

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE
LA PARROQUIA TALAG.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTORAS: Acosta Andy Ana Belén
Licuy Chimbo Yesenia Natalia

DIRECTOR: Lcdo, Angel Oswaldo Suña Sigüencia

Tena - Ecuador 2024

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

LCDO. ANGEL OSWALDO SUÑA SIGUENCIA
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Director del Trabajo de Integración Curricular denominado: CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAG, de autoría de las señoritas ACOSTA ANDY ANA BELÉN con CC. 1501039307 y LICUY CHIMBO YESENIA NATALIA con CC. 1500927304 estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 08 de agosto de 2024



Lcdo. Angel Oswaldo Suña Sigüencia
DIRECTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

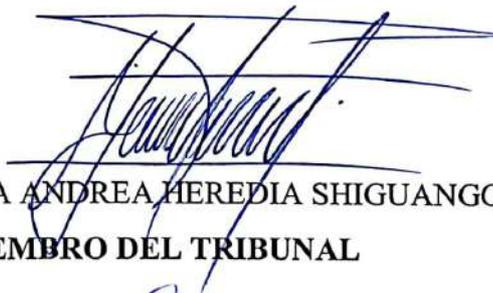
Tena, 30 de agosto del 2024

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominado: CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAG, presentado por ACOSTA ANDY ANA BELÉN y LICUY CHIMBO YESENIA NATALIA, estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;



ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJÍA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



ING. YAJAIRA ANDREA HEREDIA SHIGUANGO
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



LCDO. HECTOR ANIBAL LOZADA GREFA
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Nosotras, ACOSTA ANDY ANA BELÉN y LICUY CHIMBO YESENIA NATALIA, declaramos ser las autoras del presente Trabajo de Integración Curricular denominado CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAG, y absolvemos expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de nuestro trabajo de Titulación en el repositorio institucional-biblioteca Virtual.

AUTORAS:



ACOSTA ANDY ANA BELÉN
CÉDULA: 1501039307



LICUY CHIMBO YESENIA NATALIA
CÉDULA: 1500927304

FECHA: Tena, 31 de julio de 2024

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LAS AUTORAS

Nosotras, ACOSTA ANDY ANA BELÉN y LICUY CHIMBO YESENIA NATALIA, declaramos ser las autoras del Trabajo de Integración Curricular titulado: CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAG, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN: autorizamos al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 31 de julio de 2024, firma el autor.

AUTOR: Ana Belén Acosta Andy **FIRMA:**



CÉDULA: 1501039307

DIRECCIÓN: Archidona, Barrio Piedra Grande

CORREO ELECTRÓNICO: ana.acosta@est.itstena.edu.ec

TELÉFONO: 06-2889743 **CELULAR:** 0995834014

AUTOR: Yesenia Natalia Licuy Chimbo **FIRMA:**



CÉDULA: 1500927304

DIRECCIÓN: Archidona, San Clemente

CORREO ELECTRÓNICO: yesenia.licuy@est.itstena.edu.ec

CELULAR: 0994112892

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Lcdo. Angel Oswaldo Suña Siguencia

TRIBUNAL DEL GRADO:

Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía

Ing. Yajaira Andrea Heredia Shiguango

Lcdo. Hector Anibal Lozada Grefa

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de titulación primeramente a Dios, con profundo agradecimiento y aprecio a nuestros padres, que nos apoyaron en todo nuestro trayecto con un amor incondicional, y por ser nuestra fuente de inspiración para llegar hasta donde hoy estamos.

A nuestros esposos, quienes han sido nuestro pilar emocional, apoyo constante y nuestro más ferviente aliento en los momentos de desafío porque nos han brindado la fuerza necesaria para superar los desafíos que hemos atravesado.

A nuestros docentes y director por su enseñanza, orientación y paciencia infinita que han tenido con nosotras ya que, a través de su compromiso y apoyo, han sido una fuente de inagotable motivación para alcanzar nuestras metas.

A nuestras amigas, cuya presencia, consejos y ánimos han sido un alivio en los momentos de estrés y a mis compañeras de estudio por compartir su amistad en este ciclo académico

AGRADECIMIENTO

Desearnos expresar nuestros más sinceros agradecimientos y profunda gratitud a Dios, y a nuestros padres.

Así como a, el Instituto Superior Tecnológico Tena por brindarnos las herramientas, y el apoyo necesario para llevar a cabo este proyecto, que en conjunto con los docentes y director por su orientación y confianza en nuestro trabajo ha contribuido de manera significativa en la realización de este trabajo de titulación.

A nuestras familias, que con su amor, comprensión y apoyo incondicional nos han impulsado a seguir adelante en cada paso de este camino.

Y finalmente, a nuestros amigos/as en general, por su compañía, ánimo y palabras de aliento en los momentos difíciles y en las celebraciones de los logros alcanzados.

ÍNDICES DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR	II
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	III
AUTORÍA	IV
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LAS AUTORAS	V
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
A. TÍTULO	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
2.1 Necesidad	5
2.2 Actualidad.....	5
2.3 Importancia.....	6
2.4 Presentación del problema de investigación a responder	6
2.4.1 Árbol de problemas	7
2.5 Delimitación	8
2.5.1 Delimitación Espacial	8
2.5.2 Delimitación Temporal	8
2.6 Beneficiarios.....	8
2.6.1 Directos	8
2.6.2 Indirectos.....	8
C. OBJETIVOS	9
3.1 Objetivo General	9
3.2 Objetivos Específicos	9

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	10
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
5.1 Variable Independiente	11
5.1.1 Calidad de Servicio	11
5.1.2 Los Sistemas de calidad	15
5.1.3 Calidad	19
5.2 Variable Dependiente.....	21
5.2.1 Servicio.....	21
5.2.2 Estrategia de servicio	22
5.2.3 Servicio al cliente.....	23
5.3 Marco Legal.....	25
5.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REUBLICA DEL ECUADOR (2008).....	25
5.3.2 LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (2015)	27
5.3.3 CÓDIGO DE TRABAJO (2020)	29
5.3.4 LEY DE TURISMO (2020)	31
5.3.5 ORDENANZA 101-GADMT (2022)	32
5.4 Marco Conceptual	34
F. METODOLOGÍA.....	36
6.1 Materiales y equipos.....	36
6.1.1 Materiales	36
6.1.2 Instrumentos	36
6.1.3 Equipos.....	36
6.2 Ubicación del Área de estudio.....	37
6.2.2 Muestra.....	38
6.2.2.1 Calculo de la muestra realizada digitalmente.....	40
6.3 Tipo de investigación / estudio.....	40
G.RESULTADOS.....	46

H. CONCLUSIONES	76
I. RECOMENDACIONES	77
J. BIBLIOGRAFÍA	78
K. ANEXOS	82

ÍDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas	7
Figura 2: Jerarquización de Variables	11
Figura 3: Ubicación Satelital del Hotel Wisdom Forest ubicado en la Parroquia Talag, Cantón Tena.	37
Figura 4: Ubicación Geográfica del Hotel Wisdom Forest ubicado en la Parroquia Talag, Cantón Tena.....	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2: Se puede comprobar por medio de una calculadora digital el tamaño de la muestra a encuestar.	40
Gráfico 3. Género de los clientes.....	47
Gráfico 4. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?	48
Gráfico 5. Proceso de Reserva.....	49
Gráfico 6. Evaluación de rapidez.....	50
Gráfico 7. Motivo de estadía.....	51
Gráfico 8. Servicios utilizados	52
Gráfico 9. Servicios utilizados	53
Gráfico 10. Alimentación vegana, vegetariana	54
Gráfico 11. Calificación de instalaciones.....	55
Gráfico 12. Problemas de estadía.....	56
Gráfico 13. Recomendación del hotel	57
Gráfico 14: Medidor de KPI	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados de aprendizaje de la carrera de Administración de Empresas.	10
Tabla 2. Género de los clientes.....	47
Tabla 3. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?.....	48
Tabla 4. Proceso de Reserva.....	49
Tabla 5. Evaluación de rapidez.....	50
Tabla 6. Motivo de estadía.....	51
Tabla 7. Servicios utilizados.....	52
Tabla 8. Servicios utilizados.....	53
Tabla 9. Alimentación vegana, vegetariana.....	54
Tabla 10. Calificación de instalaciones.....	55
Tabla 11. Problemas de estadía.....	56
Tabla 12. Recomendación del hotel.....	57
Tabla 13: KPI Satisfacción del cliente.....	59
Tabla 14: KPI Calidad de estándares.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de pedido para realizar el TIC, al propietario del hotel.	82
Anexo 2. Carta de aceptación para realizar el TIC, por parte del propietario del hotel.	83
Anexo 3. Modelo de Encuesta para los huéspedes.....	84
Anexo 4. Modelo de entrevista dirigida al propietario.....	87
Anexo 5. Modelo de entrevista dirigida a empleados.....	89
Anexo 6. Fotografías.....	92

A. TÍTULO

**CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST,
DE LA PARROQUIA TALAG.**

RESUMEN

En el Hotel Wisdom Forest, hemos podido identificar una problemática clave relacionada con la limitación en la variedad de servicios ofrecidos, actualmente el enfoque principal está en opciones como, el uso de baños secos, alimentación vegetariana y vegana, lo cual no satisface plenamente las preferencias de todos los turistas, el presente proyecto tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio para superar estas limitaciones y mejorar la experiencia, la encuesta realizada a los huéspedes revela que el 69,70% de los mismos son hombres, y el 83,50% de las estancias tienen como motivo vacaciones, turismo o talleres, los servicios más demandados incluyen, hospedaje, el temazcal, la alimentación vegana y vegetariana, con una preferencia destacada del 85,90%, los indicadores de calidad reflejan resultados positivos, con un KPI de Calidad del 86,35% y un KPI de Satisfacción del Cliente del 80,83%, estos datos indican un alto nivel de satisfacción y calidad en los servicios ofrecidos por el hotel, sin embargo, también señalan áreas que podrían beneficiarse de mejoras adicionales, el análisis proporciona una visión integral de los aspectos más destacados del hotel y las oportunidades para optimizar los servicios, contribuyendo así a una experiencia más completa y satisfactoria para todos los huéspedes.

Palabras clave: Calidad de servicio, objetivo, trabajadores, huéspedes.

ABSTRACT

In the Wisdom Forest Hotel, we have identified a key issue related to the limited variety of services offered. Currently, the main focus is on options such as the use of dry toilets, vegetarian, and vegan food, which does not fully meet the preferences of all tourists. The aim of this project is to improve the quality of service to overcome these limitations and enhance the overall experience. A survey conducted with guests reveals that 69.70% of them are men, and 83.50% of stays are for vacation, tourism, or workshops. The most requested services include accommodation, temazcal, and vegan and vegetarian food, with a prominent preference of 85.90%. The quality indicators show positive results, with a Quality KPI of 86.35% and a Customer Satisfaction KPI of 80.83%. These data indicate a high level of satisfaction and quality in the services offered by the hotel; however, they also highlight areas that could benefit from additional improvements. The analysis provides a comprehensive view of the hotel's key aspects and the opportunities to optimize services, thus contributing to a more complete and satisfying experience for all guests.

Keywords: Service quality, objective, workers, guests.



.....

TCHR. BÉLGICA GÓMEZ

TEACHER OF THE LANGUAGE CENTER

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

La calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que da una ventaja competitiva a aquellas empresas que tratan de alcanzarla, mantenerla e innovarla constantemente, Arellano (2017) sostiene que:

El entorno actual está marcado por un mercado cada vez más competitivo, de ahí que constituya un elemento indispensable en toda empresa el mejoramiento continuo de la calidad de los servicios y los productos que ofrece, como una de las garantías que le asegure el incremento o sostenibilidad de su ventaja competitiva. (p.74)

En conclusión, dentro de un mercado competitivo, el mejoramiento continuo de la calidad es crucial para asegurar y sostener la ventaja competitiva de cualquier empresa.

El presente proyecto busca mejorar la calidad de servicio hacia los huéspedes, ofreciendo un buen servicio y promocionándose a nivel local, nacional e internacional, y así atraer más clientes.

La calidad del servicio en el Hotel Wisdom Forest no solo influye en la satisfacción individual o colectiva de los clientes, sino que también tiene una sensación significativa en la imagen y prestigio del destino turístico, una experiencia positiva genera recomendaciones y comentarios positivos en plataformas y redes sociales, mientras que una experiencia negativa puede tener el efecto contrario, afectando la imagen del hotel y la Parroquia Talag como un destino turístico deseable, por ende, investigar y analizar la calidad del servicio que brinda el Hotel Wisdom Forest es prioritario para comprender su posición competitiva en el mercado turístico.

Esta investigación no solo beneficiará al hotel en términos de mejora, sino que también contribuirá al desarrollo sostenible del turismo en la Parroquia Talag.

2.1 Necesidad

Larrea (2018) sugiere que “La calidad de vida es el reto de la economía de servicios. El concepto de calidad apunta hacia la satisfacción y supone la calidad de servicio” (p.59), no obstante, recalca que la innovación continua y adaptación son cruciales para la competitividad.

La calidad de atención al cliente juega un papel determinante en el desarrollo económico, al analizar el impacto del hotel en su entorno más amplio considerando a la comunidad, como compromiso con la sostenibilidad del ambiente, generando prácticas de reducción de desechos, aprovechamiento de recursos y programas de reciclaje.

La mayoría de hoteles son convencionales ya que no cuentan con nuevas alternativas para atraer a los clientes, no todos buscan innovar en estrategias diferentes, llamativas y sobre todo amigables con el ambiente, reduciendo así la contaminación y desperdicio de recursos, mejorando la calidad del servicio que se ofrece a los huéspedes.

Los centros turísticos compiten por atraer visitantes y fomentar su desarrollo económico, Sin embargo, en muchos destinos turísticos, incluyendo el Hotel Wisdom Forest de la parroquia Talag, existe la expectativa de los visitantes por disfrutar la realidad del servicio, una mala calidad de servicio disminuye las visitas de los turistas ya sean nacionales o extranjeras que buscan llegar a su destino; lo cual reduce los ingresos en general, por ende mejorar los servicios no solo beneficia al hotel en sí, sino que también contribuye al desarrollo turístico sostenible de la Parroquia Talag.

2.2 Actualidad

Una persona puede tener calidad de vida cuando sus necesidades personales están satisfechas y tiene la oportunidad de enriquecer su vida en las principales áreas de actividad vital para cualquier persona.

Por ende, si los establecimientos turísticos no brindan un servicio de calidad, se generan efectos negativos en general, los clientes insatisfechos comparten sus experiencias con otras personas; es por ello que la calidad del servicio influye en la decisión de los turistas, visitantes al invertir su tiempo y dinero, razón por lo que un servicio de calidad determina la satisfacción del visitante, lo que a su vez lleva a un mayor gasto en restaurantes, tiendas y servicios.

2.3 Importancia

El Hotel Wisdom Forest cuenta con un sistema de saneamiento de desechos sólidos sustentable como, baños secos evitando así el desperdicio de agua y generando compost para las plantas y jardinerías, lo que lo diferencia de otros servicios hoteleros, reduciendo su competencia y atrayendo huéspedes conscientes con el ambiente, el hotel cuenta también con un servicio de comida vegano y vegetariano, estos son alimentos saludables que satisfacen las necesidades dietéticas de los clientes.

La finalidad de este proyecto es presentar un informe técnico en el cual se incluya las mejoras de los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest, recomendando mejorar la atención en los resultados obtenidos durante la investigación realizada.

2.4 Presentación del problema de investigación a responder

La problemática del Hotel Wisdom Forest, es que no cuenta con variedad de servicios, ya que los disponibles están destinados solo para un grupo particular de personas el hotel dispone de alimentación vegetariana y vegana, sin embargo, esto es con el fin de contribuir al ambiente y mejorar la calidad de vida, lo que a no todos los turistas les agrada ya que están acostumbrados a lo convencional, es por esto que se propone el presente proyecto para mejorar la calidad de servicio hacia los huéspedes.

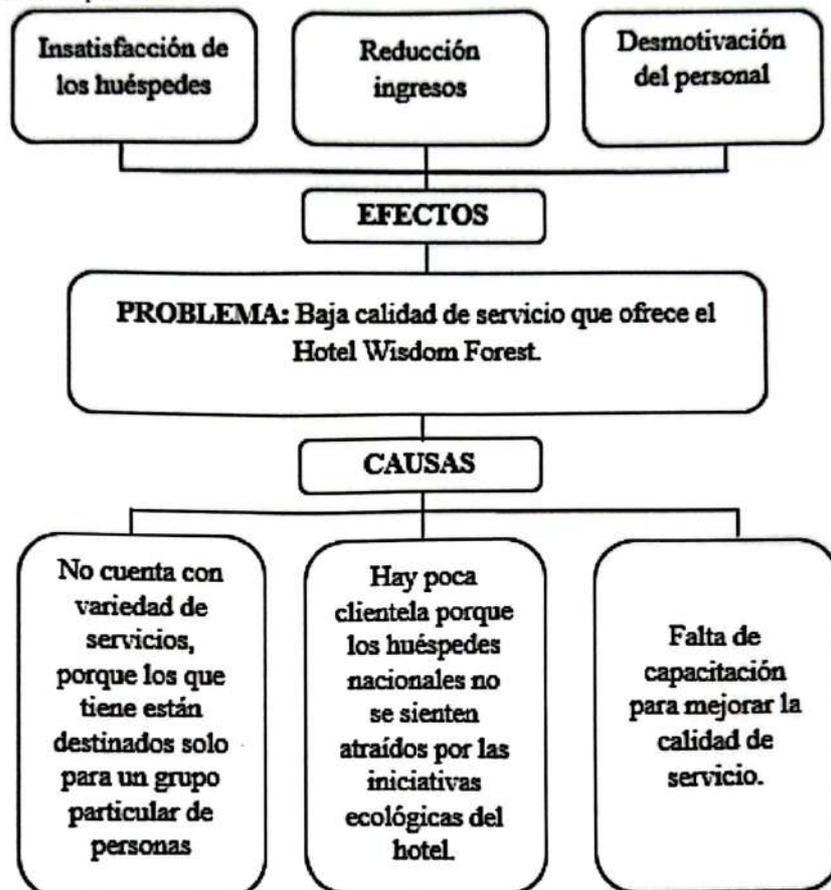
Campo: Administración de Empresas.

Área: Calidad de Servicio

Aspecto: Negocio
Sector: Servicio

2.4.1 Árbol de problemas

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Ana Acosta, Yesenia Licuy (2024)

González (2015) plantea que "En similitud a un árbol, el problema principal representa el tronco, las raíces son las causas y las ramas los efectos, reflejando una interrelación entre todo" (p.40), no obstante, los factores externos pueden alterar tanto las causas como los efectos.

Se ha utilizado la herramienta del árbol de problemas para poder identificar, las causas y efectos del problema a responder dentro de la presente investigación.

2.5 Delimitación

El trabajo de investigación se realizó en Hotel Wisdom Forest ubicado en el Cantón Tena, Parroquia Talag Provincia de Napo.

2.5.1 Delimitación Espacial

El Hotel Wisdom Forest, está en la parroquia Talag ubicado frente al paradero Paquisha, Km13, que son zonas altamente turísticas.

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Talag

Asociación, empresa, emprendimiento: Hotel Wisdom Forest de la parroquia Talag.

2.5.2 Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se desarrollará en el ciclo académico Abril 2024 – Agosto 2024

2.6 Beneficiarios

2.6.1 Directos

- Propietarios.
- Clientes.

2.6.2 Indirectos

- Trabajadores.

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Presentar un informe técnico en el cual se incluya las mejoras de calidad a los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest.

3.2 Objetivos Específicos

- ❖ Analizar los servicios de mayor demanda en el Hotel Wisdom Forest, de la parroquia Talag.
- ❖ Determinar la calidad de servicio mediante los indicadores KPI que brinda Hotel Wisdom Forest.
- ❖ Plantear mejoras a la calidad de servicios del Hotel Wisdom Forest.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular se ha considerado apoyarse en las siguientes metodologías de estudios que contemplan la malla curricular de la carrera de Administración de Empresas.

Tabla 1: Resultados de aprendizaje de la carrera de Administración de Empresas.

Asignaturas	Resultados de Aprendizaje	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta
Gestión de talento humano	Describe el campo de la Gestión de Recursos Humanos y comprender su importancia para los directivos y empleados de la organización.	X	
Planificación estratégica	Desarrolla las propuestas estratégicas que mejoren la Planificación Estratégica de las organizaciones con visión holística y positiva a largo plazo.	X	
Expresión oral y escrita	Identifica cada una de las características de la expresión oral y escrita a través de la lectura y análisis para expresarlas en documentos administrativos como: carta, solicitud, redacciones de certificados, instancias, informes, actas, cartas de presentación y recomendación y el memorándum.	X	
Legislación laboral	Evalúa las diferentes modalidades de trabajo, reformas existentes de la intermediación laboral de acuerdo al mandato y establecer los sueldos básicos de los sectores productivos conforme a las tablas sectoriales.		X
Metodología de la investigación	Formula la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.	X	

Elaborado por: Ana Acosta, Yesenia Licuy (2024)

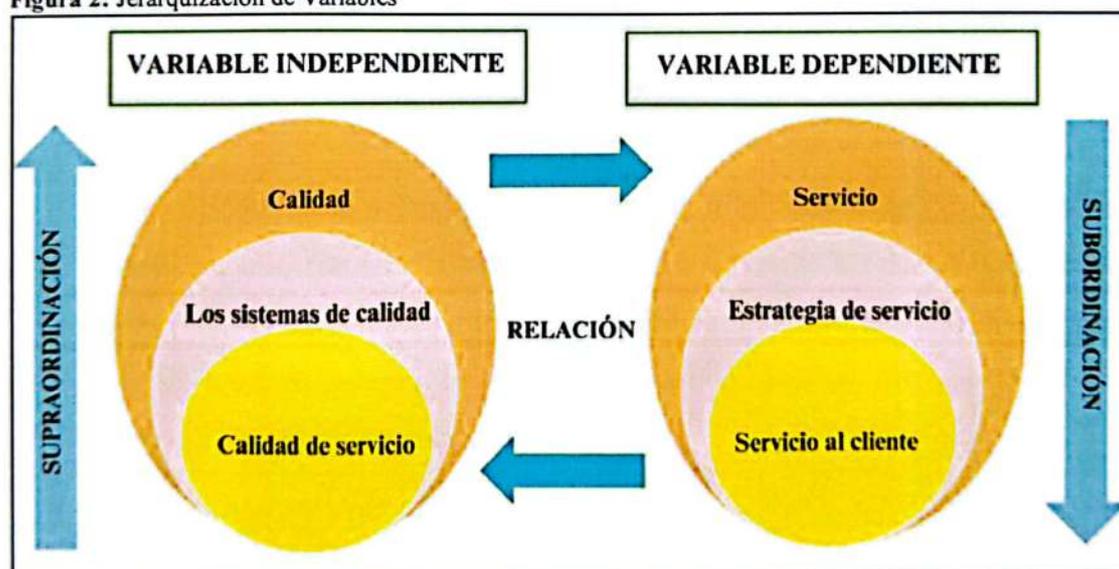
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El propósito de este proyecto de titulación es el análisis y establecimiento de las herramientas requeridas para evaluar la situación actual del Hotel Wisdom Forest. Con el fin de lograr esto, se utilizarán indicadores clave de desempeño (KPI) que servirán para evaluar la calidad del servicio brindado a los clientes.

El objetivo es crear un informe técnico que presentará estrategias para mejorar los servicios del hotel, con el fin de satisfacer las necesidades de los próximos clientes y aumentar su competitividad en el mercado.

El Desarrollo de la fundamentación Teórica se desarrolla de acuerdo a la siguiente jerarquización de variables:

Figura 2: Jerarquización de Variables



Elaborado por: Ana Acosta, Yesenia Licuy (2024)

5.1 Variable Independiente

5.1.1 Calidad de Servicio

Resulta obvio que para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer sobradamente todas sus necesidades y expectativas, en este sentido, Martínez y Mosquera (2018) describen que:

La calidad, y más concretamente la calidad de servicio, se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. De esta forma, la calidad se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciador y perdurable a aquellas organizaciones que tratan de alcanzarla. (p.11)

En definitiva, La calidad de servicio es crucial para la competitividad global de las organizaciones, ofreciendo ventajas estratégicas a largo plazo en sus resultados financieros.

La calidad de servicio se define como una función directiva capaz de generar ventajas competitivas sostenibles, yendo pues más allá de la mera calidad de producto o de proceso, por ende, Camisón et al. (2011) afirman que:

La calidad ya no se restringe actualmente a la calidad de un producto o servicio, sino que abarca todas las formas a través de las cuales la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de su personal y de la sociedad en general. El concepto de calidad total se aplica a todas las actividades de la empresa. (p.25)

La calidad total se extiende más allá de productos y servicios, integrándose en todas las operaciones para satisfacer las expectativas de clientes, empleados y la sociedad.

Por ende, consideramos que la calidad de servicio es fundamental, para el éxito y sostenibilidad del establecimiento, porque con ello, el cliente percibe una buena atención brindada, por parte del personal y si su estadía en el hotel es satisfactoria, a su vez permitirá al hotel llegar a la excelencia.

5.1.1.1 Importancia de la calidad del servicio al cliente

Incluso cuando los requisitos del cliente se han pactado con él y la empresa los haya cumplido, una elevada satisfacción del cliente no estará asegurada, ahora bien, Camisón et al. (2011) expresa que:

La calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido. (p.193)

Por ende, la calidad de servicio se mide por la cercanía entre el servicio esperado por el cliente y el servicio percibido tras su experiencia.

Según el siguiente sitio web, Hammond (2023) considera que el 64 % de los negocios ven una mejora en sus ventas gracias a un buen servicio, y es patente en estos aspectos:

- ✚ **Retención de clientes.** Los consumidores satisfechos tienen más probabilidades de volver a hacer negocios con la empresa en el futuro y de recomendarla a otros. Esto reduce la tasa de abandono de clientes y contribuye a la estabilidad y crecimiento del negocio.

- ✚ **Ventaja competitiva.** Si una empresa logra proporcionar un servicio excepcional, se destacará de la competencia y atraerá a más clientes. La calidad del servicio puede convertirse en una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.

- ✚ **Reputación de la empresa.** Los clientes satisfechos suelen compartir sus experiencias positivas con otros, lo que mejora la imagen y la reputación de la empresa. Por el contrario, puede dañar la reputación y llevar a una mala publicidad.

- ✚ **Fidelidad del cliente.** Aquellos que reciben un servicio de alta calidad están más dispuestos a convertirse en clientes leales y a mantener una relación a largo plazo con la empresa. La fidelidad del consumidor conlleva beneficios como compras repetidas, mayor valor de vida del cliente y una mayor resistencia a las ofertas de la competencia.

5.1.1.2 Estrategias para optimizar la calidad del servicio al cliente

- ❖ **Establecer estándares claros.** Define estándares claros de servicio al cliente que reflejen los valores y objetivos de tu empresa. Estos deben comunicarse a todos los empleados y utilizarlos como referencia para brindar un servicio consistente y de alta calidad.
- ❖ **Capacitar al personal.** Proporciona capacitación adecuada a los empleados que interactúan con los clientes. La capacitación debe abordar habilidades de comunicación, empatía, resolución de problemas y conocimiento del producto o servicio.
- ❖ **Fomentar la cultura del servicio al cliente.** Fomentar una cultura del servicio al cliente en una empresa es fundamental para mejorar la calidad del servicio y lograr la satisfacción y lealtad de los consumidores.
- ❖ **Escuchar activamente al cliente.** Presta atención a las necesidades y comentarios de los clientes y establece canales de comunicación efectivos, como líneas telefónicas de atención, correo electrónico, redes sociales y sistemas de retroalimentación en línea. Asegúrate de responder rápidamente las consultas y proporcionar soluciones adecuadas a los problemas planteados por todos tus consumidores.
- ❖ **Personalizar el servicio.** Intenta adaptar el servicio de tu empresa a las necesidades individuales de cada cliente. Para ello es indispensable que conozcas a tus clientes y comprendas sus preferencias para tratar de ofrecer soluciones personalizadas. Esto puede incluir recordar sus gustos, ofrecer

recomendaciones basadas en sus deseos y proporcionar un trato amable y personalizado.

- ❖ **Mejorar la comunicación interna.** La comunicación efectiva entre los diferentes departamentos y empleados de tu empresa es crucial para brindar un servicio coherente y de calidad. Para ello es vital que establezcas canales de comunicación interna efectivos para garantizar que todos estén alineados y den un servicio excepcional

- ❖ **Obtener retroalimentación y actuar sobre ella.** Solicita activamente la opinión de los clientes por medio de encuestas, evaluaciones y comentarios. Utiliza esta retroalimentación para identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas. Demuestra a tus compradores que sus comentarios son valorados y que se realizan acciones para mejorar la calidad del servicio.

- ❖ **Reconocer y recompensar a los empleados.** Esto puede ser a través de incentivos, programas de reconocimiento o bonificaciones. Esta acción positiva, tal como lo mencionamos anteriormente, fomenta la motivación y el compromiso de los colaboradores para seguir ofreciendo un servicio de calidad.

5.1.2 Los Sistemas de calidad

Es un conjunto de elementos relacionados entre sí orientados en una forma de trabajar basado en procesos, con una política de trabajo para alcanzar objetivos, en este sentido, Carrera et al (2018) describe que:

Cuando se habla del Sistema de Gestión de Calidad la definición se orienta a procesos de trabajo eficaz y eficiente con políticas y normas de calidad en el trabajo para alcanzar los objetivos de calidad. (p.20)

En conclusión, el Sistema de Gestión de Calidad se enfoca en establecer procesos efectivos y normativas claras para alcanzar los objetivos.

Dentro del marco de ISO 9001, se pueden identificar varios subsistemas o componentes clave que forman parte de un SGC eficaz. Estos componentes son:

- ❖ **Liderazgo:** La alta dirección debe demostrar su liderazgo, compromiso y participación activa, con respecto al SGC mediante: aseguramiento de que los objetivos y política de calidad se establezcan y sean compatibles con la dirección estratégica y el contexto de la organización; garantizar que la política de calidad es comunicada, entendida y aplicada dentro de la organización; promover la toma de conciencia del enfoque basado en procesos; garantizar que el SGC logra sus resultados previstos.

- ❖ **Planificación:** Cuando se realiza la planificación del SGC, la organización debe determinar los riesgos y oportunidades que deben afrontarse para: dar garantía de que el SGC puede lograr su resultado previsto y sus objetivos; prevenir o reducir los efectos no deseados y lograr la mejora continua.

- ❖ **Soporte:** La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC, la organización debe tener en cuenta: la capacidad y las limitaciones en recursos internos existentes y las necesidades que se cubren con proveedores externos.

- ❖ **Operación:** La organización debe planificar, ejecutar y controlar los procesos necesarios para cumplir con los requisitos de sus productos y servicios y para implementar las acciones para: la determinación de los requisitos para los productos y servicios; el establecimiento de criterios para los procesos y para la aceptación de los productos y servicios.

- ❖ **Evaluación del desempeño:** La organización debe asegurar que se implementen las actividades de seguimiento y medición, de acuerdo con los requisitos determinados y debe conservar la información documentada

apropiada como evidencia de los resultados. La organización debe evaluar el desempeño de la calidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad.

- ❖ **Mejora:** La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar la satisfacción del cliente. Esto debe incluir, según corresponda: la mejora de los procesos para prevenir no conformidades; la mejora de productos y servicios para satisfacer los requisitos actuales y previstos; la mejora de resultados del SGC.

5.1.2.1 ¿Cómo se implementan los sistemas de calidad?

Para hacer un uso diligente de la herramienta, es necesario definir y elaborar ciertos elementos como:

- ❖ **Satisfacción del cliente:** La organización debe hacer el seguimiento de la percepción de los clientes sobre el grado en que se cumplen sus requisitos, debe obtener información relacionada con el punto de visita de los clientes y sus opiniones acerca de la organización, así como sus productos y servicios y debe determinar los métodos para obtener y utilizar dicha información.
- ❖ **Análisis y evaluación:** La organización debe analizar y evaluar datos e información apropiados derivados del seguimiento, la medición y otras fuentes, los resultados del análisis y la evaluación deben ser utilizados para: demostrar la conformidad de los productos y servicios a los requisitos; evaluar y mejorar la satisfacción del cliente; garantizar la conformidad y la eficacia del SGC, demostrar que la planificación ha sido implementada con éxito; evaluar el desempeño de los procesos; evaluar el desempeño de proveedor(es) externo(s); determinar la necesidad u oportunidades de mejora en el SGC; los resultados del análisis y la evaluación.

- ❖ **Auditoría interna:** La organización debe realizar auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información si el SGC: es conforme con: los requisitos de la propia organización para su SGC; los requisitos de la Norma Internacional ISO 9001:2015; y si se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

En otros términos, un sistema de calidad es una estructura documentada que se utiliza para crear y mantener la calidad dentro de una organización mediante el establecimiento de políticas, procedimientos, recursos y actividades que cumplan con los estándares deseados de la empresa para sus productos o servicios, su objetivo también es satisfacer a los clientes, cumplir con las normas legales y reglamentarias.

5.1.2.2 Indicadores KPI

Los indicadores KPI, KEY PERFORMANCE INDICATORS o Indicadores de Desempeño, los usamos para poder medir el desempeño que tiene la empresa, con ello poder monitorear y llevar a cabo la toma de decisiones con información concreta, ya que para utilizarlos los seleccionamos cuidadosamente las estrategias.

- **KPI de calidad:** Muestra la entrega de valor al cliente. También te permiten identificar errores, imprevistos y cuellos de botella en la producción que pueden corregirse para mejorar el proceso. Algunos son: Porcentaje de productos defectuosos; Índice de quejas de clientes; Eficiencia de producción.
- **KPI aplicados al cliente:** Mide la relación del cliente con la marca, desde la imagen, pasando por la experiencia con el producto, hasta el servicio ofrecido. Algunos son: Índice de satisfacción; Tasa de retención de clientes, mide cuánto está dispuesto el cliente a recomendar la marca a otras personas.

5.1.3 Calidad

Podemos evidenciar que la Calidad es la fundamental para la mejora continua de un establecimiento, perfeccionando sus procesos, productos y servicios, ahora bien, Martínez y Mosquera (2018) sugieren que:

La calidad ya no se centra exclusivamente en el producto, empieza a formar parte de las personas. Todos los integrantes de la organización y/o empresa intervienen, directa o indirectamente, en cómo debe salir el producto final, por lo tanto, hay que organizarse, programarse, fijar objetivos y delimitar responsabilidades. Esta es la mejor forma para asegurar que el resultado de la actividad será lo que se pretende y no una sorpresa. (p.4)

La calidad es importante porque permite a las empresas diferenciarse de la competencia, ofrecer un producto o servicio de mayor valor y mejorar la satisfacción y lealtad de los clientes. Todo esto se traduce en un mayor beneficio para la empresa.

5.1.3.1 Cómo aplicar en una empresa los principios de la calidad

El camino hacia una calidad significa mantener un liderazgo, desarrollar al personal y el trabajo en equipo, tener un enfoque hacia el cliente y planificar la calidad, por lo tanto, Sirvent et al (2018) expresa que:

La familia de normas ISO 9000 se basa en siete principios básicos de gestión de la calidad. Anteriormente, eran ocho, pero con la nueva revisión del 2015, los principios han quedado en siete. (p.13)

Finalmente, vamos a ver más detalladamente cada uno de los 7 principios de la calidad.

- 🚩 **Enfoque al cliente:** Se le da prioridad a este principio, ya que el cliente representa ganancias y más trabajo para las organizaciones. Además, la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del

cliente produce un alto grado de eficiencia, lo cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente.

- ✚ **Liderazgo:** Las organizaciones necesitan líderes que muevan masas, es decir, que sus ideologías deben traer beneficios para todos, podemos destacar la implicación y estimulación de la participación del personal, ofrecer a la toda la organización la máxima información y dejar clara la visión de futuro.

- ✚ **Compromiso de las personas** El compromiso de las personas que están involucradas en una organización es vital, ya que éstas son la parte más importante y posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. La participación del personal es básica para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de calidad, la motivación, compromiso y toma de conciencia del papel dentro de la organización.

- ✚ **Enfoque a procesos:** La organización debe estructurarse mediante procesos y marcar objetivos para cada uno de ellos, para llevar a cabo un buen control, las grandes empresas deberían subdividirse en varios procesos, lo cual les facilitará una mejor organización global de la misma. Una buena gestión de los equipos, instalaciones e infraestructuras nos ayuda a analizar los costes y eliminar aquellos que sean inútiles, además, con una buena planificación, se alcanzan mejor los resultados.

- ✚ **Mejora:** Se trata de algo intangible que la organización debe comprender para poder darle valor agregado, es decir, mejorar de forma interminable, sin estancarse. Podemos encontrar dos tipos de mejora, la primera, mediante un avance tecnológico y, la segunda, mediante la mejora de todo el proceso productivo, sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones acertadas ni cumplir las metas y objetivos

- ✚ **Toma de decisiones basadas en la evidencia:** Toda decisión que impacte a la calidad del producto debe ser tomada ante un hecho previo que garantice

o reduzca la posibilidad de un error, la toma de decisiones basada en informaciones veraces y evidenciables la conducirá por el buen camino de la calidad. Además, demuestra que las posibilidades y oportunidades existentes son canalizadas hacia su realización de forma eficaz.

- ✚ **Gestión de las relaciones:** La organización es interdependiente de sus clientes y proveedores, por lo que una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de todos para crear valor, la ventaja es que fomenta la creación de valor añadido, provoca un entendimiento claro de las necesidades y expectativas del cliente y consigue una reducción de tiempos, costes y recursos junto a un aumento de la rentabilidad en los resultados

5.2 Variable Dependiente

5.2.1 Servicio

Es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes, mostrando interés y brindando una atención especial, pues bien, Vera (2016) menciona que:

Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. (p.11)

En definitiva, el servicio refleja el compromiso de los miembros de una organización dedicada a sus clientes, usuarios o al público en general.

5.2.1.1 Características de los servicios

Según el autor antes mencionado, Vera (2016) sugiere que, el servicio como resultado final de un proceso, tiene las siguientes características:

- No genera propiedad
- Es indivisible
- No es reprocesable
- No se puede almacenar

- Está asociado a la satisfacción de una necesidad temporal
- El cliente siempre interviene en su generación

5.2.2 Estrategia de servicio

Vea el servicio a la clientela como una estrategia a largo plazo que debe ir acompañada por otras estrategias que respondan a los aspectos más avanzados del pensamiento empresarial, ahora bien, Tschohl (2011) dice que:

La estrategia debe ser elaborada e implantada respondiendo a determinadas características: análisis a fondo, administración inteligente del personal, intensa concentración, fuerte compromiso y disposición para invertir los recursos que sean necesarios. (p.77)

En conclusión, La estrategia debe ser elaborada e implantada con análisis profundo, gestión inteligente del personal, enfoque, compromiso y recursos adecuados.

- **Todas las políticas y procedimientos:** Deben estar orientados al cliente.
- **Los costos de venta, incluyendo gastos de entrega:** Determine cómo va a ofrecer esos servicios de la forma más eficiente posible en función de la relación costos y resultados.
- **Los flujos de trabajos:** Desarrolle estrategias para establecer el nivel de carga de trabajo que existe.
- **La capacidad de la empresa para reaccionar ante sucesos inesperados:** Elabore un plan de contingencia para afrontar “desastres” que le ayude a determinar cómo mantener el servicio, por ejemplo, cuando una computadora queda fuera de servicio o un huracán pasa por su empresa.

- **Las necesidades y deseos de los clientes:** Haga los arreglos necesarios para asegurarse de que el punto de vista de los clientes será discutido en sus reuniones. Usted conoce a sus clientes mejor que nadie.

Pues bien, una buena estrategia de servicio requiere identificar los deseos del cliente, crear una oferta de servicio ayudará a que la empresa se destaque y logre posicionarse sobre otras empresas, mejorando así su prestigio.

5.2.3 Servicio al cliente

En vista de ello el servicio al cliente es muy importante porque provee experiencia, ya que busca satisfacer las necesidades del cliente, no obstante, Tschohl (2012) sostiene que:

Para enfatizar, aún más, la importancia del valor que tienen el servicio, al cliente, podemos decir que el servicio retiene a los clientes que la empresa ya tiene, atrae a nuevos clientes y crea una reputación que induce a los clientes actuales y potenciales a hacer en el futuro, negocios con la organización. (p.19)

En resumen, el servicio al cliente no solo retiene clientes existentes y atrae nuevos, sino que también construye una reputación sólida que fomenta futuros negocios con la organización.

5.2.3.1 Características de un buen servicio al cliente

Algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, ahora bien, López (2013) menciona que:

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que, si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva. (p.7)

Existen características que están a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- **Formalidad:** Honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- **Iniciativa:** Ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición:** Tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- **Autodominio:** Tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- **Disposición de servicio:** Es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de gentes:** Tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y, además, disfrutarlo.
- **Colaboración:** Ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- **Enfoque positivo:** Es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- **Observación:** Es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- **Habilidad analítica:** Permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada

una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.

- **Imaginación:** Es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Recursos:** Tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- **Aspecto externo:** Es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

5.3 Marco Legal

5.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REUBLICA DEL ECUADOR (2008)

TITULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Capítulo primero

Principios fundamentales

Art. 9.- Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución.

TITULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Sección sexta

Hábitat y vivienda

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Sección séptima

Salud

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Capítulo séptimo

Derechos de la naturaleza

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema

5.3.2 LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (2015)

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias. - Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPITULO III

REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

CAPITULO IV

INFORMACION BASICA COMERCIAL

Art. 9.- Información Pública. - Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

CAPITULO VII

PROTECCION CONTRACTUAL

Art. 45.- Derecho de Devolución. - El consumidor que adquiera bienes o servicios por teléfono, catálogo, televisión, internet o a domicilio, gozará del derecho de devolución, el mismo que deberá ser ejercido dentro de los tres días posteriores a la recepción del bien o servicio, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió. En el caso de servicios, el derecho de devolución se ejercerá mediante la cesación inmediata del contrato de provisión del servicio.

Art. 46.- Promociones y Ofertas. - Toda promoción u oferta especial deberá señalar, además del tiempo de duración de la misma, el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o, en su defecto, el beneficio que obtendría el consumidor, en caso de aceptarla.

Art. 47.- Sistemas de Crédito. - Cuando el consumidor adquiera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle en forma previa, clara y precisa:

1. El precio al contado del bien o servicio materia de la transacción;
2. El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales;
3. El número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar; y,
4. La suma total a pagar por el referido bien o servicio.

Art. 48.- Pago Anticipado. - En toda venta o prestación de servicios a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado, o a realizar prepagos parciales en cantidades mayores a una cuota. En estos casos, los intereses se pagarán únicamente sobre el saldo pendiente. Lo prescrito en el presente artículo incluye al sistema financiero

5.3.3 CÓDIGO DE TRABAJO (2020)

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos. - Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

TITULO I

DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Capítulo I

De su naturaleza y especies

Art. 8.- Contrato individual. - Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 13.- Formas de remuneración. - En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Art. 15.- Período de prueba. - En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días.

Art. 16.- Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo. - El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

Capítulo III

De los efectos del contrato de trabajo

Art. 38.- Riesgos provenientes del trabajo. - Los riesgos provenientes del trabajo son de cargo del empleador y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle de acuerdo con las disposiciones de este Código, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

5.3.4 LEY DE TURISMO (2020)

CAPITULO I

GENERALIDADES

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.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran 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 congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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.

CAPITULO V

DE LAS CATEGORIAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas

técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

5.3.5 ORDENANZA 101-GADMT (2022)

ORDENANZA QUE ESTABLECE LA TASA PARA LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS UBICADOS EN LA JURISDICCIÓN DEL CANTÓN TENA, QUE SUSTITUYE A LA ORDENANZA NO. 61-2019.

CAPITULO I

GENERALIDADES

Artículo 2. Objeto. - El objeto de la presente Ordenanza, es regular el cobro de la tasa para la Licencia Única Anual de Funcionamiento y horarios de funcionamiento de los Establecimientos Turísticos Ubicados en la Jurisdicción del cantón Tena, para garantizar el cumplimiento de los objetivos y fines tendientes al desarrollo del turismo local.

Artículo 5. Registro. - Toda persona natural o jurídica previo a ejercer las actividades turísticas previstas en la Ley de Turismo y sus reglamentos, deberá registrarse en el ente rector nacional de turismo, y posterior en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, requisito sin el cual no podrá operar en estas actividades.

Artículo 6. Competencia. - El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, tiene como competencia: otorgar, suspender, modificar o revocar las licencias únicas de funcionamiento; así como, regular la ubicación y condiciones de los

establecimientos obligados a la obtención de la licencia única de funcionamiento correspondiente; y, realizará los convenios y contratos que permitan alcanzar el objetivo de modernización y simplificación de los procedimientos de licenciamiento.

CAPÍTULO II

LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Artículo 9. Categorización. - Corresponde a la autoridad nacional de turismo como ente rector, la categorización de los establecimientos turísticos, la misma que servirá para establecer los valores de la tasa por concepto de la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos.

CAPÍTULO III

RÉGIMEN SANCIONATORIO

Artículo 23. Sanciones generales. - Todos los establecimientos turísticos ubicados en la jurisdicción del cantón Tena, deberán ofertar servicios de calidad acorde con la categoría asignada. El incumplimiento de la presente normativa generará las siguientes sanciones:

1. Por no contar con la Licencia Única de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos, se impondrá una multa de un salario básico unificado del trabajador en general (1 SBU);
2. Por no exhibir el original de la Licencia Única de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos, se impondrá una multa del diez por ciento de un salario básico unificado del trabajador en general (10% de 1 SBU);
3. Por no haber renovado la Licencia Única de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos, se impondrá una multa del cincuenta por ciento de un salario básico unificado del trabajador en general (50% de 1 SBU);
4. Por efectuar una actividad no permitida o incompatible a la autorizada en la Licencia Única de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos, se impondrá una multa de un salario básico unificado del trabajador en general (1SBU);

5. Por impedir u obstaculizar las inspecciones de control correspondientes y proporcionar información falsa, se impondrá una multa del cincuenta por ciento del salario básico unificado del trabajador en general (50% de SBU); y,
6. Por incumplir las disposiciones o condiciones que permitieron la obtención de la Licencia Única de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos, se impondrá una multa del veinte y cinco por ciento de un salario básico unificado del trabajador en general (25% a 1 SBU).

5.4 Marco Conceptual

Atención: Capacidad de seleccionar y concentrarse en los estímulos relevantes.

Calidad: Totalidad de funciones y características de un bien o servicio que atañen a su capacidad para satisfacer necesidades expresas o implícitas.

Cliente: Persona que compra productos o servicios de una empresa. Al hacerlo, tiene como objetivo satisfacer una necesidad, resolver un problema o complacer un deseo.

Gastos: Es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para acreditar su derecho sobre un artículo o a recibir un servicio.

Gestión: Es el conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo.

Ingresos: Es el dinero que recibe un agente económico debido a su actividad económica.

Menú: Es la oferta de platos seleccionados por los restaurantes donde se muestra un listado de posibles opciones a elegir por el cliente.

Permisos de funcionamiento: Documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos determinados de acuerdo al tipo de establecimiento.

Redes sociales: Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes.

Satisfacción: El cumplimiento de un deseo o la resolución de una necesidad, de manera tal que se produce sosiego y tranquilidad.

Servicio: Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales.

Tiempo: Es el período medido o mensurable durante el cual existe o continúa una acción, proceso o condición.

F. METODOLOGÍA

Sampieri et al (2018) afirma que “Metodología de la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio” (p.4), por ende, es fundamental para garantizar rigurosidad y validez de resultados obtenidos en cualquier investigación.

6.1 Materiales y equipos

Los materiales, instrumentos y equipos utilizados, facilitan detallar los elementos, que sirvieron para realizar la metodología del Informe técnico en el cual se incluya las mejoras de calidad a los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest, son los siguientes:

6.1.1 Materiales

- Esferos
- Resmas de Papel bond A4
- Carpetas

6.1.2 Instrumentos

- Internet
- libros

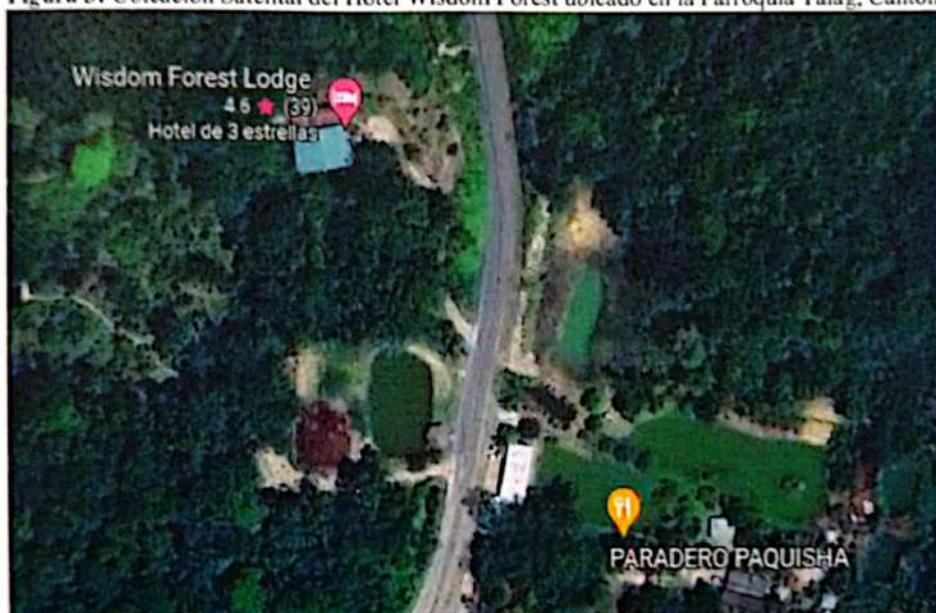
6.1.3 Equipos

- Computadoras, Nova
- Impresora Brother DCP-T510W
- Celular Samsung A54

6.2 Ubicación del Área de estudio

En el Cantón Tena, Provincia de Napo se encuentra la Parroquia Talag reconocida por ser un lugar como un destino turístico ya que cuenta con diferentes atractivos para visitantes nacionales y extranjeros, contando con una gastronomía y turismo excepcional ofreciendo experiencias únicas, es aquí donde se ubica el hotel Wisdom Forest en el Km 13, frente al Paradero Paquisha, a 18 minutos del Tena, y a 5 minutos de la parroquia Pano, brindando a sus huéspedes una vista sobre la selva tropical y su arquitectura única.

Figura 3: Ubicación Satelital del Hotel Wisdom Forest ubicado en la Parroquia Talag, Cantón Tena.



Tomado por: Google Maps (2024)

Figura 4: Ubicación Geográfica del Hotel Wisdom Forest ubicado en la Parroquia Talag, Cantón Tena.



Tomado por: Google Maps (2024)

6.2.1 Población

Es conveniente que la población o universo se identifique desde los objetivos del estudio, y puede ser en términos geográficos, sociales, económicos, en este sentido, Guadalupe (2016) menciona que:

La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados, es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio, el término no se refiere exclusivamente a seres humanos, sino que también puede corresponder a animales, objetos, organizaciones. (p.202)

En conclusión, la población se refiere al conjunto de personas que habitan en un área geográfica determinada en un momento específico.

Para determinar la población a tomar en cuenta para la presente investigación, se cuenta con un registro de huéspedes de 225 que llegaron al hotel y que constan en la base de datos, a quienes se les remitió la encuesta de manera digital por medio de correo electrónico y WhatsApp, obteniendo como respuesta un total de 145 huéspedes quienes respondieron la encuesta

6.2.2 Muestra

Los procedimientos de muestreo se dividen en dos grandes grupos, los muestreos probabilísticos o aleatorios, y muestreos no probabilísticos, por ende, Guadalupe (2016) sostiene que:

En toda investigación siempre debe determinarse el número específico de participantes que será necesario incluir a fin de lograr los objetivos planteados desde un principio, este número se conoce como tamaño de muestra, que se estima o calcula mediante fórmulas matemáticas o paquetes estadísticos. Este cálculo es diferente para cada investigación y depende, de número de grupos a estudiar, y escala de medición de las variables. (p.206)

En definitiva, el muestreo es esencial para determinar la representatividad y la validez de las conclusiones obtenidas a partir de la investigación.

Una muestra es un segmento de la población total elegida para llevar a cabo el estudio. En este caso, hemos optado por el muestreo no probabilístico, y elegimos el muestreo por conveniencia, el presente estudio se centra en la parroquia Talag, ubicada en el cantón Tena, provincia de Napo, que cuenta con un total de 3.528 habitantes, para determinar el tamaño de la muestra, hemos aplicado la fórmula de William Sealy Gosset.

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)e^2 + z^2 pq}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

z= Coeficiente de nivel de confianza

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

Datos:

N = 230

z = 95%=1,96

p = 0,5

(q) = 0,5

e = 0,05

$$n = \frac{230 * 1,96^2 * 0,5}{(225 - 1) * 0,05^2 + 0,05^2 * 0,5(1 - 0,5)}$$

n= 145 encuestas.

6.2.2.1 Cálculo de la muestra realizada digitalmente

Gráfico 2: Se puede comprobar por medio de una calculadora digital el tamaño de la muestra a encuestar.

Calcula el tamaño de tu muestra

Tamaño de la población [Ⓞ]	Nivel de confianza (%) [Ⓞ]	Margen de error (%) [Ⓞ]
230	95	5
Tamaño de la muestra		
145		

Tomado de: Survey Monkey (2024)

6.3 Tipo de investigación / estudio

En el marco de esta investigación, se implementaron diversas metodologías y herramientas que facilitaron una recopilación minuciosa y detallada de los datos necesarios, la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos permitió una comprensión integral de la calidad del servicio que presta el Hotel Wisdom Forest.

Estos enfoques complementarios proporcionaron resultados precisos y valiosos, que sirvieron de base para formular recomendaciones estratégicas dirigidas a mejorar la experiencia de los huéspedes y optimizar las operaciones del hotel.

6.3.1 En función del propósito

Relat (2011) plantea que “Investigación básica, su objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico” (p.221), no obstante, su aplicación puede conducir a mejoras significativas en contextos específicos como la calidad de servicio en hoteles.

La investigación básica o fundamental se relaciona con la calidad del servicio y gira en torno a los diversos aspectos del hotel que pueden mejorar la satisfacción de los huéspedes, esto requerirá la recopilación de datos pertinentes con respecto a las expectativas de los clientes, los procesos operativos en el hotel, así como la comunicación interna y externa, a través de mediciones que incluyen

encuestas y entrevistas, junto con el análisis de datos estadísticos. De esta manera, no solo se mantiene al Hotel Wisdom Forest competitivo en el mercado, sino que también se asegura de que cada huésped tenga una gran experiencia en el hotel.

6.3.2 Por su nivel de profundidad

Según, Taiman (2022) sostiene que “En los estudios descriptivos, es muy importante detallar el contexto en el que se produce la situación, el fenómeno o el hecho” (p.16), por ende, brinda comprensión de variables bajo estudio, facilitando una interpretación de resultados.

Dentro del Hotel Wisdom Forest, una investigación descriptiva se centra en obtener una comprensión detallada de las características y la satisfacción de los huéspedes, este tipo de estudio está enfocado en reunir datos precisos sobre diversos aspectos, como las preferencias de los clientes en cuanto a servicios ofrecidos, instalaciones disponibles, niveles de limpieza y comodidad de las habitaciones, así como la calidad del servicio gastronómico y de atención al cliente.

6.3.3 Por la naturaleza de los datos y la información

6.3.3.1 Investigación cuantitativa

Representa, como dijimos, un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos brincar o eludir pasos, pues bien, Sampieri et al (2014) afirman que:

La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (p.15)

En fin, la investigación cuantitativa nos permite generalizar resultados, proporcionando el control, a su vez ofrece una perspectiva basada en datos numéricos.

6.3.3.2 Investigación cualitativa

Desarrolla preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos, en este sentido, Sampieri et al (2014) sostienen que:

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. (p.16)

En conclusión, la investigación cualitativa enriquece los datos con interpretaciones profundas, y un contexto detallado.

6.3.4 Por los medios para obtener los datos

Surge a partir de una dificultad, de una necesidad que precisa cubrirse, por los tanto, Cajal (2018) considera que;

La investigación de campo o trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados. (p.1)

En definitiva, implica la recopilación de información en entornos reales no controlados, fuera de un laboratorio o lugar de trabajo específico.

La investigación de campo lleva a cabo, un estudio detallado y directo del entorno y las interacciones dentro del Hotel, esto implica la recolección de datos a través de encuestas a los huéspedes, observaciones de las operaciones diarias, y

entrevistas con la gerencia del hotel, el objetivo es obtener una comprensión profunda de la experiencia del cliente, evaluar la eficacia y eficiencia de los servicios ofrecidos.

6.3.4.1 Encuesta

Romo (2012), sugiere que “La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales” (p.1), pues bien, su utilidad radica en su capacidad para obtener datos empíricos de manera estructurada y sistemática.

6.3.4.1 Entrevista

Según, Lequerica (2011) afirma que “En una entrevista el investigador pregunta y escucha lo que las personas cuentan” (p.1), ya que, este método permite capturar perspectivas y profundizar en experiencias personales que pueden enriquecer el análisis cualitativo de la investigación.

6.3.5 Por la mayor o menor manipulación de las variables

Investigación no experimental para el Hotel; se realiza un estudio enfocado en analizar y comprender las prácticas actuales de gestión, se busca identificar patrones y tendencias sin intervenir en las variables del entorno hotelero, para proporcionar una evaluación detallada y objetiva de cómo se están llevando a cabo las operaciones y cómo estas afectan la experiencia general del cliente.

6.3.6 Según el tipo de inferencia

Newman (2015) menciona que “El razonamiento deductivo es un sistema para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones” (p.184), así pues, proporciona una estructura metodológica que facilita la interpretación y aplicación de datos empíricos en la investigación.

En una investigación deductiva para el Hotel Wisdom Forest, se parte de teorías generales relacionadas con la gestión hotelera y la satisfacción del cliente, para formular hipótesis basándose en teorías sobre, la influencia del ambiente físico en la experiencia del cliente, calidad del entorno físico del hotel y fidelidad de los huéspedes, proporcionando así información práctica que podrían guiar a decisiones estratégicas para mejorar la experiencia del cliente en el Hotel Wisdom Forest.

6.3.7 Según el periodo temporal en el que se realiza

Montaño (2018) sostiene que “La investigación transversal es un método no experimental para recoger y analizar datos en un momento determinado” (p.1), por ende, describe las características o explora correlaciones entre variables específicas de una población en un momento dado.

En la investigación transversal para el hotel, se realiza una investigación focalizada en un periodo específico, mediante la recopilación de datos en un momento concreto, que proporciona una visión detallada que puede servir como base para mejorar la gestión.

6.4 Metodología para cada objetivo

6.4.1. Metodología para el Objetivo 1: Analizar los servicios de mayor demanda en el Hotel Wisdom Forest, de la parroquia Talag.

Por su parte para analizar la calidad de los servicios de mayor demanda y la satisfacción del cliente en el Hotel Wisdom Forest, se ha llevado a cabo un enfoque cuantitativo mediante la investigación de campo y documental. Este proceso ha implicado la extracción de datos e información directamente de la realidad del hotel mediante, métodos de recolección de datos diseñados para proporcionar respuestas precisas y detalladas, ya que, los datos se los obtuvo a través de la extracción de una muestra del total de la población, para evaluar el total de personas a encuestar, con la finalidad de garantizar un análisis claro y preciso sobre lo que se desea saber.

6.4.2. Metodología para el Objetivo 2. Determinar la calidad de servicio mediante los indicadores KPI que brinda Hotel Wisdom Forest.

Para determinar la calidad del servicio, se ha empleado un enfoque mixto, dado que el enfoque cuantitativo se lo empleo para evaluar el KPI aplicado al cliente mediante puntuaciones de la encuesta realizada a los mismos, mientras que el enfoque cualitativo lo ocupamos para el KPI de Calidad, donde de acuerdo a la entrevista a los empleados, seleccionamos estándares de calidad, para la obtención de resultados utilizamos la investigación documental y bibliográfica. Se han implementado Indicadores Clave de Desempeño (KPI) cuidadosamente seleccionados, los cuales son métricas esenciales para medir el funcionamiento en diferentes áreas del hotel. Estos indicadores permiten monitorear y evaluar la eficiencia y efectividad de los servicios. La selección de estos KPI se ha alineado con las estrategias y objetivos del hotel, asegurando que cada KPI proporcione datos relevantes y accionables.

6.4.3. Metodología para el Objetivo 3: Plantear mejoras a la calidad de servicios del Hotel Wisdom Forest.

Para plantear mejoras en la calidad de los servicios, se desarrollará un informe técnico detallado que propondrá plantear estrategias de mejora, este informe identificará los deseos y necesidades de los clientes, lo que permitirá al hotel destacarse y posicionarse favorablemente frente a la competencia, sino que también contribuirá a elevar los niveles de satisfacción del cliente, fortaleciendo así la reputación del Hotel Wisdom Forest en el mercado.

G. RESULTADOS

7.4.1. Resultados del Objetivo 1

- **Analizar los servicios de mayor demanda en el Hotel Wisdom Forest, de la parroquia Talag.**

Se llevó a cabo una encuesta digital dirigida a analizar los servicios de mayor demanda, y evidenciar la calidad percibida del servicio por parte de los clientes del Hotel Wisdom Forest, ubicado en la parroquia Talag, Provincia de Napo. Esta encuesta consta de 10 preguntas cerradas, diseñadas en una escala de Likert, lo que asegura un análisis preciso de los encuestados.

7.4.1.1 Encuestas

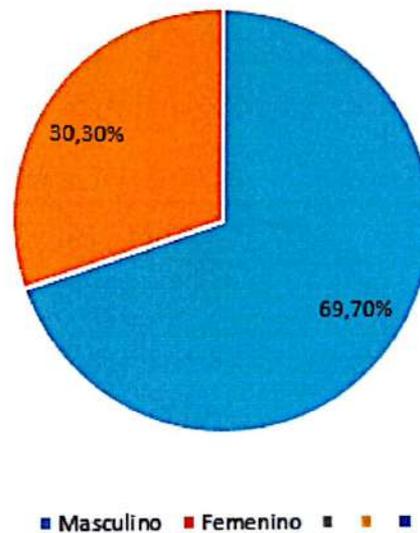
Para realizar un análisis de las encuestas se procede a realizar una tabulación utilizando una hoja electrónica (EXCEL), con los datos recopilados mediante Google Forms, los mismos de los cuales se realizó las tablas y gráficos correspondientes, y los resultados se muestran a continuación:

¿Género?

Tabla 2. Género de los clientes

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Masculino	101	69,70%
Femenino	44	30,30%
Total	145	100%

Gráfico 3. Género de los clientes



Interpretación:

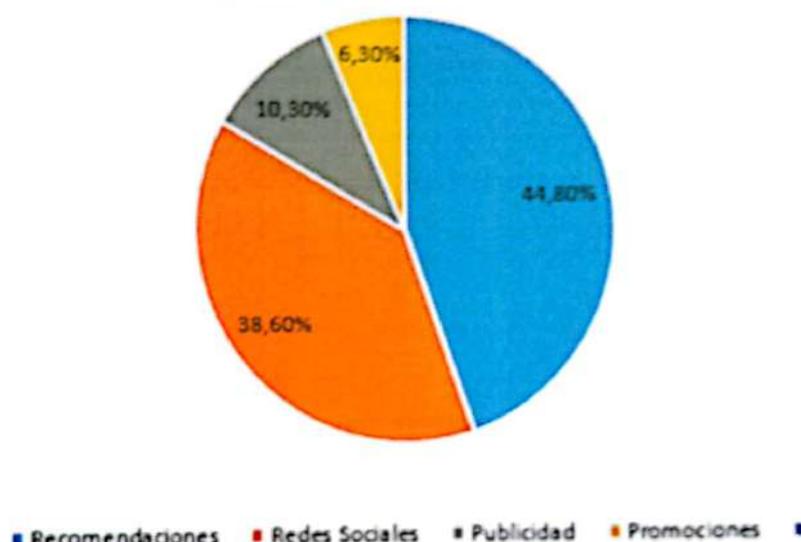
Según los datos arrojados, la distribución de huéspedes en el hotel muestra un predominio significativo del género masculino, con una proporción de 69,70% (101) hombres y 30,30% (44) de mujeres, este análisis nos permite ver que la mayor demanda de huéspedes son hombres.

1. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?

Tabla 3. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Recomendaciones	65	44,80%
Redes Sociales	56	38,60%
Publicidad	15	10,30%
Promociones	9	6,30%
Total	145	100%

Gráfico 4. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?



Interpretación

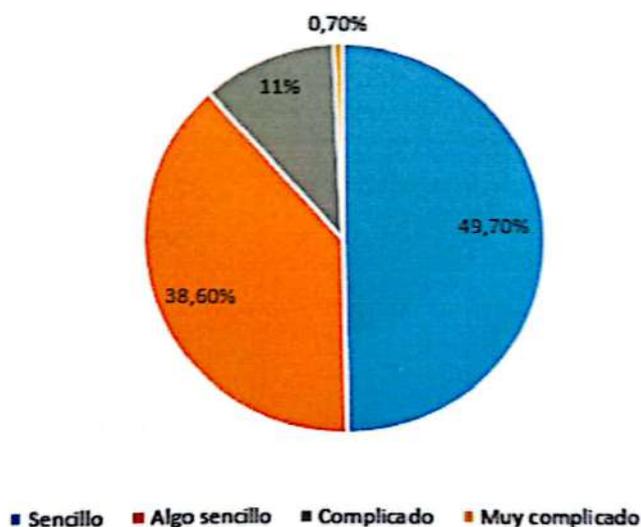
De acuerdo a los datos del gráfico 2, la mayor parte de los huéspedes se enteró del hotel a través de recomendaciones 44.80% (65), seguido por redes sociales 38.60% (56), publicidad 10.30% (15) y promociones 6.30% (9), demostrando el hecho de que casi la mitad de los huéspedes conocieron el hotel a través de recomendaciones destacando la importancia de un servicio de calidad y la satisfacción del cliente.

2. ¿El proceso de reserva del servicio de hospedaje fue sencillo y claro?

Tabla 4. Proceso de Reserva

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Sencillo	72	49,70%
Algo sencillo	56	38,60%
Complicado	16	11,00%
Muy complicado	1	0,70%
Total	145	100%

Gráfico 5. Proceso de Reserva



Interpretación

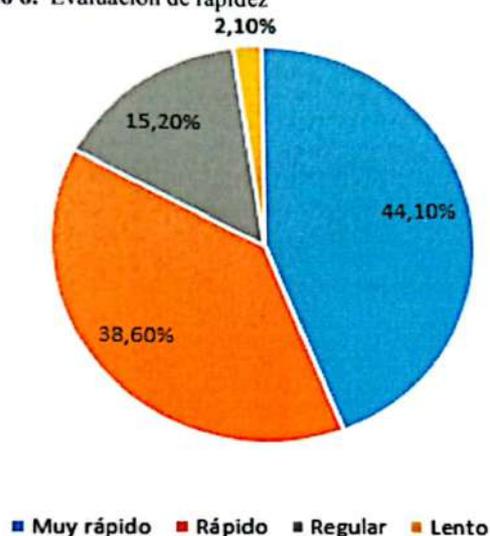
Como podemos evidenciar, los huéspedes que encontraron el proceso de reserva sencillo, fueron el 49.70% (72) o algo sencillo 38.60% (56), mientras que una minoría lo percibió como complicado 11.00% (11) o muy complicado 0.70% (1), esta minoría indica que existen problemas que pueden estar afectando la experiencia de reserva de algunos clientes, es necesario identificar los puntos de fricción en el proceso de reserva y abordar estos problemas para reducir la insatisfacción.

3. ¿Cómo evaluaría la rapidez del check-in y check-out?

Tabla 5. Evaluación de rapidez

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Muy rápido	64	44,10%
Rápido	56	38,60%
Regular	22	15,20%
Lento	3	2,10%
Total	145	100%

Gráfico 6. Evaluación de rapidez



Interpretación

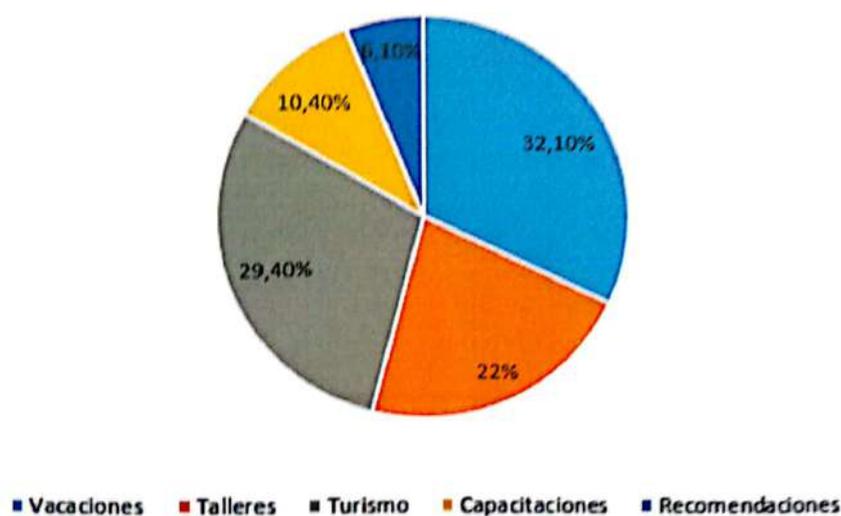
Se percibe que la mayoría de los encuestados calificaron el proceso de check-in y check-out como muy rápido o Rápido, en total, 120 personas, que representan el 82,70% de los encuestados, están satisfechas con la rapidez del servicio, mientras que un grupo menor, 22 personas (15,20%), calificaron el proceso como regular, indicando una experiencia promedio, solo 3 personas (2,10%) consideran que el proceso es lento, lo que indica que la insatisfacción es muy baja.

4. ¿Cuál fue el motivo principal de su estadía en nuestro hotel?

Tabla 6. Motivo de estadía

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Vacaciones	57	32,10%
Talleres	34	22,00%
Turismo	35	29,40%
Capacitaciones	15	10,40%
Recomendaciones	4	6,10%
Total	145	100%

Gráfico 7. Motivo de estadía



Interpretación

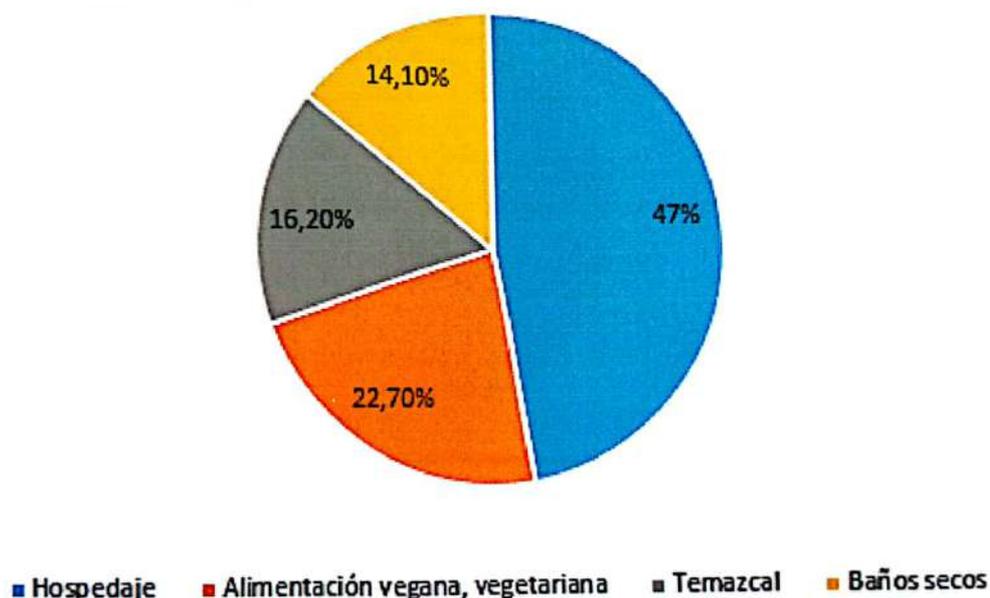
Dando énfasis a los resultados obtenidos, un gran porcentaje de huéspedes se hospedaron por motivos de vacaciones y turismo siendo un total del 61,50% (92), lo que resalta el atractivo del establecimiento para el descanso y la exploración, por otro lado, un grupo menor 22,00% (34) asistió a talleres, mientras que el 10,40% (15) se hospedó por capacitaciones, finalmente, un 6,10% (4), de los huéspedes eligió el hotel basado en recomendaciones, sugiriendo una buena reputación y satisfacción entre los clientes.

5. ¿Cuáles de estos servicios ha utilizado en el hotel?

Tabla 7. Servicios utilizados

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Hospedaje	87	47,00%
Alimentación vegana, vegetariana	39	22,70%
Temazcal	12	16,20%
Baños secos	7	14,10%
Total	145	100%

Gráfico 8. Servicios utilizados



Interpretación

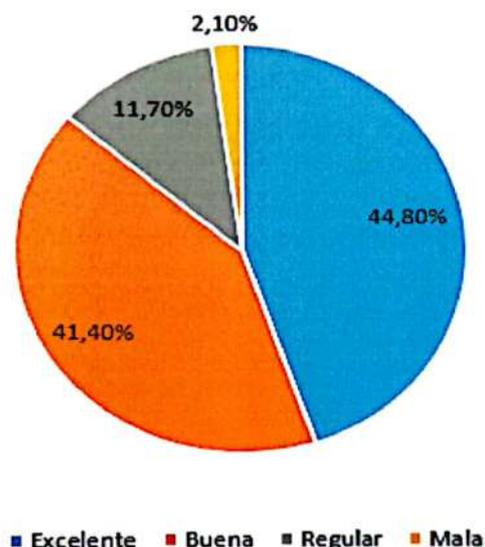
Según el gráfico 8, destaca que el hospedaje es el servicio más utilizado, con un 47.00% (87), servicios como la alimentación vegana/vegetariana muestran una demanda significativa del 22.70% (39), por otro lado el temazcal 16.20% (12), los baños secos, con un 14.10% (7) reflejan un interés moderado en prácticas ecológicas entre los huéspedes, estos datos ofrecen una visión detallada de las preferencias y necesidades de los visitantes del hotel, facilitando ajustes estratégicos para mejorar la experiencia del cliente y la sostenibilidad del negocio.

6. ¿Cómo calificaría el uso de los baños secos en el hotel?

Tabla 8. Servicios utilizados

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Excelente	65	44,80%
Buena	60	41,40%
Regular	17	11,70%
Mala	3	2,10%
Total	145	100%

Gráfico 9. Servicios utilizados



Interpretación

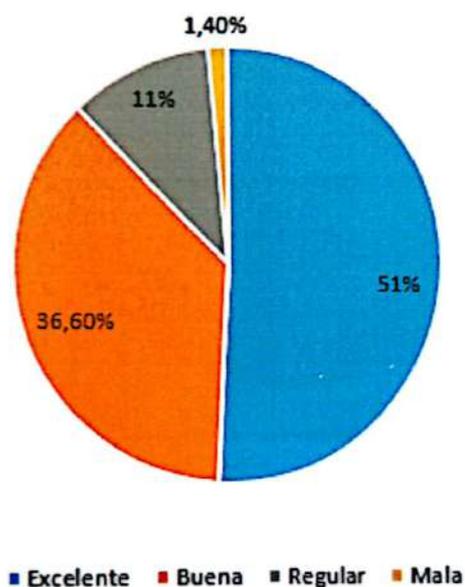
Según los datos revelados, el uso de baños secos en el hotel recibe calificaciones positivas, con un 86.20% (125) de los encuestados describiéndolo como excelente o buena, evidenciando una percepción mayoritariamente favorable y una buena experiencia con esta práctica ecológica, las calificaciones regular y mala suman un 13.80% (20), destacando una minoría insatisfecha, los datos positivos reflejan la efectividad de los baños secos como una opción viable y aceptada dentro de las instalaciones del hotel.

7. ¿Cómo calificaría la variedad de alimentación vegana o vegetariana en el desayuno?

Tabla 9. Alimentación vegana, vegetariana

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Excelente	74	51,00%
Buena	53	36,60%
Regular	16	11,00%
Mala	2	1,40%
Total	145	100%

Gráfico 10. Alimentación vegana, vegetariana



Interpretación

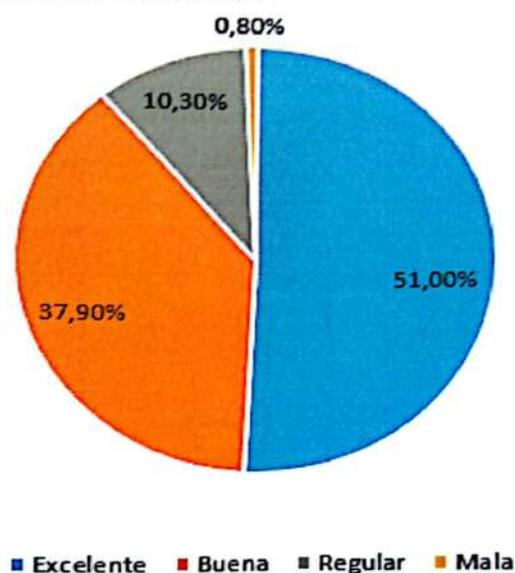
Según la encuesta, el 51,00% (73) califica la variedad de alimentación vegana o vegetariana en el desayuno como excelente, mientras que un porcentaje de 36,60% (53) la considera buena, sin embargo, un grupo menor opina que es regular 11,00% (16) o incluso mala 1,40% (2) esto podría indicar que se debe mejorar las opciones disponibles para quienes siguen una dieta vegana o vegetariana.

8. ¿Cómo calificaría las instalaciones de nuestro hotel?

Tabla 10. Calificación de instalaciones

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Excelente	74	51,00%
Buena	55	37,90%
Regular	15	10,30%
Mala	1	0,80%
Total	145	100%

Gráfico 11. Calificación de instalaciones



Interpretación

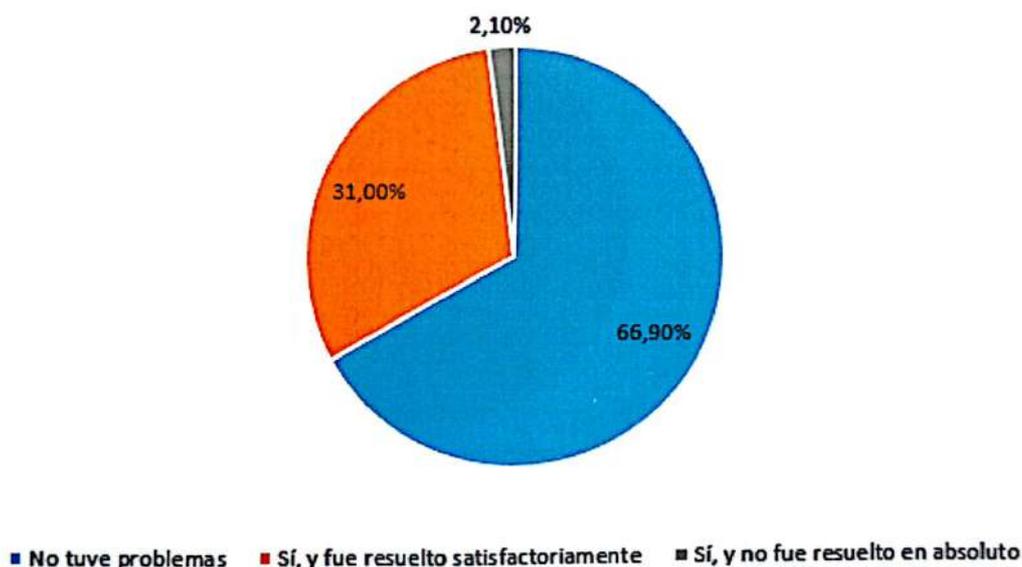
Como podemos evidenciar, el 51,00% (74) considera las instalaciones del hotel como excelentes, mientras que el 37,90% (55) las califica como buenas lo que nos indica que los huéspedes están contentos con las condiciones y comodidades proporcionadas por el hotel., solo un pequeño grupo opina que son regulares 10,30% (15), y una minoría mínima 0,80% (1) las encuentra malas. En general, reflejan una percepción positiva y satisfactoria por parte de la mayoría de los clientes.

9. ¿Tuvo algún problema durante su estadía?

Tabla 11. Problemas de estadía

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
No tuve problemas	97	66,90%
Sí, y fue resuelto satisfactoriamente	45	31,00%
Sí, y no fue resuelto en absoluto	3	2,10%
Total	145	100%

Gráfico 12. Problemas de estadía



Interpretación

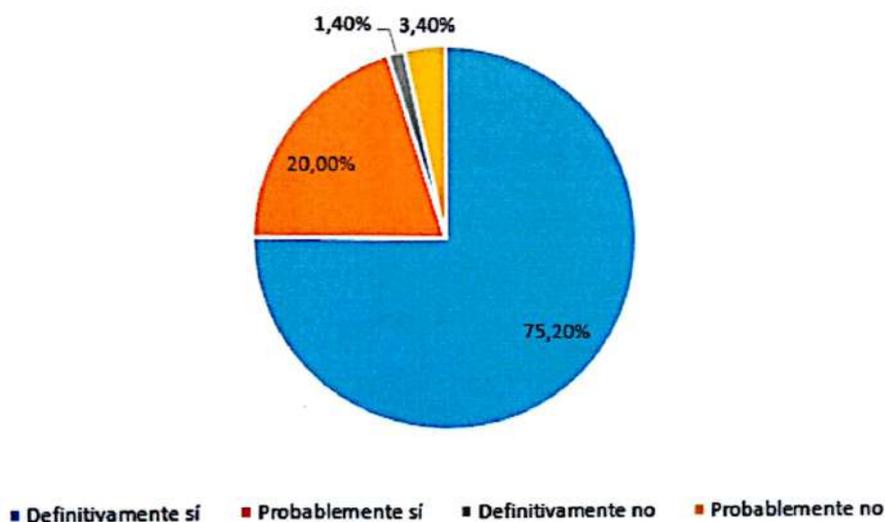
De acuerdo a los resultados, la mayoría de los huéspedes 66,90% (97) no experimentaron ningún problema durante su estadía en el hotel, del grupo que sí tuvo problemas, un 31,00% (45) indicó que estos fueron resueltos satisfactoriamente, reflejando una gestión efectiva por parte del hotel en la resolución de incidencias, solo un pequeño porcentaje 2,10% (3) mencionó que los problemas no fueron resueltos en absoluto.

10. ¿Recomendaría nuestro hotel a otros?

Tabla 12. Recomendación del hotel

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Definitivamente sí	109	75,20%
Probablemente sí	29	20,00%
Definitivamente no	2	1,40%
Probablemente no	5	3,40%
Total	145	100%

Gráfico 13. Recomendación del hotel



Interpretación

Podemos enfatizar que, el 75,20% (109) de huéspedes definitivamente recomendarían el hotel a otros, destacando una alta satisfacción, y un 20,00% (29) expresó que probablemente sí, lo que refuerza aún más la percepción favorable del hotel entre los huéspedes, y 3,40% (5) probablemente no mostró resistencia a recomendar el hotel, sin embargo, un pequeño porcentaje 1,40% (2) definitivamente no, aunque estos porcentajes son bajos, indican que hay áreas donde el hotel podría mejorar.

En conclusión, los datos estadísticos de la encuesta realizada a los huéspedes del hotel revelan que la mayoría de los visitantes son hombres, representando un 69.70% del total, el principal motivo de estancia en el hotel se relaciona con vacaciones, turismo y talleres, lo cual abarca un 83.50% de las respuestas, en cuanto a los servicios más demandados, destacan el hospedaje, la alimentación vegana y vegetariana, y el temazcal, con una preferencia del 85.90%.

Estos resultados reflejan un bajo nivel de insatisfacción entre los huéspedes, lo que sugiere que el hotel está cumpliendo de manera efectiva con las expectativas de sus clientes, la alta demanda de opciones de alimentación vegana y vegetariana, así como del temazcal, indica una tendencia creciente hacia estilos de vida saludables y experiencias de bienestar, además, los resultados de la encuesta destacan la capacidad del hotel para proporcionar una atención de calidad en su servicio al cliente, lo que es crucial para mantener, mejorar la satisfacción y fidelidad de los huéspedes.

7.4.2. Resultados del Objetivo 2

- **Determinar la calidad de servicio mediante los indicadores KPI que brinda Hotel Wisdom Forest**

Para dar cumplimiento a los resultados del objetivo 2, se ha procedido a utilizar indicadores clave de desempeño (KPI), esto es fundamental para obtener una visión del rendimiento y bienestar del personal del hotel, para ello, se llevó a cabo una entrevista compuesta por 10 preguntas cerradas en la escala de Likert, dirigida a dos trabajadores del hotel, lo que permitió recopilar datos claros y concisos, facilitando así el análisis y la interpretación de los resultados, incluyendo la encuesta realizada a los huéspedes.

Esto nos ayuda a poder identificar las áreas para la mejora, lo que puede asegurar un crecimiento sostenido y una excelencia operativa que beneficie tanto a los empleados como a los clientes.

7.4.2.1 KPI Aplicado al cliente

Para el KPI aplicado al cliente, seleccionamos aspectos específicos de la experiencia del huésped, tales como el proceso de check-in y check-out, las instalaciones de baños secos, la oferta de alimentación vegana y vegetariana, y la calidad general de las instalaciones, utilizando las puntuaciones proporcionadas por los huéspedes encuestados, llevamos a cabo un análisis exhaustivo para determinar si el hotel cumple con los estándares establecidos y las expectativas de calidad de servicio.

$$KPI \text{ Satisfacción del cliente} = \frac{\text{Puntuación}}{100\%} = \frac{345,40\%}{4} = 86,35\%$$

Tabla 13: KPI Satisfacción del cliente

Check-in y check-out	82,70%
Baños secos	86,20%
Alimentación vegana, vegetariana	87,60%
Instalaciones	88,90%
Promedio	345,40%

Elaborado por: Ana Acosta, Yesenia Licuy (2024)

Finalmente, hemos podido constatar que el 86.35% de los huéspedes encuestados expresaron satisfacción con la calidad del servicio proporcionado, este dato es significativo porque indica que la gran mayoría de los clientes, perciben positivamente la atención y los servicios ofrecidos por el hotel, la alta tasa de satisfacción refleja un cumplimiento efectivo de las expectativas de los huéspedes, lo cual es crucial para mantener y fortalecer la reputación y la fidelidad hacia el establecimiento.

7.4.2.2 KPI Calidad

Con base en las entrevistas realizadas a los dos empleados del hotel, hemos identificado los siguientes estándares de calidad a considerar: herramientas

disponibles para realizar sus funciones, comunicación interna, distribución eficiente de tareas, gestión de horas extras, liderazgo por parte de la gerencia, y la credibilidad dentro del equipo, estos aspectos son cruciales para evaluar y mejorar el desempeño y la satisfacción laboral, asegurando un ambiente de trabajo productivo y el bienestar de los empleados, generando un trabajo de calidad.

$$KPI \text{ Calidad de estándares} = \frac{\text{Puntuación}}{\# \text{ estándares}} = \frac{4,85}{6} * 100 = 80,83\%$$

Tabla 14: KPI Calidad de estándares

Herramientas	1
Comunicación	0,75
Distribución de trabajo	0,85
Horas extra	0,4
Gerencia	0,85
Credibilidad	1
Promedio	4,85

Elaborado por: Ana Acosta, Yesenia Licuy (2024)

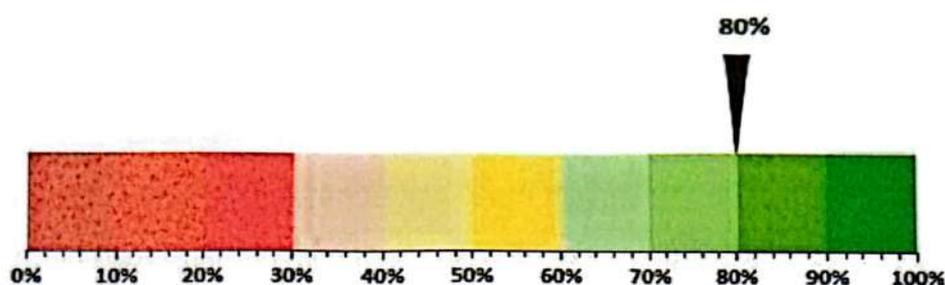
En conclusión, los datos obtenidos a partir de la entrevista realizada con el personal del hotel reflejan un porcentaje del 80,83%, de los estándares de calidad establecidos, lo cual indica que el hotel no solo cumple con los criterios de calidad, sino que también ofrece un servicio con un compromiso sólido con la excelencia y la mejora continua.

7.4.2.3 Medidor KPI

El medidor KPI se utiliza como una herramienta para evaluar y medir el nivel porcentual de los datos relevantes, permitiéndonos determinar si se encuentran en un rango excelente o simplemente aceptable, estos resultados son fundamentales para orientar nuestras decisiones estratégicas, ya que nos proporcionan una visión clara del desempeño o cumplimiento de objetivos.

Gráfico 14: Medidor de KPI

Informative KPI Indicator



Tomado de: AnExcelExpert (2024)

En conclusión, los resultados obtenidos a través de los indicadores aplicados revelan un panorama positivo para el hotel en términos de calidad. El KPI de Calidad, basado en las puntuaciones obtenidas mediante encuestas a los huéspedes, muestra un 86,35%, por otro lado, el KPI de Satisfacción del Cliente, evaluado a través de entrevistas con los trabajadores y la aplicación de estándares de calidad, alcanza un 80,83%, estos indicadores reflejan un alto nivel de satisfacción y calidad en los servicios ofrecidos por el hotel, aunque también indican áreas potenciales para la mejora continua.

En la tabla de medición de KPI, verificamos que los resultados obtenidos están dentro del nivel de calidad esperado, superando el 80%, esto indica que el hotel mantiene un buen estándar de servicio, sin embargo, para asegurar una buena experiencia y lograr la máxima satisfacción del cliente, se implementarán estrategias de mejora continua, con el objetivo de alcanzar el 100% de excelencia en todas las áreas evaluadas.

7.4.3. Resultados del Objetivo 3

- **Plantear mejoras a la calidad de servicios del Hotel Wisdom Forest.**

Para llevar a cabo el cumplimiento del informe, se han planteado una serie de estrategias orientadas a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel a sus clientes, estas estrategias no solo buscan optimizar la experiencia del huésped,

sino también elevar el nivel de desempeño de los trabajadores, asegurando que se cumplan las expectativas y se alcance la plena satisfacción del cliente, finalmente, la implementación de estas estrategias permitirá no solo cumplir con los requerimientos del informe, sino también posicionar al hotel como un referente en la industria por su excelencia en el servicio al cliente, el resultado será un aumento en la satisfacción del cliente, lo que a su vez generará mayores índices de fidelización y una mejora sostenida en el rendimiento y la motivación del personal.

- **Desarrollo de la estructura del informe técnico**

Portada

Índice de contenidos

Antecedentes

Logo

Misión

Visión

Objetivos

Valores

Políticas

Estrategias

Conclusión

Recomendación

HOTEL "WISDOM FOREST"

INFORME TÉCNICO DE CALIDAD DE SERVICIO



ELABORADO POR: ANA
ACOSTA Y YESENIA LICUY



ÍNDICE DE CONTENIDO

ANTECEDENTES	3
LOGO	3
MISIÓN	4
VISIÓN	4
OBJETIVOS	5
Objetivo General	5
Objetivo Específico	5
VALORES	6
POLÍTICAS	6
ESTRATEGIAS	7
1. ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL PROCESO DE RESERVA DEL HOTEL .	7
2. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL PROCESO DE CHECK-IN Y CHECK- OUT	8
3. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DE LOS BAÑOS SECOS EN EL HOTEL	9
4. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA VARIEDAD DE ALIMENTACIÓN VEGANA Y VEGETARIANA	10
5. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LAS INSTALACIONES DEL HOTEL	11
6. ESTRATEGIAS PARA RESOLVER PROBLEMAS DE ESTANCIA EN EL HOTEL	12
CONCLUSIÓN	13
RECOMENDACIÓN	13

ANTECEDENTES

El Hotel Wisdom Forest es un emprendimiento enfocado en el servicio de hotelería y turismo, su creación se radica en el año 2015. Se encuentra ubicado en el Cantón Tena, Provincia de Napo, específicamente en la Parroquia Talag, a la altura del Km 13 frente al Paradero Paquisha. Su estratégica ubicación, a tan solo 18 minutos del Tena y a 5 minutos de la parroquia Pano, ofrece a sus huéspedes una vista espectacular sobre la selva tropical, complementada por una arquitectura única que armoniza con el entorno natural.

Desde su creación, el Hotel Wisdom Forest ha experimentado una acogida favorable por parte de los clientes, reflejando una notable aceptación, sin embargo, se ha identificado que la calidad del servicio al cliente requiere áreas de mejora, este informe técnico se centra en identificar y proponer mejoras en la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y fortalecer el posicionamiento del hotel en el sector turístico.

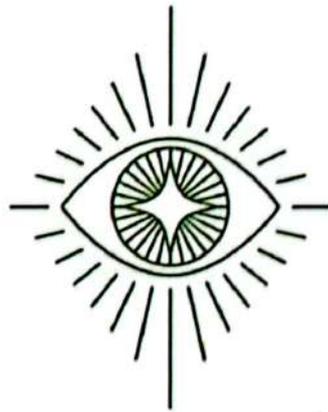
LOGO





MISIÓN

Participamos en varios proyectos sociales y ecológicos, como la reforestación de partes de la selva amazónica, el voluntariado y el ecoturismo. Nuestra misión general a través de estos proyectos y de las personas que invitamos a visitar nuestra comunidad es difundir conocimientos sobre la vida sostenible y crear un futuro mejor para Ecuador.



VISIÓN

La visión compartida de proteger parte de la selva amazónica a través de nuestra reserva natural y granja orgánica, y nos esforzamos por enseñar a los visitantes extranjeros sobre la vida sencilla y el pensamiento elevado.



OBJETIVOS

Objetivo General

Mejorar la calidad de servicio del Hotel Wisdom Forest, para incrementar la satisfacción de los huéspedes.

Objetivo Específico

Identificar áreas de mejora, planteando estrategias para el personal, optimizando las habilidades en atención al cliente y servicio.



VALORES

Excelencia en el Servicio: Nos comprometemos a ofrecer un servicio de alta calidad en cada interacción con nuestros huéspedes.

Respeto y Cortesía: Valoramos a nuestros huéspedes y al personal, fomentando un ambiente de respeto mutuo y cortesía.

Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental: Estamos comprometidos con la protección del medio ambiente y la sostenibilidad.

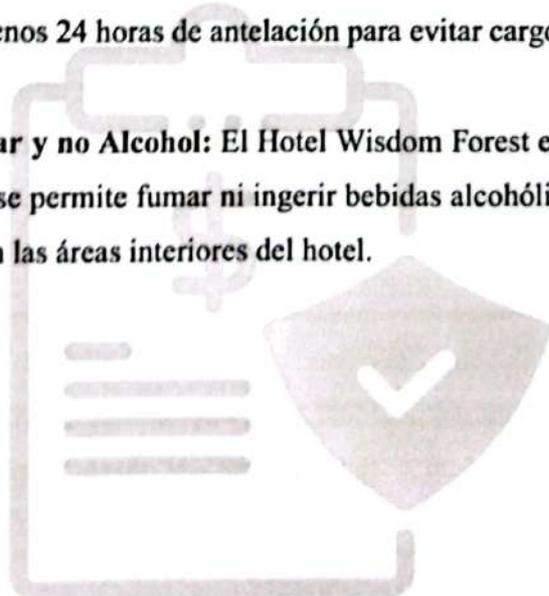
Innovación y Mejora Continua: Fomentamos una cultura de innovación y mejora continua, buscando siempre maneras de mejorar nuestros servicios.

POLÍTICAS

Política de Sostenibilidad: Nuestro hotel está comprometido con la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Todas nuestras operaciones están diseñadas para minimizar nuestro impacto ecológico y promover prácticas responsables.

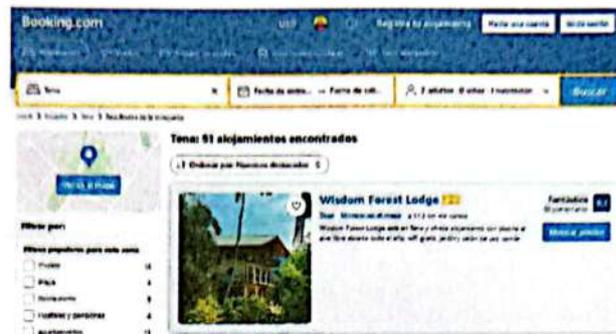
Política de Reservas y Cancelaciones: Las reservas se pueden realizar a través de nuestro sitio web, por teléfono o en persona. Las cancelaciones deben ser notificadas con al menos 24 horas de antelación para evitar cargos adicionales.

Política de No Fumar y no Alcohol: El Hotel Wisdom Forest es un hotel libre de humo y alcohol. No se permite fumar ni ingerir bebidas alcohólicas en ninguna de las habitaciones ni en las áreas interiores del hotel.



ESTRATEGIAS

1. ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL PROCESO DE RESERVA DEL HOTEL.



Formularios Simplificados: Facilita los formularios de reserva, solicitando solo la información esencial en cada paso. Ofrece opciones de autocompletar para campos comunes como direcciones y detalles de contacto, aumentando la satisfacción del cliente al hacer el proceso más fácil.

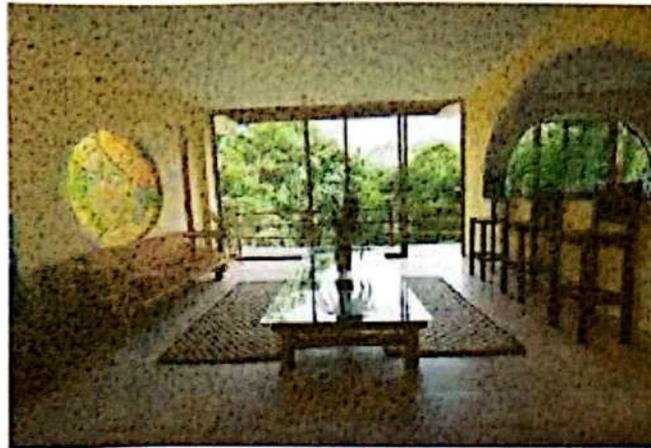
Información Detallada: Proporciona descripciones detalladas de las habitaciones y servicios, incluyendo fotos de alta calidad, reseñas de otros huéspedes y detalles claros sobre políticas de cancelación y tarifas. Aumenta la confianza y transparencia para los clientes.

Asistencia en Tiempo Real: Implementa un chat en vivo o un sistema de atención al cliente, que permita a los usuarios obtener respuestas rápidas a sus preguntas durante el proceso de reserva, facilitando la toma de decisiones informadas.

Confirmaciones y Recordatorios: Envía correos electrónicos o mensajes de texto de confirmación de la reserva y recordatorios antes de la fecha de llegada, asegurándote de que el cliente tenga toda la información necesaria, reduciendo la necesidad de aclaraciones adicionales.

Optimización para Móviles: Asegúrate de que todo el proceso de reserva esté completamente optimizado para dispositivos móviles, permitiendo a los usuarios reservar de manera fácil y rápida desde sus smartphones o tabletas, mejorando la eficiencia y precisión de las reservas.

2. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL PROCESO DE CHECK-IN Y CHECK-OUT.



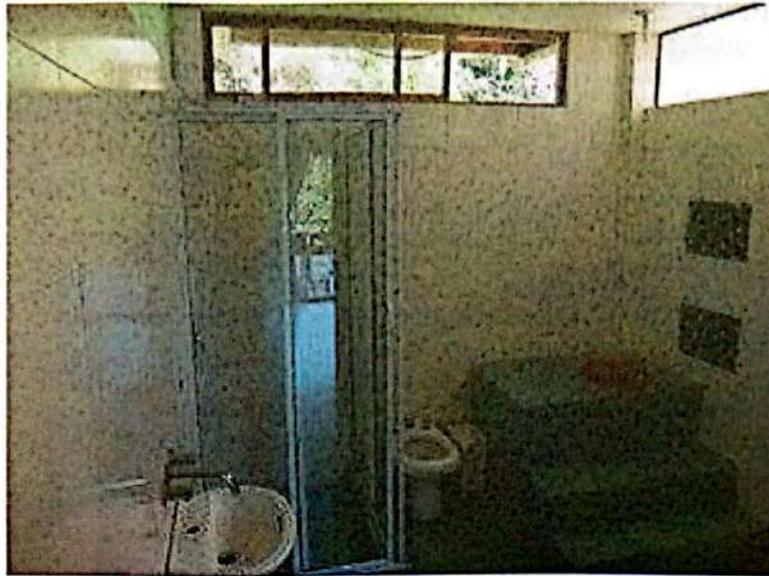
Notificaciones Automatizadas: Envía notificaciones automatizadas a los huéspedes recordándoles el check-in antes de su llegada y proporcionando instrucciones claras para el proceso de check-in y check-out, ya que una comunicación clara y proactiva reduce la confusión y asegura que los huéspedes estén bien informados sobre los procedimientos.

Integración de Sistemas: Asegúrate de que todos los sistemas del hotel, estén integrados para que la información sobre las llegadas y salidas de los huéspedes sean accesibles en tiempo real por todo el personal, la integración de sistemas permite al personal anticipar las necesidades de los huéspedes y resolver problemas más rápidamente.

Capacitación del Personal: Proporciona formación continua al personal de recepción para asegurar que estén bien preparados para manejar cualquier problema o consulta de los huéspedes de manera eficiente y profesional, la capacitación del personal garantiza que puedan ofrecer una atención de alta calidad y manejar situaciones imprevistas de manera efectiva.

Servicios Adicionales: Proporciona servicios adicionales durante el check-in y el check-out, como la opción de transporte al aeropuerto, recomendaciones personalizadas sobre actividades locales y reservas para restaurantes, ya que ofrecer servicios adicionales mejora la percepción del huésped sobre el valor recibido y puede convertir una estancia buena en una excelente.

3. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DE LOS BAÑOS SECOS EN EL HOTEL



Guías de Uso: Proporciona guías detalladas sobre cómo utilizar los baños secos, incluyendo instrucciones visuales y textuales, tanto en los baños como en la información previa a la llegada del huésped, las guías deben explicar claramente el funcionamiento y los beneficios ambientales de los baños secos, los huéspedes estarán mejor informados sobre cómo utilizar los baños secos.

Inspecciones Regulares: Realiza inspecciones y mantenimiento regulares de los baños secos para asegurar que estén en perfecto estado de funcionamiento. Esto incluye la limpieza, vaciado y mantenimiento técnico del sistema, un mantenimiento regular asegura que los baños secos siempre funcionen correctamente, proporcionando una experiencia positiva para los huéspedes.

Monitoreo Remoto: Implementa sistemas de monitoreo que permitan al personal de mantenimiento del hotel verificar el estado de los baños secos en tiempo real, detectando problemas antes de que se conviertan en inconvenientes para los huéspedes. El monitoreo en tiempo real permite una respuesta rápida a cualquier problema, minimizando las molestias para los huéspedes.

4. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA VARIEDAD DE ALIMENTACIÓN VEGANA Y VEGETARIANA



Platos Internacionales: Introduce platos veganos y vegetarianos de diferentes cocinas internacionales. Esto no solo diversificará el menú, sino que también atraerá a huéspedes con distintos paladares y preferencias culturales, un menú atractivo y diverso puede atraer a nuevos clientes interesados en opciones de alimentación saludable y sostenible.

Ingredientes Frescos y Locales: Prioriza el uso de ingredientes frescos y de origen local, esto no solo mejora la calidad y el sabor de los platos, sino que también apoya a los agricultores locales y reduce la huella de carbono del hotel, el uso de ingredientes frescos y de alta calidad mejora significativamente el sabor y la nutrición de los platos

Productos de Temporada: Asegúrate de que el menú refleje los productos de temporada, lo que garantiza la frescura y puede inspirar platos creativos y únicos, los huéspedes preocupados por la calidad y el origen de sus alimentos valorarán las opciones frescas, locales y sostenibles.

Capacitación del Personal: Proporciona formación regular al personal de cocina sobre la preparación y presentación de platos veganos y vegetarianos, asegúrate de que el personal de servicio esté bien informado sobre el menú para poder responder preguntas y hacer recomendaciones, la capacitación asegura que el personal pueda preparar y servir platos veganos y vegetarianos de alta calidad, y atender adecuadamente a los huéspedes.

5. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LAS INSTALACIONES DEL HOTEL

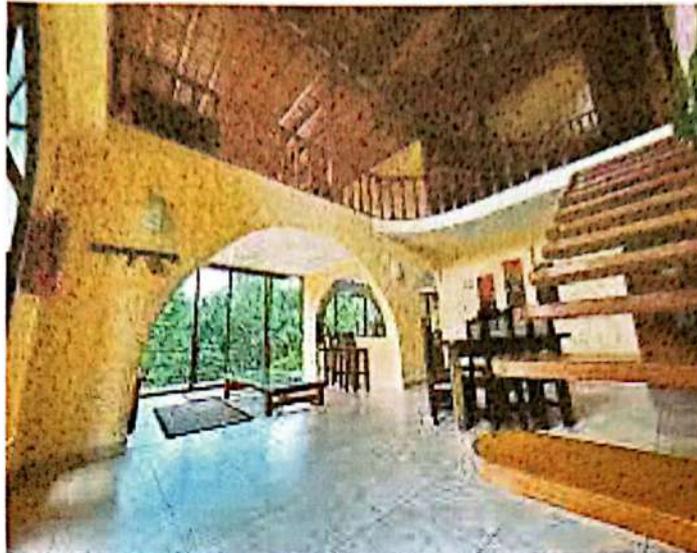
Renovación de Habitaciones: Moderniza los espacios comunes del hotel con mobiliario sostenible y ecológico, como muebles hechos de materiales reciclados y sistemas de iluminación LED. Asegúrate de que cada área común, hasta las salas de reuniones, incorpore elementos de diseño moderno y funcionalidad avanzada, utilizando plantas naturales y decoraciones ecológicas para crear un ambiente acogedor y respetuoso con el medio ambiente.



Actividades y Entretenimiento: Ofrece una variedad de actividades y entretenimiento ecológico, como clases de yoga al aire libre en jardines sostenibles, tours locales centrados en la naturaleza y la cultura, noches temáticas que promuevan la sostenibilidad, y eventos culturales que resalten la historia y tradiciones locales, procura de que haya algo para todos los intereses y edades, desde talleres de reciclaje para niños hasta caminatas guiadas por senderos ecológicos para adultos, proporciona una experiencia única y memorable que diferencia al hotel de la competencia, atrayendo a nuevos clientes interesados en el ecoturismo y la sostenibilidad.



6. ESTRATEGIAS PARA RESOLVER PROBLEMAS DE ESTANCIA EN EL HOTEL



Plataforma Centralizada de Incidencias: Desarrolla una plataforma centralizada donde los huéspedes puedan reportar problemas en tiempo real, esta plataforma debería ser accesible a través de la aplicación móvil del hotel, el sitio web, y dispositivos en el hotel como, una plataforma centralizada permite una respuesta más rápida y eficiente a los problemas de los huéspedes.

Seguimiento y Resolución Rápida: Establece un protocolo claro para el seguimiento y la resolución de incidencias, asegurando que todos los problemas sean abordados en un plazo máximo de 24 horas, asigna personal dedicado a gestionar y resolver las incidencias reportadas, mantener a los huéspedes informados genera confianza y muestra el compromiso del hotel con la satisfacción del cliente.

Programas de Capacitación Continua: Ofrece programas de capacitación continua para todo el personal del hotel, enfocándose en habilidades de resolución de problemas, atención al cliente y comunicación efectiva, asegúrate de que todos los empleados sepan cómo manejar las quejas y resolver los problemas rápidamente, ya que un personal bien capacitado puede manejar problemas de manera más eficaz, mejorando la calidad del servicio.

CONCLUSIÓN

Para mejorar la calidad del servicio en el Hotel Wisdom Forest, es esencial implementar un sistema eficiente de gestión de incidencias, capacitar continuamente al personal en atención al cliente, y desarrollar programas de fidelización junto con experiencias memorables, por ende, mantener una comunicación constante con los huéspedes a través de redes sociales ayudará a asegurar una respuesta rápida a los problemas y a fortalecer la relación con los clientes.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda enfocar la mejora de la calidad del servicio en el hotel, utilizando los datos proporcionados por los clientes, esto generara que el hotel pueda anticipar y satisfacer sus necesidades y preferencias específicas. Esto mejora la satisfacción, y también fortalece la lealtad y la percepción positiva del hotel.

H. CONCLUSIONES

El análisis de los servicios de mayor demanda en el Hotel Wisdom Forest, ubicado en la parroquia Talag, reveló que los huéspedes prefieren principalmente los servicios de alojamiento, restaurante, la alta ocupación de habitaciones y la frecuencia de reservas en el restaurante, indican una demanda constante, esto sugiere que estos servicios son indispensables para la satisfacción de clientes, cualquier mejora en estos sectores tendrá un impacto directo en la experiencia general del huésped.

La evaluación de la calidad del servicio a través de los indicadores KPI del Hotel Wisdom Forest demostró que, en general, el hotel mantiene altos estándares de calidad en varios aspectos clave. Los indicadores de satisfacción del cliente, tiempo de respuesta a solicitudes, muestran resultados positivos, lo que indica una alta eficiencia y un buen nivel de satisfacción entre los huéspedes este hallazgo sugiere que estos servicios son indispensables, sin embargo, estos hallazgos recalcan la importancia de una revisión constante y un enfoque en la resolución de problemas.

Basado en los resultados obtenidos, se han planteado diversas estrategias orientadas a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel a sus clientes, estas estrategias no solo buscan optimizar la experiencia del huésped, sino también elevar el nivel de desempeño de los trabajadores, para incrementar la calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Wisdom Forest.

I. RECOMENDACIONES

Renovar y modernizar las habitaciones para mantener su atractivo y comodidad. Además, incrementar la capacidad de habitaciones durante temporadas altas para satisfacer la alta demanda.

Se recomienda aplicar un programa de capacitación continua, especializado en la resolución de problemas, para asegurar que se resuelvan de manera rápida y satisfactoria. Este equipo debe seguir un protocolo estandarizado para la resolución de problemas.

Adoptar nuevas tecnologías y mejores prácticas para la limpieza y mantenimiento de habitaciones, incluyendo la programación de tareas de limpieza durante horarios menos concurridos para los huéspedes.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, H. (2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. Revista científica, Dominio de las ciencias. doi:http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf
- Cajal, A. (2018). *Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas*. docentes Sede F. doi:<file:///C:/Users/USER%20HP/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo.pdf>
- Cardozo, L. (1 de Marzo de 2021). *Zenvia*. Obtenido de Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- CARLOS CARRERA, C. L. (2018). *SISTEMAS DE GESTION DE CALIDAD*. Grupo Compás. doi:<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/466/3/SISTEMAS%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD.pdf>
- Carvajal, A. (08 de Febrero de 2023). *Triario*. Obtenido de Conoce cuáles son las características de un buen servicio al cliente: <https://www.triario.co/blog/caracteristicas-de-un-buen-servicio-al-cliente>
- César Camisón, S. C. (2011). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. PEARSON EDUCACIÓN, S. A. doi:<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf>
- Corrales, J. (25 de Julio de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas?: <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Coutinho, V. (14 de Septiembre de 2015). *Rockcontent*. Obtenido de KPIs: descubre qué son los indicadores clave de rendimiento y cómo usarlos para orientar tus estrategias:

<https://rockcontent.com/es/blog/kpis/#:~:text=Un%20KPI%20puede%20ser%20un,70%25%2C%20por%20ejemplo>).

Guadalupe, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la. Revista Alegría Mexico*. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Hammond, M. (18 de Mayo de 2023). *blog hubpot*. Obtenido de Qué es la calidad del servicio, cómo se mide y cómo mejorarla: <https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio>

Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación, sexta edición*., McGraw Hill Education, México., doi:https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf?1548409632=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefiniciones_de_los_enfoques_cuantitativ.pdf&Expires=171

Kinnear-Taylor. (2017). *Investigación Exploratoria*. Universidad Latinoamericana. doi:https://practicasprofesionales.ula.edu.mx/documentos/ULAONLINE/Maestria/MAN/HRM558/Publicaci%C3%B3n/Semana_3/Estudiante/HRM558_S3_E_Inv_explo.pdf

Larrea, P. (2018). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Díaz de Santos, S.A. doi:<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hJVcH5nSp0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=calidad+de+servicio++pdf&ots=tDLQ3ur06j&sig=sqKH8k2fZSWx78gHzy39291JENY#v=onepage&q&f=false>

Lequerica, M. (2011). *Las entrevistas en la investigación cualitativa*. EDICIONES, MORATA, S.L. doi:<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BZojEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=entrevista+libro&ots=ZrdY5xeUyz&sig=jf3i852sjaZ6stW0cYZjxWhhNbk#v=onepage&q=entrevista%20libro&f=false>

López, M. (2013). *IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE. EL BUZÓN DE PACIOLI*. doi:<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>

- Martins, J. (16 de Agosto de 2023). *Asana*. Obtenido de Qué es un KPI, para qué sirve y cómo utilizarlo en tu proyecto: <https://asana.com/es/resources/key-performance-indicator-kpi>
- Montaño, J. (2018). *Investigación Transversal: Características, Metodología, Ventajas*. docentes Sede F. doi:file:///C:/Users/USER%20HP/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Transversal.pdf
- Morales, F. (03 de Marzo de 2023). *Rankia* . Obtenido de Servicio : <https://www.rankia.com/diccionario/economia/servicio>
- Mosquera, G., & Martinez, L. (Mayo de 2018). *CENTRO DE ALTOS ESTUDIOS GERENCIALES*. Obtenido de Calidad de servicio: <https://www.benjaminfranklinsg.com/wp-content/uploads/2020/11/LibroCalidadServicio.pdf>
- Newman, G. D. (2015). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y*. *Revistas Científicas de América Latina*. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- normasiso. (s.f.). Obtenido de <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>
- Ramos, C. (22 de Febrero de 2023). *Firma profesional* . Obtenido de La importancia de la calidad en las empresas: <https://firmaprofesional.com/blog/importancia-calidad-empresas/#:~:text=La%20calidad%20es%20importante%20porque,mayor%20beneficio%20para%20la%20empresa.>
- Romero, A. (30 de Mayo de 2024). *Univerdad la Concordia*. Obtenido de Sistemas de calidad: ¿qué son y cómo funcionan?: <https://www.universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/sistemas-de-calidad>
- Romo, H. L. (2012). *La metodología de encuesta*. Logman. doi:https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia_encuestas.pdf
- SANDRA SIRVENT, V. G. (2017). *LOS 7 PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ISO 9001*. 3C Empresa . doi:file:///C:/Users/USER%20HP/Downloads/Dialnet-Los7PrincipiosDeGestionDeLaCalidadEnISO9001-6300060.pdf

- Taiman, A. V. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
doi:<https://files.pucp.education/facultad/educacion/wp-content/uploads/2022/04/28145648/GUIA-INVESTIGACION-DESCRIPTIVA-20221.pdf>
- Tschoh, J. (2012). "Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia" MMVIII
doi:https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- Tschohl, J. (2011). *SERVICIO AL CLIENTE*. John Tschohl.
doi:file:///C:/Users/USER%20HP/Downloads/LIBRO_servicios_al_cliente_5ed_Tschohl_p.pdf
- Vera, W. E. (2016). *SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE*. Derechos Reservados.
doi:file:///C:/Users/USER%20HP/Downloads/Servicio_y_atencion_al_cliente.pdf

K. ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de pedido para realizar el TIC, al propietario del hotel.

Tena, 13 de Mayo del 2024

Señor
Benjamín Munro

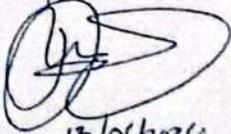
PROPIETARIO "WISDOM FOREST"

Solicitando

Nosotras, **Licuy Chimbo Yesenia Natalia** con cédula de ciudadanía No. 1500927304 y **Acosta Andy Ana Belén** con cédula de ciudadanía No. 1501039307, expresamos un cordial saludo y deseos de mayores éxitos en sus labores diarias, acudimos ante usted con la finalidad de solicitar muy comedidamente se nos permita realizar un trabajo de investigación denominado: **Calidad de servicio que presta el hotel Wisdom Forest, de la parroquia Talag**, todo esto lo realizamos por ser conocedoras del buen servicio que como propietario tiene al público y su apoyo es fundamental para poder realizar nuestro **(TIC) Trabajo de Integración Curricular** requisito indispensable para culminar nuestros estudios como Tecnólogas en Administración, sin que esto afecte al manejo de su negocio y contribuya a una mejor atención al cliente, mejores desempeños y mayores ingresos, todo esto se realizaría con los clientes bajo encuestas, para lo cual pedimos su **AUTORIZACIÓN**.

Por la atención que se dé a la presente quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

Recibido
Benjamin Munro
1500962608

13/05/2024.



Licuy Chimbo Yesenia Natalia
Teléfono: 0994112892
E-Mail: yesenia.licuy@est.itstena.edu.ec



Acosta Andy Ana Belén
Teléfono: 0995834014
E-Mail: ana.acosta@est.itstena.edu.ec

Anexo 2. Carta de aceptación para realizar el TIC, por parte del propietario del hotel.

Tena, 14 de Mayo del 2024

Señoritas:

Acosta Andy Ana Belén

Licuy Chimbo Yesenia Natalia

ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. -

En respuesta al oficio presentado de fecha 13 de Mayo del 2024, se pone en conocimiento que ha sido aceptada la petición para que realicen el trabajo de titulación denominado **Calidad de servicio que presta el hotel Wisdom Forest, de la parroquia Talag,** particular que se pone en su conocimiento para los fines pertinentes.

Con sentimiento de consideración y estima

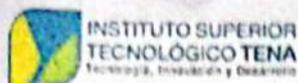
Atentamente,



Benjamin Munro

PROPIETARIO "WISDOM FOREST"

Anexo 3. Modelo de Encuesta para los huéspedes.



ENCUESTA

CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAG.

Objetivo: Presentar un informe técnico en el cual se incluya las mejoras de calidad a los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest.

Indicaciones Generales: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione el ítem que considere pertinente con la mayor sinceridad posible, el documento es con fines estrictamente académicos y es totalmente anónimo.

¿Género?

Masculino	
Femenino	

1. ¿Cómo se enteró de la existencia del hotel?

Recomendaciones	
Redes Sociales	
Publicidad	
Promociones	

2. ¿El proceso de reserva del servicio de hospedaje fue sencillo y claro?

Sencillo	
Algo sencillo	
Complicado	
Muy complicado	

3. ¿Cómo evaluaría la rapidez del check-in y check-out?

Muy Rápido	
Rápido	
Regular	
Lento	



4. ¿Cuál fue el motivo principal de su estadia en nuestro hotel?

Vacaciones	
Talleres	
Turismo	
Capacitaciones	
Turismo	

5. ¿Cuáles de estos servicios ha utilizado en el hotel?

Hospedaje	
Alimentación vegana, vegetariana	
Temazcal	
Baños secos	

6. ¿Cómo calificaría el uso de los baños secos en el hotel?

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

7. ¿Cómo calificaría la variedad de alimentación vegana o vegetariana en el desayuno?

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

8. ¿Cómo calificaría las instalaciones de nuestro hotel?

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

9. ¿Tuvo algún problema durante su estadia?

No tuve problemas	
Si, y fue resuelto satisfactoriamente	
Si, y no fue resuelto en absoluto	



10. ¿Recomendaría nuestro hotel a otros?

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Definitivamente no	
Probablemente no	

Elaborado por:	
 Acosta Andy Ana Belén ESTUDIANTE	 Licuy Chimbo Yesenia Natalia ESTUDIANTE
Validado por:	Legalizado:
 Lcdo. Angel Oswaldo Suña Siguencia TUTOR	 Lcda. Yajaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Anexo 4. Modelo de entrevista dirigida al propietario del hotel.



ENTREVISTA AL PROPIETARIO

CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAQ.

Objetivo: Presentar un informe técnico en el cual se incluya las mejoras de calidad a los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest.

Indicaciones Generales: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione el ítem que considere pertinente con la mayor sinceridad posible, el documento es con fines estrictamente académicos y es totalmente anónimo.

¿Género?

Masculino	
Femenino	✓

1. ¿Cuál es la visión y misión principales del hotel?

Ofrecer un lugar alternativo que ofrece paz y tranquilidad a los huéspedes que llegan.

2. ¿Qué aspectos o características únicas considera que distinguen a este hotel de otros en la región?

Somos el unico con comida 100% vegetariana saludable, clases de yoga y Tai-chi.

3. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el hotel en la actualidad?

La difusión del hospedaje, hay muy pocas clientas que llegan.

4. ¿Cuáles son sus prioridades para mejorar la experiencia del huésped en el hotel?

Queremos decorar las habitaciones y hacer algunos baños mas para que estén mas cómodos.

5. ¿Qué medidas se toman para garantizar la satisfacción y el bienestar de los empleados del hotel?

Somos como una familia, se hace reuniones y cada persona del equipo debe sentirse en casa.



6. ¿Cómo evalúa el impacto de la sostenibilidad y las prácticas ecológicas en las operaciones del hotel?

Somos bastante sostenibles, hacemos compost con los desechos de la cocina y tenemos baños secos ecológicos.

7. ¿Qué políticas tiene el hotel en cuanto a la formación y desarrollo profesional de los empleados?

Capacitamos entre nosotros con los con mas experiencia enseñando a los nuevos integrantes.

8. ¿Cómo maneja el hotel las críticas y sugerencias de los huéspedes para mejorar sus servicios?

Miramos los comentarios y cualquier consejo constructivo o critica tomamos en cuenta y buscamos

9. ¿Cuál es su enfoque para atraer y retener a clientes habituales y repetitivos? solución.

Una muy buena atención, que la gente se sienta en casa.

10. ¿Cómo se gestionan las crisis y situaciones de emergencia en el hotel?

Tenemos un plan de contingencia pero mas que todo usamos el sentido comun buscando soluciones prácticas

Elaborado por:	
 Acosta Andy Ana Belén ESTUDIANTE	 Licuy Chimbo Yesenia Natalia ESTUDIANTE
Validado por:	Legalizado:
 Ledo. Angel Oswaldo Suña Siguencia TUTOR	 Leda Yujaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Anexo 8. Modelo de entrevista dirigida a trabajadores del hotel.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
TECNOLOGÍA Y SERVICIO
TALAGÁ, PARROQUIA TALAGÁ, MICHUACÁN



ADMINISTRACIÓN

ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES DEL HOTEL

CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL WISDOM FOREST, DE LA PARROQUIA TALAGÁ.

Objetivo: Presentar un informe técnico en el cual se incluya las mejoras de calidad a los servicios dados por el Hotel Wisdom Forest.

Indicaciones Generales: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione el ítem que considere pertinente con la mayor sinceridad posible, el documento es con fines estrictamente académicos y es totalmente anónimo.

¿Género?

Masculino	
Femenino	

1. ¿Te sientes valorado por tu jefe y compañeros de trabajo?

Si	
No	

2. ¿Cómo calificarías la comunicación entre el jefe del hotel y el personal?

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

3. ¿Consideras que las cargas de trabajo están bien distribuidas?

Si	
No	

4. ¿Tienes las herramientas y recursos necesarios para realizar tu trabajo de manera eficiente?

Si	
No	



5. ¿Cómo evalúas tu carga de trabajo diaria?

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

6. ¿Recibes reconocimiento por tu trabajo y tus logros?

Nunca	
Raramente	
A veces	
Frecuentemente	
Siempre	

7. ¿Con qué frecuencia te encuentras trabajando horas extra para completar tus tareas?

Nunca	
Raramente	
A veces	
Frecuentemente	
Siempre	

8. ¿Te sientes cómodo solicitando ayuda o recursos adicionales cuando los necesitas para completar tu trabajo?

Sí	
No	

9. ¿Crees que las decisiones de la gerencia se comunican de manera clara y oportuna?

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Definitivamente no	
Probablemente no	

10. ¿Recomendarías trabajar en este hotel a un amigo o familiar?

De acuerdo	
En desacuerdo	



Elaborado por:	
 Acosta Andy Ana Belén ESTUDIANTE	 Licuy Chimbo Yesenia Natalia ESTUDIANTE
Validado por:	Legalizado:
 Lcdo. Angel Oswaldo Suña Siguencia TUTOR	 Lcda. Yajaira Elizabeth Andí Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

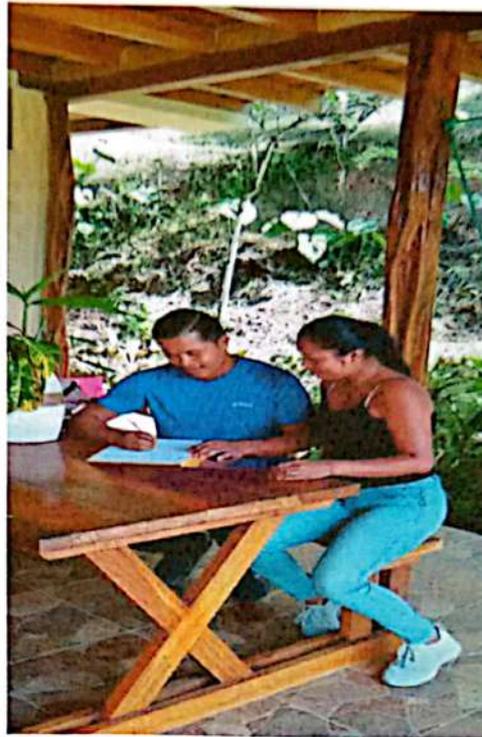
Anexo 6. Fotografías

Foto 1



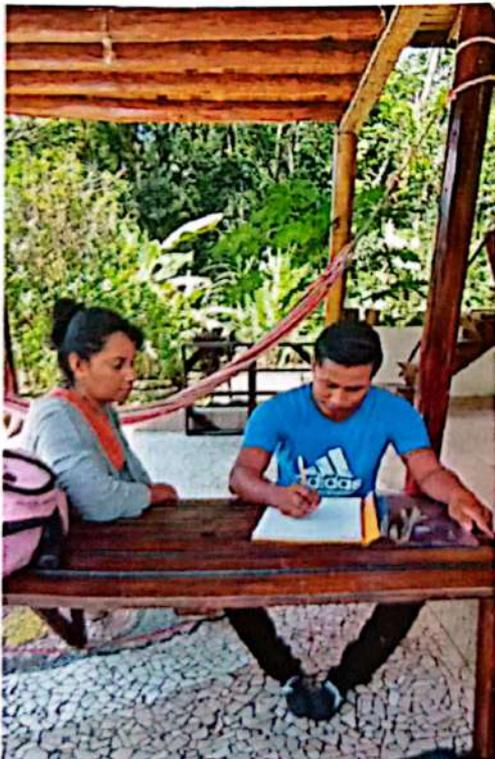
Entrevista a propietario del hotel

Foto 2



Entrevista a trabajador 1

Foto 3



Entrevista a trabajador 2

Foto 4



Voluntario del hotel