, es decir desde el mes de junio hasta la segunda semana de julio del presente año. Se les comunicaba a los huéspedes que dicha encuesta permitiría al hostel conocer el nivel de satisfacción de sus necesidades y su perspectiva con respecto al mismo por lo que amablemente aceptaban ser partícipes del proyecto.

Tabla 3  
 Perfil del visitante del Hostal Rumbo al Sol

<b>PERFIL DEL VISITANTE</b>					
<b>SEXO</b>					
<b>Masculino</b>			<b>Femenino</b>		
62%			38%		
<b>MOTIVO DE VIAJE</b>					
<b>Negocio</b>		<b>Ocio</b>		<b>Otro</b>	
12%		84%		4%	
<b>EDAD</b>					
<b>18-22</b>	<b>23-27</b>	<b>28-32</b>	<b>33-37</b>	<b>38-43</b>	<b>44 o más</b>
13,70%	19,18%	34,25%	1,37%	17,81%	13,70%

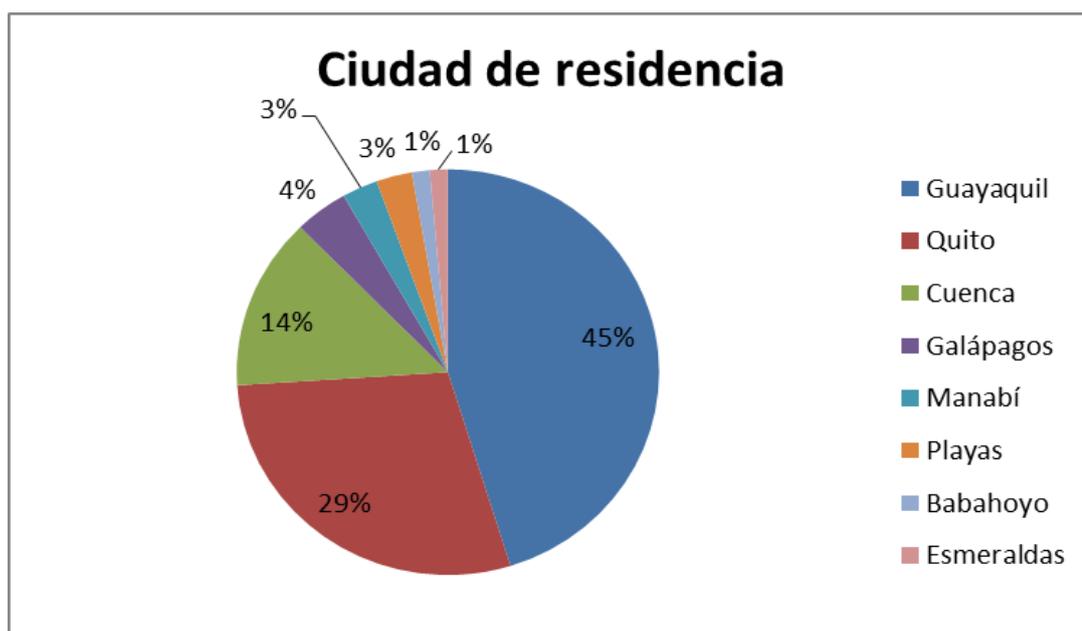


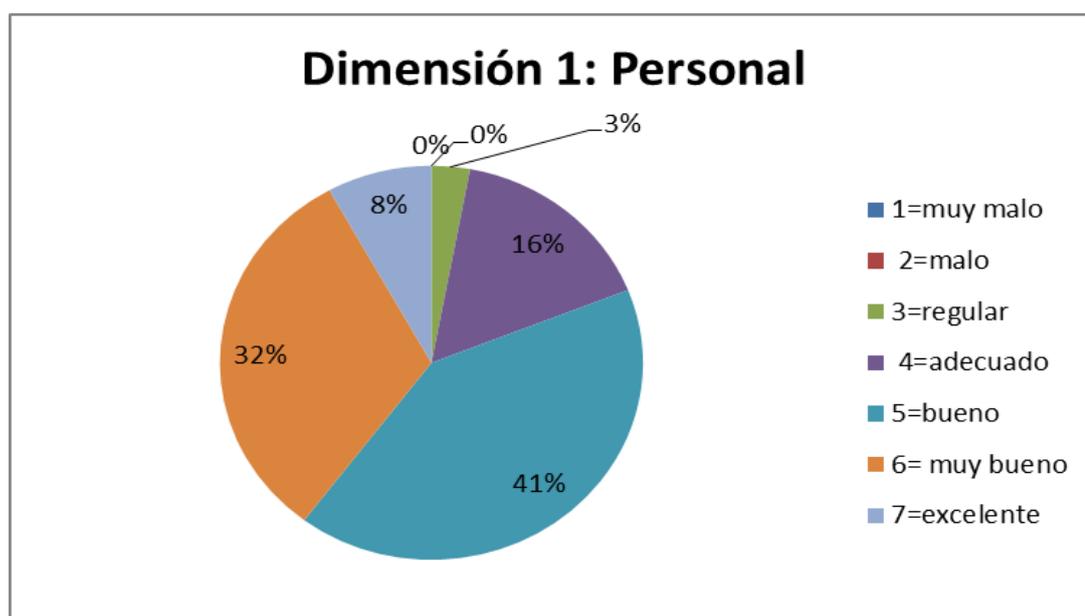
Figura 12. Ciudad de residencia de los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol

Como se puede observar en la Tabla 3 el perfil del visitante del Hostal Rumbo al Sol en un 62% es de sexo masculino y en un 38% femenino, con rango de edad entre 23 a los 32 años; aun así las personas entre 38 y 43 años también son gran parte de su mercado puesto que en su mayoría son familias. Con respecto al motivo de viaje en un 84% corresponde a ocio, el 12% a negocio y el restante de 4% a otro, dentro del cual abarcaban respuestas como visita a familiares, estudios, etc. La figura 12

permite conocer las diferentes procedencias de sus huéspedes, siendo en gran parte de la ciudad de Guayaquil con un 45% por su cercanía al destino; le sigue Quito con un 29% y Cuenca con 14%.

**Dimensión 1: personal.** A través de las encuestas se pudo observar que en la dimensión personal el 8% de los huéspedes lo califican como *excelente*, el 32% como *muy bueno*, el 41% como *bueno*, el cual vendría a ser la gran mayoría; el 16% como *adecuado* y el 3% como *regular*. La figura 13 muestra que, en comparación con las figuras 7 y 8, la suma entre los porcentajes de las calificaciones más bajas, siendo 4=*adecuado* (16%), 3=*regular* (3%) y los restantes cero, arrojan un resultado de 19%; es decir, que en la dimensión Personal es donde más se evidencia la problemática.

Junto con la ficha de observación realizada los resultados reflejan que los problemas más evidentes son debido a la cortesía, apariencia y confianza del personal.



**Figura 13.** Resultado de la dimensión personal

Tabla 4  
 Respuestas menos favorables de la dimensión Personal

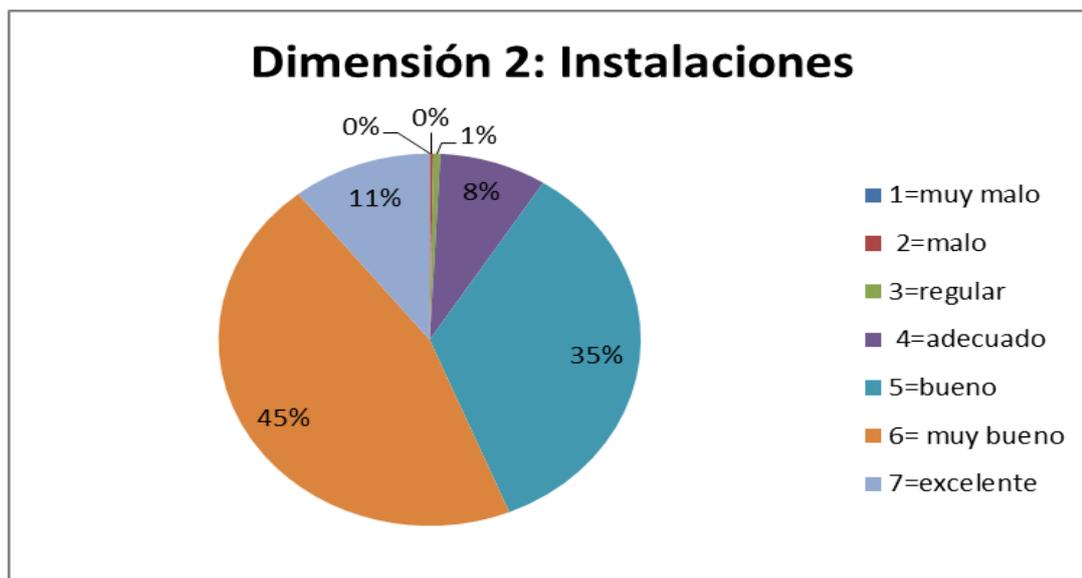
<b>DIMENSIÓN PERSONAL</b>				
<b>Pregunta/ Variable de calificación</b>	Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped.	El personal es cortés y educado	El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	El comportamien to del personal inspira confianza.
<b>4=Adecuado</b>	17,81%	17,81%	21,92%	20,55%
<b>5=Bueno</b>	54,79%	38,36%	38,36%	41,10%
<b>6=Muy Bueno</b>	21,92%	31,51%	30,14%	27,40%

Al hacer la observación de la dimensión del personal en la Figura 13 se muestra que sólo el 3% de las personas lo calificaron como *regular*, motivo por el cual se le dará mayor importancia solo a las calificaciones marcadas con *4=adecuado* a *6=muy bueno* mostradas en la Tabla 4.

Analizando las respuestas obtenidas con las encuestas y con la ficha de observación, se pudo llegar a la conclusión que entre las siete preguntas de la primera dimensión con menor porcentaje en *7=excelente* fueron: resolución de problemas, cortesía y educación, profesionalidad, aspecto físico y confiabilidad. Con los porcentajes obtenidos de acuerdo a las calificaciones se demuestra que hay falencias en ciertas áreas. La pregunta 2 tuvo un porcentaje de 54,79% correspondiente a las personas que lo calificaron como *5=bueno*, de igual manera se obtuvo el 17,81% en *4=adecuado* la cual representa una cantidad muy importante puesto que si se buscara reducir dicho porcentaje, se podría obtener un incremento en la calificación a *bueno* o *muy bueno*. Esta tabla permite conocer cuáles son las falencias del Hostal en el ámbito del personal para buscar su solución por medio de la propuesta de mejora de satisfacción.

**Dimensión 2: instalaciones.** Como se puede visualizar el 45% de los huéspedes calificaron a las instalaciones del hostal como *muy buenas*, dejando en segundo lugar la opción *bueno* con un 35%. Posee una mejor puntuación en *excelente* con un 11% si se lo compara con la primera dimensión. Las variables en las que el hostal debe de mejorar son la limpieza y confortabilidad de las instalaciones debido a que, según los

resultados de las encuestas, los huéspedes mayormente se quejaron del aspecto de las cortinas de ventanas y baños. Se debe de tomar en cuenta que entre las calificaciones más bajas que se reflejaron dentro de esta dimensión fueron: la pregunta 8 “las áreas o instalaciones del hotel resultan agradables” donde el 1,37% de los huéspedes calificaron con un 3=*regular* y en la pregunta 12 “las instalaciones están limpias” con 2=*malo* en un 1,37% igualmente.



*Figura 14.* Resultado de la dimensión Instalaciones

**Dimensión 3: organización.** La tercera dimensión muestra el porcentaje más elevado en *excelente* con un 13% comparado con el resto de las dimensiones, lo cual refleja la menor cantidad de problemas. Junto con la ficha de observación se logró determinar que el problema se centra en la poca discreción y respeto de la intimidad del cliente. Al hablar con algunos huéspedes manifestaron que les incomodaba la manera en cómo el personal tocaba la puerta repetidas veces para la entrega del control de tv y accesorios de baño tras diez minutos de haberse instalado en la habitación.

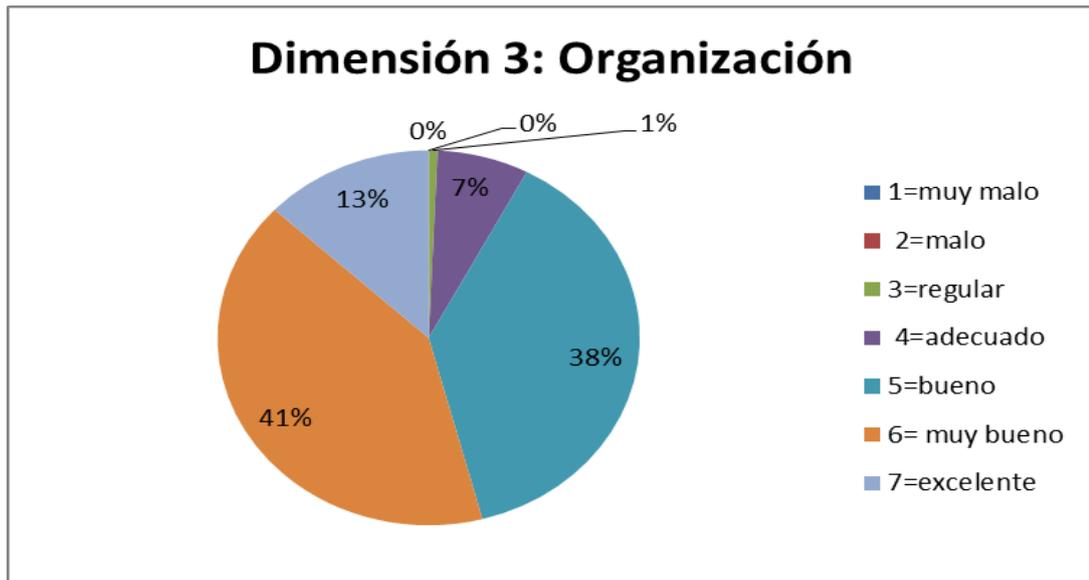


Figura 15. Resultado de la dimensión Organización

### Comparación de las tres dimensiones del Modelo HotelQual

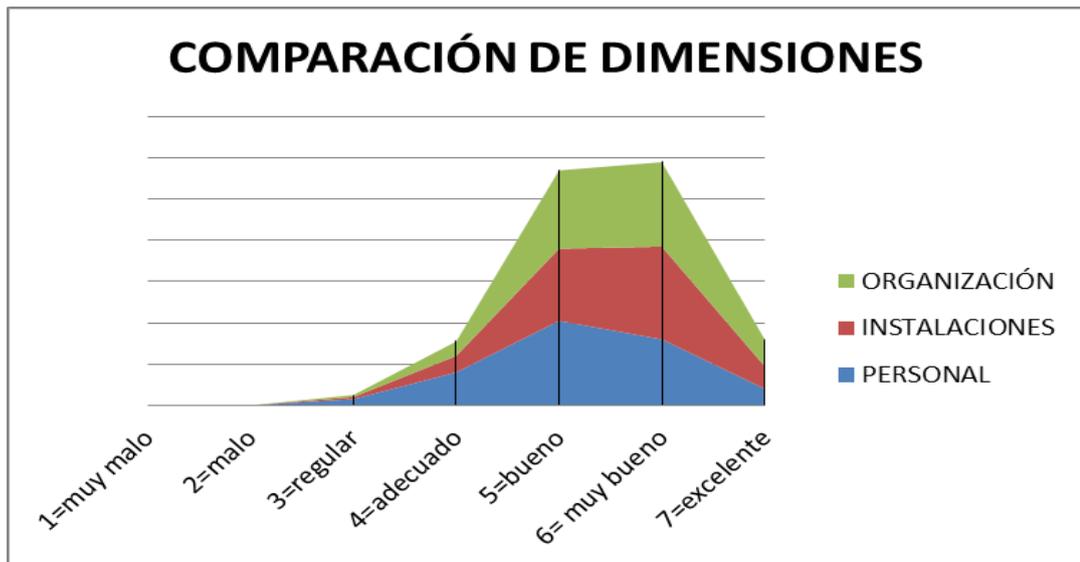
Como se explicó anteriormente, a través de los veinte parámetros divididos entre las tres dimensiones se pudieron determinar aquellas fallas que ocasionan la dificultad de alcanzar la satisfacción total de los huéspedes hospedados en el hostel. Dentro de cada dimensión se pudieron determinar problemas; sin embargo, una de las dimensiones que mayor valoración negativa tuvo fue la del personal.

Como se puede visualizar en la Figura 16, se realizó una comparación de las tres dimensiones del Modelo HotelQual con los resultados obtenidos para un mayor entendimiento de la problemática. Se muestra el grado de satisfacción de cada dimensión, por ejemplo: la *dimensión organización* tuvo una mayor votación en las calificaciones de *bueno* y *muy bueno*, además de ser la más votada en *excelente* por los huéspedes con un 13%. Esto evidencia que la problemática dentro de esta dimensión no es relevante.

Con respecto a la *dimensión instalaciones*, los huéspedes la calificaron casi a la par en *bueno* y *muy bueno* con sólo una diferencia del 10%; a pesar de ello se encontraron dos problemáticas que juegan un rol muy importante para el alcance de la satisfacción del huésped haciendo que la dimensión se encuentre un poco separada de la cima.

En la *dimensión personal*, como se puede visualizar en la Figura 16, a pesar de tener un mayor porcentaje de votación en *5=bueno* que el resto de las dimensiones,

esta dimensión está muy lejana de la cima en comparación con *organización*. Se reflejó el porcentaje más alto entre las calificaciones negativas con un 18% y el menor votado como *excelente* con un 8% en comparación con el resto de dimensiones evidenciando que la mayor cantidad de problemas son causados por aspectos que van desde el aspecto físico hasta la actitud y trato brindado por el personal.



**Figura 16.** Comparación de las dimensiones del Modelo HotelQual

## **Capítulo V: Diseño de una Propuesta de Mejora de la Satisfacción**

De acuerdo a los resultados obtenidos en el capítulo anterior, donde se identificaron brevemente las falencias y con el análisis cualitativo se determinó, que los siguientes procesos con los que deben atender a sus huéspedes no se cumplen, de acuerdo al manual de procedimientos son:

- Proceso de check in y entrega de amenities
- Proceso de check out
- Proceso de reserva mediante llamada telefónica
- Proceso de resolución de problemas
- Revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo

Además de los procedimientos, se detectaron las siguientes falencias: actitud del personal y confianza que reflejan, desconsideración hacia la intimidad de los clientes y descuido de la imagen personal. Por ello dentro del manual también se redactan estándares básicos y recomendaciones a seguir para mejorar dichos aspectos. Se propone un manual de procedimientos debido a que, al ser un establecimiento pequeño, la rotación de empleados es muy alta y el capacitar al personal cada cierto tiempo puede ser tedioso. Si se contara con un manual, es decir, un documento con los procedimientos correctos ya definidos para brindar un mejor servicio que, al ser leídos, practicados y evaluados, el personal nuevo ya tendría una idea más clara de sus responsabilidades, procedimientos y expectativas a cumplir.

La propuesta del manual permitirá al Hostal Rumbo al Sol minimizar los recursos utilizados con el paso del tiempo, aprender con el proceso y reducir al máximo los riesgos y fallas generados por la falta de compromiso o conocimientos. Para medir si se cumplieron los estándares y procedimientos obteniendo un mayor avance hacia la calidad total, se propone también un sistema de evaluación con sus respectivos periodos.

2018

# En tus manos está darle al cliente más de lo que espera

## Manual de procedimientos para el Hostal Rumbo al Sol

*El presente manual, realizado por los estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil como proyecto de titulación, integra estándares básicos y procedimientos como propuesta para la mejora de la satisfacción de los huéspedes.*

Andrea Iza Salazar y Carlos Eduardo Manzo



## **Presentación**

Con el fin de “evaluar constantemente el proceso de mejora del establecimiento para reducir las situaciones de insatisfacción e inconformidad”, este documento cuenta con procedimientos y estándares para mejorar la satisfacción de los clientes del Hostal Rumbo al Sol. Dentro del mismo se podrá encontrar una sección de modelos de evaluación para medir lo aprendido y comprobar la funcionalidad del mismo.

La administradora o gerente del hostal deberá nombrar de entre su personal a alguien que sea el responsable de calidad para que lleve a cabo el proyecto con el uso del manual. Sin embargo, si se desea se puede asignar a otra persona del establecimiento cada 3 o 4 meses para que así todas las áreas en algún momento sean las responsables de llevarlo a cabo. Las responsabilidades de dicha persona serán: la implantación y evaluación de todas las actividades recogidas en el proyecto de calidad del hostal.

## **Misión del Hostal Rumbo al Sol**

Ofrecer servicios de hostelería sostenible y eficiente para nuestros clientes, accionistas, socios, empleados y sociedad en general

## **Visión del Hostal Rumbo al Sol**

Potenciar al hotel en la entrega de un servicio de excelencia y un ambiente grato, además de difundir nuestro restaurante que está abierto para todo público.

## **Objetivo del Manual**

Evaluar constantemente el proceso de mejora del establecimiento para reducir las situaciones de insatisfacción e inconformidad asegurando el regreso de los huéspedes.

## **Introducción**

Se ha llevado a cabo la realización de este manual para proponer mejoras en este establecimiento hotelero. Cuenta con procedimientos y estándares para la realización del check in, check out, reservación de una habitación a través de una llamada telefónica, presentación personal, etc., debido a que la calidad es importante para incrementar la satisfacción de los huéspedes y éxito de la organización.

La calidad, según Reeves y Reinar (como se citó por Alonso, Barcos y Martín, 2006), es definida como excelencia, superioridad del producto; es el cumplimiento o sobrepasar las expectativas de los clientes. En la actualidad, los administradores de cada establecimiento turístico buscan en su personal capacidad de respuesta, actitud, aptitud para la pronta resolución de problemas y entrega de un excelente servicio. Para que se cumplan los requerimientos de los huéspedes, es necesario que cada integrante del hostel conozca las necesidades y características de su mercado objetivo junto con las expectativas del mismo.

Además de brindar un buen servicio, la imagen que uno refleja y la manera de hablar influyen en el huésped. De acuerdo al modelo de comunicación de Mehrabian, de 20 segundos a 3 minutos es el tiempo que se forma la primera impresión de nosotros determinada por nuestra presentación y la manera de decir las cosas, más no

tanto por su contenido (Pearson, 2010). Es decir, “solo un 7% de lo que recibe nuestro interlocutor proviene de lo que hemos dicho con la palabra. El 93% restante, proviene de lo que ‘no se ha dicho’, de la comunicación no-verbal” (Ávila, 2018, p.1). Se mencionó esta regla debido a que se considera que el receptor del manual debe estar consciente que una buena comunicación permite llegar al éxito dentro de la empresa.

Si todo el personal del Hostal Rumbo al Sol se comprometiese a disminuir los errores y quejas, los cuales serán mostrados a continuación, se incrementaría la fidelidad de los clientes y reputación del mismo. Durante la capacitación que se le realice al personal nuevo se debería de explicar la importancia de crear la fidelidad de los huéspedes a través de un buen trato y servicio y las consecuencias positivas que traería al hostal.

## **Manual de Estándares Básicos**

De acuerdo a las problemáticas ya identificadas, los siguientes estándares permitirán al personal del Hostal Rumbo al Sol perfeccionar su desempeño y minimizar las fallas generadas por desconocimientos, desinterés o descuido. Al practicar estos estándares se logrará aumentar la confianza transmitida al huésped, actuar con discreción y respeto hacia la intimidad del mismo, y brindar una mejor imagen del establecimiento a través de la presentación del personal.

**Presentación personal.** Todo el personal debe tener una presentación pulcra y aseada ya que tiene un efecto directo hacia la imagen del hostal. Al ser un pequeño establecimiento se debería tomar en cuenta lo siguiente:

- Utiliza una placa con identificación para facilitar al huésped el contacto con el mismo.
- Los peinados deben ser moderados o clásicos. El cabello de las mujeres recogido con accesorios de buen gusto y aprobados por la gerente. Los hombres deberán tener el cabello por encima del cuello de la camisa, con un vello facial lo más corto posible y bien presentado.
- En caso de usar joyería, esta debe ser discreta.
- Las uñas deben estar limpias y bien cortadas.
- No utilizar perfumes o colonias con olor muy fuerte.
- Utilizar maquillaje discreto.

**Uniformes.** Para brindar una imagen profesional es necesario lo siguiente:

- Utilizar una camiseta polo de color neutro, con el nombre del establecimiento para brindar una imagen de profesionalismo.
- Mantener una buena presentación personal junto con el uniforme.
- El uniforme debe encontrarse limpio, en buen estado y su tamaño debe ser acorde al cuerpo de cada persona.
- Los zapatos deben ser de taco bajo con la punta y talón cerrados.

**Cortesía y atención.** Estos aspectos permitirán aumentar la confianza que se transmite hacia al huésped, además de la posibilidad de percibir por parte del huésped que sus necesidades y problemas, en caso de existir, son prioridad para el hostel. Es por ello que es de suma importancia su práctica constante:

- Dar la bienvenida saludando con una sonrisa y mencionando el nombre del Hostel.
- Establecer y mantener contacto visual con el huésped.
- Aprovechar el encuentro con el huésped para preguntar de manera atenta la experiencia y existencia de alguna anomalía dentro del hostel.
- Evitar utilizar con el huésped un vocabulario inadecuado o expresiones populares como *ok, hola, ajá, qué tal, qué pasa, etc.*
- Para despedirse del huésped ya sea de algún encuentro o que se esté retirando del hostel, utilizar las frases “buen día” o “que tenga un buen día” será suficiente. Además asegúrese de preguntarle por última ocasión si desea algo más utilizando la siguiente frase “¿algo más en lo que pueda asistirle?”.

**Manejo de llamadas telefónicas.** La persona encargada de atender las llamadas debe tener siempre presente que una llamada es una oportunidad de venta, “debe tener claro en todo momento de que se encuentra hablando con un cliente de tipo potencial por lo cual el trato debe ser acorde a ello, siempre mostrando la mejor disposición y garantizando la mejor calidad de servicio” (Guiu, 2018, p. 16).

- Toda llamada telefónica debe empezar mencionando el nombre del establecimiento y de quien atienda la llamada. El sonreír durante la llamada al igual que un tono de voz claro demuestra interés hacia el emisor de la llamada.
- Evitar decir “aja”, “uh”, “ok”; se debe decir claramente “sí” o “ciertamente”.
- Evitar distracciones o conversar con otra persona que no sea el cliente potencial.
- Nunca dejar esperando a nadie sin su consentimiento, no se dice “espere por favor”, lo correcto es decir al señor o señora “le importaría esperar un momento”; y esperar la respuesta de la persona que llama. Si espera más de un minuto el operador debe preguntar si desea seguir esperando.

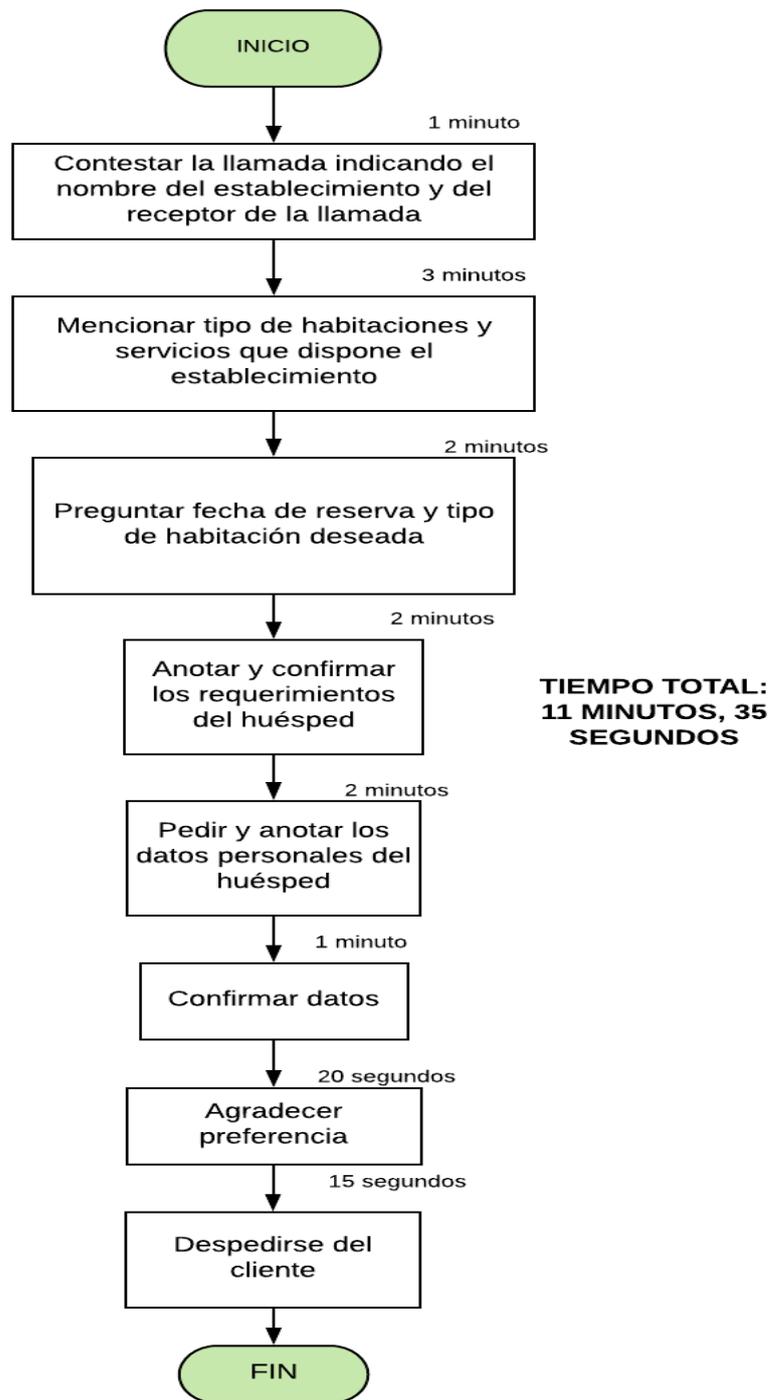
- Para finalizar de manera correcta la llamada puede decir “gracias por llamar, tenga un buen día”. Esperar que la persona que llame cuelgue.

## **Manual de Procedimientos**

El presente manual permitirá al personal del Hostal Rumbo al Sol conocer los procesos correctos para brindar cada día un mejor servicio y atención, y que éste al ser recibido por el huésped logre en él la posibilidad de percibir al hostal como un establecimiento que se preocupa por sus necesidades, que transmite confianza, respeto, profesionalismo y seguridad. Los procedimientos que se enfocarán en esta sección son propuestos como resultados de los datos obtenidos en la ficha de observación y entrevista que se realizaron. Se hace una breve reseña de lo que se explicará a continuación, entre todos esos tópicos se tienen:

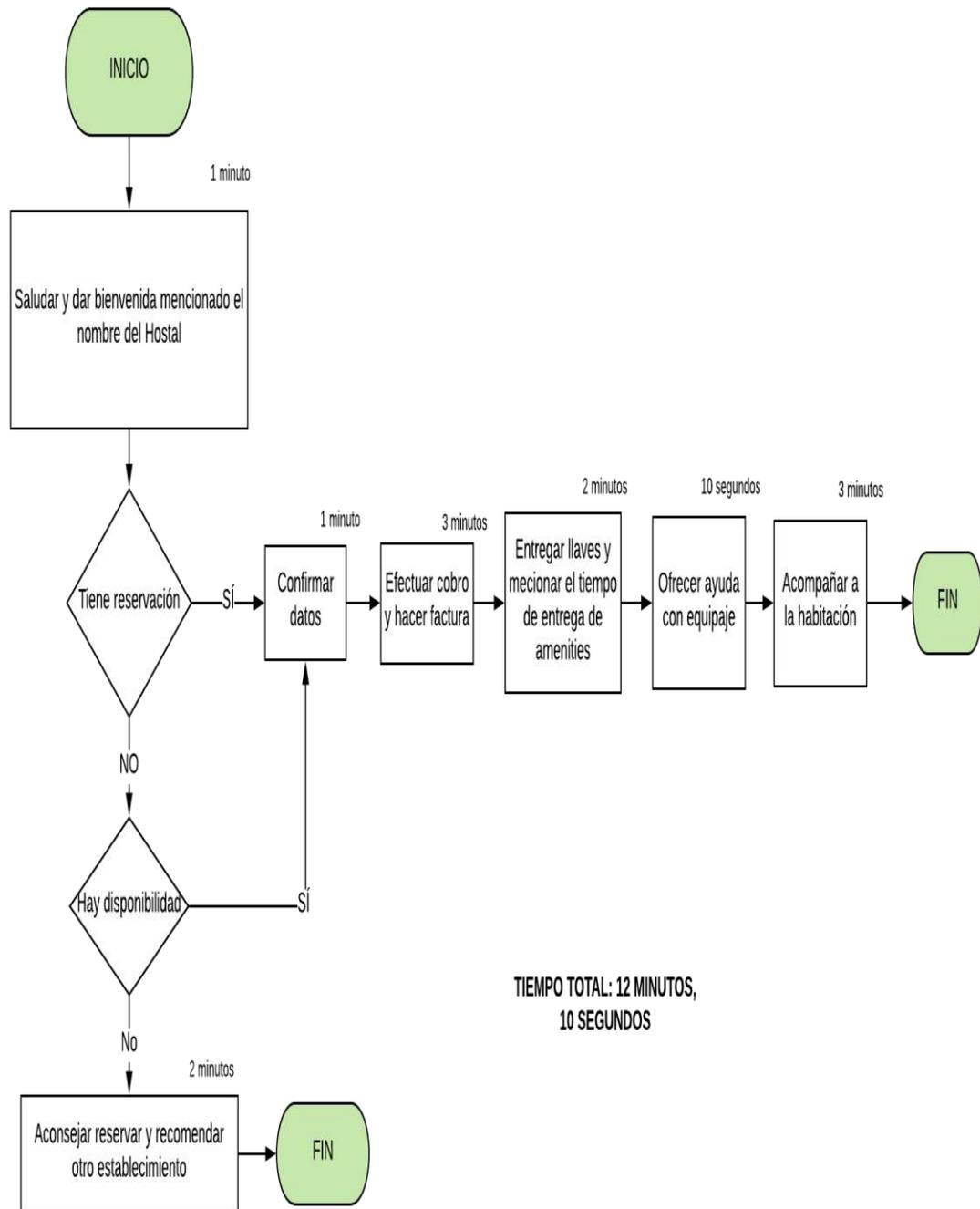
- Atención para reservar una habitación mediante llamada telefónica
- Check in
- Entrega de amenities
- Check out
- Resolución de problemas (tratamiento de quejas y objetos olvidados)
- Revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo

**Atender reserva de habitación mediante llamada telefónica.** Las llamadas telefónicas son una oportunidad para realizar alguna venta, el emplear un diálogo o tono de voz incorrecto puede generar un efecto negativo para la imagen de la empresa. Para crear una mejor impresión, además de tomar en cuenta lo mencionado en la sección del manual de estándares dentro del manejo de llamadas telefónicas, se propone un diagrama de flujo con el correcto procedimiento para atender una reserva de habitación mediante llamada telefónica:



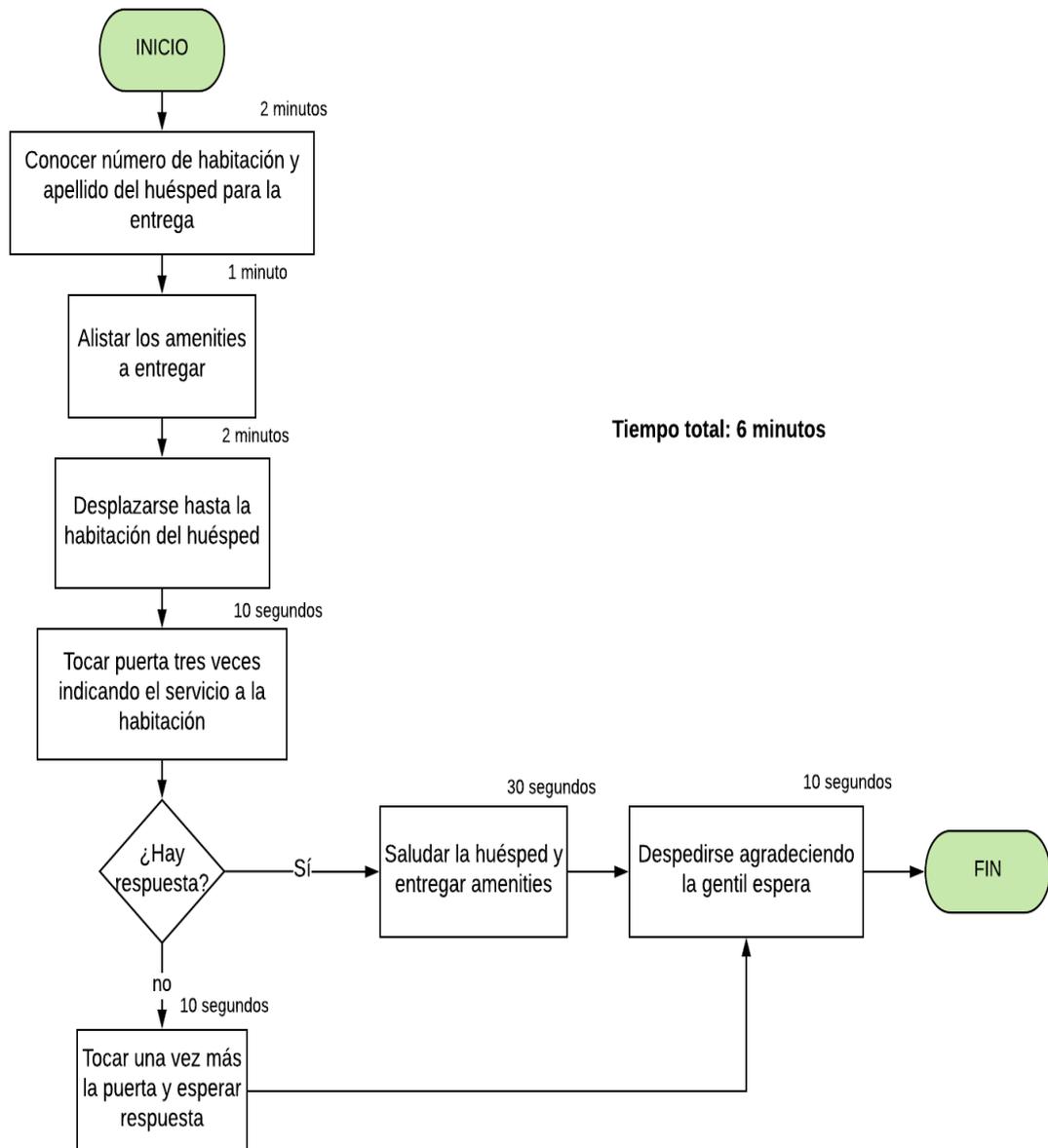
**Figura 17.** Diagrama de flujo: Atender reserva de una habitación por medio de una llamada telefónica.

**Check in.** Para un correcto registro del huésped se propone el siguiente diagrama de flujo:



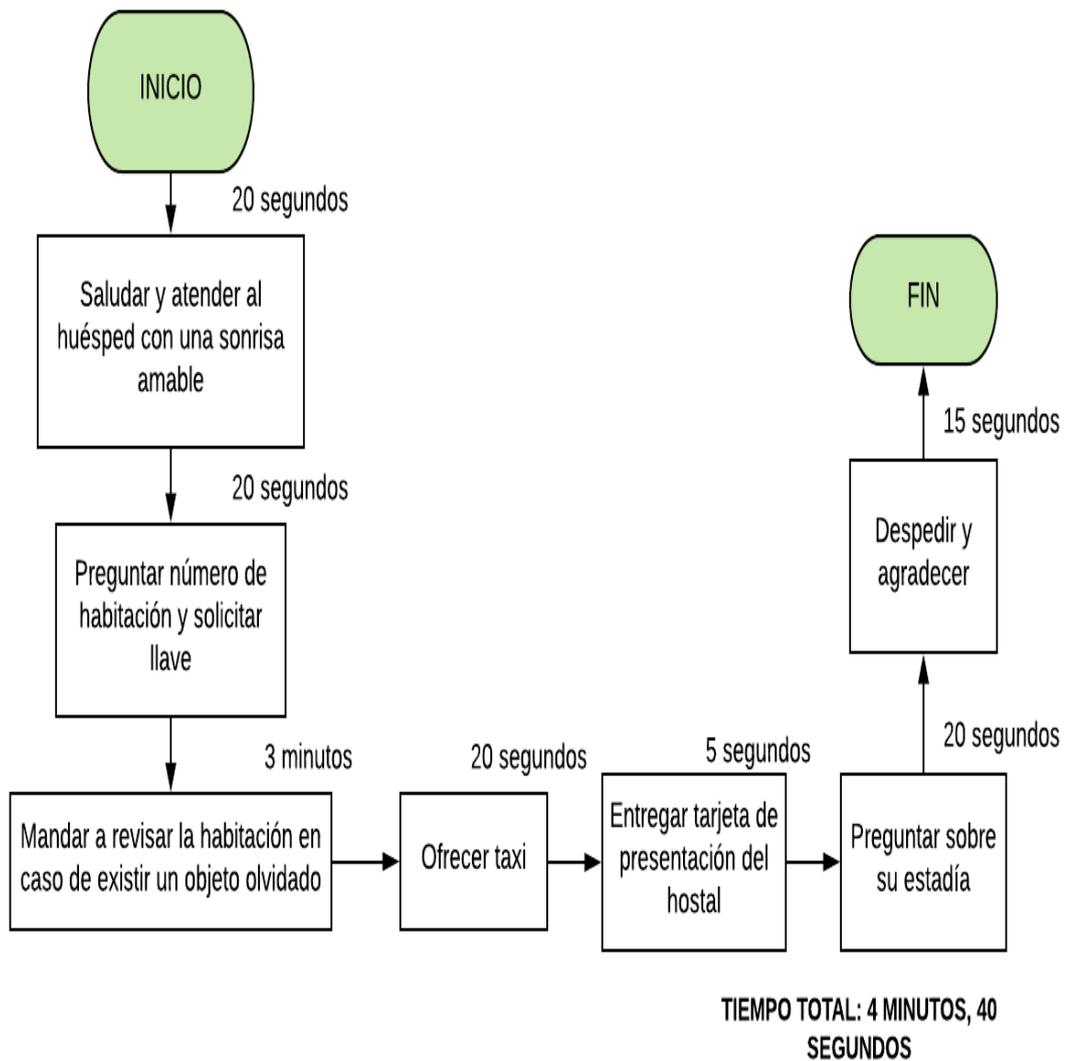
**Figura 18.** Diagrama de flujo: check in.

**Entrega de amenities.** Para minimizar las quejas relacionadas con la entrega de amenities se propone el siguiente diagrama de flujo con los pasos adecuados a seguir para la realización del mismo:



**Figura 19.** Diagrama de flujo: Entrega de amenities.

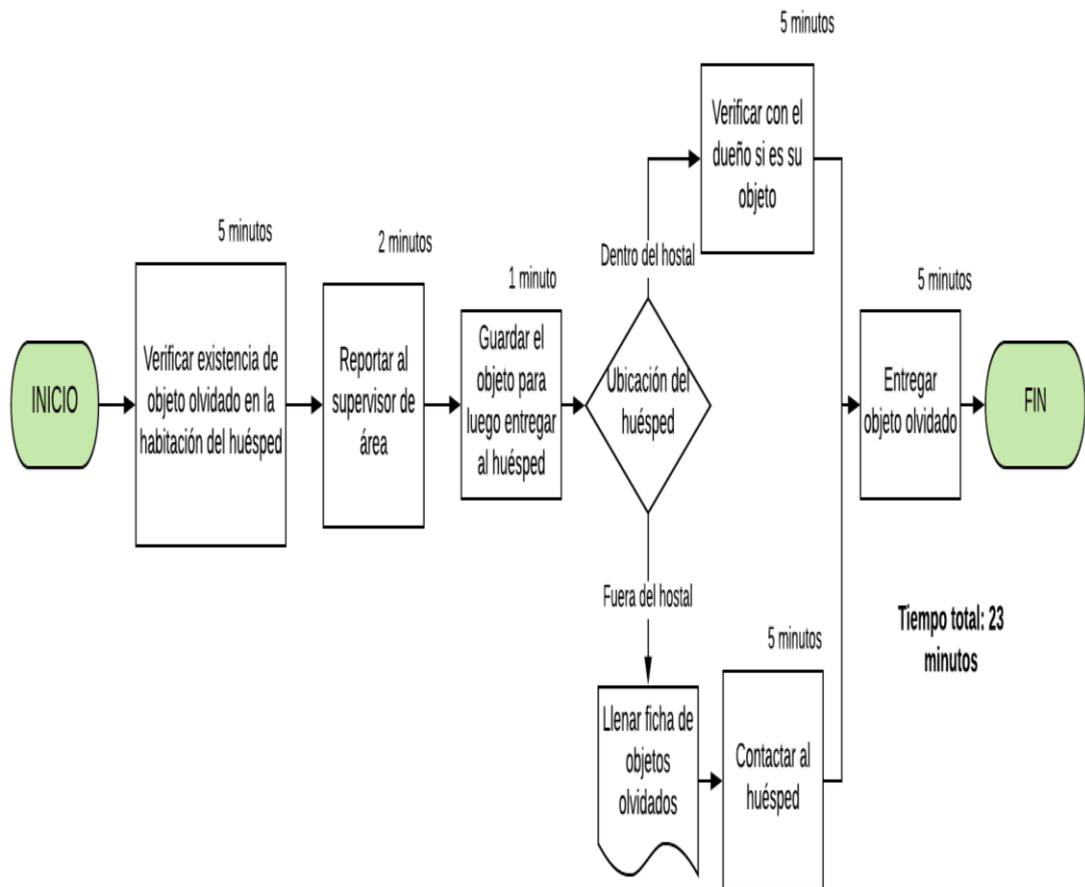
**Check out.** Se mostrará la propuesta del proceso del check out a través de un diagrama de flujo de acuerdo a la Figura 20. Es importante que la persona a cargo pregunte sobre la experiencia en el hostel que tuvo el huésped, verificar la existencia de algún objeto olvidado antes de que se retire; además de conocer la existencia de alguna anomalía o queja.



*Figura 20.* Diagrama de flujo: Check out.

**Resolución de problemas.** Se proponen procedimientos para estos dos casos únicamente, debido a que, según la información recolectada por la entrevista y observación, se llegó a determinar que son los problemas más frecuentes que tiene el hostel.

**Objetos olvidados.** Todo objeto olvidado debe ser notificado al jefe inmediato, utilizando la propuesta de ficha de objetos olvidados (ver Figura 22). En caso de que el huésped del objeto aparezca, se debe verificar que sea el dueño del mismo y luego proceder a su entrega. Sin importar el departamento, todo objeto extraño debe ser notificado al supervisor de área. Para una mayor guía se recomienda seguir el siguiente proceso mostrado en un diagrama de flujo:



**Figura 21.** Diagrama de flujo: Entrega de objeto olvidado.

Hostal Rumbo al Sol	
<b>Ficha de objetos olvidados</b>	<b>Registro:</b>
Lugar del elemento encontrado:	Fecha:
Encontrado por:	
No. Habitación/ huésped:	
Descripción del elemento :	
Recibido por:	Entregado por:
Firma de la persona que recibe el objeto:	Firma de la persona que entrega el objeto:

Figura 22. Ficha de objetos olvidados.

**Tratamiento de quejas.** Es importante siempre recordar que las quejas deben ser tratadas por máximo dos personas. Para tratar una queja de manera exitosa se debe de seguir el proceso en el diagrama de flujo (ver Figura 23) y llenar el modelo de ficha de registro de quejas (ver Figura 24) propuestos para tener un seguimiento ordenado y claro que permita al personal estar al tanto de las quejas que se están produciendo y evitar su futura repetición.

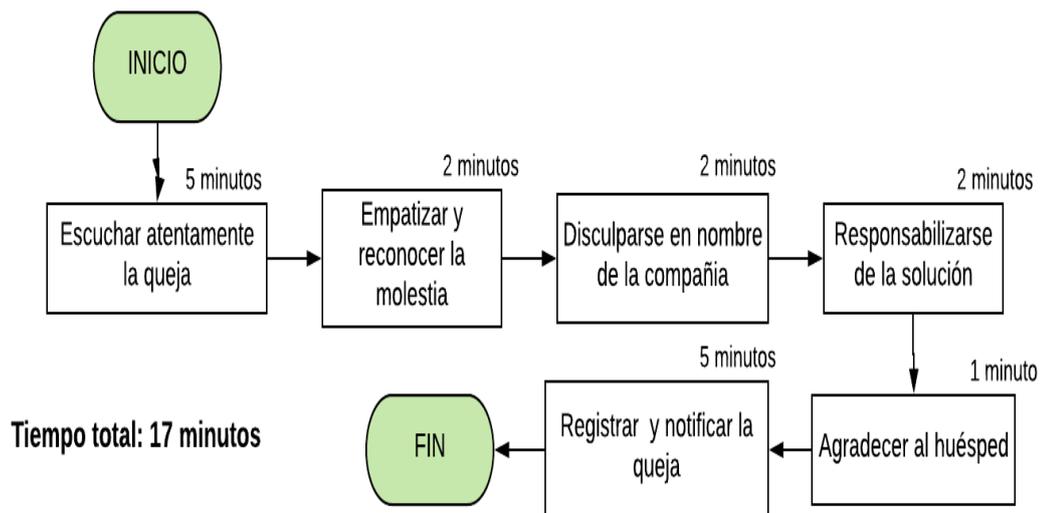
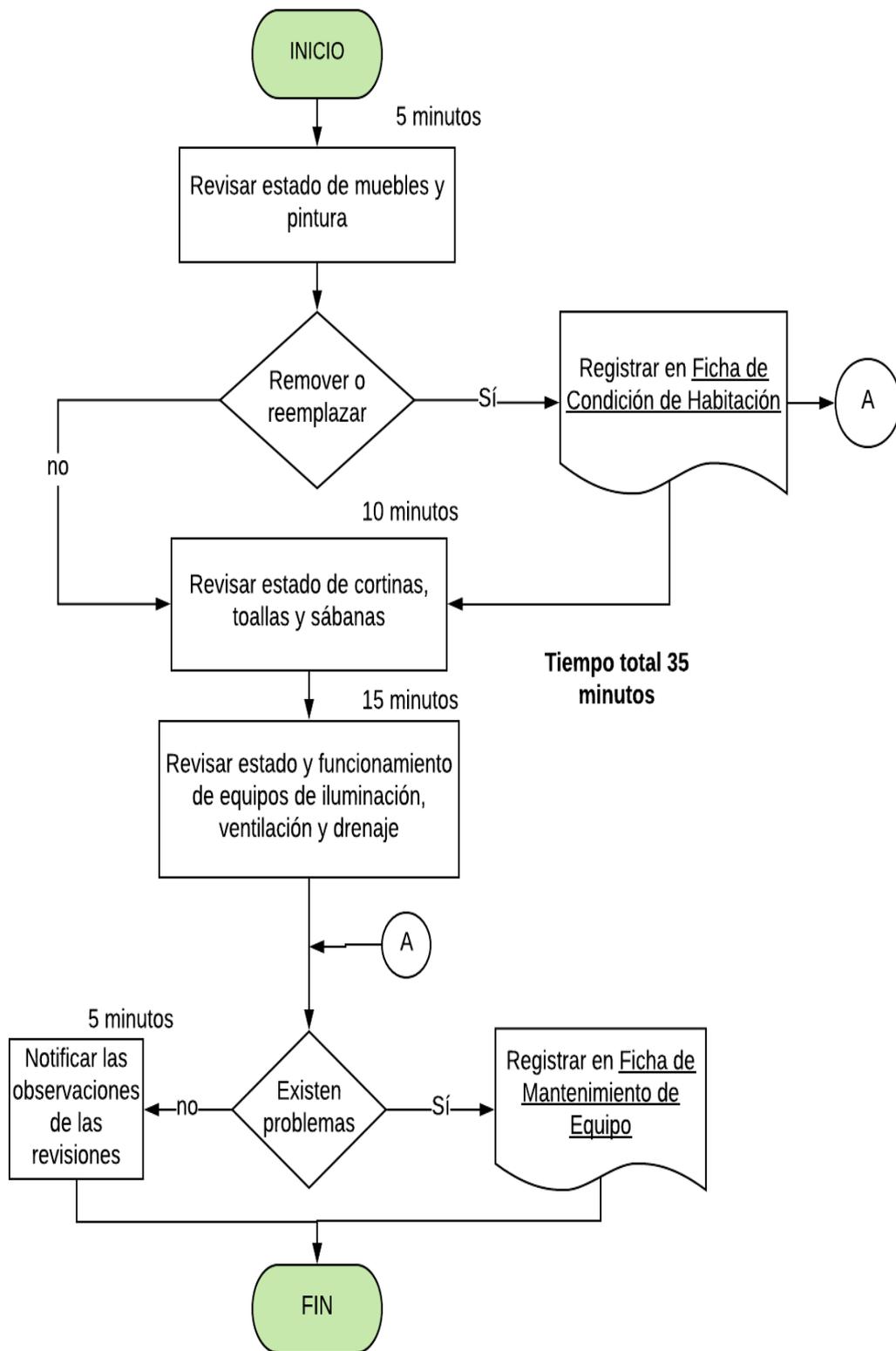


Figura 23. Diagrama de flujo: Tratamiento de quejas.

Hostal Rumbo al Sol	FICHA REGISTRO DE QUEJAS					
Fecha de Incidencia	Fecha de registro	# Hab.	Nivel de importancia de incidencia (alta, media, baja)	Motivo	Solución brindada	Registrado por

*Figura 24.* Modelo de ficha de registro de quejas.

**Revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo.** Cada habitación debe encontrarse en buenas condiciones para poder ser vendida al cliente por la cantidad de noches que desee. Para tener un mayor control y asegurarse de estar brindando el servicio en buenas condiciones evitando la aparición de quejas, el estado de las habitaciones debería ser diariamente evaluado. Para la revisión de las condiciones de la habitación, sus muebles y equipos se propone utilizar como guía el procedimiento explicado en el diagrama de flujo de la Figura 25 y los modelos de evaluación C1 y C2. Además se incluye un modelo de ficha de mantenimiento de equipos en caso de existir alguna anomalía (ver Figura 26).



**Figura 25.** Diagrama de flujo: Proceso de revisión de habitaciones para mantenimiento preventivo.

Hostal Rumbo al Sol	Ficha de Mantenimiento de Equipos					
	Código:		Versión:		Fecha Vigencia:	
Nombre del Equipo:					Foto del Equipo:	
Marca:		Modelo:				
Serie:		Ubicación:				
Fecha de compra (aaaa/mm/día):						
Fecha de entrega OK (aaaa/mm/día):						
Garantía en meses:			Placa de Inventario:			
Valor de compra:			A cargo de:			
Valor inventario:			c.c.:			
Datos Técnicos						
Tensión:		Intensidad:		Potencia:		Otra:
Otros:						
Accesorios:						
Partes:						
USOS O APLICACIONES						
PRECAUCIONES						
Recomendaciones de uso:						
Mantenimiento operario:						
Parámetros iniciales o valores de calibración:						
MANTENIMIENTO PROGRAMADO (EN MESES):						
FABRICANTE Y/O DISTRIBUIDOR DEL EQUIPO:						
Celular:		Teléfono:		Dirección:		
E-mail:			Nombre de Contacto:			
Ing. De servicio:			Celular:			
Código del Manual				Elaboró:		
Ubicación del Manual:						

**Figura 26.** Modelo de ficha de mantenimiento de equipos.

## **Recomendaciones**

Con lo propuesto dentro de los manuales de estándares básicos y de procedimientos se busca minimizar y eliminar las problemáticas identificadas en la dimensión personal, de igual manera el problema en la dimensión organización puede ser solucionado con las mismas. Sin embargo, dentro de la dimensión instalaciones, se encuentran dos problemas los cuales pueden ser disminuidos si se decide llevar a cabo las recomendaciones propuestas a continuación:

**Uniformes.** Para una presentación más profesional se deben seguir los estándares básicos propuestos en el manual. Además de siempre tener una correcta compostura frente al cliente recordando que uno, al momento de trabajar en la empresa, ya no tiene su nombre sino la imagen del hotel. Es por ello que se recomienda que el personal utilice una camiseta polo de color neutro con el logo y nombre del establecimiento para brindar una imagen idónea, junto con una placa de identificación.

**Amenities.** Para la entrega de amenities, se recomienda realizar la entrega de los artículos de acuerdo al número de personas y noches que se hospeden en la habitación siguiendo también el procedimiento propuesto en el diagrama de flujo. Es importante durante el momento del check in, mencionar el tiempo en el que se hará la entrega de sus implementos y revisar el estado de los artículos antes de su entrega para así evitar cualquier molestia.

**Check out.** Al momento de la salida del huésped, verificar el estado de la habitación. Preguntarle qué tal estuvo su estadía y entregar una tarjeta de presentación generaría un impacto positivo para el huésped ya que demuestra que el personal espera su regreso con ansias y mejorar continuamente.

**Botiquín de primeros auxilios.** El personal al tener conocimiento de primeros auxilios, es más factible el uso del botiquín, por ello es necesario disponer de sistemas y equipos de seguridad como: detector contra incendios, extintores,

sistema de suministro de agua contra incendios y un botiquín de primeros auxilios el cual debe contar como mínimo con los siguientes elementos como lo dispone la Norma ANSI Z308.1, cuyas siglas significan Instituto Americano de Normas Nacionales. Además, los números telefónicos de policías, bomberos y ambulancias deben encontrarse visibles para el personal y huéspedes. No se mencionan medicinas puesto que al no conocer el historial médico del huésped se recomienda nunca sugerirles u ofrecerles algún medicamento. El botiquín de primeros auxilios deberá contar con lo siguiente:

- Compresas absorbentes.
- Venditas adhesivas.
- Cinta adhesiva.
- Antiséptico.
- Tratamiento para quemaduras.
- Guantes de examen médico (de látex o nitrilo).
- Apósitos o gasas estériles, mínimo 7,5cm X 7,5 cm.
- Vendaje triangular, de tamaño mínimo 101 cm X 101 cm X 142 cm.
- Vendaje elástico mínimo de 2 pulgadas de ancho.
- Parche o vendaje ocular.
- Enjuague para lavado de ojos.
- Compresa en rollo mínimo de 2 pulgadas de ancho.
- Dispositivo de barrera para RCP.
- Adicional pero opcional, una compresa para aplicar frío. (ATCAL SAS, 2016, p. 18)

**Limpieza.** La limpieza en todo establecimiento es de suma importancia porque es la imagen del mismo. Por ende, si el hostel denota limpieza y orden, el huésped tendrá una idea de la condición de las habitaciones incluso antes de acceder a ellas. Se recomienda lo siguiente:

- Los baños en el área social deben estar siempre con los suministros y amenities necesarios, limpios, con aroma agradable y contener un registro que indique el periodo de limpieza, el cual debería de ser al menos 3 a 5 veces al día.
- La cerradura debe estar en correcto funcionamiento.
- Los productos de aseo siempre deberán de permanecer fuera de la vista del huésped.

## Sistema de Evaluación y Medición

La evaluación deberá ser llevada a cabo por el cliente interno nombrado responsable de calidad del hostel. Cabe recalcar que no es necesario contratar a una persona adicional para que realice dicha tarea. Una vez llevado a cabo los procedimientos y estándares propuestos en el manual; la organización debe efectuar auditorías periódicas que servirán para hacer un seguimiento de sus avances hacia la calidad total.

Para la evaluación y medición de los estándares y procedimientos propuestos, que buscan minimizar fallas, se proponen tres modelos de evaluación. El modelo A mide los conocimientos adquiridos, el modelo B mide el servicio brindado en recepción con parámetros y calificación de bueno, regular y malo. El modelo C mide las condiciones de las áreas públicas y las habitaciones del hostel con las mismas variables de calificación.

- Demostrando lo aprendido (Modelo de evaluación A): se debe evaluar a los empleados anualmente para comprobar el conocimiento del manual y corroborar su correcto aprendizaje.
- Check in (Modelo de evaluación B1): se debe evaluar mensualmente para promover la mejora de los empleados determinando aquellos errores que existan en recepción, recordando que la recepción es la primera impresión que se genera en el huésped sobre el establecimiento.
- Atención de llamadas telefónicas (Modelo de evaluación B2): se debe evaluar mensualmente para definir las mejoras utilizando este modelo recordando que se pueden captar más clientes si se hace un trato con excelencia.
- Entrega de requerimientos (Modelo de evaluación B3): se debe de realizar mensualmente con el objetivo de determinar si la entrega de los requerimientos de los huéspedes ha sido realizada adecuadamente mejorando a la vez en los tiempos de entrega.
- Condiciones de la habitación (Modelo de evaluación C1): se debe realizar diariamente antes de la venta de la habitación con el objetivo de determinar las condiciones de las habitaciones y aspectos a mejorar para brindar un mejor servicio.
- Limpieza de la habitación (Modelo de evaluación C2): se debe realizar diariamente para determinar si la habitación se encuentra en óptimas condiciones y evitar comentarios u observaciones negativas por parte de los huéspedes.
- Limpieza de áreas públicas (Modelo de evaluación C3): se debe de realizar diariamente debido a que, al ser un área donde los huéspedes reposan la mayor parte del tiempo, debe mostrar una imagen de pulcritud y seguridad.

**HOSTAL RUMBO AL SOL**

**Demostrando lo aprendido**

**Modelo De Evaluación A**

**Nombre del Asociado:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_

**Supervisor:** \_\_\_\_\_ **Puntaje:** \_\_\_\_\_

**1) Mencione 3 aspectos importantes dentro de la presentación personal**

**2) Escriba V (verdadero) o F (falso) según corresponda.**

- a) Utilizar una camiseta de cualquier color, sin el nombre del establecimiento. ( )
- b) Siempre hay que mantener una buena presentación personal junto con el uniforme. ( )
- c) Los zapatos no deben ser taco bajo con la punta y talón abierto. ( )
- d) El uniforme debe estar limpio, en buen estado y el tamaño debe ser acorde a cada persona. ( )

**3) Realizar el diagrama de flujo del procedimiento del Check in**

**4) Determine a qué estándar básico corresponde los siguientes enunciados**

- a) Establecer y mantener contacto visual con el huésped (**Manejo de llamadas telefónicas/cortesía atención**)
- b) Evitar utilizar con el huésped un vocabulario inadecuado o expresiones populares como ok, hola, ajá, qué tal, qué pasa, etc. (**Manejo de llamadas telefónicas/cortesía atención**)
- c) Para finalizar de manera correcta, se puede decir “gracias por llamar, tenga un buen día”. Esperar a la persona que llama cuelgue. (**Manejo de llamadas telefónicas/cortesía atención**)
- d) Aprovechar el encuentro con el huésped para preguntar de manera atenta la experiencia y existencia de alguna anomalía dentro del hostel. (**Manejo de llamadas telefónicas/cortesía atención**)

5) **Grafique el diagrama de flujo del procedimiento: Reserva de habitación por llamada**

6) **¿Qué se debe realizar en la resolución de problemas con algún elemento olvidado por el huésped?**

7) **Se ha dejado olvidado por el huésped Guillermo Rodas el día 07 de Julio del 2018 dos camisetas tipo polo, lo ha encontrado el camarero Leonardo Vera y su jefe inmediato es la Lcda. Lorena García.**

**Llenar la ficha de Objetos olvidados según lo explicado en el manual de procedimientos y estándares.**

Hostal Rumbo al Sol	
<b>Ficha de objetos olvidados</b>	<b>Registro:</b>
Lugar del elemento encontrado:	Fecha:
Encontrado por:	
No. Habitación/ huésped:	
Descripción del elemento :	
Recibido por:	Entregado por:
Firma de la persona que recibe el objeto:	Firma de la persona que entrega el objeto:

**8) Grafique el diagrama de flujo: Tratamiento de quejas**

**9) ¿Cuál es la importancia y de qué se trata el Modelo Mehrabian?**

**10) Realice un diálogo acerca de un cliente que desea reservar una habitación en el hostal. Recuerde utilizar un vocabulario adecuado y profesional.**

**HOSTAL RUMBO AL SOL  
SERVICIO DE FRONT DESK**

**Check in  
Modelo de Evaluación B1**

**Nombre del asociado:**

**Fecha:**

**Supervisor:**

**Puntaje:**

CHECK-IN					
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Se da un cálido saludo/bienvenida					
Una buena postura, sonrisa, contacto visual y escucha activa se mantiene durante toda la interacción con el cliente					
Los asociados tienen buena presencia profesional, utilizan uniforme					
El número de la habitación se proporciona discretamente y no verbalmente					
El check-in no tomó más de 13 minutos y estuvo libre de errores: (1) la llave funciona, (2) se le asigna una habitación libre y (3) limpia					
El asociado conoce sobre los servicios de la propiedad y del área local					
Se utiliza el nombre del cliente durante la interacción, cuando se conoce					
Se menciona el tiempo de entrega de amenities					
Proceso de entrega de amenities					
Se ofrece asistencia adicional					
Se ofrece una cálida y sincera despedida demostrando apreciación					
La experiencia general cumplió las expectativas del cliente					
<b>TOTAL</b>					
<b>OBSERVACIONES:</b>					

**HOSTAL RUMBO AL SOL  
SERVICIO DE FRONT DESK**

**Atención de llamada telefónica  
Modelo de Evaluación B2**

**Nombre del asociado:**

**Fecha:**

**Supervisor:**

**Puntaje:**

Atención de llamada telefónica					
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Se cumple la etiqueta para contestar y uso del teléfono					
Se da un cálido saludo					
El asociado descubrió las necesidades del huésped					
El asociado conoce sobre los servicios de la propiedad y del área local					
El asociado confirmó la solicitud del huésped repitiendo los detalles clave para asegurar que se comprendió correctamente					
Se utiliza el nombre del cliente durante la interacción					
Se ofrece asistencia adicional al cliente					
Se ofrece una cálida y sincera despedida demostrando apreciación					
La experiencia general cumplió las expectativas del cliente y estuvo libre de detractores negativos					
<b>TOTAL</b>					
<b>OBSERVACIONES:</b>					

**HOSTAL RUMBO AL SOL  
SERVICIO DE FRONT DESK**

**Entrega de requerimientos  
Modelo de Evaluación B3**

**Nombre del asociado:**

**Fecha:**

**Supervisor:**

**Puntaje:**

Entrega de Requerimientos del huésped					
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
La entrega de lo solicitado cumple el estándar: (1) se entrega dentro de 5 minutos del tiempo establecido para la entrega y (2) no toma más de 30 minutos la entrega					
El ítem entregado estaba bien (funcionamiento), limpio y en buen estado					
Se cumple con el anuncio al tocar la puerta según estándar					
Se da un cálido saludo					
Una buena postura, sonrisa, contacto visual y escucha activa se mantiene durante toda la interacción con el cliente					
Se utiliza el nombre del cliente durante la interacción, cuando se conoce					
Se ofrece asistencia adicional al cliente					
<b>TOTAL</b>					
<b>OBSERVACIONES:</b>					

**HOSTAL RUMBO AL SOL  
SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

**Condición de habitación  
Modelo de Evaluación C1**

**Evaluador:**

**Fecha:**

**Habitación:**

**Puntaje:**

EVALUACIÓN											
SEGURIDAD						CONDICION DEL BAÑO					
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Propiedades de seguridad de la puerta funcionales: cerrojo, seguro, gráficos de evacuación, se cierra automáticamente						Condición de puerta, paredes y bordes					
						Condición del techo					
						Condición del piso					
						Condición del lavabo, mostrador del baño, estantería y grifos					
CONDICION DE LA HABITACION											
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Condición de espejos, lámparas y artefactos de iluminación					
Olor neutral en la habitación y el baño						Condición de todos los accesorios fijos: barras para las toallas, porta papel higiénico, tacho de basura					
Condición de puertas, paredes, bordes, espejos y decoraciones presentes											
Condición del techo						Condición del inodoro					
Condición del piso						Condición de las cortinas de baño y barra					
Condición de los muebles/ mesa de noche						Condición de área de ducha y accesorios de plomería					
Condición de la lencería de cama, almohadas, fundas, colchas						<u>Observaciones:</u>					
Condición del escritorio, sillas, tacho de basura											
Condición del televisor, control remoto y otros											
Condición de las lámparas e iluminación											
Condición de las ventanas y cortinas											
Condición de la cabecera de cama, los marcos/filos de cama, colchón, base											
Habitación libre de plagas											

**HOSTAL RUMBO AL SOL**  
**SERVICIO DE HOUSEKEEPING**  
**Limpeza de habitación**  
**Modelo de Evaluación C2**

**Nombre de camarero(a):**

**Fecha:**

**Supervisor:**

**Habitación:**

**Puntaje:**

EVALUACIÓN											
LIMPIEZA DE HABITACION						LIMPIEZA DEL BAÑO					
Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Parámetros	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Olor neutral en la habitación y el baño						Amenidades incluyen: papel higiénico, 1 jabón corporal, 1 shampoo, 1 acondicionador					
Limpeza de puertas, paredes, bordes, espejos y decoraciones presentes						Limpeza de puerta, paredes y bordes					
Limpeza del techo						Limpeza del techo					
Limpeza de mesas de noche, muebles y sillas						Limpeza del piso y ducha					
Limpeza del reloj, televisor, control remoto y otros						Limpeza de las cortinas de baño y barra					
Limpeza de las lámparas e iluminación						Limpeza del lavabo, mostrador del baño, estantería y grifos					
Limpeza de las ventanas						Limpeza de espejos, lámparas y artefactos de iluminación					
Limpeza de la cabecera de cama, los marcos/filos de cama, colchón, base						Limpeza de todos los accesorios fijos: barras para las toallas, porta papel higiénico, tacho de basura					
Limpeza de la lencería de cama, almohadas, fundas, colchas, libre de arrugas (y cabello)						Limpeza de lencería y toallas					
Habitación libre de plagas						Limpeza del inodoro					
Propiedades de seguridad de la puerta funcionales: cerrojo y seguro											
<u>Observaciones:</u>											

**HOSTAL RUMBO AL SOL  
SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

**Limpieza de áreas públicas  
Modelo de Evaluación C3**

**Supervisor:**

**Fecha:**

**Puntaje:**

<b>EVALUACIÓN</b>					
<b>Parámetros</b>	<b>Excelente</b>	<b>Muy Bueno</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>
<b>LOBBY</b>					
Limpieza de la entrada principal					
Limpieza del piso					
Limpieza de paredes, puertas, techo, ductos ventilación, iluminación, ventanas, bordes					
Limpieza del equipo, mueblería y decoración					
<b>BAÑOS PUBLICOS</b>					
Cumplen con estándar: (1) papel higiénico, (2) toallas de mano o secador de manos, (3) registro de limpieza					
Limpieza del piso					
Limpieza de paredes, puertas, techo, ductos ventilación, iluminación, ventanas, bordes					
Limpieza de inodoros y urinales					
Limpieza de lavabos, espejos					
Limpieza de mueblería o equipo					
<b>PASILLOS</b>					
Limpieza del piso de corredores y escaleras					
Limpieza de paredes, puertas, techo, bordes de corredores y escaleras					
Limpieza de mueblería, equipamiento y decoración en corredores y escaleras					
<u>Observaciones:</u>					

## **Conclusiones**

A través del análisis de las diferentes teorías se concluyó que el Hostal Rumbo al Sol necesita tomar en cuenta mejorar en las dimensiones del personal, instalaciones y organización tal como lo muestra las diferentes variables del modelo HotelQual el cual fue identificado como el instrumento de medición adecuado para la investigación.

En la presente investigación se llevó a cabo una encuesta a la administradora del Hostal Rumbo al Sol, junto con encuestas y una ficha de observación directa basándose en el modelo de medición de satisfacción HotelQual. Este modelo permitió conocer su situación actual y las principales fallas que necesitan mejorar de acuerdo a las tres dimensiones y variables del modelo. Se pudo determinar que la dimensión del personal fue aquella con mayor cantidad de debilidades. En relación a las otras dimensiones restantes de instalaciones y organización revelaron una pequeña cantidad de inconvenientes. En el caso de las instalaciones, existe una diferencia entre las imágenes de internet con respecto a la actualidad debido que las fotos no han sido actualizadas. Este y otros problemas pueden ser resueltos llevando a la práctica los procedimientos, estándares y recomendaciones propuestos en el manual.

En base a esta investigación, se concluye hacer como propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes un manual de procedimientos junto con una sección de diferentes tipos de evaluaciones con sus tiempos determinados para realizarlas y el objetivo de cada una de ellas, basándose en sus principales falencias, lo cual permitirá producir un ciclo de mejora inclusive si el hostal tiene un alto índice de rotación del personal. Con el manual propuesto los empleados podrán partir de una base, reduciendo las situaciones de insatisfacción de los clientes mejorando así la imagen profesional, aumentando la ocupación y la calidad en atención y servicio.

## **Recomendaciones**

Basándose en la información del trabajo realizado, y tomando en cuenta que los huéspedes son lo más importante en los establecimientos de alojamiento, recomendamos que, se debería mejorar la calidad de servicio a través del modelo HotelQual, el cual permitirá a los empleados y gerente del hostel conocer en que se está fallando y mejorar de manera inmediata minimizando inconveniente alguno con los huéspedes.

Para una continua mejora, se recomienda efectuar encuestas a los huéspedes para medir la satisfacción e implementar un buzón de sugerencias y quejas. El modelo de encuesta puede ser el mismo que se empleó para la investigación u otro en caso de desearlo.

Se aconseja un mayor control en el estado y limpieza de las instalaciones, con respecto al estado de las cortinas y pintura, iluminación en los pasillos y calidad de la señal de televisión.

Actualizar continuamente la página web de manera y la inmediata creación de un usuario en redes sociales debido al auge de los mismos en la época actual, si una empresa no posee su nombre en las redes; es como si no existiese en el mundo empresarial.

El personal del hostel debe de estar en constante capacitación y atentos en conocer las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes. Como sugerencia se pretende el uso de una camiseta polo con el logo de la empresa como opción de uniforme para que los clientes reconozcan al personal. Jamás se debe de olvidar que la calidad en el servicio brindada al turista es de suma importancia debido a que refleja el éxito y la imagen del establecimiento.

Con la finalidad de mejorar la calidad de atención, servicio brindado en el hostel, y mejorar el sistema de aseguramiento de la calidad del Hostel Rumbo al Sol para que pueda mejorar la ocupación se propone un manual de procedimientos donde se plantean recomendaciones e información relevante para lo mismo. Se sugiere que el gerente y todo el personal del hostel tome en cuenta la propuesta ofrecida y designe a un empleado dentro de la organización para realizar el seguimiento y las evaluaciones correspondientes minimizando así las fallas analizadas dentro de cada dimensión del modelo HotelQual. Las evaluaciones deben ser realizadas

mensualmente o según indique cada modelo; sin embargo, su frecuencia depende del gerente o administrador del hostel.

## Referencias

- Aiteco Consultores (sf). El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alonso, M., Barcos, L., y Martín, J. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. ISBN: 84-9756-435-9
- Alvarado, B., y Rivas, G. (2006). *Philip Crosby*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.geocities.ws/chex88chex/estrategia/PhilipCrosby.pdf>
- Ameca, J. (2014). *Cliente interno y externo en una organización*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>
- ATCAL SAS. (2016). *Botiquín de primeros auxilios*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.libriadelagestion.com/el-botiquin-de-primeros-auxilios/>
- Ávila, B. (2018). *Comunicación No Verbal: La Regla Mehrabian*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.gestion-comercial.com/comunicacion-no-verbal-la-regla-mehrabian/>
- Ballestas, C. L., Gonzáles, E. R., y Gutiérrez, W. (2012). Percepción de calidad como factor de competitividad de la infraestructura de hoteles en Santa Marta y Barranquilla. *Clío América*, 6(12), 185-202.
- Benguría, S., Martín, B., Valdés, M., Pastellides, P. y Gómez, L. (2010). Observación. *Métodos de investigación en educación especial*. (Lectura en línea).
- Buendía, L. (2003). La investigación por encuesta. En C.C., Lumbreras (Ed.), *Métodos de investigación en psicopedagogía* (pp. 120-154). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Business Dictionary (2018). Definición de Check in. Consultado en: <http://www.businessdictionary.com/definition/check-in.html>

- Cajal, A. (2018). *Williams Edwards Deming: Biografía, Principios de la Calidad, Aportes*. (Lectura en línea). Recuperado de [https://www.lifeder.com/aportaciones-wiliams-edwards-deming/#Gestion\\_de\\_la\\_Calidad\\_Total](https://www.lifeder.com/aportaciones-wiliams-edwards-deming/#Gestion_de_la_Calidad_Total)
- Collados, L. (2017). Revista Digital INESEM. *Hotelqual, la gestión de calidad en hoteles*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/hotelqual-calidad-hotelera/>
- Consumoteca. (2010). *Check in*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.consumoteca.com/transporte/aereo/check-in/>
- Di Muro, L. (2007). Manual práctico de recepción hotelera. ISBN: 9682422108
- Echandía, H. D. (1985). *Teoría general del proceso*. Doi:12010349
- Escobar, M. y Mosquera, A. (2013). *El marco conceptual relacionado con la calidad: una torre de Babel*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a10.pdf>
- Flores, S. (2018, marzo). *Análisis de la calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique, para la implementación de un plan de capacitación*. (Propuesta de trabajo de titulación). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27587/1/CAPITULO%202%20REVISADO%20corregido%20%2821-12-18%29.pdf>
- Gadotti Dos Anjos, S. J., y França de Abreu, a. (2009). Service quality measurement at hospitality companies. *Revista Europea de Direccion y Economia de la Empresa*, 18(2), 175-186.
- Granda, L. (2016). *Modelo de negocio para la creación del Hostel Per Tornare*. (tesis de pregrado). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.
- Guerra, E. y Quijada, F. (2010). *Principales aportes de Joseph Juran, Kaoru Ishikawa y Walter Shewart a la calidad total en la gestión empresarial*. (Monografía de grado). Universidad de Oriente, Barcelona. Recuperado

de: <http://ri2.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/715/2/28-TEISISIC010G34.pdf>

Guiu, D. (2018). *La importancia de una asistencia telefónica ágil y efectiva*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.socialetic.com/la-importancia-de-una-asistencia-telefonica-agil-y-efectiva.html>

Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. Documentación de las Ciencias de la Información, 34(1), 349-368. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>

Hostelpro. (2018). Equipamiento de Hoteles. Amenities en el hotel. Recuperado de: <http://linncesoft.com/pre/hostelpro/pdf/HP-20-7.pdf>

ISO 9001:2015 (2017, 25 de julio). *¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad?* (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>

Jimeno, J. (2013, 23 de agosto). Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>

Juran, J. M. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A. ISBN: 8487189377

Ley de Turismo. (2015). Ley de Turismo. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

López, R. E. y Deslauriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales, 61, 2-19.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education.

Martín, J. (2017, 15 de agosto). *Las necesidades de Maslow*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.cerem.ec/blog/las-necesidades-de-maslow>

- Melinkoff, R. (1990). *Los Procesos Administrativos*, 1ra. Edición, Editorial Panapo, Caracas.
- MINTUR. (2015). *MinTur entrega el distintivo “Q” de Calidad a establecimientos turísticos*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>
- Monar, S., y Villa, M. (2018). *Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios* (tesis de pregrado). Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Núñez P. (2011). *Usos y definiciones de los términos relativos a los usuarios o clientes*. Revista Interamericana de Bibliotecología.
- Operadora Turística Corporativa. (2014). *Términos utilizados en hotelería*. Recuperado de: <https://optucorp.com/blog/conoce-los-terminos-utilizados-en-los-hoteles/>
- Organización Mundial de Turismo. (2007). *Entender el Turismo: Glosario básico*. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo. (2017) *¿Por qué el turismo?* (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Pardo, M. y Mendoza, G. (2011, 8 de enero). *Re-diseño de procesos de atención a los clientes aplicando la cultura de calidad en el servicio en un hotel de tres estrellas del centro de la CD. de Cancún, Q. ROO*. (Presentación de anteproyecto). Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, Cancún.
- Pearson, E. (2010). *Modelo de comunicación: Albert Mehrabian*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.mailxmail.com/curso-lenguaje-corporal-comunicacion-cuerpo-mente/comunicacion-verbal-no-verbal-modelo-comunicacion-albert-mehrabian>

- Porta Storni, M. (2014). *Impactos del turismo de sol y playa sobre el medioambiente en la localidad de Santa Clara del Mar*. (Monografía de graduación). Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2047/1/porta.2014.pdf>
- Prieto, R., & Villa, C. (2011). *Estrategias de mercado interno para optimizar la calidad de servicio en empresas ferreteras*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/view/7926>
- Randstad (2016, 13 de junio). *La pirámide de Maslow en el ámbito laboral*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.randstad.es/tendencias360/la-piramide-de-maslow-en-el-ambito-laboral/>
- Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la Lengua Española* (23.ed). Consultado en: <http://dle.rae.es/?w=calidad>
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Reglamento General de la Ley de Turismo. (2015). *Reglamento general de la ley de turismo*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Resoagli, D. (2015). *La adopción del enfoque de calidad y su impacto en la innovación como base del sostenimiento de los catálogos electrónicos de convenio marco*. (Lectura en línea). Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/1CB90F94BF3B04B6052580980070A96B/\\$FILE/resoma.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/1CB90F94BF3B04B6052580980070A96B/$FILE/resoma.pdf)
- Rodríguez Puerta, A. (2018, 10 de mayo). *Las 4 Teorías de la Calidad Principales y sus Características*. (Lectura en línea). Recuperado de: [https://www.lifeder.com/teorias-calidad/#Trilogia\\_de\\_Juran](https://www.lifeder.com/teorias-calidad/#Trilogia_de_Juran)

- Rojas, D. (2003, 26 de noviembre). *Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/#pf13>
- Ruizalba, J. (2013). *El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno*. Revista de Estudios empresariales. Universidad de Málaga. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://westminsterresearch.wmin.ac.uk/19002/1/Ruizalba.%20compromiso%20y%20MI.%20Rev%20estudios%20empresariales.%202013.pdf>
- Sacoto, M. (2016, 28 de enero). Playas, el balneario que atrae el turismo con su clima y hospitalidad. *El Universo*. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/28/nota/5372158/playas-balneario-que-atrae-su-excelente-clima-hospitalidad>
- SENPLADES. (2014). *Playas*. (Lectura en línea). Recuperado de: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0921\\_PLAYAS\\_GUAYA S.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0921_PLAYAS_GUAYA S.pdf)
- Suco, L. y Moreira, J. (2013). *Análisis de la calidad de los servicios del sector hotelero y su influencia en la satisfacción de los clientes que visitan al cantón Milagro*. (Proyecto de grado). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Uceda, I. (2013). “*Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo*”. (tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado de: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/127>
- Vélez, C., Godoy, M. y Vélez, J. (2017). El turismo local en el Cantón General Villamil Playas: Una reflexión desde la normativa gubernamental. *Revista de Investigación de la Ciencia Turística*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6252633>

Zavala, A. (2005). *Teoría de la calidad*. (Lectura en línea). Recuperado de:  
[www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/3.doc](http://www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/3.doc)

## Apéndices



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### Apéndice A. Modelo de entrevista

#### Entrevista dirigida a la gerente y/o administradora del Hostal Rumbo al Sol

*Proyecto de titulación de la UCSG “Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol.”*

<b>Fecha de la entrevista:</b>	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	
<b>Cargo administrativo:</b>	
<b>Tiempo que ha permanecido en el cargo:</b>	
<b>Años de trabajo en el Hostal:</b>	
<b>Nombre de los entrevistadores:</b>	

#### Preguntas:

1. ¿Cuál es el número de personas laborando dentro del hostel?
2. ¿Nos podría indicar el número de habitaciones con las que cuenta el hostel además de sus características?
3. ¿Según el tipo de habitación, cuál es el precio de la habitación por noche?
4. ¿Cuáles son las temporadas altas (buena) y bajas (mala) para el hostel y por qué?
5. ¿Aproximadamente cuántas habitaciones venden en ambas temporadas?
6. ¿Por cuál medio llevan el registro de los huéspedes, número de habitaciones vendidas, etc.?
7. ¿Con qué tecnologías cuenta el hostel para brindar seguridad y comodidad a los huéspedes?
8. Cuando se busca el hostel por internet se encuentra con el nombre de Hostal Costa del Sol al igual que en su sitio web, ¿tiene ud algún conocimiento de esto?

9. ¿Tiene algún conocimiento de problemas o anomalías que hayan ocurrido anteriormente en el hostel? En caso de ser afirmativa la respuesta, ¿cuál fue la medida empleada para su solución?
10. Con respecto al mantenimiento, ¿quién y con qué frecuencia lo realiza?
11. ¿Conoce usted las características, el perfil de los huéspedes que se hospedan en su hostel?
12. ¿Posee Ud. algún manual para atención al cliente?
13. ¿Ha recibido o se han brindado capacitaciones a los empleados en temas de calidad y servicio al cliente?
14. ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción de sus huéspedes?
15. ¿Le gustaría conocer qué piensan sus huéspedes de la atención y servicio que reciben en su hostel?
16. ¿Con qué equipo de seguridad cuenta el hostel?
17. ¿Se encuentra ubicado cerca del hostel, algún hospital/clínica o centro de orden público?

## Apéndice B. Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### Encuesta para los huéspedes del Hostal Rumbo al Sol

*Proyecto de titulación de la UCSG “Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol.”*

La presente encuesta se realiza con la finalidad de conocer su opinión acerca de la calidad en los servicios que recibe, la información que se obtenga de esta encuesta ayudará a brindar un mejor servicio para su mejor comodidad.

Las preguntas serán calificadas de acuerdo a la Escala de Likert. Como verá se miden diferentes aspectos a los que usted debe responder marcando un número entre el 1 y el 7, siendo 1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=adecuado, 5=bueno, 6= muy bueno, 7=excelente.

Edad: \_\_\_\_ Sexo: Masculino \_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_

País o ciudad de residencia \_\_\_\_\_

Motivo de su visita \_\_\_\_\_

Estimado huésped, ¿considera usted que en este hotel...

PERCEPCIÓN

Dimensión 1: Personal	Escala de Likert						
1.- El personal está dispuesto a ayudar a los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
2.- Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped.	1	2	3	4	5	6	7
3.- El personal del hotel conoce y se esfuerza por conocer las necesidades del huésped.	1	2	3	4	5	6	7
4.- El personal es cortés y educado.	1	2	3	4	5	6	7
5.- Existe personal disponible proporcionando al cliente la información cuando lo necesita.	1	2	3	4	5	6	7
6.- El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	1	2	3	4	5	6	7
7.- El comportamiento del personal inspira confianza.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión 2: Instalaciones	Escala de Likert						
8.- Las áreas e instalaciones del hotel resultan agradables.	1	2	3	4	5	6	7
9.- Las áreas y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, ...) están bien conservados.	1	2	3	4	5	6	7
10.- Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	1	2	3	4	5	6	7
11.- Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad).	1	2	3	4	5	6	7
12.- Las instalaciones están limpias.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión 3: Organización	Escala de Likert						
13.- Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	1	2	3	4	5	6	7
14.- Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	1	2	3	4	5	6	7
15.- Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	1	2	3	4	5	6	7
16.- Los diferentes servicios son proporcionados en los tiempos estimados.	1	2	3	4	5	6	7
17.- Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.	1	2	3	4	5	6	7
18.- Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	1	2	3	4	5	6	7
19.- El cliente es lo más importante (lo primero son los intereses del cliente).	1	2	3	4	5	6	7
20.- Se presta el servicio según las condiciones contratadas.	1	2	3	4	5	6	7

## Apéndice C. Modelo de encuesta en inglés



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### Survey model for the guests of Hostal Rumbo al Sol

*Titling work "Proposal to improve the satisfaction of the clients of a third category hostel in the General Canton of Villamil Playas. Case study: Hostal Rumbo al Sol."*

This survey is carried out with the purpose of knowing your opinion about the quality of the services you receive, so that the information obtained will help to provide a better service in the hotel establishments. The questions posed will be rated according to the Likert Scale, where 1 corresponds to strongly disagree; 2, in disagreement; 3, neutral; 4, adequate; 5, good; 6, in agreement; and 7, totally agree.

**Age:** \_\_\_\_ **Gender:** Male \_\_\_\_ Female \_\_\_\_

**Country or city of residence:** \_\_\_\_\_

**Purpose of your visit:** \_\_\_\_\_

**Dear guest, ¿would you like that in this hostel...**

#### EXPECTATION

Dimension 1: Staff	Likert Scale						
1. - the staff is willing to help the guest?	1	2	3	4	5	6	7
2. - the employees worry about solving the guest's problems?	1	2	3	4	5	6	7
3. - the staff knows and strives to know the needs of the guest?	1	2	3	4	5	6	7
4. - the staff is competent and professional?	1	2	3	4	5	6	7
5. - there are personnel available, providing information to the guest when they need it?	1	2	3	4	5	6	7
6. - the staff has a clean and neat appearance?	1	2	3	4	5	6	7
7.- the staff is trustworthy?	1	2	3	4	5	6	7
Dimension 2: Facilities	Likert Scale						
8. - the areas and facilities are pleasant?	1	2	3	4	5	6	7
9. - the areas and equipment of the building (elevators, rooms, corridors, etc.) are well preserved?	1	2	3	4	5	6	7
10. - the facilities are comfortable and cozy (you feel comfortable in them)?	1	2	3	4	5	6	7
11. - the facilities are safe (they comply with safety regulations)?	1	2	3	4	5	6	7
12.- the facilities are clean?	1	2	3	4	5	6	7
Dimension 3: Organization	Likert Scale						
13. - any information about the different services requested by the guest is easily obtained?	1	2	3	4	5	6	7
14. - discretion is always considered and the privacy of the guest is respected?	1	2	3	4	5	6	7
15. - there is always someone from the administration available to the guest for any problem that may arise?	1	2	3	4	5	6	7
16. - the different services are offered quickly?	1	2	3	4	5	6	7
17. - the data and information about the guest's stay are correct?	1	2	3	4	5	6	7
18. - any problem that the guest may have is solved effectively?	1	2	3	4	5	6	7
19. - the guest is the most important (the guest's interests first)?	1	2	3	4	5	6	7
20. - the service is provided according to the conditions contracted?	1	2	3	4	5	6	7

## Apéndice D. Modelo de ficha de observación directa



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### Ficha de observación directa para evaluar el Hostal

#### Rumbo al Sol

*Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil "Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostal de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol."*

#### Ficha de Observación de Campo

Lugar:			
Día de la observación:			
Hora:			
DIMENSIONES DE LA ESCALA HOTELQUAL			
<i>Personal</i>	<i>Parámetros</i>	<i>SI</i>	<i>NO</i>
¿El personal está dispuesto a ayudar a los clientes?			
¿Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped?	Avería en habitaciones.		
	Pérdida de algún objeto de valor.		
¿El personal del hotel conoce y se esfuerza por conocer las necesidades del huésped?			
¿El personal es cortés y educado?			
¿Si hay personal disponible proporcionando al cliente la información cuando lo necesita?	Recepción		
¿El personal tiene un aspecto limpio y aseado?	Uniforme		
	Apariencia		
¿El comportamiento del personal inspira confianza?			
<i>Instalaciones</i>	<i>Parámetros</i>		
¿Las áreas e instalaciones del hotel resultan agradables?	Recepción		
	Comedor		
	Habitaciones		
	Garaje		

¿Las áreas y equipamiento del edificio están bien conservados?	Habitaciones		
	Pasillos		
	Escaleras		
¿Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?	Habitaciones		
	Recepción		
¿Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)?	Permisos del Cuerpo de Bombero		
¿Las instalaciones están limpias?	Recepción		
	Comedor		
	Habitaciones		
	Garaje		
<b>Organización</b>	<b>Parámetros</b>		
¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente?	Servicio de alojamiento		
	Servicio de restauración		
	Servicio de transporte		
¿Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente?	En habitaciones		
¿Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir?			
¿Los diferentes servicios son proporcionados en los tiempos estimados?			
¿Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos?			
¿Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente?			
¿Se preocupan por ofrecer un trato personalizado?			
¿Se presta el servicio según las condiciones contratadas?			

<b>Mercado Objetivo</b>	
<i>Descripción del huésped</i>	
¿Cuál es el motivo del viaje?	
<b>Observaciones Adicionales</b>	
Fecha de registro en el MINTUR	
¿Cuenta con buzón de sugerencias?	
¿Cuenta con equipos de emergencia y seguridad?	
¿Cuenta con seguridad privada?	
Otros	



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Apéndice E. Respuesta de la entrevista dirigida a la  
gerente y/o administradora del Hostal Rumbo al  
Sol**

*Proyecto de titulación de la UCSG “Propuesta de  
mejora de la satisfacción de los clientes de un hostal de tercera categoría del Cantón  
General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol.”*

<b>Fecha de la entrevista:</b>	07 / Julio/ 2018
<b>Nombre del entrevistado:</b>	Mayra García Barcia
<b>Cargo administrativo:</b>	Administradora
<b>Tiempo que ha permanecido en el cargo:</b>	3 meses
<b>Años de trabajo en el Hostal:</b>	3 meses
<b>Nombre de los entrevistadores:</b>	Andrea Iza y Carlos Manzo

**Preguntas:**

**1. ¿Cuál es el número de personas laborando dentro del hostal?**

Actualmente 3 personas:

Empleado A: Es recepcionista, administrador, poli funcional.

Empleado B: Encargado de los servicios generales.

Empleado C: Encargado de la alimentación de los trabajadores y la limpieza del hostal.

**2. ¿Nos podría indicar el número de habitaciones con las que cuenta el hostal además de sus características?**

El hostal cuenta con 30 habitaciones:

22 habitaciones tipo Queen Size.

8 habitaciones tipo King Size.

**3. ¿Según el tipo de habitación, cuál es el precio de la habitación por noche?**

El precio por habitación:

\$15 queen size

\$20 king size

**4. ¿Cuáles son las temporadas altas (buena) y bajas (mala) para el hostal y por qué?**

La temporada alta es desde enero hasta la mitad del mes de abril entre estas fechas comprenden los feriados de carnaval y semana santa, de abril a Julio

temporada baja. De agosto a diciembre temporada alta debido a que recurren las personas de la Sierra.

**5. ¿Aproximadamente cuántas habitaciones venden en ambas temporadas?**

Temporada baja se alquilan 6 habitaciones diarias.

Temporada alta se alquilan las 30 habitaciones diarias.

**6. ¿Por cuál medio llevan el registro de los huéspedes, número de habitaciones vendidas, etc.?**

Se lleva el registro de los huéspedes a través de un cuaderno de anotaciones, acto seguido se lleva a una hoja de Excel para continuar con el proceso.

**7. ¿Con qué tecnologías cuenta el hostel para brindar seguridad y comodidad a los huéspedes?**

El hostel posee Circuito Cerrado de Televisión con 24 cámaras aproximadamente y un guardia interno que labora en las madrugadas.

**8. Cuando se busca el hostel por internet se encuentra el mismo con otro nombre al igual que en su sitio web, ¿tiene ud algún conocimiento de lo mencionado?**

Se creó la página web antes de patentar el nombre, por el momento posee el nombre en la página de Costa al Sol, no ha sido modificado.

**9. ¿Tiene algún conocimiento de problemas o anomalías que hayan ocurrido anteriormente en el hostel? En caso de ser afirmativa la respuesta, ¿cuál fue la medida empleada para su solución?**

Clientes externos tenían conflictos entre ellos, se habló con ellos para solucionar el problema. De esta manera todo llegó a la normalidad.

**10. Con respecto al mantenimiento, ¿quién y con qué frecuencia lo realiza?**

El mantenimiento de los aires acondicionados y la infraestructura se lo realiza cada 3 meses y lo hace un familiar de la Gerente propietaria del hostel.

**11. ¿Conoce usted las características, el perfil de los huéspedes que se hospedan en su hostel?**

El hostel tiene un target familiar y personas que realizan negocios dentro de Playas.

**12. ¿Posee Ud. algún manual para atención al cliente?**

En la actualidad no se posee un manual de atención al cliente, pero se está trabajando en aquello.

**13. ¿Ha recibido o se han brindado capacitaciones a los empleados en temas de calidad y servicio al cliente?**

No se han brindado capacitaciones, pero la administradora siempre está pendiente de que quiere el huésped.

**14. ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción de sus huéspedes?**

No, pero la estamos por implementar en meses próximos.

**15. ¿Le gustaría conocer qué piensan sus huéspedes de la atención y servicio que reciben en su hostel?**

Sí, realmente me gustaría saber qué es lo que piensan los huéspedes de la atención al cliente brindada por parte del hostel.

**16. ¿Con qué equipo de seguridad cuenta el hostel?**

EL hostel cuenta con: Botón de pánico, luces de emergencia, extintor, señalética y un botiquín para cualquier emergencia.

**17. ¿Se encuentra ubicado cerca del hostel, algún hospital/clínica o centro de orden público?**

La Unidad de Policía Comunitaria (UPC) se encuentra ubicada a 3 cuadras y la Clínica San Gregorio a 3 minutos.



**Apéndice F. Resultado de la ficha de observación directa para evaluar el Hostal Rumbo al Sol**

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL *Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil “Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostal Rumbo al Sol.”*

**Ficha de Observación de Campo**

Lugar:	Hostal Rumbo al Sol		
Día de la observación:	17-21 de junio y 7-10 julio		
Hora:	5 horas diarias		
<b>DIMENSIONES DE LA ESCALA HOTELQUAL</b>			
<i>Personal</i>	<i>Parámetros</i>	<i>SI</i>	<i>NO</i>
¿El personal está dispuesto a ayudar a los clientes?		X	
¿Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped?	Avería en habitaciones.		X
	Pérdida de algún objeto de valor.		X
¿El personal del hotel conoce y se esfuerza por conocer las necesidades del huésped?			X
¿El personal es cortés y educado?			X
¿Si hay personal disponible proporcionando al cliente la información cuando lo necesita?	Recepción	X	
¿El personal tiene un aspecto limpio y aseado?	Uniforme		X
	Apariencia		X
¿El comportamiento del personal inspira confianza?			X
<i>Instalaciones</i>	<i>Parámetros</i>		
¿Las áreas e instalaciones del hotel resultan agradables?	Recepción	X	
	Comedor	X	
	Habitaciones		X
	Garaje		X

¿Las áreas y equipamiento del edificio están bien conservados?	Habitaciones		X
	Pasillos		X
	Escaleras		X
¿Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?	Habitaciones		X
	Recepción	X	
¿Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)?	Permisos del Cuerpo de Bombero	X	
¿Las instalaciones están limpias?	Recepción	X	
	Comedor	X	
	Habitaciones	X	
	Garaje	X	
<b>Organización</b>	<b>Parámetros</b>		
¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente?	Servicio de alojamiento	X	
	Servicio de restauración	X	
	Servicio de transporte		X
¿Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente?	En habitaciones		X
¿Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir?		X	
¿Los diferentes servicios son proporcionados en los tiempos estimados?		X	
¿Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos?		X	
¿Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente?		X	
¿Se preocupan por ofrecer un trato personalizado?			X
¿Se presta el servicio según las condiciones contratadas?		X	

<b>Mercado Objetivo</b>	
<i>Descripción del huésped</i>	
¿Cuál es el motivo del viaje?	Ocio y negocios
<b>Observaciones Adicionales</b>	
<b>Fecha de registro en el MINTUR</b>	En el año 2008.
<b>¿Cuenta con buzón de sugerencias?</b> No posee buzón de sugerencias.	
<b>¿Cuenta con equipos de emergencia y seguridad?</b> Sí, poseen señaléticas, luces de emergencia, botón de pánico, botiquín incompleto.	
<b>¿Cuenta con seguridad privada?</b> No, solo cuenta con un guardia interno y cámaras de seguridad.	
<b>Otros:</b> Capacitar al personal en servicio al cliente debido a que denotan la ausencia de experiencia al brindar el servicio, los trabajadores no poseen uniforme de la institución. Brindar mantenimiento a sus equipos e instalaciones como por ejemplo: aire acondicionado, operadora de cable, garaje, cortinas de ventanas y baño. La señal de televisión en ciertos canales es mala.	

**Apéndice G. Fotografías del exterior del Hostal Rumbo al Sol y actividades realizadas**



Exterior del Hostal Rumbo al Sol



Realización de encuesta a los huéspedes



Realización de encuesta a los huéspedes



Entrevista a la administradora del hostel



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Iza Salazar, Andrea Alexandra** con C.C: # **0931731103** y **Manzo Narváez, Carlos** Eduardo, con C.C: # **0923509970**, autores del trabajo de titulación: **“Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol”** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018**

---

**Iza Salazar, Andrea Alexandra**  
C.C: **0931731103**

---

**Manzo Narváez, Carlos Eduardo**  
C.C: **0923509970**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas. Estudio de caso: Hostel Rumbo al Sol		
<b>AUTOR(ES)</b>	Iza Salazar, Andrea Alexandra Manzo Narváez, Carlos Eduardo		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Murillo Paladines, Alexandra		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>11 de septiembre del 2018</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	98
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Desarrollo de la cultura de servicio: Análisis de procesos para el mejoramiento de la calidad de servicios y categorización en el turismo y hotelería.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<b>Palabras Claves:</b> Calidad, HotelQual, Hostel, Personal, Plan de mejora, Procedimientos		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>	Este proyecto de titulación tiene como objetivo primordial proponer un plan de mejora de la satisfacción de los clientes de un hostel de tercera categoría del Cantón General Villamil Playas para incrementar el nivel de aceptación de los visitantes, se basó en el modelo HotelQual dirigido al Hostel “Rumbo al Sol”, el cual se centra en la calidad de alojamiento. Para empezar la recolección de datos, se utilizó como herramienta principal el modelo de encuesta basado en la escala HotelQual, la cual tiene 20 variables que ayudan a conocer la opinión del huésped midiendo la calidad entre las expectativas y el rendimiento en que se ofertan los servicios hoteleros. En efecto, para la obtención de información adicional para este proyecto, se realizó una entrevista dirigida a la administradora del hostel y una ficha de observación ingresada por los autores durante diferentes períodos de tiempo. Para concluir, se diseñó un manual de procedimientos del Hostel Rumbo al Sol, identificando cuales fueron los inconvenientes encontrados según las encuestas, para que el personal pueda guiarse y seguir cada uno de los puntos del mismo. Este manual servirá para que futuros empleados tengan de donde partir para realizar sus funciones dentro de la institución y adelantarse a futuras complicaciones dentro del mismo.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-9-90103302 +593-9-87177423	<b>E-mail:</b> andreaiza88@gmail.com eduardo_bt_10@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond, María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>	
---------------------------------------	--

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
---	--

<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
------------------------------	--

<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	
---	--