



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2017 – MARZO 2018

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL JARED
DE LA PARROQUIA RICAURTE**

EGRESADA

LORENA PIEDAD CONTRERAS ARCE

TUTOR

ING. IND. ROSENDO ARNALDO GIL AVILEZ, MBA

AÑO 2018

INTRODUCCIÓN

El Hotel Jared es un hotel situado en la parroquia Ricaurte del Cantón Urdaneta. Surgió ante la necesidad de brindar servicio de hospedaje, para todas aquellas personas que deseen compartir momentos agradables. Posteriormente el señor don Eugenio Ninoska un hombre emprendedor y de negocios hizo una investigación de mercado en 1986 y se dio cuenta que en Ricaurte había un nicho abandonado, es decir no había servicio de hospedaje, entonces a raíz de este estudio decidió construir un hotel de primera categoría que cubra las necesidades de los usuarios.

Finalmente fue inaugurado el 10 de septiembre de 1987 y está en funcionamiento desde entonces. En la actualidad uno de los cambios que han realizado es el nombre del hotel antes se denominaba hotel Ninoska como su fundador, pero en la actualidad se denomina Hotel Jared. Se encuentra ubicado en las calles Av. Carlos Espín y Eduardo Ovando frente al parque central en Ricaurte.

Desde su fundación hasta la actualidad don Eugenio ha establecido una serie de reglamentos que deben ser cumplidas rigurosamente.

Entre las que se destacan el registro: todo huésped, tanto el individual como el de grupo deberá de llenar una hoja de registro de manera individual o bien por cada habitación, misma que le será proporcionada a su llegada en la recepción del hotel.

La estancia en el hotel: los huéspedes podrán llevar consigo o dejar en la recepción o administración, las llaves de sus habitaciones hasta antes de las 19:00 horas. No podrán alojar en sus habitaciones a personas diferentes de las registradas y en todo caso, darán

aviso previo en la administración de cualquier variación en el número o identificación de las personas que originalmente se registraron.

También debe dar a conocer a la administración cuando necesite hacer uso de los servicios (agua, electricidad, etc.) prestados por el hotel. Está prohibido el consumo de drogas tóxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas, dentro de cualquier área del hotel, de esta infracción se dará aviso inmediatamente a las autoridades correspondientes.

Los servicios que actualmente brinda son: servicio de alojamiento, recepción, servicio de habitaciones, cafetería – restaurant, servicios de lavandería, servicios de tv cable, servicios de telefonía. Actualmente trabajan alrededor de 7 colaboradores (1 administrador, 1 jefe de talento humano, 1 recepcionista, 2 ama de llaves, 2 cocineras).

Este estudio de caso tiene como objetivo analizar la deficiencia de la calidad del servicio al cliente en el hotel Jared.

La importancia que tiene la presente investigación es para conocer a profundidad aquellas inquietudes, sugerencias y reclamos por parte de los clientes que se están viendo afectados por el servicio prestado, y que no se sienten satisfecho. Además, esta investigación tiene un enfoque cualitativo que permitirá identificar las características y cualidades del problema en cuanto a la deficiencia en el servicio prestado. y su línea de investigación es modelo de gestión administrativa. Y los alcances que tiene la investigación es de carácter descriptivo y bibliográfico.

DESARROLLO

El propósito de este estudio de caso es para saber cuál es el diagnóstico y descripción de la situación actual del Hotel "Jared", tanto en términos de instalaciones y de servicios.

El principal problema de la empresa que se puede detectar es que existe una deficiencia en el servicio prestado y como efecto o consecuencia arroja la insatisfacción de los usuarios, que normalmente recurren a este hotel ya que se quejan de recibir un mal servicio, tanto en términos de instalación y de hospedaje, además las normas de higiene y seguridad establecidas por las leyes actuales, y el confort y seguridad para una placentera estadía no se están ejecutando de una manera adecuada lo que ocasiona incomodidad a los huéspedes.

Los turistas normalmente terminan hospedándose en otros hoteles que están ubicados fuera del Cantón como son Pueblo viejo, San Juan y Ventanas ya que son los cantones más cerca que hay, cabe indicar que esto lo hacen más los turistas que vienen de partes lejas.

Los autores definen a la calidad como:

Un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o prestación de servicios. Organización orientada al cliente. Adaptación del diseño a lo que espera el cliente. Participación en la toma de decisiones El centro es un sistema de adaptación permanente. El directivo es el gestor y el líder. (Álvarez, Álvarez & Bullon, 2006)

Sin embargo, para llevar esto a cabo es necesario que el hotel realice una correcta gestión de alojamiento debidamente organizada orientada al cliente y que gestione la calidad de sus servicios, de esta manera podría conseguir aumentar la imagen respecto de los clientes, además debería realizar un seguimiento de la satisfacción durante la prestación del servicio.

Cabe indicar que el administrador debería actuar bajo una filosofía de cambio enfocada hacia la calidad, en donde se cumpla las necesidades de los clientes externos, como también la satisfacción de los clientes internos.

El autor resalta que:

La satisfacción de los clientes a la llegada, durante la estancia y a la salida que salga con una actitud positiva, y sintiendo que todo lo que recibió es lo que él esperaba antes de hospedarse, logrando que se sienta bien y que tenga la confianza de volver y ser mejor atendido, por lo que podemos observar que la calidad es una necesidad para todo tipo de servicio por lo que es una parte muy importante.
(Gallego, 2014, p.52)

Los servicios que ofrece este hotel son: servicio de alojamiento, recepción, servicio de habitaciones, café-restaurant, servicios de lavandería, servicio de tv cable, servicio de telefonía e internet.

Estos servicios actualmente no se ven muy bien reflejados por parte de los clientes ya que su servicio es pésimo. Cabe indicar que las habitaciones están muy deterioradas, los aires acondicionados no funcionan, la pintura está en mal estado, en el caso café restaurant no cuenta con un menú amplio en donde el cliente pueda tener más opciones

de compra, Y el servicio de tv cable la señal no es muy nítida y se cuelga con frecuencia. Además, el servicio de internet es demasiado lento.

Un buen servicio a la clientela es importante, sin lugar a dudas. Solo los empleados de este hotel quienes lidian directamente con los clientes; en consecuencia, en ellos recae la posibilidad básica de lograr una impresión positiva del servicio. No es difícil ofrecer un servicio de excelencia, solo que a los clientes tienen que tratarlos con empatía y profesionalismo.

Los clientes tienen ciertas expectativas acerca de la calidad de los servicios antes de la compra basándose en sus necesidades, experiencias o indicaciones. Efectuada la compra, el consumidor compara la calidad que espera de ese servicio con lo que realmente recibe (Lovelock y Wright, 2007).

Según Aguilar y Jáuregui (2014) nos dicen que: Un cliente insatisfecho comunica su experiencia negativa a 10 o más personas. Uno de cada cinco lo hace hasta con 20 personas.

Según (Fernandez Saavedra ,2013); El cliente es aquella que usa nuestro producto o servicio, que venderá o proporcionará nuestro producto o servicio a otros, que son impactados o afectados por el producto o servicio.

Según (Málaga 2014) de manera formal, cliente es aquella persona física o jurídica que accede a un determinado producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago.

Según (Leiva Gallardo, 2011) la aplicación correcta, oportuna y dinámicas de las técnicas de atención y los procedimientos de servicios hacen la diferencia, en el sentido de que no basta contar con una infraestructura, equipamientos y medios en el lugar de hospedaje que corresponda sino, que el personal internalice que un alto grado de responsabilidad le pertenece para su óptima concreción y realización.

Por otra parte, la atención al cliente es uno de los factores fundamentales en la cual la empresa deberá trabajar con responsabilidad porque de manera consciente o inconsciente los individuos realizan una evaluación de las decisiones. La evaluación post consumo aumenta el aprendizaje y el conocimiento del consumidor, permite contrastar los criterios de decisión y puede modificar actitudes y, en definitiva, sirve para mejorar futuras decisiones.

El cliente en este caso no ha logrado tener una experiencia favorable luego del post consumo, en donde la experiencia vivida (atención deseada por el personal, categoría del hotel y los servicios esperados) no ha sido suficientes ni necesarios como para que haya logrado su satisfacción.

Si bien es cierto la atención al cliente se refiere al trato que el hotel le ha brindado al cliente cuando interactúa con él. Mientras que el servicio al cliente son todos los procesos y acciones que busca lograr la satisfacción del cliente.

Evans & Lindsay, 2008, p.15 indican que, “es muy difícil medir la calidad en los servicios”, sin embargo, es necesario mencionar que la calidad del producto y la calidad del servicio son elementos interdependientes. En otras palabras, no importa que un

producto sea perfectamente elaborado; si está apoyado por deficientes sistemas de ventas o de servicios, de todas maneras, provocara irritación entre los clientes.

(López, 2006, p. 33,) basada la calidad en los siguientes principios:

Gestión orientada al cliente

Liderazgo de la dirección

Participación del personal

Gestión orientada por procesos

Mejora continua

Enfoque basado en procesos

Enfoque de sistema para la gestión

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

Con la aplicación de estos ocho principios el administrador podría mejorar sus servicios hotelero porque le servirá de gran ayuda a identificar realmente aquellas necesidades y expectativas de sus clientes de tal manera que logre su satisfacción. En contraste con lo anterior si el administrador no logra poner en práctica de una manera adecuada éstos principios, éste se convierte en una víctima de la mala calidad. Una primera recomendación para la dirección del hotel es que sea una vez su propio cliente; es decir, es necesario ponerse en el lugar del cliente y recopilar información sobre su satisfacción con el fin de darse cuenta de la calidad de su servicio

A diferencia de los bienes materiales o servicios puros, las experiencias de hospedaje son una mezcla de bienes y servicios. Así, se puede decir que la satisfacción en una experiencia de hospedaje está compuesta de la suma de las satisfacciones de los elementos individuales y los atributos y beneficios de todos los productos y servicios que componen esa experiencia (Pizam & Ellis, 2014). De esta forma, la satisfacción es

uno de los requisitos más importantes para fidelizar a los consumidores (López, Pereira & Vieira, 2016).

Además, otra razón fundamental por la cual la calidad del servicio en este hotel se está viendo afectada es debido a que el personal que trabaja día a día en el hotel no se encuentra debidamente capacitado en materia de servicio hotelero ni motivado como para desempeñar sus labores con todo el entusiasmo posible.

Aamodt (2013) define que el uso más importante de la evaluación del desempeño es mejorar y así poder proporcionar capacitación sobre las actividades que se necesitan reforzar. Incluso si la capacitación de los empleados debe ser un proceso continuo a la revisión de la evaluación del desempeño, la cual es recomendable realizar dos veces al año, para reunirse con los empleados y hablar de sus fortalezas y debilidades.

La empresa debe hacer sentir a sus empleados que son parte importante de su negocio por lo tanto deberían hacerles trabajar, sin presiones laborales, como por ejemplo la posibilidad de despido, situación que hoy día es más latente en las empresas por la situación de crisis económica que están afrontando.

El autor afirma que:

La motivación es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo ya que también sirve para regular la actividad del sujeto que consiste en la ejecución de conductas hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable. La motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, es por ello que

requiere también esclarecer el de su eficiencia lo que dirige hacia el logro de dichas actividades de manera que tenga éxitos en su empeño. (González ,2014)

Por otra parte, el administrador debería incentivar a sus colaboradores. Si les ofrece bonos de productividad a sus empleados, obsequios, reconocimientos por su trabajo, estos se sentirán identificados con la empresa y por ende realizarán una excelente labor.

Con respecto a lo que sugiere el autor es esencial para el hotel mejorar constantemente. El profesional que atiende a los clientes debería estar siempre muy cualificado y preparado para realizar su tarea, evitando en gran medida la improvisación. Todos los empleados deben estar conscientes de que su bajo desempeño afecta la imagen del hotel y como consecuencia los usuarios se llevarían una mala impresión.

El INEN (2008, p.12) Instituto Ecuatoriano de Normalización, establece el siguiente perfil el cual muestra los requisitos que debe cumplir un empleado para desarrollar sus actividades en un hotel:

Conocimientos

- Términos técnicos de alojamiento
- Aspectos históricos y geográficos de la ciudad
- Procedimientos básicos para efectuar llamadas nacionales e internacionales, normal o por cobrar
- Normas de higiene personal
- Técnicas de servicio al cliente
- Normas de etiqueta al cliente
- Normas de etiqueta social

Habilidades

- Comunicación oral, articulada y expresiva, inclusive por teléfono, con empleo de gramática y vocabulario adecuado
- Trabajo en equipo
- Comprender e interpretar lenguaje corporal

Actitudes

- Confiable: Establecer relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir.
- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones
- Analizador de conductas: Analiza los pensamientos y las conductas de las personas, le gusta entender a las personas
- Atento: Cordial con el cliente, considerando hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan.

Los requisitos que establece esta norma deben ser practicados por el personal del hotel Jared, cuyo enfoque se manifiesta en un servicio personalizado, caracterizado por las actitudes que deben tener los empleados para ofrecer este servicio, además inculca el compromiso que debe existir entre los empleados, empresa y clientes.

Por otra parte, este hotel no cuenta con un manual de funciones lo que causa inconvenientes para las funciones de la administración. Hay que tener en cuenta que el uso de los manuales tanto de funciones como de procedimientos son herramientas que permiten a las empresas hoteleras tener un mejor desempeño laboral ya que implican actividades que cada empleado tiene que desarrollar de manera adecuada.

Para Enrique B. Franklín (2014) los manuales administrativos son “documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, ect.)

De acuerdo a Rodríguez (2002). Según su clasificación y grado de detalle, los manuales permiten cumplir los siguientes objetivos:

Presentar una visión de conjunto del organismo social, precisar las funciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.

Este hotel no cuenta con una misión, visión previamente establecidas por lo que los colaboradores desconocen los aspectos generales de la empresa.

Como lo mencionan los autores (Thompson y Strickland ,2015) dice: "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir"

Este hotel está estructurado de la siguiente manera:

Departamento administrativo

Departamento de ama de llaves

Departamento de recepción

Departamento de talento humano

Departamento Administrativo – Sr. Daniel Velasco

Actualmente su función no se está ejecutando de la mejor manera posible porque tiene interés personal y ha descuidado la administración hotelera, además desconoce de la misión, visión de la empresa y no tiene compromiso con la institución para la cual trabaja.

Por otra parte, no considera de gran importancia las sugerencias emitidas por los turistas que desearían que los servicios prestados mejoren.

Robbins & Decenzo, (2009) Mencionan:

“El término de administración se refiere al proceso de conseguir que se hagan las cosas, con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto con ellas. Varios términos de esta definición se merecen más explicaciones. Se trata de las palabras: Proceso: se refiere a las actividades primordiales que desempeñan los gerentes. Eficiencia y eficacia: se refieren a lo que hacemos y como lo hacemos. Eficiencia significa hacer una tarea correctamente y se refiere a la relación que existe entre los insumos y los productos. Reducir los costos de los recursos al mínimo es importante, pero no basta para conseguir la eficiencia. La administración también se encarga de concluir actividades. En términos administrativos, esta capacidad se llama eficacia, lo cual quiere decir hacer la tarea correcta”. (p. 34).

Departamento De Ama De Llaves- Sra. Rosa Álava

Actualmente sus labores no se están viendo bien reflejada debido a que no está realizando la limpieza de todas las instalaciones del hotel como son las habitaciones, baños, oficinas de una manera adecuada. Lo que ocasiona que los clientes se lleven una mala impresión y terminen desilusionándose aún más.

No tiene un debido control sobre toallas, sábanas, cobijas, almohadas, y a accesorios de aseo que guardan en el área de lavandería. También no da a conocer el deterioro de los objetos que se encuentren dentro de las habitaciones al departamento administrativo, para sus reparaciones o cambios si fuesen necesarios.

Departamento De Recepción- Srta. Elvia Solís

La recepcionista no trata con amabilidad y cortesía a los huéspedes y tampoco no tiene conocimiento sobre la tecnología de la información y comunicación. Cabe mencionar que la recepcionista no ha realizado cursos de capacitación acerca de la atención al cliente ya que la atención es su principal cometido.

No proporciona información clara, precisa y concisa a los usuarios. Así como también no realiza los respectivos trámites de solicitud de servicio de los clientes, bien de forma presente, por teléfono, correo electrónico o fax. Y por último no hace una verificación respecto al control de entradas y salidas, habitaciones libres, ocupadas, reservas, previsiones, etc.

Departamento De Talento Humano- Lic. Laura Flores

Unos de los inconvenientes que presenta actualmente este departamento es que, al momento de reclutar y seleccionar a los nuevos aspirantes, estos no cuentan con la experiencia necesaria en servicio hotelero ni con los conocimientos adecuados que necesitan para ocupar la vacante.

Por lo tanto, no evalúan las competencias relativas de los/as candidatos que pasaron la etapa anterior, por medio de evaluaciones técnicas y/o psicológicas.

Otro inconveniente que se presenta en este hotel es que no existe un ambiente o clima laboral que sea acogedor en el cual los empleados se sientan seguros y puedan expresar sus inquietudes o algún tipo de problema que puedan tener. Todo esto se debe a que no existe confianza ni una buena comunicación interna con el administrador que les permita dar una explicación de él porque no existe un rendimiento favorable por parte de ellos.

Si bien el ambiente laboral influye directamente en el desempeño y productividad del trabajador, porque si el trabajador tiene problemas o dificultades al realizar sus labores diarias y éstas no están siendo solucionadas lo único que va a generar es deficiencia y su labor se va a ver reflejada en el trato con sus clientes y esto no es conveniente para el hotel porque generaría pérdida.

Pérez (2015) en el artículo, Consejos para mejorar el clima organizacional en tu empresa, de la revista Alto Nivel, menciona que:

“el clima organizacional es un factor muy influyente en la productividad, el deterioro del mismo puede ser paulatino y es importante tomar medidas antes de que sea irreversible, si no se invierte para mantenerlo sano puede tener consecuencias tales como deficiencias en la materia del desempeño, improductividad, conflictividad, insatisfacción; para sanar un clima es necesario que los colaboradores vuelvan a confiar en los líderes y en la organización, el cual es un proceso largo; algunos consejos prácticos para mantener un clima positivo es estar atento a las preocupaciones del empleado”.

La administración del Hotel Jared debería tomar en consideración una mejora continua para que de esta manera pueda incrementar la posibilidad de aumentar la satisfacción de los clientes que actualmente no están contentos con el servicio prestado. Estos servicios son la atención personalizada, uso de la tecnología y capacitar permanentemente a todo el personal del hotel. De esta manera podrá enfrentarse a la competencia ofreciendo un servicio de calidad.

Para lograr un mejoramiento continuo, el administrador y sus colaboradores deben estar comprometidos con el cambio de mentalidad, a su vez tener una misión y visión claras como mencioné anteriormente que les permita saber quiénes son realmente como empresa, adaptando sus conocimientos a las nuevas estrategias, nuevas tecnologías, permitiendo a la empresa desempeñar sus funciones utilizando el 100% de sus capacidades, habilidades y destrezas, con la finalidad de cumplir su objetivo. También deben hacer un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Y por último trabajar en equipo.

“Por mejoramiento continuo se entiende la política de mejorar constantemente y en forma gradual el producto, estandarizando los resultados de cada mejoría lograda en la operación de la empresa”. (Gutiérrez, 2006, p. 24)

De acuerdo a los autores citados anteriormente, mi conclusión con respecto a la mejora continua le sería muy útil al aplicarla al Hotel Jared, hoy en día fuera unos de los hoteles con mayor capacidad de respuesta y de una u otra manera el turismo en la parroquia Ricaurte aumentaría considerablemente.

Además, si todo el personal se compromete con la empresa y actúa de manera responsable puede lograr una mejora, debe tener en cuenta que cualquier proceso puede ser mejorado, la atención al cliente se puede mejorar, la satisfacción del cliente se puede mejorar e incluso también se puede mejorar la conducta de cada persona, esto a su vez motivándolos y capacitándolos.

Por otra parte, la gestión de esta empresa no tiene conocimiento alguno sobre algunas herramientas como por ejemplo la escala SERVQUAL que son muy útil y a la vez le serviría de gran ayuda para poder de esta manera resolver ciertos inconvenientes que se han presentado en este hotel.

De esta forma, podría evaluar al personal, así como también la evaluación de las instalaciones y funcionamiento y, por último, la calidad del servicio.

CONCLUSIONES

Como conclusión principal en cuanto a el presente estudio de caso puedo decir que una vez analizado la situación actual del hotel Jared y haber realizado las encuestas pertinentes se obtiene como resultado la insatisfacción de los turistas, es decir no se sienten contentos con los servicios que actualmente ofrece esta empresa hotelera porque no logran cumplir con sus expectativas, necesidades y el confort para una placentera estadía.

Además, la administración de este hotel no ha capacitado a sus colaboradores con respecto en materia de servicio hotelero, lo que ocasiona que la atención brindada sea poco favorable. Por otra parte, los empleados no se sienten motivados ni comprometidos con la empresa por la cual trabajan, porque no han recibido ningún tipo de incentivos o beneficios que les permitan mejorar su desempeño laboral.

De acuerdo a los autores citados para este estudio de caso y compartiendo sus conocimientos puedo decir que la calidad es importante para cualquier tipo de servicio, en especial para esta empresa hotelera si desearía mejorar sus servicios debería evaluar constantemente la calidad para que de una u otra manera pueda satisfacer las necesidades de los usuarios. También, la administración debería tener en cuenta que la calidad la hacen todos los que trabajan en la empresa solo tiene que adaptarse a los nuevos cambios del entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alberdi, C., & Rubio, Luis. (2006). Empresas de Intermediación Turística y Nuevas Tecnologías. España: Visión Net.

Álvarez, J., Álvarez, I., & Bullón, Javier. (2006). Introducción a la Calidad. España: Vigo.

Armendáriz, J. (2010). Calidad. España: Paraninfo S.A.

Berry, L. (2006). Un buen servicio ya no basta. Bogotá: Norma.

Cueva, J. (2007). Competitividad en los Servicios. Quito: Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria.

Evans, J., & Lindsay, W. (2008). Administración y Control de la Calidad. México: Cengage Learning S.A.

Fontalvo, J., Vergara, Juan. (2010). La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 9001:2008. Malaga: Eumed.

Gadotti dos Anjos Sara Joana • Franca de Abreu Aline *Universidad del Valle del Itajaí • **Universidad Federal de Santa Catarina (2008) La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación Científica. Argentina: Brujas.

Gutiérrez Pulido Humberto (2010) Calidad Total Y Productividad

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar (quinta edición). Metodología de la investigación, 613 pp.

López, S. (2006). Implantación de un sistema de calidad. España: Vigo.

Luckie, M. (2007). Contabilidad Hotelera. México: Trillas.

OSSA, Marcela, Cartilla de citas: Pautas para citar textos y hacer listas de referencias, Bogotá Colombia, UNIANDES, enero 2013, 90 pp.

Paz Couso Renata (2010) Atención Al Cliente-Bogotá: Ediciones De La U, 175 pp.

Tschonl John (quinta edición) servicio al cliente.

ANEXO 1. FOTOGRAFÍAS DEL HOTEL JARED



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

Fotografías Del Hotel Jared





ANEXO 2. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL HOTEL JARED DE LA PARROQUIA RICAURTE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

Encuesta Dirigida A Los Clientes Del Hotel Jared

1.- ¿Con que frecuencia usted se ha hospedado en este Hotel?

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

Anualmente ()

Otros _____

2.- Considera que la atención brindada por el hotel fue:

Mala ()

Regular ()

Buena ()

Excelente ()

Ninguna ()

3.- Considera que la comodidad y aseo de las habitaciones fue:

Mala ()

Regular ()

Buena ()

Excelente ()

Ninguna ()

4.- ¿Qué es lo que más le ha gustado de la estancia en el hotel?

Limpieza ()

Infraestructura ()

Comodidad ()

Rapidez en el servicio ()

Atención al cliente ()

Precio ()

Alimentación ()

Otros ()

Especifique_____

5.- ¿Usted cuánto tiempo ha esperado por un reclamo en cuanto al servicio del hotel?

De 5 a 10 minutos ()

De 11 a 20 minutos ()

De 21 a 30 minutos ()

Más de 31 ()

6.- ¿Cómo se enteró de la existencia de este Hotel?

TV ()

Radio ()

Prensa ()

Internet ()

Redes sociales ()

Volantes ()

Amigos/ contactos ()

Otros_____

ANEXO 3. GRÁFICO DE BARRA

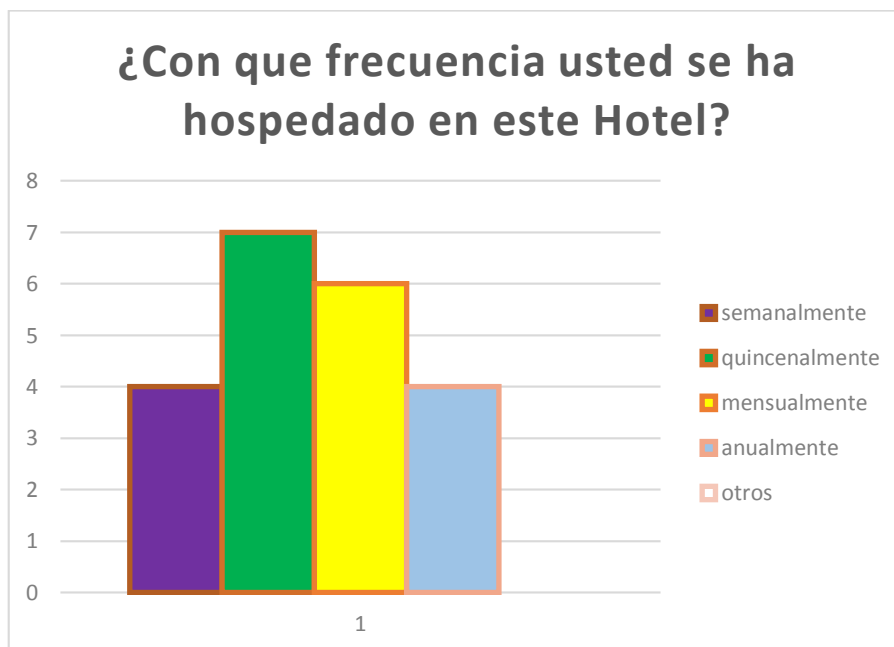


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA

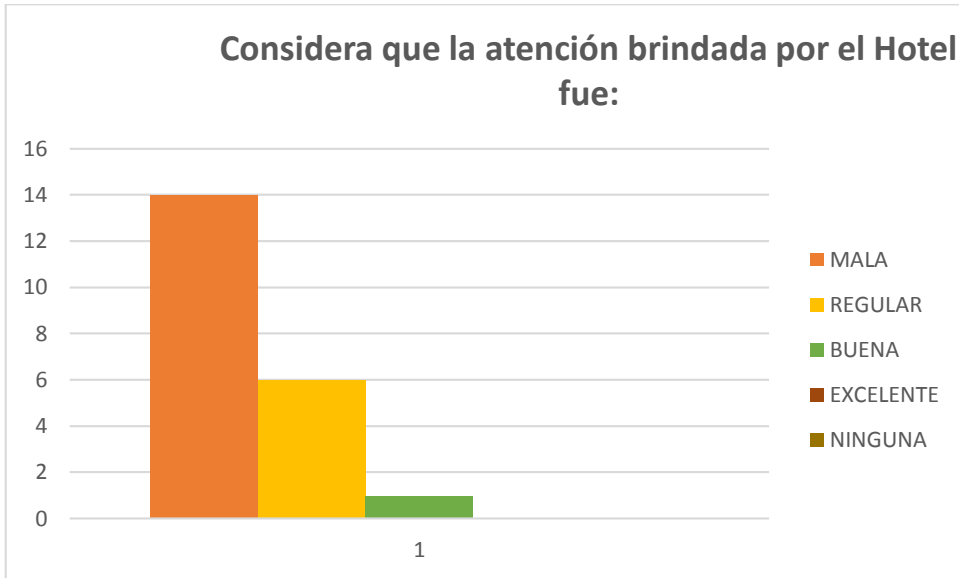
Gráfico de Barra

Gráfico #1



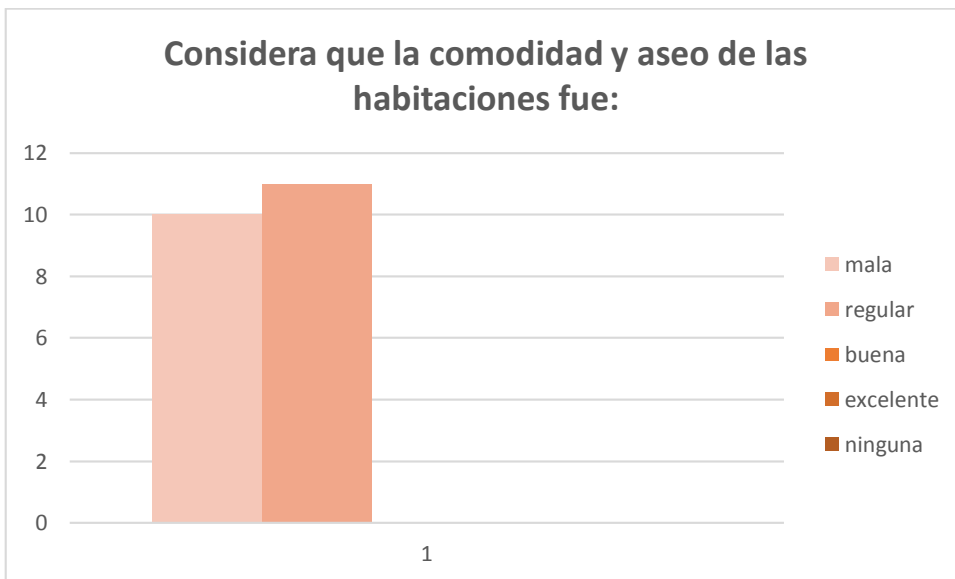
Conclusión: los clientes entrevistados prefieren hospedarse quincenalmente debido a su poder adquisitivo.

Gráfico #2



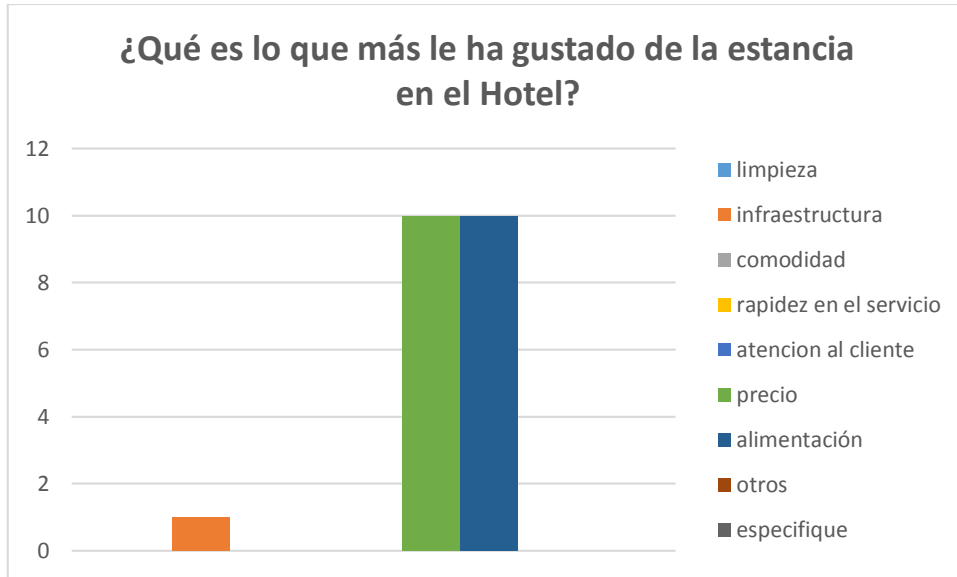
Conclusión: los clientes consideran que la atención al cliente es inapropiada y recomiendan que la alta dirección les dé una solución inmediata.

Gráfico #3



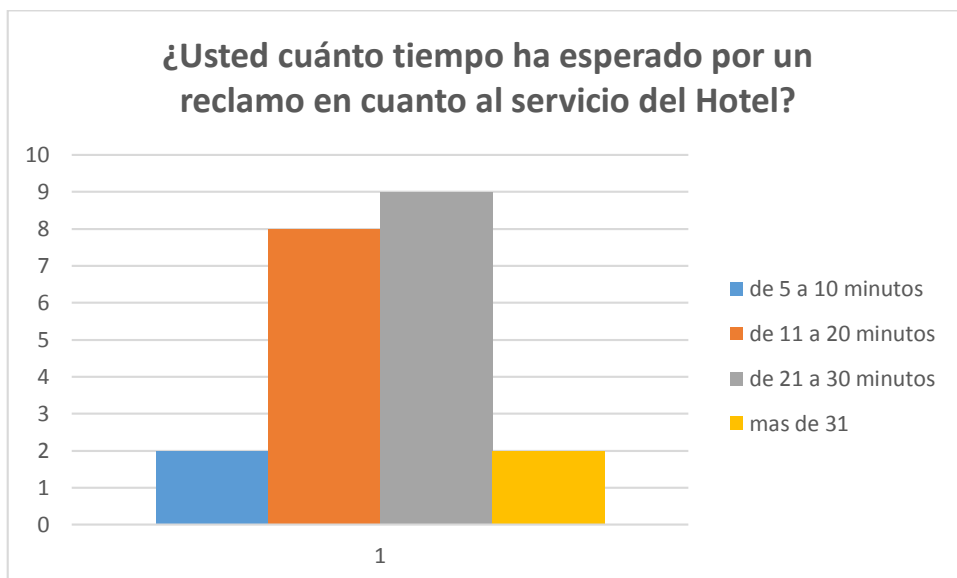
Conclusión: La ama de llaves no está desempeñando su labor como debe de ser ya que todas las instalaciones del hotel no están debidamente limpias lo que ocasiona incomodidad a los usuarios.

Gráfico #4



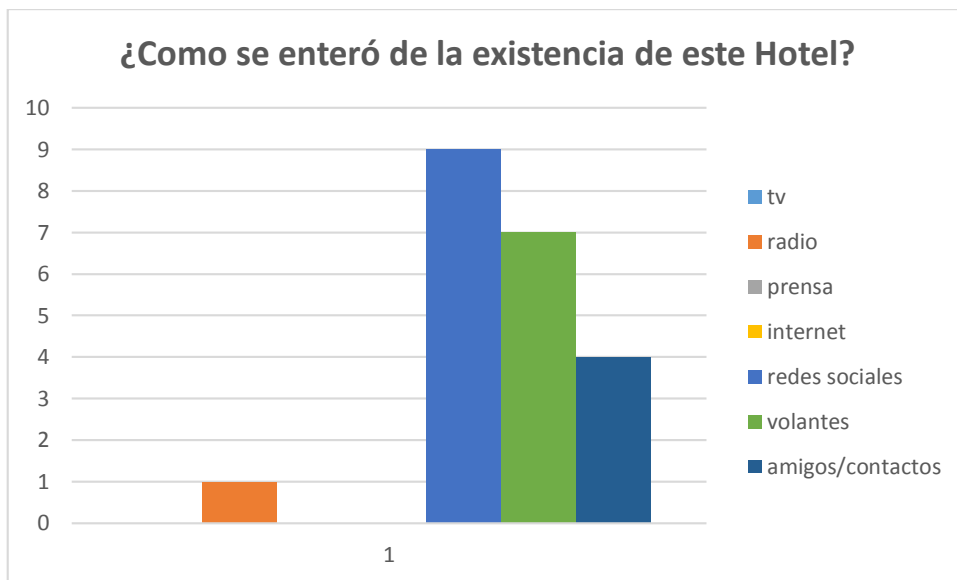
Conclusión: Los usuarios se sienten cómodos con el precio de los productos que vende el hotel porque va de acuerdo a las necesidades básicas que ellos necesitan.

Gráfico #5



Conclusión: Los reclamos en este hotel son muy frecuentes debido a que el personal no está debidamente capacitado como para dar una atención de excelencia.

Gráfico #6



Conclusión: Las redes sociales ha sido de gran ayuda para que este hotel pueda ser reconocido.