



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZÓN

ANDRADE VALAREZO BYRON ANDRES
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZÓN

ANDRADE VALAREZO BYRON ANDRES
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

TRABAJO TITULACIÓN
PROYECTO INTEGRADOR

GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y ATENCIÓN AL
CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZÓN

ANDRADE VALAREZO BYRON ANDRES
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

LAZO SERRANO CARMEN ARLENE

MACHALA, 28 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
2021

GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZÓN

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	1%
2	www.scielo.org.ar Fuente de Internet	1%
3	estanohecruzamoselmarenosstrum.wordpress.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
6	www.turismo.gob.ec Fuente de Internet	1%
7	repositoriotec.tec.ac.cr Fuente de Internet	<1%
8	www.fletestauro.com.mx Fuente de Internet	<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ANDRADE VALAREZO BYRON ANDRES, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZÓN, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de abril de 2021

ANDRADE VALAREZO BYRON ANDRES
0705939718

DEDICATORIA

Dedicado con inmenso amor y respeto a mis padres Byron Eli Andrade Jaramillo y Norka Shirley Valarezo Mora, a mis abuelitos José Rosendo Andrade Álvarez y Zoila Rosa Jaramillo Jaramillo, gracias por sus consejos y apoyo cada día.

AGRADECIMIENTO

Mis sinceros agradecimientos a mis padres por contribuir a mi desarrollo profesional y personal, de manera especial a mis docentes Lcda. Arlene Lazo Serrano por guiarme en este proceso de titulación y a la Lcda. María Isabel Bastidas por apoyarme durante mi permanencia en la Universidad Técnica de Machala.

RESUMEN

Hoy en día, la competitividad del sector de alojamiento se encuentra determinada por el porcentaje de clientes satisfechos que presente, sumándose a ello la importancia de brindar un servicio de calidad que busque superar las expectativas del cliente y que no se base únicamente en satisfacer una necesidad, manteniendo siempre presente que de ello dependerá la fidelización del cliente con la empresa y que se lleve una imagen positiva de la misma.

Es esencial comprender acerca de la calidad y servicio en atención al cliente para asegurar su competitividad en el mercado, sin embargo, cabe recalcar que hoy en día nos encontramos con gran número de clientes insatisfechos principalmente con los servicios que se ofrecen.

La medición de la satisfacción no solo permite conocer que tan agrado está el cliente con el servicio o producto que recibe, sino también infiere en la identificación de problemas habituales y potenciales de la organización y prevenir que se conviertan en amenazas, sobre todo si se trata de servicios de los cuales tienen un gran componente intangible y para los cuales la primera impresión que se cause en el cliente es vital para la satisfacción del mismo.

Hay que considerar que con la medición de satisfacción de los huéspedes la empresa lograra conocer el nivel de disfrute que obtuvo el cliente durante su estancia, obteniendo así que los huéspedes hagan una comunicación boca – oreja logrando generar publicidad gracias a la buena referencia de sus experiencias y percepciones a quienes se encuentran entre sus círculos de amistades.

En tal sentido el presente documento se titula: **GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD AL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE HOSTERIA EL CHOZON**; se plantea como objetivo general elaborar un diagnóstico de la calidad de atención y servicio al cliente de la Hostería El Chozón, la metodología empleada es descriptiva la cual ayudará a analizar el grado de satisfacción de los clientes y entre las técnicas de investigación empleadas están las entrevistas y encuestas. Los resultados permitieron conocer los cambios que la hostería debe implementar en lo que se refiere a sus clientes y empleados, como mejorar las habilidades de los empleados para brindar una atención al cliente más personalizada y también la falta de un manual que les permita conocer

las actividades que se realizan en las diferentes áreas de trabajo. Posteriormente, se elabora una propuesta integradora que consiste en el diseño de un plan de mejoras de atención y servicio al cliente, mediante la implementación de estrategias en clientes internos y externos para conseguir servicios de calidad y con la finalidad de obtener satisfacción de las personas que visitan el establecimiento y crear un ambiente laboral de óptimas condiciones para que se desarrollen las actividades diarias de las hostería y así conseguir ser referentes de empresas de alojamiento.

Se concluye que se debe capacitar a los trabajadores y brindarles un manual de procedimientos para que ellos reconozcan y puedan realizar sus actividades de manera correcta y adecuada y obtener que el cliente quede satisfecho por la atención recibida, además de contar con las medidas de bioseguridad para proteger la salud de todas las personas que se encuentran en la hostería.

PALABRAS CLAVES: servicio, cliente externo e interno, calidad, satisfacción.

ABSTRACT

Today, the competitiveness of the accommodation sector is determined by the percentage of satisfied customers it presents, adding to this the importance of providing a quality service that seeks to exceed customer expectations and that is not based solely on satisfying a need. , always keeping in mind that the customer's loyalty with the company will depend on it and that a positive image of it is taken.

It is essential to understand about the quality and service in customer service to ensure its competitiveness in the market, however, it should be emphasized that today we find a large number of customers dissatisfied mainly with the services offered.

The measurement of satisfaction not only allows to know how pleased the customer is with the service or product they receive, but it also infers in the identification of habitual and potential problems of the organization and prevents them from becoming threats, especially if it is of services of which they have a large intangible component and for which the first impression that is made on the client is vital for their satisfaction.

It must be considered that with the measurement of guest satisfaction the company will be able to know the level of enjoyment that the client obtained during their stay, thus obtaining that guests make a word of mouth communication, generating publicity thanks to the good reference of their experiences and perceptions to those in your circles of friends.

In this sense, this document is entitled: **DEGREE OF SATISFACTION IN THE QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER ATTENTION OF HOSTERIA EL CHOZON**; The general objective is to elaborate a diagnosis of the quality of attention and customer service of Hostería El Chozón, the methodology used is descriptive which will help to analyze the degree of customer satisfaction and among the research techniques used are interviews and surveys. The results allowed to know the changes that the inn must implement in regard to its customers and employees, such as improving the skills of employees to provide more personalized customer service and also the lack of a manual that allows them to know the activities that are carried out in the different work areas. Subsequently, an integrative proposal is prepared that consists of the design of a plan to improve customer care and service, through the implementation of strategies in internal and external customers to

achieve quality services and in order to obtain satisfaction from the people who They visit the establishment and create a working environment with optimal conditions for the daily activities of the hostels to take place and thus become a benchmark for accommodation companies.

It is concluded that workers must be trained and provided with a manual of procedures so that they recognize and can carry out their activities correctly and appropriately and ensure that the client is satisfied with the care received, in addition to having the biosecurity measures for protect the health of all the people who are in the inn.

KEY WORDS: service, external and internal customer, quality, satisfaction.

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I. Diagnóstico del objeto de estudio	12
1.1. Concepciones.....	12
Grado de satisfacción	12
Atención y servicio al cliente	12
Servicio de alimentos y bebidas	13
Servicio de restaurante	13
Calidad en atención al cliente.....	13
Dimensiones de la calidad.....	14
Modelos de calidad de servicio y sus dimensiones	14
Expectativas y percepción.....	15
SERVQUAL.....	15
Normas ISO.....	16
Distintivo Q.....	16
Ministerio de Turismo	16
Objetivos estratégicos:	17
Oferta y Demanda	17
Importancia de analizar la atención y servicio al cliente	18
Triángulo del servicio.....	19
1.2. Enfoque de Diagnostico.....	21

1.2.1. Metodología.....	21
1.2.2. Instrumento metodológico.....	22
1.2.3. Descripción del proceso diagnóstico	22
1.3. Análisis y resultados.....	22
1.3.1. Interpretación de resultados	22
1.3.2. Análisis del contexto	36
1.3.3. Matriz de requerimientos	37
1.3.4. Selección de requerimientos a intervenir: justificación	38
CAPÍTULO II. Propuesta Integradora.....	39
2.1. Descripción de la propuesta.....	39
2.2. Objetivos de la propuesta	39
2.3. Componentes estructurales	40
2.3.1. Estrategias	41
2.4. Recursos Logísticos	42
2.5. Fases de implementación.....	43
2.5.1. Manual de procedimientos de una Hostería	43
CAPÍTULO III: Valoración de la Factibilidad.....	60
3.1. Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta	60
3.2. Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta	60
3.3. Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta	60
3.4. Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta	61
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos de Calidad.....	14
Tabla 2. Satisfacción.....	22
Tabla 3. Frecuencia.....	24
Tabla 4. Recomendación	26
Tabla 5. Normas de Bioseguridad	27
Tabla 6. Alcohol y Gel antibacterial.....	28
Tabla 7. Tiempo de trabajo.....	29
Tabla 8: Opinión.....	30
Tabla 9: Capacitaciones.....	32
Tabla 10. Capacitaciones por cuenta propia	33
Tabla 11. Normas de bioseguridad	33
Tabla 12. Alcohol y Gel antibacterial.....	34
Tabla 13. Sugerencia	35
Tabla 14. Matriz de Requerimientos	37
Tabla 15. Estrategias para el servicio al cliente.....	40
Tabla 16. Matriz de recursos lógicos.....	42
Tabla 17. Manual de funciones del Gerente General	43
Tabla 18. Manual de funciones del Jefe de Recepción.....	45
Tabla 19. Manual de funciones de la Recepcionista.....	46
Tabla 20. Manual de funciones del Encargado de Reservas.....	47
Tabla 21. Manual de funciones del Gerente de Alimentos y Bebidas.....	48
Tabla 22. Manual de funciones del Auxiliar de Contabilidad.....	50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Triangulo de servicio	20
Figura 2. Resultado gráfico de los niveles de satisfacción.....	24
Figura 3. Frecuencia con la que se visita la Hostería el Chozón.....	25

Figura 4. Nivel de recomendación	26
Figura 5. Consideraciones del cumplimiento de las normas de bioseguridad en la hostería	27
Figura 6. Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa.....	28
Figura 7. Tiempo que lleva trabajando en la organización	29
Figura 8. Opinión del ambiente laboral.....	31
Figura 9. Frecuencia con la que se recibe capacitaciones	32
Figura 10. Capacitaciones por cuenta propia	33

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha posicionado como una de las actividades más importantes dentro del país, al ser un conjunto amplio de experiencias y conocimiento, por lo que está involucrando varios ámbitos, entre los más representativos se encuentran la gastronomía y el hospedaje.

La diversidad en platos de Ecuador es uno de sus atractivos turísticos más importantes, al contar con una variedad de productos de todas las regiones; la gastronomía del país se caracteriza por un sabor único, con una preparación extraordinaria, logrando que sea una de las razones que más motiva a los turistas a conocer el país (Oñate, Fierro, & Toro, 2017).

Según lo explicado el servicio de alojamiento no solo beneficia a los turistas que buscan hospedarse, sino también a la comunidad que ofrece el servicio al permitirle más ingresos, lo que les ayuda a tener un mejor estío de vida y a valorar mejor su localidad (Sanisaca Pérez, 2012).

Así también los autores Aranda y González (2018) afirman que el servicio de alimentos y bebidas en un hotel afecta de manera significativa en la experiencia del huésped, por lo que es de suma importancia conocer cuáles serán los procedimientos y normas a seguir en esta área, ya que cada empleado tiene su propio manejo y sus propias reglas.

La Hostería El Chozon se encuentra ubicada en el cantón Arenillas, provincia de El Oro, el cual ofrece a sus clientes el servicio de alojamiento y restauración con una gran variedad de platillos, no obstante, se percibe que el rendimiento del personal no es el que se espera, lo que afecta directamente a la imagen e impresión que tiene la empresa, por lo que se ve indispensable evaluar el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio que se les ofrece.

Para el presente trabajo se realizará una encuesta tanto a clientes como a trabajadores, esto con el fin de analizar el grado de satisfacción, tanto de los consumidores como de los trabajadores, estos resultados serán necesarios para poder definir los puntos débiles que se necesitan corregir, lo que ayudará al planteamiento de estrategias para mejorar el servicio y atención al cliente en la hostería.

CAPITULO I. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Concepciones

Grado de satisfacción

La satisfacción es el punto principal de todo el servicio, siendo uno de las clave de los intercambios entre empresas y mercado, y desde los orígenes del marketing, la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito entre la competencia (Fernandez & Nina, 2016). También expresa que el grado de satisfacción es un aspecto que se estudia en cualquier área o sector económico, esto se puede deber a que la medición de satisfacción permite interpretar cómo se está recibiendo el producto o servicio en el mercado, por lo que ha sido estudiado por un sin número de disciplinas a lo largo de la historia (Alonso Dos Santos, 2016).

Estas razones llevan a la necesidad de evaluar el grado de satisfacción del cliente mediante diferentes herramientas que faciliten el estudio de variables referentes a la percepción de los clientes sobre los elementos de la empresa, como el producto, el personal o la forma de comunicar (Vázquez Durán, 2019). En el mundo actual, existe cada vez más competencia, lo que hace que las personas tengan una gama más amplia para escoger sus productos o servicios, también causa que sus preferencias vayan cambiando de acuerdo a la evolución del mercado, por tal razón, es fundamental el analizar cómo se está percibiendo los servicios y el grado de satisfacción de los mismos por parte de los clientes.

Atención y servicio al cliente

La autora Escudero (2015) define la atención al cliente como la carta de presentación de la empresa, por lo que las organizaciones se toman este punto con la responsabilidad adecuada, implementando reglas y normas en la empresa para asegurar que la atención permita obtener los resultados esperados. La importancia que se le ha dado al servicio al cliente radica en el valor que se ha percibido sobre el mismo en la acción de comercializar un producto, al reconocer que el cliente puede basar sus preferencias en el servicio que se le brinde, convirtiéndose en una estrategia fundamental para sobresalir entre la competencia (Yépez & Cabrera-Vallejo, 2016).

Los diferentes cambios que se han presenciado en los últimos años en el mercado han demostrado que el cliente sigue siendo el pilar de toda organización, y que este evoluciona y modifica sus gustos y necesidades, por lo que se debe de cuidar de que el servicio al cliente logre la satisfacción que buscaba.

Servicio de alimentos y bebidas

En el sector turístico se encuentra el tipo de servicio de alimentos y bebidas, el cual se define tal como lo indica su nombre, desde la producción hasta la venta, por lo que compete un sinnúmero de saberes sobre la materia de restauración, la escritora Mesas (2018) afirma que el servicio es un conjunto de procesos que van desde preparar el producto hasta entregarlo al cliente o proveedor, por esta razón se debe de capacitar a todas las personas encargadas en sus respectivas áreas, incluyendo el área que se relaciona directamente con el consumidor; todo esto con el fin de ofrecer un servicio de calidad que consiga satisfacer a los clientes.

Servicio de restaurante

Se define como ese conjunto de elementos de la oferta que se tiene el entorno interno del restaurante, como son empleados, la atención que se ofrece y la calidad del producto, también se nombran a los elementos referentes a la satisfacción del cliente, como el orden, el estado de las instalaciones, la rapidez y eficiencia, entre otros. Es importante mencionar que el cliente es fundamental en el servicio de restaurante, por eso se debe buscar la satisfacción del mismo, esto mediante una atención adecuada y cortés, que sea eficaz y que muestre preocupación por brindarle una experiencia agradable del lugar (Toapanta, 2015).

Calidad en atención al cliente

La calidad de atención es un tema de sumo interés al momento de hablar de servicios, la atención que se le ofrece al cliente es un aspecto que se maneja en todos los sectores empresariales, y es uno de los elementos determinantes para evaluar la satisfacción de los consumidores, por lo que deben de tener en cuenta todos estos eventos al tratar con los usuarios (Jesús Herrera, 2017).

Este tema se ha evidenciado en la actualidad con más interés, así como la importancia de ofrecer una atención que sea de calidad y que genere confianza en los demás; por tal razón es fundamental innovar y adaptarse que se muestran en el entorno, pues cada vez se enfrentan

más cambios que hacen difícil mantener la preferencia frente a la competencia (López, 2020). Es primordial recordar que la imagen de la empresa depende en gran parte de la atención que se brinde a los clientes, al ser esta la primera imagen que ellos tendrán del producto o servicio que se les ofrece, por tal razón no se debe descuidar la calidad de la misma.

Dimensiones de la calidad

El constructo calidad de servicio es muy complejo y ha generado discusiones entre diversos autores, según la literatura académica existen varios modelos para medir la calidad y cada uno cuenta con sus propias dimensiones. Estas dimensiones o factores determinantes son los elementos del servicio que el cliente percibe y que le permite juzgar dicho servicio (Caicay Arbieto, 2017).

Estas dimensiones definen el nivel de calidad de servicio que se le brindará al cliente tras cumplir los diferentes modelos que fueron presentados, como se ve el servicio cumple un papel fundamental ya que debe transmitir al cliente seguridad, confianza en un ambiente confortable.

Modelos de calidad de servicio y sus dimensiones

Tabla 1. Modelos de Calidad

Modelos	Dimensiones
Gronroos(1984)	Calidad técnica Calidad funcional Imagen corporativa
SERVQUAL Parazuraman,Zeithaml y Berry(1988)	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía
SERVPERF Cronin y Taylor (1992)	Se basa en las mismas 5 dimensiones que el modelo SERVQUAL, pero considera solo percepciones, más no expectativas.
De los tres componentes Autor Rust y Oliver (1994)	Características del servicio Entrega del servicio

	Ambiente del servicio
Dabholkar et al. (1996)	Aspectos físicos Fiabilidad Interacción personal Resolución de problemas Política
Brady y Cronin(2001)	Interacción del cliente –empleado Ambiente del servicio Resultado
Canguli y Roy (2010)	Aspectos tecnológicos de la calidad de servicio. Dimensiones tradicionales de la calidad de servicio
Kuo et al. (2012)	Solución de problemas Empatía Entusiasmo Amistad

Fuente: Andrade Valarezo Byron Andres

Expectativas y percepción

Uno de los elementos más importantes de cualquier negocio son las expectativas y la percepción que el cliente tiene de la misma. El servicio que espera el cliente debe ser de calidad por lo que se definió a la expectativa como un servicio donde le demuestren que se encuentra en un lugar seguro y agradable para pasar momentos con sus seres queridos ya sean amigos o familiares, mientras la percepción emite juicios de valor que servirán para que la empresa mejore sus modelos de atención (Espinoza, Pereyra, & Ulibarri, 2016).

SERVQUAL

La escala de medición comparativa de las expectativas de los consumidores y sus percepciones de desempeño más usada en los estudios de satisfacción del cliente y calidad de servicio es la denominada SERVQUAL. Esta escala sirve para evaluar la calidad en el

sector de servicios y posee 22 ítems que miden la performance de la empresa a través de las cinco dimensiones: Tangibilidad: facilidades físicas, equipamientos y apariencia de los colaboradores; Confiabilidad: habilidad de ejecutar el servicio prometido de forma confiable y precisa; Atención: Voluntad de ayudar y prestar una buena atención al consumidor, Garantía (incluye competencia, cortesía, credibilidad y seguridad): conocimiento y cortesía de los colaboradores y su capacidad para inspirar confianza y seguridad; empatía (incluyendo acceso, comunicación y entendimiento del consumidor): atención personalizada que la empresa ofrece al consumidor. (Orlandini & Ramos, 2017)

Normas ISO

Las normas ISO son normas orientadas a la gestión de una empresa en distintos ámbitos, además de ser establecidas por el Organismo Internacional de Normalización que trabaja para conseguir el establecimiento del sistema de calidad que garantice la satisfacción de las necesidades y expectativas de los consumidores. La Norma ISO 10004 contiene orientación sobre cómo establecer procesos eficaces para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Se centra en los clientes externos a la organización y puede ayudar a establecer e implementar un proceso para el tratamiento de sus quejas. (UNE, 2018)

Distintivo Q

La empresa Quito turismo ha creado una norma para que la calidad del Turismo en la ciudad mejore, dicha norma se conoce como Distintivo Q, su función principal es establecer el estándar que se debe tener de acuerdo al entorno en el que se encuentra, por lo que debe ser evaluada constantemente y capacitando también al personal, con el fin de mantener un servicio de calidad en las empresas turísticas (Gaibor, 2016)

El distintivo Q es una gran herramienta en los restaurantes y otro tipo de establecimientos de alimentos y bebidas. Esta norma fue obra del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Quito (GADM) del Distrito Metropolitano de Quito, además de otros organismos importantes, la importancia de este Distintivo es el poder mejorar la calidad del servicio de alimentos y bebidas y de evaluar esta función en las empresas turísticas (Guamangallo & Masapanta, 2019).

Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo es el principal ente regulador de las actividades turísticas, por ende, se le atribuyen diferentes funciones que contribuyan a una mejor calidad de servicio. Sus funciones van desde determinar los funcionamientos, mecanismos, normas y políticas que se deben cumplir al ejercer dichas actividades, hasta diferentes acciones que tienen como fin el contribuir en la promoción y presentación de los recursos naturales y culturales, además de lograr la satisfacción y seguridad del cliente. Éstos principios son los que permiten desarrollar un turismo de calidad y otorgar responsabilidad tanto en el sector público como en privado (MINTUR, 2018).

Objetivos estratégicos:

- 1) Incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en el Ecuador.
- 2) Incrementar la participación del turismo en la sostenibilidad del sistema económico del Ecuador.
- 3) Incrementar la eficiencia institucional en el Ministerio de Turismo.
- 4) Incrementar el desarrollo del talento humano en el Ministerio de Turismo.
- 5) Incrementar el uso eficiente del presupuesto en el Ministerio de Turismo (MINTUR).

Oferta y Demanda

Oferta

En turismo la oferta engrupa a todos los servicios turísticos que se brindan en una zona o territorio específica, su fin es el mejorar la experiencia del turista al ofrecer una facilidad y un mejor servicio en el destino, beneficiando no solo a los visitantes, sino también a la localidad, para esto se tiene un conjunto de distribución, promoción y compra para poder llegar al mercado que se espera (Socatelli, 2015).

La oferta turística se compone de tres elementos fundamentales:

- **Recursos turísticos:** Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos...

- **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc. (Tite, Batista, Carrillo, & Ochoa, 2019).

Demanda

El concepto de demanda turística corresponde a todos aquellos clientes que hacen uso de la oferta turística ofrecida en el lugar que se está visitando, también se cuenta como un gran conjunto de diferentes tipos de personas, al provenir de lugares diferentes con culturas diferentes, además de una variedad de edades y razones para viajar. Estos datos son de suma importancia en la planificación de estrategias, ya que estas determinarán cuál es el segmento de mercado con el que se cuenta y cuál es al que se quiere llegar (Socatelli, 2015).

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (Miranda, 2018).

Importancia de analizar la atención y servicio al cliente

El cliente siempre buscará que le ofrezcan el mejor servicio posible, y de esto dependerá su percepción sobre el establecimiento que está visitando, ya que, si el servicio que le están brindando es el que ellos buscan, seguirán yendo a ese lugar y se volverán clientes frecuentes; sin embargo, si el servicio no los satisface, o lo que podría ser peor, reciben un mal trato por parte de la empresa, se retirarán y no volverán nunca más, y será muy difícil hacer que cambien de opinión, en esto y en otros aspectos radica la importancia de analizar la atención y servicio que se les está ofreciendo al cliente (Cadena, 2014).

La importancia de brindar un buen servicio o atención al cliente radica en los siguientes aspectos:

- La competencia se intensifica y los productos ofertados van en aumento y hay más tipos, por lo que es necesario aportar un valor añadido.

- Cada vez son más los competidores que se equiparan con calidad y precio, por lo que es necesario buscar la diferenciación.
- Las exigencias de los clientes son cada vez mayores, no solo en busca de precio y calidad, sino también de calidad en el servicio, ambiente agradable, comodidad, trato personalizado y rapidez en el servicio.
- Si un cliente no está satisfecho con el servicio o la atención, es probable que diga algo malo y les cuente a otros consumidores sobre su mala experiencia.
- Si los clientes obtienen un buen servicio o atención, es probable que vuelvan a comprar nuestros productos o nos visiten nuevamente.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es probable que nos recomiende a otros consumidores. (Salazar & Carrera, 2016).

Triángulo del servicio

Servicio

Se define al servicio como aquello que se brinda de una persona o entidad para el beneficio de otra, y son de carácter inmaterial (Kotler, 1995), por otro lado, el servicio al cliente se enfocándose principalmente en la persona con la que está tratando y lo que el busca en la empresa, lo que conlleva aprender una serie de estrategias y planificación para satisfacer a los consumidores (Lovelock, 1983). Actualmente, el servicio tiene como objetivo atraer, conquistar y mantener la fidelidad de los usuarios, el resultado relaciones administrativas clientes que satisfacen sus necesidades. De la prestación de servicios requiere recursos materiales, tecnología, finanzas y lo más importante los seres humanos sirven a la gente de todo corazón.

Figura 1. Triangulo de servicio



Fuente: Andrade Valarezo Byron Andres

Permite concebir el servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente, con relaciones entre la estrategia, la gente y el sistema

- **Cliente:** El corazón del modelo.
- **Estrategia:** Dedicación corporativa al servicio en la cual desde el gerente hasta el último de los empleados se compromete a cumplir la promesa del servicio.
- **Gente:** Las personas deben saber, entender y obligarse a la promesa del servicio.
- **Sistema:** Herramientas físicas y técnicas para la prestación del servicio, reglas y regulaciones de comportamiento para empleados y clientes, sistema humano representado en trabajo en equipo, cooperación, solución de problemas, manejo de conflictos y recursos humanos direccionados al cliente (García, 2016).

Servicio de Alimentos y Bebidas

El servicio de alimentos y bebidas se define como el conjunto de habilidades y conocimientos con respecto al arte de la gastronomía que se ofrecen al cliente; existen diferentes tipos de establecimiento en el que brindan diferentes estilos de este servicio, sin embargo, también se puede implementar en organizaciones con relación al turismo como una actividad complementaria (Mintur, 2018)

Dentro del ámbito del turismo, la calidad es algo consustancial a la esfera íntima de la persona, consiste en un proceso de actuaciones encadenadas técnicamente solventes, donde

el cliente es quien establece el nivel de satisfacción volviendo a comprar. Es dar al cliente lo que quiere al menor coste posible, lo que supone la orientación de la organización hacia él; y realizar una gestión eficaz, competitiva y rentable.

En las organizaciones de hospitalidad los procesos pueden clasificarse en tres categorías fundamentales estratégicos, operativos o clave y de soporte (INEN. 2008). Los estratégicos, permiten analizar las necesidades y condicionantes de la sociedad, del mercado y de las empresas. Los operativos o clave, tienen contacto directo con cliente, y a partir de los cuales el consumidor percibirá y valorará la calidad. Los de apoyo, sirven de sostén a los anteriores. Los subprocesos, forman parte de un proceso, e incluye varias operaciones y actividades, donde los resultados están asociados al proceso al que pertenece. Aunque no todas las entidades de alojamiento tienen estrictamente estructurados los procesos referidos, el de alimentos y bebidas es clave, si lo incluye.

El obligado consumo de alimentos y bebidas por todos los seres humanos y con mayor razón por los visitantes que pernocten o no en los destinos turísticos, determina el estatus de este proceso. Por un lado, como necesidad fisiológica y por otra como parte de expectativas y experiencias que desea vivir el consumidor. El disfrute de este servicio, se convierte frecuentemente en el eje de atracción y criterio de percepción para emitir un juicio final de satisfacción. Inciden en este ámbito: la elaboración de los alimentos, higiene, rapidez, ambiente acogedor, amabilidad y atención, entre otros aspectos. (Font & Blanco, 2018).

1.2.Enfoque de Diagnostico

1.2.1. Metodología

El presente estudio investigativo cuenta con una metodología de tipo descriptiva que permite determinar la percepción de los clientes y la satisfacción de los mismos en la Hostería El Chozón. Se utiliza un enfoque cualitativo aplicando un instrumento metodológico tipo encuesta para la recolección de información en los clientes internos y externos, con el enfoque cuantitativo se analizan de forma estadística los resultados obtenidos.

Se establecieron dos modelos de instrumentos, el primero orientado a los 15 clientes internos o colaboradores de la hostería El Chozón, aplicando una autoevaluación mediante un cuestionario que considera estándares de calidad y satisfacción laboral, manejando una escala de 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, se pretende obtener información de desempeño

para la prestación de servicio e identificar oportunidades de mejora continua. El segundo instrumento se realizó a los clientes externos que utilizan los servicios del establecimiento, considerando la misma escala mencionada anteriormente y conocer las percepciones de los clientes con respecto a los servicios proporcionados.

1.2.2. Instrumento metodológico

El instrumento metodológico a utilizar es una encuesta dirigida a los empleados del establecimiento y también para los clientes que visitan la Hostería. De acuerdo a López-Roldán & Fachelli (2015) es una técnica de recolección de datos a partir de interrogar a personas con el fin de obtener información sistemática derivada de la problemática que se ha planteado.

1.2.3. Descripción del proceso diagnóstico

Posteriormente se presenta los resultados obtenidos durante el proceso investigativo a través de gráficas y tablas estadísticas, que condensa información recabada por intermedio de la aplicación de encuestas, dirigida a los clientes internos y externos del local, con la finalidad de conocer los grados de satisfacción del servicio y atención al cliente.

1.3. Análisis y resultados

1.3.1. Interpretación de resultados

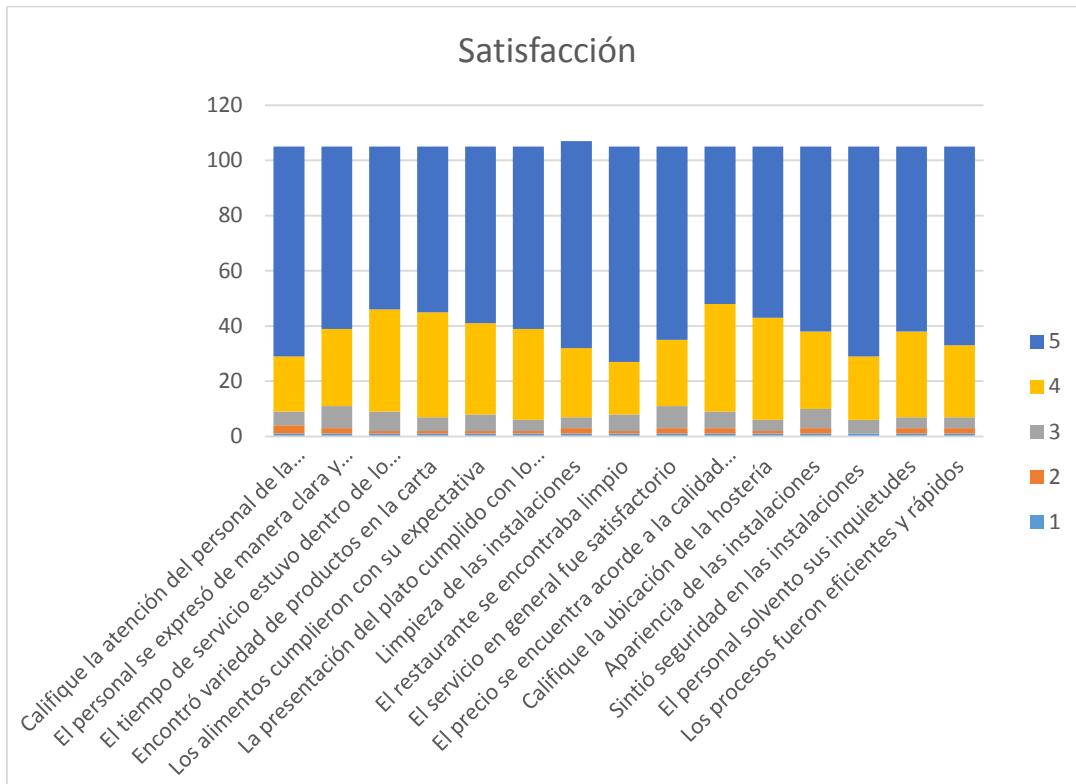
1. Satisfacción

Tabla 2. Satisfacción

	1	2	3	4	5
Califique la atención del personal de la hostería	1	3	5	20	76
El personal se expresó de manera clara y amable	1	2	8	28	66
El tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado	1	1	7	37	59
Encontró variedad de productos en la carta	1	1	5	38	60
Los alimentos cumplieron con su expectativa	1	1	6	33	64

La presentación del plato cumplido con lo esperado	1	1	4	33	66
Limpieza de las instalaciones	1	2	4	25	75
El restaurante se encontraba limpio	1	1	6	19	78
El servicio en general fue satisfactorio	1	2	8	24	70
El precio se encuentra acorde a la calidad de los servicios recibidos	1	2	6	39	57
Califique la ubicación de la hostería	1	1	4	37	62
Apariencia de las instalaciones	1	2	7	28	67
Sintió seguridad en las instalaciones	1	0	5	23	76
El personal solvento sus inquietudes	1	2	4	31	67
Los procesos fueron eficientes y rápidos	1	2	4	26	72

Figura 2. Resultado gráfico de los niveles de satisfacción



Según los datos obtenidos luego de haber realizado las encuestas los clientes calificaron el nivel de satisfacción del 1 al 5 donde 5 era un nivel muy satisfecho, en el cual 52 clientes dicen estar satisfechos luego de haber recibido una excelente atención. mientras del 60 al 66 dicen estar satisfechos de luego de haber sido atendidos, de 70 a 78 clientes se encuentran medianamente satisfechos, por ende, se refleja que se debe mejorar la atención al cliente y eso otorgará mayor demanda de clientes a la hostería. “Para ellos es necesario emplear diferentes técnicas que contribuyan a la creación del grupo de trabajo y su consecuente capacitación, lo que permitirá que el personal se sienta comprometido con la importancia y la necesidad de la implantación del procedimiento para mejorar la satisfacción de los clientes internos” (Nápoles, Tamayo , & Pino, 2016).

2. ¿Frecuencia con la que visita la Hostería el Chozón?

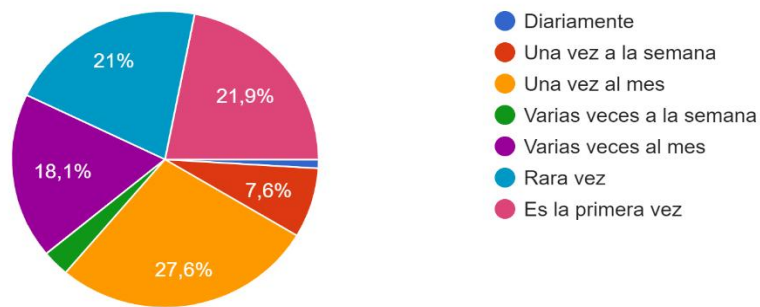
Tabla 3. Frecuencia

Frecuencia	Cantidad
Una vez al mes	29

Es la primera vez	23
Rara vez	22
Varias veces al mes	19
Una vez a la semana	8
Varias veces a la semana	3
Diariamente	1
Total	105

Figura 3. Frecuencia con la que se visita la Hostería el Chozón

¿Frecuencia con la que visita la Hostería el Chozón
105 respuestas



Se precisó la frecuencia que acuden los clientes al establecimiento para el respectivo consumo de los platos que ofrece, del cual se observa que mayormente asisten una vez al mes con el 27,6%, de ahí desciende al 21,9% donde manifiestan que es la primera vez que lo visitan, después sigue el 21% acuden rara vez, por consiguiente esta el 18,1% que informan que asisten varias veces al mes, el 7,6% es el valor de los que asisten una vez a la semana y por penúltimo esta el 2,9% son los que acuden varias veces a la semana y el por último el ítem de diariamente con el 1% . Por ello en el entorno reflejado se evidencia que los clientes prefieren visitar el establecimiento una vez al mes, buscando satisfacer sus necesidades y degustar los platos que ofrece.

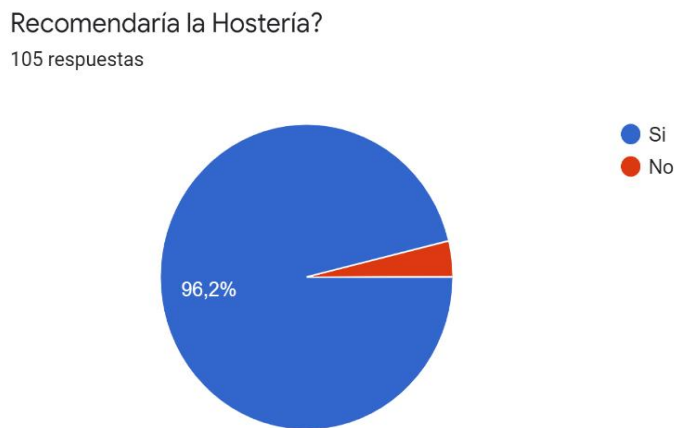
La empresa debe de tener un vínculo con el consumidor que le motive a continuar visitando el lugar. Cuando los clientes están contentos con el servicio que le brindan se convertirá es su preferencia, por lo que frecuentará a menudo; sin embargo, es diferente cuando no está satisfecho, ya que esto hará que el cliente poco a poco pierda el interés ella empresa, hasta que finalmente se olvide de ella y no la vuela a visitar (Guadarrama Tavira & Rosales Estrada, 2015).

3. ¿Recomendaría la Hostería?

Tabla 4. Recomendación

Recomendación	Cantidad
Si	101
No	4

Figura 4. Nivel de recomendación



Se determinó que los clientes económicamente activos, el 96,2% si recomendarían la hostería a demás futuros clientes, mientras que el 3,8% no la recomendarían.

El cliente turístico busca satisfacer las necesidades mediante la obtención de un producto o servicio que sea lo suficientemente bueno, para esto debe de evaluar qué es lo que le están

ofreciendo, y de acuerdo a dicha evaluación determinara el grado de satisfacción que se generó con el servicio ofrecido en la empresa (Zárraga, Molina, & Corona, 2019).

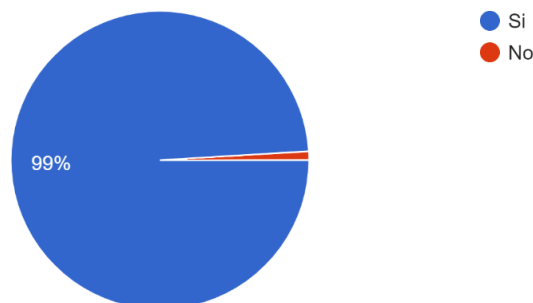
4. Considera Ud. que se cumple con las normas de bioseguridad por COVID 19 en la Hostería

Tabla 5. Normas de Bioseguridad

Consideraciones	Cantidad
Si	104
No	1

Figura 5. Consideraciones del cumplimiento de las normas de bioseguridad en la hostería

Considera usted que se cumple con las normas de bioseguridad por Covid 19 en la Hostería
105 respuestas



Se evidencia que el 99% de los clientes si consideran que la hostería cumple con todas las medidas de bioseguridad para el cuidado del COVID 19, mientras que el 1% dice que no las cumple, dando como consideración que la hostería si tiene bien proporcionadas sus responsabilidades para el cuidado de sus clientes.

El mundo está pasando por una crisis sanitaria que nadie esperaba, lo cual ha traído consecuencias negativas en todos los ámbitos, incluyendo la desestabilidad en varios negocios, el cierre parcial y en ocasiones, cierre definitivo de grandes y pequeñas empresas, todos estos problemas se han presenciado en la Hotelería, la cual ha sido una de las industria

más afectados. La situación actual ha hecho que las empresas hoteleras se vean en la necesidad de crear un Protocolo de seguridad para que los clientes puedan hospedarse y hacer uso de las instalaciones del hotel de forma segura para prevenir el contagio (Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, 2020).

5. Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa.

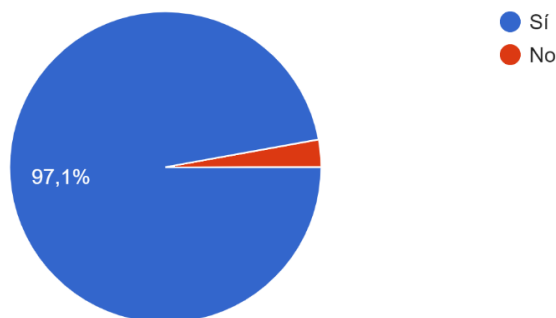
Tabla 6. Alcohol y Gel antibacterial

Consideraciones	Cantidad
Si	102
No	3
Total	105

Figura 6. Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa

Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa

105 respuestas



Se observa que el 97,1% de los clientes consideran que es muy importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa de la hostería, mientras tanto el 2,9% considerada que no es importante esta consideración, dando a entender que prefieren ellos mismos andar a llevar su respectivo alcohol o gel antibacterial para el cuidado.

De acuerdo al Protocolo de Bioseguridad para establecimiento de alojamiento (MINTUR, MSP, ARCSA, ABG, 2020) La recepción del Huésped tiene que seguir todas las indicaciones para evitar posibles contagios, una de las normas más importantes es la que indica que se debe de colocar alcohol gel en las manos del huésped; así como colocar dispensadores de alcohol gel en lugares estratégicos para uso del personal y huéspedes, así mismo se establece en el Protocolo de bioseguridad para restaurantes que el establecimiento debe de contar con alcohol gel al 70% par aofrecer a lso huespedes por lo que toda empresa hotelera y de alimentación y bebidas está en la obligación de mantener este material para atender a los clientes.

6. ¿Tiempo que lleva trabajando en esta organización?

Tabla 7. Tiempo de trabajo

¿Tiempo que lleva trabajando en esta organización?	
1 -3 meses	13,3%
4 -6 meses	6,7%
7 – 12 meses	33,3%
Mas de 2 años	46,7%
Total	100%

Figura 7. Tiempo que lleva trabajando en la organización



Análisis:

Las experiencias y expectativas del trabajador en los establecimientos de servicio y atención al cliente se basa al dominio y tiempo que lleva trabajando en la organización (Morillo & Morillo, 2016), es por ello que en la encuesta realizada a los trabajadores se obtuvo los siguientes resultados: el 13,3% de los trabajadores manifestó que lleva trabajando de 1 a 3 meses en la organización, el 6,7% de 4 a 6 meses, el 33.3% de 7 a 12 meses y el 46,7% lleva laborando en la organización más de 2 años.

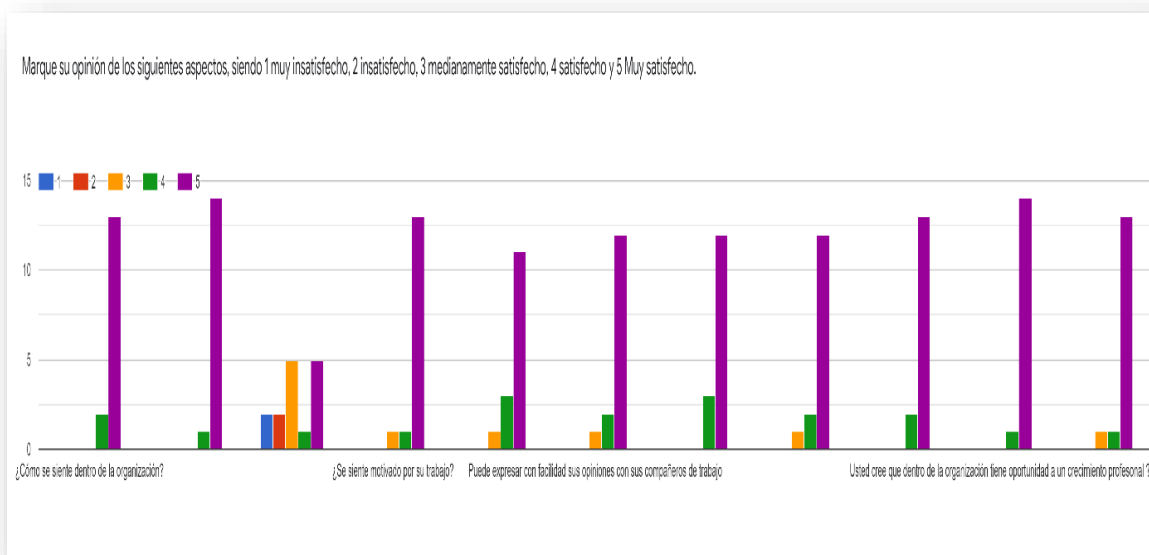
7. Marque su opinión de los siguientes aspectos, siendo 1 muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 medianamente satisfecho, 4 satisfecho y 5 Muy satisfecho.

Tabla 8: Opinión

Marque su opinión de los siguientes aspectos, siendo 1 muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 medianamente satisfecho, 4 satisfecho y 5 Muy satisfecho.	
¿Cómo se siente dentro de la organización?	2 satisfecho y 13 Muy satisfecho.
Usted tiene claro sus funciones y responsabilidades?	1 satisfecho y 14 Muy satisfecho.
¿Recibió un manual de funciones, políticas internas y manual de procedimientos de la organización	2 insatisfecho, 2 muy insatisfecho, 3 medianamente satisfecho, 1 satisfecho, 5 muy satisfecho
¿Se siente motivado por su trabajo?	1 medianamente satisfecho, 1 satisfecho, 13 muy satisfecho.
¿Su remuneración está acorde a su responsabilidad ?	1 medianamente satisfecho, 3 satisfecho, 11 muy satisfecho.
Puede expresar con facilidades sus opiniones con sus compañeros de trabajo	1 medianamente satisfecho, 2 satisfecho, 12 muy satisfecho.
¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?	3 satisfecho, 12 muy satisfecho.

¿Se siente conforme y parte del equipo de trabajo?	1 medianamente satisfecho, 2 satisfecho, 12 muy satisfecho.
¿Usted cree que el entrenamiento y capacitación que recibe le permiten ejecutar sus actividades laborales de forma correcta?	2 satisfecho, 13 muy satisfecho.
¿Usted cree que dentro de la organización tiene oportunidad a un crecimiento profesional?	1 satisfecho, 14 muy satisfecho.
¿Al establecerse nuevas políticas, normas y procedimientos, la empresa ofrece formación o explicación de los mismos?	1 medianamente satisfecho, 1 satisfecho, 13 muy satisfecho.
Total	15 personas

Figura 8. Opinión del ambiente laboral



Análisis: Dentro de la organización empresarial se debe mantener una buena relación, esto es un elemento importante para la interacción entre compañeros, apoyarse mutuamente debido a las necesidades que se pueden presentar en el ámbito laboral; y por medio de la

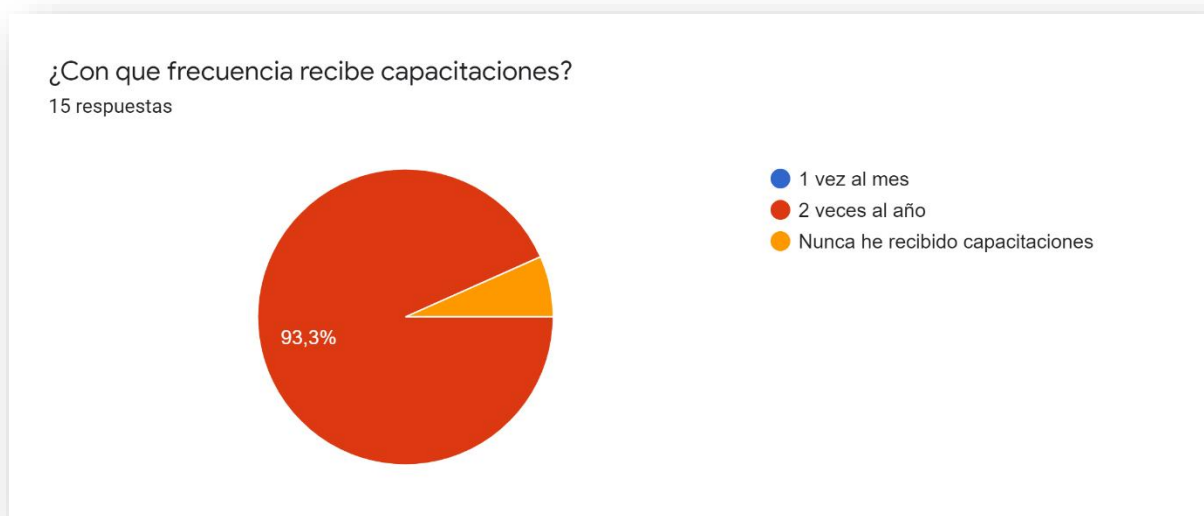
encuesta se pudo notar como los empleados se encuentran satisfechos en varias preguntas que se les realizo (Salazar & Cabrera, 2016).

8. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones?

Tabla 9: Capacitaciones

¿Con que frecuencia recibe capacitaciones?	
1 vez al mes	0%
2 veces al año	93,3%
Nunca he recibido capacitaciones	6,7%
Total	100%

Figura 9. Frecuencia con la que se recibe capacitaciones



Análisis: Grandes empresas se han destacado por su calidad en el servicio al cliente, hoy en día las empresas optan por usar herramientas digitales que le permiten tener información de cómo se utilizan varias aplicaciones que son primordiales para capacitar a nuestro personal, dado a ello en la encuesta aplicada al personal dio a conocer que el 93,3% en si dos veces al año reciben la respectiva capacitación mientras que el otro 6,7% nunca han recibido ninguna capacitación (César & Boyero , 2013)

9. ¿Usted ha realizado: cursos o capacitaciones por cuenta propia? Mencione uno

Tabla 10. Capacitaciones por cuenta propia

¿Usted ha realizado: cursos o capacitaciones por cuenta propia? Mencione uno	
Si	100%
No	0%
Total	100%

Figura 10. Capacitaciones por cuenta propia



Análisis: Las capacitaciones que realizan las pequeñas y grandes empresas a sus empleados son de vital importancia porque la capacitación está encaminada a llenar vacíos es por ello que el 100% de las personas encuestadas dicen que si ha realizado capacitaciones mientras que el 0% menciona que no ha realizado ninguna capacitación (Bermúdez, 2015).

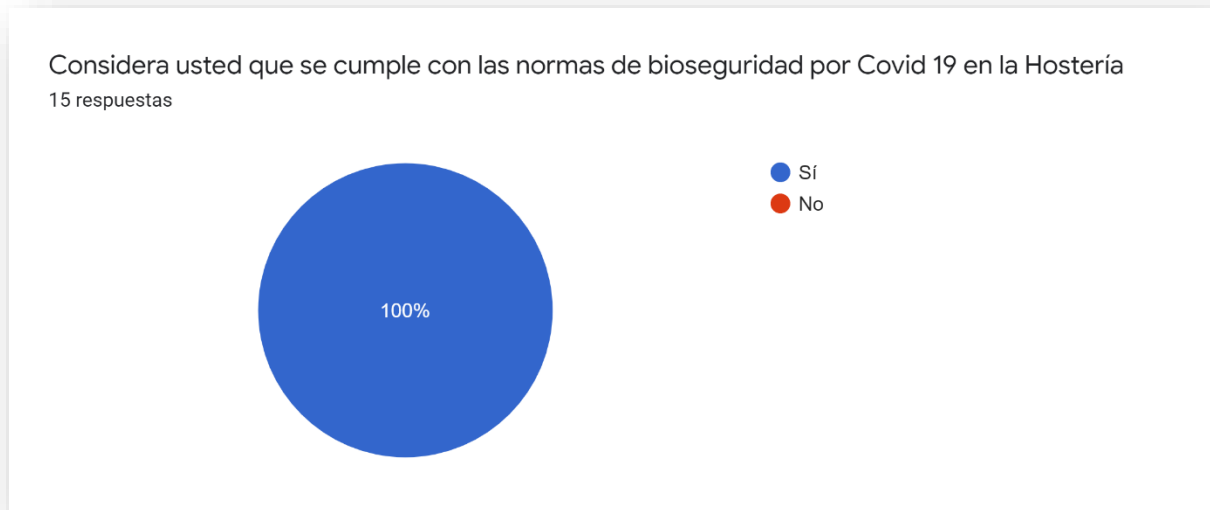
10. Considera usted que se cumple con las normas de bioseguridad por Covid 19 en la Hostería

Tabla 11. Normas de bioseguridad

Considera usted que se cumple con las normas de bioseguridad por Covid 19 en la Hostería
--

Si	100%
No	0%
Total	100%

Gráfico 1



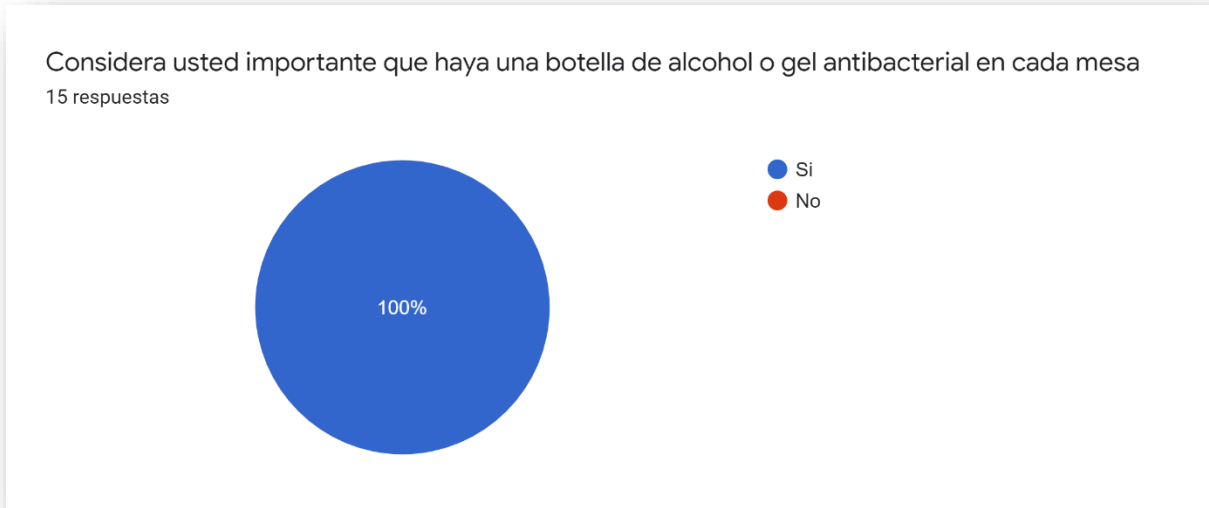
Análisis: El ministerio de salud pública está encargada de proponer normas y reglas de bioseguridad sobre cómo mantener las instalaciones durante la pandemia del Covid-19 en la encuesta realizada el 100% del personal considera que la Hostería el Chozón cumple con todas las normas de bioseguridad (Guirardo, Delgado , & García, 2008)

11. Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa

Tabla 12. Alcohol y Gel antibacterial

Considera usted importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa	
Si	100%
No	0%
Total	100%

Gráfico 2



Análisis: La bioseguridad es una de las actitudes y conductas que aminoren el riesgo de contagio del COVID según la encuesta el 100% del personal encuestado considera importante que haya una botella de alcohol o gel antibacterial en cada mesa de la Hostería el Chozo (Tito, 2011)

12. Sugerencia, indique alguna que considere para mejorar su desempeño

Tabla 13. Sugerencia

Sugerencia, indique alguna que considere para mejorar su desempeño
Muy satisfecho
Trabajar en equipo
Es muy bueno el trabajo porque se aprende
Trabajar en grupo
Deberían hacer capacitaciones a menudo
Me siento bien regularmente en el trabajo
Me siento bien trabajando dentro de la familia el Chozón

Hay que ser más duro y estricto en el caso de protegernos de la pandemia porque siempre nos visitan personas de todos lados y no se sabe si están o no contagiados
Me gusta trabajar en la Hostería el Chozón porque somos un gran equipo y damos lo mejor de nosotros en la atención y servicio al cliente
Nosotros tenemos bien claras nuestras funciones, pero si deberían otorgarnos un manual o reglamentario por escrito
Excelente equipo de trabajo solo que nos tienen que otorgar un manual por escrito para así llevar a cabo nuestras responsabilidades y reglas por cumplir
Solo que nos faltaría un manual por escrito aunque soy nueva en esta empresa
Necesitamos más capacitaciones de motivación al personal y un manual
Somos un gran equipo de trabajo al servicio al cliente
Deberían entregar un manual escrito

Análisis: La sociedad constituye una parte fundamental de la organización, porque son ellos quienes cumplen las funciones que se realizan dentro de la empresa en la encuesta realizada se dio una pregunta libre donde los empleados den su opinión o algún mensaje que necesiten hacer llegar a la empresa, dentro de los comentarios mencionaron que les gusta trabajar en equipo y brindar la mejor atención y servicio al cliente y otra parte fundamental el personal menciona que les gustaría que la empresa les brinde un manual de responsabilidades y reglas para cumplir dentro de la empresa. Guerrero, Ruben, Cruz, Perez, & Rodríguez (2006)

1.3.2. Análisis del contexto

El área de investigación es específica y se refiere al establecimiento turístico la Hostería El Chozón, ubicada en la Parroquia Chacras perteneciente al cantón Arenillas.

Los inicios de la Hostería datan de finales del año 2013, ofreciendo solamente servicio de alimentos y bebidas elaborando una variedad de platos con mariscos sin dejar de lado los platos típicos tradicionales como seco de chivo, de gallina y el famoso chivo al hueco.

Con el transcurso del tiempo y gracias a las sugerencias y recomendaciones de clientes y amigos durante los meses de enero a noviembre del 2015 se comenzó la implementación de nuevas instalaciones entre las que encontramos ampliación de restaurante, habitaciones para

alojamiento turístico, piscina para adulto y niños, cancha de volley ball, cancha de futbol, juegos infantiles, áreas de descanso con hamacas y zona de parqueo, siendo un establecimiento completo y con múltiples servicios para acoger a turistas nacionales y extranjeros y sobre todo aprontando al turismo fronterizo.

Es indispensable para seguir mejorando y ofreciendo servicios de calidad realizar la investigación de satisfacción de calidad en atención y servicio al cliente de la hostería El Chozón para fortalecer la actividad turística que se realiza en esta zona de la provincia.

1.3.3. Matriz de requerimientos

Tabla 14. Matriz de Requerimientos

Problemas	Causas	Objetivos	Requerimiento
Desconocimiento del lugar y bajo consumo de los productos	-En tiempos de pandemia las personas dejaron de salir de casa -La hostería el Chozón no se conoce	Reactivar la presencia de turistas mediante vallas publicitarias	-Diseñar publicidad -Capacitar a los trabajadores
Bajo nivel de capacitación del personal	Deficiencia en la calidad de atención y servicio al cliente	Mejorar la calidad de servicio del personal de la hostería	Diseñar un manual de funcionamiento de las áreas de trabajo
Falta de comunicación entre el personal de atención y servicio con los jefes de su área	Desconfianza y descontento de los trabajadores es su desempeño laboral	Impulsar a los trabajadores para ofrecer un mejor servicio	Capacitar al personal en trabajo en equipo y atención al cliente
Falta de implementación del manual de funcionamiento para la hostería.	Dentro del periodo que lleva laborando la hostería no se ha preocupado por elaborar un manual	Crear un manual de funcionamiento para la Hostería El Chozon	Diseño del manual, para cumplir con reglas y funciones
Bajo nivel de afluencia de turistas	Por motivos de pandemia	Idear estrategias para que los turistas visiten en lugar	Idear nuevas formas de distribución de los productos

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

1.3.4. Selección de requerimientos a intervenir: justificación

La satisfacción del cliente es muy importante ya que refleja el compromiso de los establecimientos por prestar una excelente atención, y como herramienta principal tenemos a las Normas ISO 9001:2000 quien nos compromete a mejorar la gestión de calidad para los procesos de satisfacción al cliente, por ende, muchas empresas brindan especial atención a sus clientes desde que ingresan a sus establecimientos.

Además, se debe crear un programa que se base en recoger las opiniones, las exigencias, las quejas y reclamos de los clientes, ya que es importante que el cliente reclame por su servicio, porque además de ser un derecho de ellos como establecimiento nos ayudara a detectar los problemas que debemos mejorar dentro del establecimiento.

Se debe contar con un alto nivel de satisfacción de los clientes y esto servirá como estrategia de calidad para la gestión de servicio al cliente, como establecimiento se requiere tener un personal capacitado con normas de protocolo y en etiqueta que demuestren que es de suma importancia que el cliente se sienta satisfecho. Es decir que la calidad existe únicamente en la mente del cliente de allí es importante que los establecimientos se encuentren informados sobre las nuevas estrategias del mercado y esto garantizara el nivel de satisfacción del cliente, con el fin de mejorar continuamente los servicios.

CAPÍTULO II. PROPUESTA INTEGRADORA

2.1. Descripción de la propuesta

La siguiente propuesta se la realiza con el objetivo de mejorar la satisfacción al cliente en el momento de brindar atención, por ende, se han planteado diferentes estrategias que permitan alcanzar un nivel de satisfacción más alto en la visita de los consumidores.

Por lo que como primer punto se planea realizar capacitación al personal, retroalimentarlo en sus actividades, y crear un manual de funcionamiento para que ellos sepan diferenciar sus actividades en cada área de la hostería

Se debe tomar en cuenta que debido a la crisis sanitaria se ha tomado medidas obligatorias de bioseguridad ya que el cliente busca seguridad y sobre todo proteger su salud, por ende, se dará capacitaciones a los empleados sobre los Protocolo de bioseguridad para prevenir contagios al cliente en el momento de hospedaje y en su estadía, de manera que pueda sentirse protegido en la Hostería.

2.2. Objetivos de la propuesta

General

Diseñar un plan de mejoras de atención y servicio al cliente de la hostería El Chozón mediante la implementación de estrategias en clientes internos y externos logrando servicios de calidad

Específicos

- Desarrollar las estrategias de atención y servicio al cliente de la hostería El Chozón.
- Establecer un plan de acción para la implementación del plan de mejoras en calidad de atención y servicio al cliente.
- Diseñar un modelo de manual de funcionamiento para el personal de la hostería El Chozon

2.3. Componentes estructurales

Tabla 15. Estrategias para el servicio al cliente

Estrategia	Objetivo	Acciones	Responsable
Recompensar la proactividad de los trabajadores.	Lograr que los trabajadores aprendan bien sus actividades en la hostería	*brindarles charlas sobre atención al cliente. *realizar retroalimentación de las actividades con el personal que tiene contacto directo con los clientes.	-Departamento de Gerencia General
Hablar el lenguaje de los clientes	Analizar el comportamiento de los clientes, mediante la observación	Comprender y entender a los clientes Interactuar con los clientes	Trabajadores de la Hostería El Chozón
Actuar con rapidez ante las inquietudes de los clientes	Resolver con rapidez las inquietudes del cliente	No hagas esperar a tus clientes Valora y asesórate	Trabajadores de la Hostería El Chozón
Promover y mejorar la comunicación interna entre los trabajadores	Mantener unidos a los trabajadores y remar hacia un mismo bando	- Mantener una comunicación fluida dentro y fuera del trabajo -Formular estrategias para un mejor entendimiento	-Departamento de Gerencia General y recursos humanos -Trabajadores

		- Canalizar debidamente los objetivos que tiene la empresa	
Diseñar manual de funcionamiento para todos los puestos en cada área de la hostería	Mejorar el rendimiento de los trabajadores para que puedan ofrecer un mejor servicio	-Estudiar cada área de la empresa y sus deficiencias -Planificar los requerimientos y funciones de cada trabajador -Implementar los manuales de funcionamiento.	-Departamento de Gerencia General y recursos humanos -Trabajadores

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

2.3.1. Estrategias

- **Recompensar la proactividad de los trabajadores:** Para ello se debe tener una cultura de confianza y empoderamiento, ya que los gerentes deben comunicar que apoyan la iniciativa y la autonomía tanto como la colaboración dentro del trabajo.
- **Hablar el lenguaje de los clientes:** Es fundamental porque de esta manera se busca comprender y entender mejor al cliente debido a que cada vez el cliente se hace más exigente.
- **Actuar con rapidez ante las inquietudes de los clientes:** Esta es una de las cosas que más valora el cliente la hora de resolver las dudas y nuestras quejas.
- **Promover y mejorar la comunicación interna entre los trabajadores:** Este punto es fundamental dentro de toda organización, para que los miembros de ella se puedan comunicar fácilmente con los líderes de dicha empresa por motivo de que esto contribuye a la mejora de la productividad, la eficacia y la motivación.

- **Diseñar manual de funcionamiento para todos los puestos en cada área de la hostería:** Esto contribuirá a lograr un desempeño eficiente de las funciones de los trabajadores

2.4. Recursos Lógicos

Mediante las estrategias detectamos que se debe hacer un presupuesto para la realización de un modelo de manual de funcionamiento donde cada colaborador podrá recibir capacitaciones, para que identifiquen qué actividades debe cumplir dentro de la hostería y brindar un buen servicio al cliente.

Tabla 16. Matriz de recursos lógicos

Recursos materiales y talento humano	Descripción	Costo	Año 2021
Capacitaciones al personal para una mejor atención y servicio al cliente	Impulsar un mejor desenvolvimiento a la hora de atender a nuestros clientes	Previamente se debe sacar un presupuesto para realizar de 2 a 3 capacitaciones por año, incluyendo que por cada capacitación se gaste \$500	Totalizando en el año 2021 3 capacitaciones por un valor de \$1500
Verificar las instalaciones y hacer un respectivo retoque cada cierto tiempo	Corregir destrucciones o mejorar e implementar áreas de recreación debidamente necesarias para el mejor disfrute del turista	El valor de hacer un retoque o construir un nuevo espacio de recreación va a variar puede ir de los \$1500 a los \$4000	Totalizando por cada año se debe tener una reserva de dinero por mínimo de unos \$5000
Crear manuales de funcionamiento	Diseñar manuales que determinen las funciones, normas y	El valor del paquete de hojas puede costar un máximo de \$ 4,00,	El manual será definitivo en la empresa, por lo

	comportamiento que los trabajadores deben seguir.	mientras que las impresiones más el empastado del manual tendrán un aproximado de \$10.	que solo tendrá el precio de la creación
Seguimiento del manual de funcionamiento	Una vez implementado los manuales se debe evaluar cómo ha estado funcionando en los empleados	El seguimiento se hará de manera virtual mediante evaluaciones hacia los trabajadores, por lo que no se realizará ningún costo.	

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

2.5. Fases de implementación

Se implementará un modelo de Manual de procedimientos para los trabajadores de la hostería con el fin de que ellos reconozcan sus actividades y logren realizarlas de una manera satisfactoria.

2.5.1. Manual de procedimientos de una Hostería

El siguiente manual tiene como objetivo lograr que todos los colaboradores realicen de manera correcta y eficaz las actividades diarias de trabajo

Tabla 17. Manual de funciones del Gerente General

COD: GER-001	
Cargo	Gerente General
Área	Administrativa
Supervisor inmediato	Junta directiva
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de Recepción • Auxiliar de contabilidad • Jefe de Alimentos y Bebidas • Ama de Llaves • Encargado de Mantenimiento • Encargado de Piscinas
Descripción	

Es el encargado de todas las actividades y procesos que se llevan a cabo en la Hostería. El gerente general es el responsable de que la empresa funcione de manera correcta en todas las áreas. está a cargo de dirigir con junta Directiva para el cumplimiento de la misión y objetivos de la Hostería.

Funciones Principales

- Realizar la planificación estratégica y encargarse de su seguimiento
- Realizar informes periódicos a la Junta Directiva.
- Controlar el saldo de las cuentas bancarias de Hotel
- Aprobación y negociación de contratos con Agencias de viajes y Planeación de eventos.
- Supervisión en todas las áreas de la hostería
- Velar por el buen comportamiento de los empleados dentro de la empresa.
- Elección y evaluación de la contratación de personal.
- Compra y supervisión de maquinaria y equipos para la empresa
- Evaluación de la atención al cliente
- Realizar los pagos puntuales en la empresa.
- Representación de la empresa en actividades oficiales.

Nivel de Escolaridad	Universitarios y/o Técnicos (Administración de Empresas o cualquier carrera afín al Turismo.) Inglés avanzado
Actitudes	Experiencia mínima de 3 años en cargos similares o complementarias al mercado turístico, Dominio en paquetes computacionales e Internet.
Valores	Concentración mental, esfuerzo físico moderado, liderazgo, creatividad, capacidad de juicio para tomar decisiones, capacidad matemática, habilidad de expresión, comunicación interpersonal, flexibilidad e iniciativa.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos y herramientas en la empresa • Responsable de preservar el capital y activos de la empresa. • Responsable de la información confidencial • Supervisión por la Junta Directiva de la empresa. • Supervisión a los jefes de departamento y las demás actividades de la empresa.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Tabla 18. Manual de funciones del Jefe de Recepción

COD: REC-002	
Cargo	Jefe de Recepción
Área	Recepción
Supervisor inmediato	Gerencia General
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Recepcionista • Encargado de Reservas
Descripción	
Es el encargado supervisar de forma diaria el área de recepción y sus actividades, como los con el Check In, Check Out, reservaciones, entre otros procesos del cliente; además de la recepción tiene la responsabilidad de comunicarse con los proveedores e intermediarios, como los son las agencias de viajes.	
Funciones Principales	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión en el área de Recepción • Ayudar los procesos de Check In, Check Out, reservaciones y venta de Tours • Administración de caja chica. • Atención de llamadas telefónicas. • Revisión del correo electrónico de la empresa. • Supervisión de las ventas de excursiones y tours • Establecer los horarios en el área de Recepción • Preparar pronósticos de hospedaje • Supervisión del Sistema de Cómputo y de Telefonía • Evaluación y revisión de las habitaciones y áreas de huésped • Supervisión del documento de Control General de Recepción. • Coordinación de eventos con el Área • Manejo del sistema de cómputo, inclusión de nuevas agencias, tarifas, usuarios, entre otros. • Elección y evaluación de la contratación de personal de Recepción. 	
Nivel de Escolaridad	Universitarios y/o Técnicos (Cualquier carrera afín al Turismo.) Inglés avanzado
Actitudes	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares o complementarias al mercado turístico, Dominio en paquetes computacionales e Internet.
Valores	Concentración mental, juicio y criterio propio para tomar decisiones, esfuerzo físico moderado, liderazgo, creatividad, capacidad matemática, habilidad de expresión, comunicación interpersonal, flexibilidad e iniciativa.

Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos en Recepción. • Responsable de la recepción, manejo, custodia y entrega de dinero, fondos y/o títulos valores • Responsable de la información confidencial • Supervisión por el Gerente General • Supervisión en el Área de Front Desk, y en el Área de Reservaciones.
--------------------------	---

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Tabla 19. Manual de funciones de la Recepcionista

COD: REC-003	
Cargo	Recepcionista
Área	Recepción
Supervisor inmediato	Jefe de Recepción
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
Descripción	
Es el encargado de atender a los clientes y asesorarlo en su estadía en la hostería, desde las indicaciones en su habitación hasta las actividades turística que se pueden realizar fuera del hotel, como restaurantes, atractivos, entre otros.	
Funciones Principales	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y asesorar al huésped • Realizar el Check In. • Realizar el Check Out. • Realizar el proceso de venta de excursiones. • Realizar reservaciones en tours. • Atención de llamadas telefónicas. • Consulta de los clientes. • Traslado de llamadas telefónicas a las diferentes áreas. • Facturación y cobro de los servicios. • Administración de caja chica. • Realizar el cierre de caja diario. • Recepción de información y seguimiento. 	
Nivel de Escolaridad	Bachillero y/o Técnico. (Cualquier carrera afín al Turismo.) Inglés avanzado

Actitudes	Experiencia de 6 meses a 1 año en cargos similares. Dominio en paquetes computacionales e Internet
Valores	Concentración mental, esfuerzo físico moderado, inteligencia auditiva, habilidad de expresión, iniciativa, comprensión lectora, cálculo, trabajo en equipo, comunicación interpersonal y flexibilidad.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos en el Área de Front Desk. • Responsable de la recepción, manejo, custodia y entrega de dinero, fondos y/o títulos valores • Responsable de la información confidencial • Supervisión por el Jefe de Recepción.

Elaborado por : Andrade Valarezo Byron Andres

Tabla 20. Manual de funciones del Encargado de Reservasiones

COD: RES-004	
Cargo	Encargado de Reservasiones
Área	Reservasiones
Supervisor inmediato	Jefe de Recepción
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
Descripción	
Es el encargado del manejo y atención de llamadas telefónicas por parte de los clientes, se responsabiliza de informarles y asesorarlos sobre todo el proceso de reserva.	
Funciones Principales	
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de llamadas telefónicas de los clientes. • Realizar y revisar reservasiones. • Ofrecer disponibilidad de la hostería. • Reservar servicios de restaurante. • Envió de correo de confirmación. • Realizar proyecciones de hospedaje en la empresa. • Atención y asesoramiento de los clientes. • Entrega de la documentación de los clientes. • Reservación de excursiones. • Solicitud de pago de reservasiones. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de reservaciones.
Nivel de Escolaridad	Bachillero o Técnico. (Cualquier carrera afín al Turismo.) Inglés avanzado
Actitudes	Experiencia de 1 año en cargos similares. Dominio en paquetes computacionales e Internet
Valores	Concentración mental, esfuerzo físico moderado, inteligencia auditiva, capacidad de redacción y organización, habilidad de expresión, iniciativa, comprensión lectora, cálculo, trabajo en equipo, comunicación interpersonal y flexibilidad.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos en el Área de Reservaciones. • Responsable de la recepción, manejo, custodia y entrega de dinero, fondos y/o títulos valores • Responsable de la información confidencial • Supervisión por el Jefe de Recepción.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Tabla 21. Manual de funciones del Gerente de Alimentos y Bebidas

COD: CON-005	
Cargo	Gerente de Alimentos y Bebidas
Área	Alimentos y Bebidas
Supervisor inmediato	Gerencia General
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Chef • Asistente de Cocina • Salonero • Bartender • Cajero
Descripción	

<p>Es el encargado de supervisar los procesos del área de alimentos y bebidas, en el que debe controlar las actividades y los costos que conlleva dichas actividades, lo que también implica supervisar al personal del restaurante y bar.</p>	
<p>Funciones Principales</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión los procesos en el área de Alimentos y Bebidas. • Control del 10% del impuesto y de las propinas • Supervisión del servicio al cliente por parte del personal de Alimentos y bebidas • Contratación de personal del área encargada • Establecer horarios del personal • Recepción de proveedores de Restaurante y bar • Recepción pedidos de productos y equipos. • Supervisión de la limpieza. • Control de inventarios y costos • Manejo de Caja Chica • Coordinación de los eventos especiales en el Restaurante y bar. • Presentación de informes de labores. • Supervisión del equipo en el Restaurante y bar 	
<p>Nivel de Escolaridad</p>	<p>Bachillero o Técnico. (Contabilidad)</p>
<p>Actitudes</p>	<p>Experiencia de 6 meses a 1 año en cargos similares. Dominio en paquetes computacionales e Internet</p>
<p>Valores</p>	<p>Concentración mental, esfuerzo físico moderado, inteligencia auditiva, comprensión lectora, cálculo, trabajo en equipo, comunicación interpersonal y flexibilidad.</p>
<p>Responsabilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos en el Área de Contabilidad • Responsable de manejo de dinero, fondos y/o títulos valores de reservaciones y excursiones • Responsable de la información confidencial • Supervisión por el Gerente General.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Tabla 22. Manual de funciones del Auxiliar de Contabilidad

COD: CON-005	
Cargo	Auxiliar de contabilidad
Área	Contabilidad
Supervisor inmediato	Gerencia General
Puesto que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
Descripción	
Es el encargado de presentar la información contable a la Gerencia, además del análisis de la situación financiera de la hostería y del restaurante, esta información permite tomar decisiones sobre la empresa.	
Funciones Principales	
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de llamadas telefónicas. • Presentación de la planilla quincenal. • Control de comisiones de excursiones. • Control y de cuentas. • Supervisión de caja chica. • Presentación de documentos contables. • Revisión de facturas. • Archivar los documentos contables 	
Nivel de Escolaridad	Universitario o Técnico. (Carrera afín al área de Alimentos y bebidas)
Actitudes	Experiencia de 2 años en cargos similares. Dominio en paquetes computacionales e Internet
Valores	Concentración mental, liderazgo, juicio para la toma de decisiones, esfuerzo físico normal, inteligencia auditiva y visual, comprensión lectora, cálculo, trabajo en equipo, comunicación interpersonal y flexibilidad.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los equipos en el Área de Alimentos y Bebidas • Responsable de manejo de dinero, fondos y/o títulos valores de Restaurante y bar • Responsable de la información confidencial • Supervisión por el Gerente General • Supervisión de Área de Cocina, Bares, Salón y Cajas

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

CHEF

Responsable del área de cocina y encargado de preparar todos los alimentos, así mismo debe supervisar al ayudante de cocina en la preparación de salsas, postres, montaje de platillos y limpieza de cocina.

Actividades que desempeña el chef:

- Supervisar el área de cocina
- Control de la calidad de los productos
- Supervisión del trabajo que realiza el auxiliar de cocina
- Planear y organizar los alimentos a ofrecer
- Petición de alimentos
- Petición de artículos de cocina

Para la atención directa con el cliente el chef debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Tratarlos con educación y brindar un trato personalizado
- Tomar en cuenta el protocolo al momento de servir un alimento
- Trabajar en equipo ya que esto involucra al camarero, ayudante de cocina y hace que todo sea perfecto a la vista del cliente.
- Solucionar problemas de forma rápida y satisfactoria

Escucha comentarios y sugerencias. (Jenny, 2011)

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

AUXILIAR DE COCINA

Responsable de asistir al chef en diversas funciones, preparando decoraciones, salsas, condimentos y combinaciones de platos.

Actividades que desempeña el auxiliar de cocina:

- Preparación de ingredientes
- Preparación de salsas y aderezos necesarios para los platos ofrecidos en el menú
- Montaje de los platos
- Decoración de los platos
- Limpieza general
- Almacenar productos que llegan

Preparación de postres

Cualidades que debe tener un auxiliar de cocina:

- Ganas de aprender constantemente
- Creatividad
- Responsabilidad y orden
- Aceptar y adecuar las porciones indicadas por el chef
- Capacidad para supervisar los alimentos y utensilios de cocina
- Ofrecer una adecuada atención al cliente
- Respetar recetas establecidas por el chef

Mantener la limpieza de la cocina y los alimentos. (Calderon & Benavides, 2013)

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

SALONERO

Encargado de la preparación del salón y la atención al cliente ofreciendo información sobre platillos, bebidas y postres que ofrecen.

Actividades principales que desarrolla:

- Atención al cliente
- Montaje de utensilios
- Preparación del salón
- Limpieza del salón
- Asesorar al cliente en su elección de platos, bebidas y postres

Recibir las peticiones de los clientes

El salonerero es uno de los perfiles más importantes dentro de la gestión de un restaurante porque son las personas que entran en contacto con el cliente y los atiende para ello se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Siempre debe tener una buena actitud, sonreír y comportarse de una manera amena
- Debe tener un vestuario adecuado
- No debe desesperarse si los clientes no saben que pedir
- Debe conocer todos los platos que ofrecen
- No interrumpa a los clientes
- Cuando un cliente da un consejo o sugerencia dar las gracias

No hacer esperar al cliente.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

BARTENDER

Encargado de la atención al cliente y preparación de cócteles y bebidas, así mismo realiza la limpieza respectiva del bar y tareas afines acerca del puesto.

Actividades principales del puesto:

- Atención a los clientes
- Realizar y servir cócteles y bebidas
- Preparación de jugos y frutas
- Realizar los pedidos con su respectiva decoración
- Limpieza general del bar

Cierre diario

Se necesita de experiencia, carisma y conocimiento sobre todo tipo de bebidas para llegar a ser un bartender exitoso. El servicio al cliente es la clave es por ello que debes tener en cuenta los siguientes puntos:

- Tener buena actitud
- Mantener la barra limpia
- Nunca te quedes callado puedes realizar sugerencias
- Ser justo y honesto
- Ser profesional

Se mantiene actualizado.

CAJERO

Encargado del manejo del dinero por los servicios ofrecidos en el restaurante, así como de la limpieza y atención al cliente.

Actividades principales del puesto:

- Atención a los clientes
- Realizar la facturación de todos los servicios prestados
- Enviar facturas
- Mantener limpio el lugar
- Realizar el cierre diario

Funciones del cajero:

- Conoce la carta
- Revisa y cuenta el dinero de la caja
- Aconseja a los clientes
- Es el encargado de cobrar a los clientes
- Encargado de pasar las comandas
- Encargado de llevar un registro diario de las ventas
- Realizar el cuadro de caja
- Supervisa que los pedidos salgan correctamente
- Debe mantener el área limpia

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

AMA DE LLAVES

Encargada de la supervisión de limpieza general del hotel, revisión general de habitaciones, coordinación con el departamento de recepción con el ingreso o salida de habitaciones y la decoración del hotel.

Actividades principales del puesto:

- Supervisión y limpieza de las habitaciones
- Supervisión de limpieza del área de recepción

- Realizar pedidos de productos para la limpieza
- Recepción y chequeo de pedidos
- Recibir los reportes de recepción y entregarlos a las camareras
- Supervisión del área de lavandería
- Realizar inventario de los productos que existen
- Realizar horarios semanales para los camareros
- Informar a recepción cuantas habitaciones están listas
- Entregar reportes mensuales del estado de habitaciones
- Contratación del personal
- Supervisión de todas las tareas

Labores diarias:

- Inspeccionar las habitaciones, áreas públicas y áreas de servicios para asegurar el buen estado de las mismas
- Limpieza las habitaciones y los baños
- Aspira alfombras en las habitaciones y pasillos correspondiente
- Encargarse de realizar una limpieza profunda cada cierto tiempo
- Abastecer y encargarse del carro de suministros
- Registrar la entrada y salida de las llaves maestras.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

CAMARERA

La persona encargada de este puesto debe realizar la completa limpieza de la habitación y el control de ropa o sábanas de cama, para poder un correcto registro de inventarios.

Actividades de la camarera.

- Inspección de habitaciones
- solicitar los elementos de aseo y documentos del hotel para verificar las habitaciones que han sido ocupadas.
- Sustituir la ropa de cama de las habitaciones.
- Enviar la ropa de cama a la lavandería.
- Comunicar al departamento de mantenimiento por si existe algún desperfecto en la habitación.
- Apagar los aires acondicionados, televisión, y luces.
- Realizar el check out de las habitaciones.
- limpieza general de la habitación
- cambios de las toallas sucias por limpias
- revisar las habitaciones que no han sido ocupadas para realizar limpieza
- Entregar el reporte debido de las habitaciones para llevar el correcto control.

- La persona encargada además es responsable de que los equipos, materiales se encuentren en buenas condiciones, por ende, si existe algún desperfecto la responsabilidad caerá directamente con la camarera y el departamento de mantenimiento.
- Además, por si existe comunicación directa con el cliente se debe realizar lo siguiente:
- En el caso de que el cliente desee otra toalla, notificar o colocarlo en el reporte, para llevar un buen control.
- Acudir de manera inmediata a la habitación por si el cliente solicita limpieza en la habitación.
- Tratar de manera cortés al cliente para que él se lleve una buena impresión de la hostería.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Encargado de lavandería

La persona encargada de la lavandería es responsable de entregar a tiempo la ropa de cama y además de prestar el servicio de lavado, secado y planchado para los huéspedes.

actividades del area de lavanderia

- Verificar que las máquinas lavadoras y secadoras estén en buenas condiciones.
- Lavar, secar y planchar la ropa y toallas sucias de las habitaciones
- Lavar, secar y planchar la mantelería de todas las áreas.
- lavar ,secar y planchar la ropa de los clientes que utilizan el área de lavandería
- Realizar un informe de los clientes que hicieron uso del servicio de lavandería.
- verificar que exista todos los productos para realizar el lavado de la ropa.
- Notificar si existe algún desperfecto de las máquinas
- comunicar a la ama de llaves cuando la ropa de los huéspedes esté limpia
- Mantener el área de trabajo limpia y ordenada.
- Lavar los filtros de la secadora según los manuales.
- Llevar un inventario de todos los suministros.
- Todos estos requerimientos se los hace con el fin de demostrar que la atención es primordial y que los servicios que se ofrecen cumplen con todo lo establecido.

Elaborado por: Andrade Valarezo Byron Andres

Encargado de mantenimiento

La persona encargada en esta área tiene

- Lavado de aceras y pisos
- Ayudar a los clientes en caso de que lo soliciten.
- Realizar pedidos de los materiales faltantes.
- Realizar un informe de todas las reparaciones realizadas.
- El tipo de personal que se requiere son profesionales con experiencia mínima de dos años , para que se pueda cumplir con todas las actividades encomendadas y además ofrecer al cliente un excelente servicio.
- .

El tipo de personal que se requiere son profesionales con experiencia mínima de dos años, para que se pueda cumplir con todas las actividades encomendadas y además ofrecer al cliente un excelente servicio.

Seguridad

El personal de seguridad es muy importante y que brindará al cliente un ambiente más seguro y sobre todo procurará el orden interno entre empleados y clientes.

Actividades realizadas por el área de seguridad

- Realizar reportes diarios sobre todo el personal que ingresa
- Realizar un control de los autos que ingresan
- Vigilar todas las instalaciones
- Verificar cada 30 minutos que todo esté en orden.
- Supervisar las entradas y salidas de los empleados
- Brindar información a los huéspedes sobre si tiene alguna inquietud

Para este cargo se necesita personal capacitado en el área de seguridad las cuales ayudarán a respaldar la seguridad de los huéspedes.

Elaborado: Andrade Valarezo Byron Andres

CAPÍTULO III: VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD

3.1. Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta

Para el desarrollo del proyecto la dimensión técnica engloba muchos aspectos relacionados con todos los conocimientos específicos para el desarrollo del mismo, en consecuencia, para el desarrollo del proyecto se deben tomar decisiones, organizar equipos y trabajar desde un mismo bando. El empleado y trabajador deben aprender a dominar la calidad y veracidad de todo el trabajo que realizan en la empresa y así mismo se debe ser capaz de estimar el grado de fiabilidad de las personas para poder asignar cargos y funciones apropiadamente.

La gestión de calidad hace referencia no solo al desarrollar las actividades si no al producto o servicio que se brinda en la Hostería el Chozón, además se debe tener en cuenta aspectos como la satisfacción al cliente al momento de ser atendido. Leon (2011).

3.2. Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta

En el cantón Huaquillas sus habitantes desarrollan actividades como: la pesca y agricultura pertenecientes al sector primario, en el sector turístico se desempeñan los ámbitos hoteleros, establecimientos de alimentos y bebidas y recreación esto permite al cantón desarrollarse económicamente y tratando de ser uno de los más visitados de la provincia por encontrarse muy cerca de nuestro país vecino Perú.

Es por ello que se plantea la actividad turística en la hostería el Chozón impulsando la actividad y conllevando a los pobladores que se interesen en la ocupación del sector financiero. Prada, Pereira, & Becerra (2013).

3.3. Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta

En la modernidad actual y ante la situación que estamos viviendo hoy en día el impacto del Covid-19 no trae nada bueno consigo, pero se trata que esta propuesta desarrollada en el proyecto impulse y mejore la actividad turística de la hostería el Chozón, siendo así un modelo para ejecutar acciones que ayuden a mejorar los servicios y atención al cliente de modo que permita obtener un personal capacitado y unos clientes satisfechos. Tavira & Herrera (2016).

3.4. Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta

La preocupación por el desarrollo sustentable ha ido evolucionando día con día, entre ello se incorpora las variables sociales, culturales y económicas encaminadas al logro de una mirada integral donde se desarrolla la actividad, una visión territorial es acorde con los desafíos que se propone la hostería el Chozón para lo cual se requiere observar a sus alrededores sobre el desarrollo urbano o rural que conjugue con el ambiente donde se encuentra la hostería para así enfocarse a la sostenibilidad social, socioambiental y medioambiental.

En esta propuesta surgió el interés de conocer y analizar cuáles son los alcances y las limitaciones de incorporar el medio ambiente como un componente fundamental a la Hostería, y saber cuál ámbito es necesario explotar para un mejor desempeño laboral y social. Calceter, Fuentes, & Guerrero (2018).

CONCLUSIONES

- Se concluyó que en la Hostería El Chozón se deben realizar mejoras en la calidad del servicio al cliente.
- Se determinó además que los trabajadores de la Hostería el Chozón consideran que la empresa debe brindarles un manual de funcionamiento para ellos poder cumplir con las reglas y normas necesarias en su trabajo.
- El personal de la Hostería considera que ellos brindan de mejor manera el servicio y atención al cliente y les gusta trabajar en equipo.
- Se debe brindar capacitaciones a los trabajadores para mejorar la atención al cliente.
- Es importante el acceso a todos los servicios de la hostería para mejorar la relación de los clientes con los trabajadores.

RECOMENDACIONES

- Se debe tomar en cuenta las medidas de bioseguridad al momento de ofrecer el servicio a los clientes
- Hostería el Chozón debería ofrecer capacitaciones a sus empleados por lo menos unas 2 veces al año
- Los colaboradores de la hostería deben brindar un servicio que sea fiable y cuidadoso a los clientes
- El rendimiento de los trabajadores debe de ser monitoreado constantemente
- Se deben de hacer más evaluaciones sobre las soluciones a los problemas de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- (2016). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo.
- Alonso Dos Santos, M. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*, 45(178), 79-95.
- Aranda, M. F., & González, G. B. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *Revista ECA Sinergia*, 9(2), 80-90.
- Bermúdez, L. (2015). CAPACITACIÓN: UNA HERRAMIENTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES. *Redalyc*, 1-26.
- Cadena, V. M. (2014). *Análisis del servicio de atención al cliente de la corporación nacional de telecomunicaciones EP del cantón Milagro provincia del Guayas*. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.
- Caicay Arbieta, T. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2651/2/2017_Caicay_Dimensiones_de_la_calidad_de_servicio.pdf
- Calceter, J., Fuentes, M., & Guerrero, W. (2018). UNA REVISIÓN A LA DIMENSIÓN AMBIENTAL Y AL DESARROLLO DE CAPACIDADES HUMANAS. *Redalyc*, 1-20.
- Calderon, D., & Benavides, D. (2013). Análisis de una empresa del sector turístico Restaurante El Oliva. *Redalyc*, 1-16.
- César, M., & Boyero, M. (2013). EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN. *Redalyc*, 1-23.
- Escudero, M. E. (2015). *Servicio de atención comercial*. Editex.
- Espinoza, L., Pereyra, A., & Ulibarri, H. (2016). Expectativas y percepciones de los clientes de un restaurante en la ciudad de Mérida, Yucatán. *reaxion ciencia y tecnologia universitaria*, pag.2. Obtenido de http://reaxion.utleon.edu.mx/Art_Expectativas_y_percepciones_de_los_clientes_de

[_un_restaurante_en_la_ciudad_de_Merida_Yucatan.html#:~:text=En%20este%20Modelo%20se%20establece,emite%20un%20juicio%20una%20vez](#)

- Fernandez, G. Q., & Nina, V. A. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación el Desarrollo. *Empresarial*, 10(37), 27-35.
- Font, M., & Blanco, G. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO EN EL PROCESO ALIMENTOS Y BEBIDAS DE UN HOTEL EN ECUADOR. *Dialnet*, 1-11.
- Gaibor, C. (2016). *ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA DIFUNDIR EL DISTINTIVO "Q" OFERTADO POR EL GAD PROVINCIAL SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, EN LOS CENTROS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA, AÑO 2015*. Trabajo de Titulación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo, Santo Domingo, Ecuador.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc*, 1-19.
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. M. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 307-340.
- Guamangallo, E., & Masapanta, D. S. (2019). *Seguimiento y evaluación de desempeño a la certificación del distintivo q, en los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón mejía para medir el cumplimiento de la norma*. Trabajo de Postgrado, Universidad de las Fuerzas Armadas, Latacunga, Ecuador.
- Guerrero, J., Ruben, A., Cruz, Y., Perez, G., & Rodríguez, H. (2006). Calidad de vida y trabajo: algunas consideraciones útiles para el profesional de la información. *Scielo*, 1-21.
- Guirardo, O., Delgado, E., & García, M. (2008). Bioseguridad: su comportamiento. *Scielo*, 1-21.
- Jenny, N. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Redalyc*, 1-14.

- Jesús Herrera, F. A. (2017). *Satisfacción de los usuarios externos y calidad de atención odontológica en un centro de salud (Tesis de Posgrado)*. Universidad César Vallejo.
- Kotler, P. (1995). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- León, C. R. (2011). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS. *Redalyc*, 21-45.
- López, J. G. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, S.L.
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*, 47, 9-20.
- Mesas, B. (2018). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante. HOTR0208*. Antequera, España: IC Editorial.
- Mintur. (05 de octubre de 2018). *Ministerio de turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- MINTUR. (20 de Diciembre de 2018). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2019/02/1Reglamento-a-la-Ley-de-turismo-reforma-2018.pdf>
- MINTUR. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de El Ministerio: Objetivos: <https://www.turismo.gob.ec/objetivos/>
- MINTUR, MSP, ARCSA, ABG. (2020). *Protocolo General de medidas de bioseguridad para establecimientos de alimentos y bebidas: restaurantes y cafeterías, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19*.
- MINTUR, MSP, ARCSA, ABG. (2020). *Protocolo General para el Uso de Equipos de Bioseguridad y Medidas Sanitarias para. Establecimientos de Alojamiento , al momento de su reapertura, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por Covid-19*.

- Miranda, A. L. (2018). Estudio del Comportamiento de la Demanda Turística Nacional e. *Redalyc*.
- Morillo, M., & Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Redalyc*, 111-131.
- Nápoles, L., Tamayo, P., & Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22 (2), 1-16.
- Oñate, F. T., Fierro, J. R., & Toro, M. F. (2017). DIVERSIDAD GASTRONÓMICA Y SU APORTE A LA IDENTIDAD CULTURAL. *Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural*(44), 1-13.
- Orlandini, I., & Ramos, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Investigación y Negocios*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372017000100003
- Prada, J. D., Pereira, C., & Becerra, V. (2013). La inclusión de la dimensión económica en la Evaluación de Impacto Ambiental. *Dialnet*, 1-8.
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Redalyc*, 13-20.
- Salazar, W., & Carrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Redalyc*, 1-9.
- Sanisaca Pérez, C. E. (2012). *MANUAL OPERATIVO DE PROCESOS PARA HOTELES*. Tesis previa a la obtención del título de: “Ingeniero en Turismo”, UNIVERSIDAD DE CUENCA, Cuenca.
- Secretaría de Trabajo y Seguridad Social. (2020). *Protocolo de Bioseguridad por motivo de la Pandemia de COVID-19 para Hoteles grandes de Honduras. Versión 2*. Tegucigalpa, Honduras.
- Socatelli, M. a. (2015). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia.

- Tavira, N., & Herrera, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. *Scielo*, 1-22.
- Tite, G., Batista, O., Carrillo, D., & Ochoa, M. (2019). Turismo accesible en Ecuador: Caso. *Redalyc*.
- Tito, E. (2011). Bioseguridad. *Revistas Bolivianas*, 1-20.
- Toapanta, V. C. (2015). *Desarrollo de un manual de servicio para restaurantes de primera categoría de la ciudad de Quito (Tesis de Licenciatura. HOSPITALIDAD Y SERVICIOS FACULTAD: GASTRONOMÍA)*. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, Quito, Ecuador.
- UNE. (2018). Renovando la satisfacción del cliente. *revista.une*. Obtenido de https://revista.une.org/2/renovando-la-satisfaccion-del-cliente.html#mod_97
- Vázquez Durán, A. (2019). Procedimiento para medir la satisfacción de los clientes en el comercio minorista. *Revista Cubana De Finanzas Y Precios*, 3(2), 25-31.
- Yépez, W. S., & Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data*, 9(2), 13-20.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2019). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7(18), 46-65.