



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA**

**“SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD  
DE BABAHOYO”.**

**AUTOR:**

**RAFAEL FAVIAN TOVAR ZUÑIGA**

**TUTOR:**

**MSC. CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA**

**LECTOR:**

**MSC. VICTOR JAVIER CASTILLO ZUÑIGA**

**BABAHOYO-ECUADOR**

**2018**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



**DEDICATORIA**

A Dios y mi madre, que con mucho amor supieron guiarme en el camino del estudio, para alcanzar una profesión, ser un hombre de bien y útil para la sociedad; participando de mis logros y mis derrotas, siempre apoyándome, demostrando paciencia e interés en todos los pasos que he dado; sembrando en mí la fuerza para seguir.

Rafael Tovar Zúñiga



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



**AGRADECIMIENTO**

Mi eterna gratitud para quiénes me apoyaron en todo momento, de manera especial a mis Maestros incluido mi tutor, que con mucha paciencia supo entenderme conducirme enseñarme a esforzarse y sobre todo a mi Familia; testigos de mis triunfos y fracasos alegrías lloros pero aquí estoy gracias a esos motivos que me encaminaron hacia aquí. También quiero agradecer a la universidad por todos aquellos bellos momentos que pase en sus aulas y mis queridos compañeros que me supusieron ayudar.

Rafael Tovar Zúñiga



## **CERTIFICADO DE AUTORIA INTELECTUAL**

YO, **RAFAEL FAVIAN TOVAR ZÚÑIGA**, portador de la cedula de ciudadanía N° 120776249-1, del grado académico de informe final, previo a la obtención del título de licenciado en **HOTELERÍA Y TURISMO**, declaró que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original autentico y personal, con el tema: **SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**, de autoría del estudiante, **RAFAEL FAVIAN TOVAR ZÚÑIGA**, ha sido revisado en todos sus componentes por lo que se organiza su presentación formal ante del tribunal respectivo.

Todos los efectos académicos ilegales que se desprenden del presente trabajo es responsabilidad del autor.

**Babahoyo 23 de enero del 2018**

**RAFAEL FAVIAN TOVAR ZÚÑIGA**

**C.I. 120776249-1**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

Babahoyo 23 de enero del 2018

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio DC-FAC-J.S.E.S.E-006-RES-002-2017, con fecha Babahoyo 16 de septiembre del 2017, certifico que el Sr. RAFAEL FAVIAN TOVAR ZÚÑIGA, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a con formar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

MSC. CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA  
DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

Babahoyo, 23 de enero del 2018

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio DC-FAC-J.S.E.S.E-006-RES-002-2017, con 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2017, certifico que el Sr. RAFAEL FAVIAN TOVAR ZUÑIGA, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

MSC. VÍCTOR JAVIER CASTILLO ZUÑIGA  
DOCENTE DE LA FCJSE.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación se encuentra enmarcada en la actividad hotelera, ya que forma parte del sistema turístico y la economía, que es cada vez más competitivo en la sociedad actual, los servicios hoteleros deben contar con innovaciones constantes que apunten a satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas.

En el desarrollo del proyecto se ha podido evidenciar que el turismo es una de las grandes fortalezas que tiene ciertos países que potencia sus atractivos turísticos. Las personas o grupos de personas que gustan de realizar viajes para visitarlos donde el hospedaje complementa un requisito muy importante para el visitante, el descanso comodidad y satisfacción. Aportará para el disfrute del viaje o visita a la ciudad de Babahoyo

La afluencia de personas genera un impacto tan positivo en estos lugares con atractivo turísticos, que pronto se empezaron a generar más lugares con prestigio de ofrecer servicios de calidad para quienes visitaran sus localidades, dicho esto comenzó el intercambio de mejoras continuas por llamar la atención de los grupos de familias que pueden visitar y generar créditos económicos en los establecimientos.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present investigation is framed in the hotel activity since it is part of the tourist system and the economy that is increasingly competitive in today's society, hotel services must have constant innovations that aim to satisfy the needs and demands of tourists.

In the development of the project it has been shown that tourism is one of the great strengths of certain countries that enhances their tourist attractions to people or groups of people who like to make trips to visit them where accommodation complements a very important requirement for the visitor, the rest comfort and satisfaction will contribute for the enjoyment of the trip or visit to the city of Babahoyo.

The influx of people generates such a positive impact in these places with tourist attractions, that soon began to generate more prestigious places to offer quality services for those who visit their locations, said this began the exchange of continuous improvements to draw the attention of the groups of families that can visit and generate economic returns in the establishments.





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE  
INVESTIGACIÓN, TITULADO: SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE  
TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

PRESENTADO POR EL SEÑOR:  
RAFAEL FAVIAN TOVAR ZÚÑIGA


OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8.71 (OCHO. SETENTA Y UNO)

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

  
Msc. Victoria Guijarro Intriago  
DELEGADO DEL DECANO

  
Msc. Víctor Abel Romero  
DELEGADO DEL CIDE

  
Msc. Johana Olaya Reyes  
DELEGADO DEL COORDINADOR

DE LA CARRERA

  
Abg. Isella Berruz Mosquera  
SECRETARIA DE LA  
FAC. CC. JJ. SS. EE.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



Babahoyo, 07 de Mayo de 2018

**INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Señorita RAFAEL FAVIAN TOVAR ZUÑIGA, cuyo tema es; SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de 7%, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

06217654 - INFORME FINAL RAFAEL TOVAR.docx - Urkund <https://secure.arkund.com/view/3508216-36496977472994c4ad1d1x>

Lista de fuentes: [Giovanny Rivera García \(crivera@utb.edu.ec\)](#)

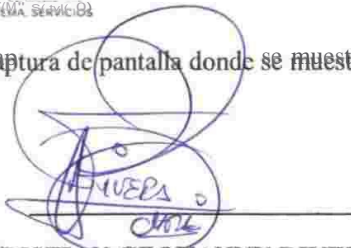
Documento:	INFORME FINAL RAFAEL TOVAR.docx (036217654)	IB
Presentado:	2018-03-07 14:27 (-05:00)	
Presentado por:	Cristhian Rivera Garcia (crivera@utb.edu.ec)	>
Recibido:	crivera.utb@analysis.arkund.com	
Mensaje:	tesis RAFAEL TOVAR <a href="#">Sitio de el sistema antiplagio</a>	

Tt: de estas 52 páginas, se compararon de texto presente en 6 fuentes.

Exportar Compartir


 INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y SERVICIOS  
 ORIENTACIÓN Y TITULACIÓN  
 CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
 MENCIONADO

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.



**MSC. CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA**  
DOCENTE DE LA FCJSE.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
CERTIFICADO DE AUTORIA INTELECTUAL.....	iii
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
RESUMEN EJECUTIVO .....	vi
EXECUTIVE SUMMARY.....	vii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vii
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
ÍNDICE DE IMAGENES .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL. ....	3
1.2.1. Contexto Internacional. ....	3
1.2.2. Contexto Nacional.....	7
1.2.3. Contexto Local. ....	10
1.2.4. Contexto Institucional. ....	12
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA. ....	12
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.4.1. Problema general.....	13
1.4.2. Subproblemas o derivados. ....	13
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN. ....	14
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	14
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN. ....	15
1.7.1. Objetivo general. ....	15
1.7.2. Objetivos específicos.....	15
CAPITULO II MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	17
2.1. MARCO TEÓRICO .....	17

2.1.1.	Marco conceptual .....	17
2.1.2.	Marco teórico referencial sobre la problemática de investigación.....	23
2.1.2.1.	Antecedentes investigativos.....	23
2.1.2.1.	Categoría de análisis.....	29
2.1.3.	Postura teórica.....	30
2.2.	HIPOTESIS.....	32
2.2.1.	Hipótesis general.....	32
2.2.2.	Subhipótesis o derivadas.....	32
2.2.3.	Variables.....	33
CAPITULO III.- RESULTADO DE LA INVESTIGACION .....		34
3.1	RESULTADO OBTENIDO DE LA INVESTIGACION .....	34
3.1.1	Prueba estadística aplicada.....	34
3.2	CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	39
3.2.1	Específica.....	39
3.2.2	General.....	40
3.3	RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....	40
3.3.1	Específica.....	40
3.3.2.	General.....	41
CAPITULO IV PROPUESTA DE LA APLICACIÓN .....		42
4.1	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS .....	42
4.1.1	Alternativa Obtenida.....	42
4.1.2	Alcance de la investigación.....	42
4.1.3	Aspectos básicos de la alternativa.....	42
4.1.3.1	Antecedentes.....	43
4.1.3.2	Justificación.....	43
4.2	OBJETIVOS .....	44
4.2.1	General.....	44
4.2.2	Específicos.....	44
4.3	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	44
4.3.1	Título.....	44
4.3.2.	Componentes.....	45
4.4.	RESULTADO ESPERADO DE LA ALTERNATIVA.....	86
Bibliografía .....		87

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Prueba estadística aplicada .....	34
Tabla N° 2 Servicios hoteleros .....	35
Tabla N° 3 Estándares de atención .....	36
Tabla N° 4 Atención al cliente .....	37
Tabla N° 5 Afluencia de turistas .....	38
TABLA N° 6 ESTABLECIMIENTO HOTELEROS INTERVIENES EN EL SISTEMA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO .....	48
Tabla N° 7 Identificación y Análisis del Cliente .....	49
Tabla N° 8 Tiene usted conocimientos de los servicios hoteleros que brindan los hoteles de la ciudad de Babahoyo.....	100
Tabla N° 9 Considera usted que deberían mejorar los servicios hoteleros .....	101
Tabla N° 10 Considera usted que lo servicios hoteleros, que se va a mencionar son de aporte a la empresa y a la ciudad de Babahoyo .....	102
Tabla N° 11 Para mejorar los servicios hoteleros y favorecer el desarrollo económico de la ciudad, que opina que se debería hacer .....	103
Tabla N° 12 Considera usted que, con las capacitaciones brindada a los empleados sobre la atención al cliente, generara mayor ingreso de turistas a la planta hotelera.....	104

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Categoría de análisis .....	29
Gráfico N° 2 Servicios hoteleros .....	35
Gráfico N° 3 Estándares de atención .....	36
Gráfico N° 4 Atención al cliente .....	37
Gráfico N° 5 Afluencia de turistas .....	38
Gráfico N° 6 Tiene usted conocimientos de los servicios hoteleros que brindan los hoteles de la ciudad de Babahoyo.....	100
Gráfico N° 7 Considera usted que deberían mejorar los servicios hoteleros .....	101
Gráfico N° 8 Considera usted que los servicios hoteleros, que se va a mencionar son de aporte a la empresa y a la ciudad de Babahoyo .....	102
Gráfico N° 9 Para mejorar los servicios hoteleros y favorecer el desarrollo económico de la ciudad, que opina que se debería hacer .....	103
Gráfico N° 10 Considera usted que, con las capacitaciones brindada a los empleados sobre la atención al cliente, generara mayor ingreso de turistas a la planta hotelera.....	104
Gráfico N° 11 Como considera usted, promover el uso eficiente del agua y la energía dentro de la planta hotelera, y su aporte a la afluencia de turistas .....	111

## ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen N° 1 .....	112
Imagen N° 2 .....	112
Imagen N° 3 .....	113
Imagen N° 4 .....	113
Imagen N° 5 .....	114
Imagen N° 6 .....	115
Imagen N° 7 .....	115
Imagen N° 8 .....	115
Imagen N° 9 .....	116
Imagen N° 10 .....	116

# INTRODUCCIÓN

El entorno económico es cada vez más competitivo en la sociedad actual, los servicios hoteleros deben contar con innovaciones constantes que apunten a satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas.

Precisamente en los últimos años, el sector servicios turísticos y, en especial el hotelero, han reflejado una tendencia positiva de crecimiento en el país, por ende, la especialización y la competitividad de las empresas turísticas se ha ido acentuado con el transcurso del tiempo debido a la alta competencia existente en dicho subsector.

Si analizamos el concepto de servicio y la lógica de la evolución del hombre, podemos decir que el servicio personalizado no es algo nuevo como acción, pero si como bienestar para el humano.

Esto ha crecido en muchos renglones, con un poder de adaptación a los cambios vertiginosos en un ambiente que tiende a la competencia, lo cual exige que se creen infraestructuras de servicios orientados a satisfacer las comodidades y dar facilidades para el desarrollo del hombre, permitiendo la aplicación de nuevas técnicas de servir a una demanda dentro de un mercado, por lo que los establecimientos que se dediquen al negocio de los servicios, como la industria hotelera, tendrán que amoldarse inevitablemente a las condiciones que le exige el cliente del siglo XXI y que cada día son mayores sus retos a los que debemos estar preparados para cumplir.

Los hoteles, como la mayoría de las organizaciones turísticas, se enfrentan a un entorno continuamente cambiante y altamente competitivo, caracterizado por una serie de particularidades como una fuerte estacionalidad, una importante rigidez derivada de una



elevada inversión en infraestructuras poco flexible de la exigencia del cliente exigencia del cliente.

Todos estos factores motivan un creciente interés por la calidad de la prestación del servicio y de la atención al cliente. Éstas son, entre otras, las variables o situaciones que fuerzan a estas organizaciones a examinar la forma en que ofrecen y prestan el servicio a sus clientes, así como el coste del mismo.

# **CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA**

## **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.**

Servicios hoteleros y la afluencia de turistas de la ciudad de Babahoyo.

## **1.2. MARCO CONTEXTUAL.**

### **1.2.1. Contexto Internacional.**

(Benítez, 2010) Habla en su contexto al turismo como el principal motor de la economía de países enteros cuando son satisfactoriamente incentivados a lograr una línea de servicios de calidad y calidez. La afluencia de turistas a una determinada ciudad o lugar turístico dependerá única y exclusivamente del servicio brindado en las instancias de los turistas, además del buen trato y cortesía que se atienda al invitado que generará entradas económicas muy satisfactorias.

El sector hotelero a través de brindar comodidad y garantía de una buena estadía y servicios eficientes, se complementa a través de servicios de, las cuales pueden ser del sector estatal o privado, brindando así servicios adicionales que llaman la atención de los turistas.

### **España**

Preferencias relacionadas con la utilización de los servicios de spa/wellness sauna, masaje, hidroterapia, gimnasia acuática. Preferencias relacionadas con el alquiler de automóviles compañía, categoría, número de días. Necesidad de utilización de servicios especiales guardería, alojamiento para animales. Tipos de salones a utilizar capacidad disposición de las mesas servicios auxiliares como: informáticos,

audiovisuales de traducción, etc. Tipos de servicios requeridos en el business center ordenadores fax impresoras fotocopadoras Internet. (Antón, Almeida, Andrade, & Alberdi, 2008)

España como país desarrollado día a día crecen en el ámbito hotelero brindando servicios de calidad para lograr la satisfacción del turista y a su vez la importancia que el Turismo tiene para el país se ve correspondida por el protagonismo que, a nivel mundial, tienen nuestras grandes cadenas hoteleras. Si utilizamos el ranking elaborado por la revista Hotels (2006), entre las 300 mayores cadenas hoteleras del mundo por número de habitaciones, quince son españolas, lo que supone el veinte por ciento de las grandes cadenas hoteleras mundiales.

### **Las Vegas (Estados Unidos)**

Las Vegas tiene la capacidad de reinventarse continuamente, los hoteles modernos y los hoteles clásicos brindan mucho más que hospedajes y juegos. Cuenta con servicios desde; Spa capillas joyerías negocios y una especie de mercado persa donde se encuentra de todo. Hoteles Boutique. Generalmente estos hoteles cuentan con muy pocas habitaciones, entre 5 y 30 y sus precios son similares a los de los hoteles 5 estrellas.

El precio varía dependiendo de la temporada y del lugar donde se encuentren las cualidades de estos hoteles reside en que segmentan el mercado y así brindan a cada turista una atención que los hará sentir únicos. ([https://www.tripadvisor.co/Hotel\\_Review-Las\\_Vegas\\_Nevada.html](https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-Las_Vegas_Nevada.html) )

Las Vegas presenta servicios hoteleros espectaculares para el confort del visitante, donde vive un sin número de experiencias únicas dentro del hotel, por su infraestructura, servicios comodidad, placer, diversión etc. Y deleites que solo los recibirá hospedarse en hoteles como: Mandarin Oriental, Las Vegas, Elara by Hilton Grand Vacations hoteles 5 estrellas.

## **Cuba**

Cuba cuenta en la actualidad con más de 65 mil habitaciones en hoteles y algo más de 17 mil en casas particulares, siendo estas últimas un complemento importante a la oferta turística de la isla, en la cual presenta perspectivas de crecimiento muy importantes. - Asociación Económica Internacional: En el caso del sector hotelero a través de los contratos de Administración Hotelera. Con más de 26 mil habitaciones distribuidas en 62 hoteles a lo largo y ancho de la Isla de Cuba ([https://www.hosteltur.com/comunidad/005339\\_cuba-situacion-y-perspectivas-del-sector-hotelerero.htm](https://www.hosteltur.com/comunidad/005339_cuba-situacion-y-perspectivas-del-sector-hotelerero.htm)).-

## **Chile**

VIII congreso hotelero celebrado en Chile con el tema “Hotelería 2020”, aporta información de muy buen valor para quienes desean cambiar la manera en que se vienen presentando los servicios hoteleros esta nueva versión del Congreso, contará con ponencias que buscan entregar herramientas al empresario hotelero para que enfrente de manera adecuada los cambios y crecimiento en la oferta que se espera presente en el corto plazo la industria hotelera. (Chile, 2016)

## **Colombia**

Los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado ampliamente para el análisis de la calidad del servicio en diversas entidades, demostrando su adaptabilidad y eficacia a la hora de determinar las variables que afectan la satisfacción del cliente. Este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en los servicios ofrecidos por dos hoteles de la ciudad de Cartagena. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción de los clientes y la motivación a recomendar los servicios a otras personas. (Vergara, (2011)

En la actualidad la oferta de hoteles ejecutivos de alta categoría se reduce a dos, donde de estos solo uno es realmente considerado competencia por los servicios prestados. El Hotel Prado es el único hotel diseñado para ejecutivos ya que cuenta con servicios y localización privilegiada para estos clientes. El hotel Puerta del Sol, se acerca a cumplir las expectativas de los clientes ejecutivos, pero no es un hotel de categoría alta. (5 estrellas) Es un hotel de 4 estrellas.

Es por esta oferta reducida que se ve la necesidad de ofrecer en Barranquilla un hotel similar al Hotel Prado, pero con las características que identifican a la cadena de hoteles colombiana Estelar. Además, es necesario hacer un análisis detallado del mercado para poder pronosticar la demanda e identificar la necesidad del cliente y así garantizar que estas se satisfagan para el mejor beneficio del cliente.

## **Argentina**

(Alvarez, 2010)El mercado hotelero ha captado esta nueva modalidad de movilizarse que tiene el turismo actual, buscando las nuevas de oferta específica para satisfacer necesidades cada vez más extravagantes. El mercado hotelero argentino afirmar que hay una oferta cada vez más variada que satisface a muchos huéspedes. Podemos encontrar entonces hoteles corporativos que intentan hacer sentir al huésped en su propia casa brindándole detalles de confort que hagan su estadía más placentera y así lograr captarlo como un huésped habitual.

También podemos encontrar hoteles que acompañan actividades de turismo alternativo y hoteles acondicionados para huéspedes que vienen a la Argentina a pescar y cazar, en estos casos la hotelería es un complemento más donde en primer lugar, se habla un lenguaje en común entre los dueños de casa y sus huéspedes, brindándole la posibilidad de tener charlas amenas donde se intercambian experiencias entre pares, en general estos alojamiento se encuentran ubicados dentro de estancias o lodges brindándole al huésped un ambiente relajado y desestructurado. (Alvarez, 2010).

Para los turistas que así lo requieran existe una buena oferta de hotelería 5 estrellas en los principales destinos turísticos de Argentina: el Sheraton Iguazú con su vista inigualable de las Cataratas del Iguazú y de la selva circundante, brindándole al huésped el beneficio adicional del contacto directo con la flora y fauna del lugar.

El LlaoLlao, es un hotel emblemático de una de la ciudad, dando el huésped la posibilidad de utilizar un magnífico campo de golf de 18 hoyos. El Hyatt de Mendoza que además de brindar todos los servicios de unas 5 estrellas, tiene una vinoteca de las mejores equipadas de la ciudad y el fantástico Meath Club & Spa con terapias alternativas a base de productos derivados del vino. (Alvarez, 2010).

La planta hotelera ofrece al turista, lo siguiente: contrato de hospedaje, el servicio de alojamiento, desayuno, bar, recepción, portería y personal de servicio. Sin perjuicio de los demás, cada categoría indica la capacidad mínima de veinte (20) plazas en diez (10) habitaciones (Cossa, 2010-2014).

### **1.2.2. Contexto Nacional.**

#### **Quito**

“El hotel en el Ecuador comienza por posadas, luego llamadas casas de alojamiento. Los primeros hoteles se remontan a la época de 1960 fundándose en Quito. El Hotel Quito y El Hotel Colón (1968 – marzo) fueron los primeros hoteles de cinco estrellas considerándose así alrededor de 20 años.

La categorización en los servicios prestados por los diferentes establecimientos hoteleros de la ciudad de Quito, es aplicable gracias a la demanda turística, no todos los hoteles se encuentran enmarcados dentro de los requerimientos de la Organización Mundial de Turismo, por lo que es necesario elaborar una propuesta, sobre un modelo para categorización de los establecimientos hoteleros en relación a estándares internacionales.

La Ciudad cuenta con galardones realizados a nivel internacional valorando el esfuerzo y la innovación como del Hotel Plaza Grande de Quito, Hotel Boutique Líder de Sudamérica y Swissôtel, El Mejor Hotel para conferencias de Sudamérica. Se espera recuperar en el tema hotelero para que este es uno de los pilares de la ciudad del cual se está apostando de aquí hasta el 2021, que es el turismo de convenciones, de esta manera se posicionarán los hoteles existentes y los cinco nuevos proyectos hoteleros que se van a construir en la ciudad.

## **Guayaquil**

Siendo que el turismo y sus aspectos derivados son una generadora de riqueza y motor económico, El Ecuador no ha quedado fuera del concierto de naciones que han apostado por esta vía, teniendo en cuenta el enorme potencial que posee en cuanto a riquezas naturales y biodiversidad, variedad de climas, de regiones, y demás atractivos, lo que hace posible las prestaciones e inversiones en el sector hotelero, específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Considerando que es la más grande del país, en las últimas décadas este sector ha crecido considerablemente, generando fuentes de empleo, aportando con un gran impulso a la economía, generando turismo, y haciendo de Guayaquil, un punto de negocios y reuniones internacionales, que benefician a la imagen y al sector social, que además está promovido por el Plan Nacional del Buen Vivir (Constitución de la República del Ecuador, 2008), constitucionalmente sustentado en el proyecto 2013 – 2017, en el que mediante políticas de Estado se promueve el avance del sector turístico como medio impulsor nacional, lo que promueve un estado de bienestar y competitividad no solo en el sector hotelero, sino en todos los sectores que impulsan la economía, pues siendo un punto de encuentro generador de proyectos que desembocarán en una amplia gama de obras estructurales o comerciales que insertado al país en el siglo XXI.

(La Barra;, 2013) En la revista “La Barra” en uno de sus artículos menciona como en los últimos años, los hoteles en Ecuador se han incrementado debido al mayor movimiento

turístico y el aumento en la capacidad de gasto de las personas, tanto nacionales como extranjeras logrando así gran afluencia turísticas.

La calidad en el servicio de los hoteles del Ecuador, es de gran importancia para potenciar las diferentes ciudades que posee el país, siendo así una necesidad de crear un servicio de excelencia en los hoteles del cual se logra mediante la capacitación de sus empleados.

El reconocimiento de la ciudad como un destino único en la región y del mundo lo consolida como un destino único en la región y del mundo, se evidencia los esfuerzos realizados en pro de la conservación y cuidado de la naturaleza como lo es el Hotel Oro Verde Guayaquil, Hotel Líder de Ecuador.

La calidad de servicios en mejora de la ciudad para fortalecer la planta hotelera ya que la economía tendrá un crecimiento debido a la demanda de turistas satisfechos con los servicios brindados. Promocionando testimonios vividos dentro de uno de los hoteles los cuales llenaron sus expectativas y salieron complacidos gracias a la comodidad.

## **Cuenca**

Este sistema se acopla perfectamente, en la obtención del costo por servicios en las tres secciones según nuestro caso práctico (Hospedaje, Restaurante y Bar), permitiendo de esta manera obtener los costos reales, consiguiendo la información sobre la situación real de la empresa y de esta manera poder aportar con criterios favorables para un mejor desempeño en sus actividades, alcanzando la finalidad de dicho trabajo (García & Morocho, 2010).



## **Manta**

En la ciudad de Manta se puede apreciar servicios hoteleros de gran calidad como el Hotel Balandra que fue elegido como el cuarto mejor de Ecuador según los visitantes de Tripadvisor. Balandra está en la playa del murciélago una de las zonas más importantes de la ciudad, este lugar ofrece la posibilidad de que sus visitantes se hospeden por viajes de negocios, de turismo, en familia y en pareja.

Se encuentra ubicado a 100 metros de la playa y cuenta con habitaciones múltiples, dobles y familiares, cada una de ellas cuenta con televisión satelital, caja fuerte y agua caliente. Una reservación en este hotel cuesta alrededor de USD 120 la habitación más simple, pero es importante estar pendiente del cupo en el hotel, sobre todo entre diciembre y enero – julio y agosto que son temporadas de alta demanda.

(<http://www.elcomercio.com/tendencias/cinco-mejores-hoteles-ecuador-segun.html>).

### **1.2.3. Contexto Local.**

## **Quevedo**

En estos últimos años Quevedo ha experimentado un crecimiento hotelero de gran importancia, debido a la capacidad de inversión con la que visualizan los empresarios de todas partes del país, por lo tanto, existen personas que han decidido invertir en este tipo de negocios, apostando que Quevedo es un lugar privilegiado para construir o administrar un hotel y brindarles a los visitantes los mejores servicios. Considerando que el sector hotelero aporta de manera significativa al progreso de la ciudad por la generación de consumo interno y externo, aún más cuando son los días festivos.

El cantón Quevedo, a través de la entrevista a administradores, la que sirvió para determinar los servicios y números de plazas de los establecimientos, para el análisis de la calidad del servicio prestado por los hostales, obteniendo como resultados que

las expectativas de los huéspedes superan las percepciones recibidas por parte de los establecimientos, con dicha información se propone recomendaciones para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los huéspedes. (Pilay & Roxana, 2015)

## **Babahoyo**

En la ciudad de Babahoyo se promueven servicios hoteleros que están, orientados a satisfacer de manera correcta, adecuada y a completa las exigencias de los turistas que se dan cita en la capital Fluminense.

Teniendo en cuenta que el sector hotelero ecuatoriano se había caracterizado hace algunos años por un crecimiento sostenido basado en las campañas promovidas desde el gobierno central enfocados principalmente en la diversidad cultural y de ecosistemas que presenta el Ecuador y representativamente en las Provincias ofertando lo que cada ciudad ofrece como destino turístico(Quisiguina C. , 2016).

Gracias al turismo hemos podido obtener mayores ingresos para el país puesto que extranjeros son los que más visitan nuestro territorio año a año para deslumbrarse luego de conocer todos y cada uno de los atractivos que posee la Provincia de Los Ríos, y porque no nombrar también a nuestra gente ecuatoriana que a pesar de vivir en este bello país no lo conoce al máximo ni en su totalidad.

Este contexto nos permite establecer alternativas que sean factibles para evitar que el sector caiga en una crisis financiera y que las fracciones menos afectadas de la industria mantengan niveles de rendimientos económicos saludables.

#### **1.2.4. Contexto Institucional.**

Dada la línea metodológica de la Universidad Técnica de Babahoyo, se desarrollará el presente trabajo investigativo que tiene como finalidad recabar información sobre los servicios hoteleros y la afluencia de turistas de la ciudad de Babahoyo.

Se tomó en cuenta el lineamiento de la carrera, mismo que describe la planificación y gestión turística sustentable, se pretende alcanzar un alto grado de rentabilidad en los servicios hoteleros mediante la afluencia de turistas de la Ciudad de Babahoyo.

De la misma manera se describe la sub-línea de la carrera de Hotelería Turismo en la Universidad Técnica de Babahoyo que se describe como el análisis de la demanda turística, adaptándose con lineamientos de la carrera dados por la universidad.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.**

En el proceso del desarrollo del turismo interviene la planta hotelera como una de las bases fundamentales para ganar competitividad con el resto de lugares turísticos, los servicios que presentan deben ser de calidad y conformidad del visitante, los cuales se toman en cuenta para analizar el problema que ocasiona el limitado servicio hotelero de la ciudad de Babahoyo.

Se debe establecer nuevas habilidades para mejorar los conocimientos en los servicios hoteleros y la afluencia de turista de la ciudad de Babahoyo, dentro de los estudios de analizados en el sector, se analizan las diferentes situaciones para recrear las actividades y potencializar el turismo dentro de la ciudad y sus alrededores.

Sí, no se toman las acciones necesarias, la inadecuada calidad de servicios hoteleros de la ciudad de Babahoyo va a seguir afectando su desarrollo turístico y económico, también impactará en la afluencia de personas tanto locales como extranjeros, lo que ocasionaría que la Ciudad vaya siendo rezagada en el turismo, perdiendo por lo tanto su posición privilegiada en el desarrollo del país, mismo que desde su plan de gobierno ha sido potenciar todos los lugares turísticos para atraer la visita de personas nacionales y extranjeras.

#### **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

##### **1.4.1. Problema general.**

Limitados servicios hoteleros y la escasa afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo.

##### **1.4.2. Subproblemas o derivados.**

¿De qué manera se establece los servicios hoteleros y la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo?

¿Cómo se pretende mejorar los servicios hoteleros y la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo?

¿Cómo influye el talento humano en los servicios hoteleros en el marketing turístico en la ciudad de Babahoyo?

¿Cómo están establecidos los servicios hoteleros dentro de la ciudad de Babahoyo?

## 1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación referente. A los servicios hoteleros y la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo, se encontrará delimitada de la siguiente forma:

<b>Área:</b>	Servicios hoteleros y la afluencia de turista
<b>Espacio demográfico</b>	Turistas, autoridades, personas del orden turístico
<b>Delineamiento espacial:</b>	Se desarrollará en la ciudad de Babahoyo
<b>Delineamiento temporal:</b>	Período 2017

## 1.6. JUSTIFICACIÓN.

En el presente trabajo de investigación se puede constatar bajo la información recopilada de los diferentes hoteles de la ciudad de Babahoyo, los mismos cuentan con servicios hoteleros que los turistas consideran como muy básicos provocando como resultado la gran cantidad de turistas insatisfechos debido a que se le da poca importancia a este tipo de problema ya que se generan malestares entre los turistas que nos visitan.

La principal finalidad es buscar nuevas formas de brindar servicios hoteleros que atiendan la necesidad del turista, tomando acciones que lleven de la mano al crecimiento en materia de recursos humanos e infraestructura para generar mayor afluencia de turistas. Por medio de los procesos que se forja desde el recibimiento que se les da a los turistas que asisten a la ciudad de Babahoyo en donde juegan un papel decisivo en la formación de cada una de los ciudadanos de la urbe.

Dentro de lo analizado se puede prever que existen sectores que se ven beneficiados de manera discreta por la desatención en la reestructuración de los servicios hoteleros presentados actualmente es la gran afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo, los cuales adquieren un servicio hotelero que no es correspondiente o acorde a sus necesidades y expectativas tomando en cuenta que dicha afluencia incrementará en la ciudad.

Por esta razón es prioridad indagar sobre los puntos estratégicos de la ciudad para que tengan una mejor perspectiva sobre las actividades que se desarrollan dentro de la ciudad y los servicios hoteleros que se prestan en cada uno de los hoteles.

Es de gran importancia realizar el análisis concreto y eficaz para evidenciar como está influenciando el limitado servicio hotelero, en el desarrollo del turismo con la llegada del turista a la ciudad de Babahoyo a sus determinadas actividades los lleva a la necesidad de hospedarse en los hoteles de la ciudad para lo cual se deben brindar y ofrecer los mejores servicios de calidad, esto hará que los turistas puedan dar una buena referencia sobre los servicios hoteleros que se brindan en la ciudad de Babahoyo.

## **1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **1.7.1. Objetivo general.**

Fomentar una reestructuración en los servicios hoteleros ofertados en la ciudad de Babahoyo garantizando su calidad para generar mayor afluencia de turistas.

### **1.7.2. Objetivos específicos.**

- Determinar el impacto que poseen los servicios turísticos de calidad en la afluencia de turista para la ciudad de Babahoyo.

- Identificar estrategias mediante los servicios hoteleros de calidad para generar una mayor afluencia de los turistas que visitan a la ciudad de Babahoyo.
- Analizar las diferentes actividades que mejorarán los servicios hoteleros en la ciudad de Babahoyo para garantizar la satisfacción de los turistas.

## **CAPITULO II MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

### **2.1.MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.1. Marco conceptual**

##### **Calidad de atención**

(BCE & Mcdaniel, 2009) En el desarrollo del proyecto se ha podido evidenciar que el turismo es una de las grandes fortalezas que tiene ciertos países que potencia sus atractivos turísticos a las personas o grupos de personas que gustan de realizar viajes para visitarlos.

(SALAZAR, 2016) Con esto podemos determinar que la industria del turismo es realmente una fuente de ingresos económicos de alta rentabilidad, claro está siempre y cuando sea explotado de la manera más conveniente tomando en cuenta todos los aspectos relacionados a la misma.

La calidad de atención debe ser un elemento primordial dentro de los servicios que presta un hotel ya que será la carta de presentación hacia quienes visitan dichos lugares, siendo así tan importante que sea realizado de manera eficiente.

Se puede argumentar que según la calidad de atención que se brinde a los visitantes será la cantidad de turista que se tendrán en los establecimientos hoteleros, debido a que el trato cordial es interpretado como un buen servicio de calidad generando así la confianza de los turistas.



## **Perfil profesional**

(Correyero, 2016), Menciona que los servicios hoteleros con el pasar de los años pronto se constituyeron como una de las principales fuentes de ingresos económico de determinados lugares que se potenciaron como atractivos turísticos, trayendo consigo gran acogida y afluencia de los turistas no solo nacionales sino extranjeros que se daban cita en dichos lugares para disfrutar de todo lo ofertado en los establecimientos adecuados para su recibimiento.

(BCE & Mcdaniel, 2009)El estilo, tamaño y configuración del comedor variará en función de la categoría del hotel, el enclave donde esté situado o el tipo cliente al que va dirigido. En hoteles de lujo y en grandes resorts el diseño del comedor deberá transmitir una imagen de gran impacto, un diseño de alta gama y un tratamiento estético y material exquisito acorde un público de lo más exclusivo.

Es uno de los puntos donde se debe tener en cuenta la calidad de servicios que se desea presentar a los turistas para comodidad y satisfacción en todos los sentidos de los mismos. Los turistas pueden ser un poco exigentes con el perfil que pueda tener el personal por el cual van a ser atendidos durante su estadía en determinado lugar, por ello es de vital importancia que en su gran mayoría el personal tenga un perfil profesional de vasta experiencia y calidad.

## **Talento humano**

“El recurso humano es uno de los principales servicios de calidad que debe poseer el hotel ya que se desarrollan relaciones tanto con clientes como con el resto de trabajadores de los otros departamentos.” (Adillon, 2012)

(Antón, Almeida, Andrade, & Alberdi, 2008) “El servicio hotelero de calidad debe constar con un recurso humano de alta jerarquía y calidez teniendo conocimientos y términos

acordes a su puesto de trabajo teniendo en cuenta que se verá relacionado con diversas clases sociales”.

De la misma manera se puede decir que la primera y última impresión que el turista se lleve del lugar será la que se tramita a través de él hacia las personas, lo que puede ser un factor beneficiario para alentar a muchas más personas visitar aquel lugar que brinda un servicio de calidad.

Como se ha podido ver en las demás variables el recurso humano es un punto de vital importancia para que la afluencia de turistas vaya en aumento puesto que las relaciones con los visitantes deben ser afectivas, tratando siempre de ganar su confianza y empatía.

### **Servicios Hoteleros**

(Sanchez, 2016)“Servicios hoteleros han existido desde tiempos remotos, ya que el hombre desde siempre ha visto la necesidad de trasladarse de un lugar a otro, por lo que necesitaba de lugares donde poder alimentarse y poder pernoctar.”

(Arboleda, 2016)“Con el paso del tiempo los servicios hoteleros fueron ganando terreno creándose lugares o establecimientos exclusivos para viajeros que se dedican principalmente a la comercialización de productos.”

Servicios hoteleros fueron creados y se fueron evolucionando con el tiempo debido a que las familias de mayor poderío económico en el mundo comenzaron a realizar viajes turísticos a diferentes partes del mundo.

Se deben ir evolucionando como se ha hecho a lo largo del tiempo, acoplándose a mejoras y tecnologías, todo con el único objetivo de brindarle al turista un servicio de calidad y a satisfacción de sus expectativas.

### **Sistema Turístico**

(Boullón) “El sistema turístico es el proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y, hasta cierto punto, localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado, manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango en base a demanda y oferta del producto o servicio”.

(Cordero) “La comunidad receptora se ha considerado un elemento esencial en el sistema turístico. Aunque su incorporación en los procesos de planificación y gestión turística es frecuentemente mínima, su importancia radica en el apoyo u obstaculización al desarrollo turístico. En este sentido, la presente obra busca enfatizar la importancia de incorporar la comunidad local en dichos procesos”

El sistema turístico se maneja en base a la demanda y oferta de servicio y en este caso los servicios hoteleros de mi investigación que se les ofrece al turista y que es lo que el turista busca en el momento que llega a un hotel dentro del servicio de alojamiento desde la llegada su estadía hasta verificar su satisfacción en la salida

### **Marketing turístico**

(BCE & Mcdaniel, 2009)El Plan presentado cubrirá la estrategia para los mercados nacionales e internacionales, donde nuestro país buscará posicionarse en los mercados turísticos, incrementando la cantidad de visitantes extranjeros.

(Benitez del Rosario, 2010)El Plan Marketing Internacional, es un plan que permite orientar una estrategia de mercadeo y de promoción a nivel del turismo interno.

El marketing turístico sirve para poder posesionar ciertos lugares de atracción turística donde se ofertan servicios hoteleros de gran calidad tanto en infraestructura como en la calidad de recursos humanos.

Juega un importantísimo papel para dar a conocer el lugar o atractivo turístico, luego de ello se centra en la atención del mismo atrayéndolo con diferentes servicios ofrecidos para mantenerlos expectantes y satisfechos en todos los servicios presentados.

### **Promoción turística**

(Capella, 2015)Atraer el turismo nacional a la ciudad de Quito y promover la oferta de productos y servicios, no solo los atractivos ya conocidos si no muchos otros que faltan por conocer.

(BCE & Mcdaniel, 2009) Para reforzar el posicionamiento del Ecuador como destino turístico de clase mundial, el Ministerio de Turismo, intensificará sus estrategias de promoción en estos últimos meses, con la participación en importantes ferias turísticas y eventos de promoción en el país.

Gran parte de los grupos de personas que gustaban de realizar visitas eran cada vez más exigentes con quienes ofertaban los servicios hoteleros, trayendo consigo la necesidad de ir implementando nuevas y mejores tecnologías hasta el punto de satisfacer en todos los aspectos a los visitantes. Se la puede realizar de diversas maneras y categorías, llegando siempre al único objetivo de atraer al turista a disfrutar de los servicios que se brindan en determinados lugares que se han esmerado en presentar los mejores servicios hoteleros.

## **Atractivo turístico**

(BCE & Mcdaniel, 2009)“Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.”

(Capella, 2015) “En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos.”

El atractivo turístico es el instrumento mediante el cual las personas elegirán sitios que sean ricos culturalmente y esto dependerá en gran manera a los servicios hoteleros prestados durante su estadía. Puede ser de manera natural o artificial, pero su aprovechamiento debe ser esencial para la generación de afluencia de turistas a lugares que se han potenciado para concentrar una buena cantidad de personas y disfruten de sus instalaciones.

## **Afluencia de turistas**

(Capella, 2015), “Menciona que la afluencia de personas de diversas partes del mundo a determinados lugares siempre ha sido un negocio rentable para quienes han sido capaces de adaptar su entorno a las exigencias de dichos visitantes.”

(Benitez, 2010)La afluencia de personas generó un impacto tan positivo en estos lugares con atractivo turísticos, que pronto se empezaron a generar más lugares con prestigio de ofrecer servicios de calidad para quienes visitaran sus localidades, dicho esto comenzó el intercambio de mejoras continuas por llamar la atención de los grupos de familias que pueden visitar y generar réditos económicos en los establecimientos.

La afluencia de turista es la parte más esencial del turismo ya que son quienes proporcionan la rentabilidad económica dentro de los atractivos turísticos que se generan en

un determinado lugar. Es el conglomerado que se concentra en lugares que han sido promociones previamente y se ha escogido para poder disfrutar de los servicios presentados mediante técnicas de marketing y promociones, que se han elaborado de tal manera, los turistas de todas partes lleguen a sus instalaciones.

## **2.1.2. Marco teórico referencial sobre la problemática de investigación.**

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos.**

Según (Rios Carranza, 2014)Universidad Estatal de Milagro, Tema: “Análisis de la calidad de servicios hoteleros en la Ciudad de Milagro”; El turismo como industria económica es un sector que va en auge cada vez más con mayor intensidad y se encuentra latente en la economía del país que desarrolla sus puntos estratégicos de turismo, y para muchos es fuente generadora de empleo, ingresos y desarrollo tanto social, demográfico e infraestructura.

Pero como toda industria posee puntos donde se desmejora la propuesta de los sitios turísticos, la mala calidad en los servicios hoteleros, así como la inadecuada y poco innovadora infraestructura de estos establecimientos que por años siguen teniendo el mismo concepto de turismo.

En los últimos años la actividad turística ha aumentado significativamente en muchas ciudades del país, las personas cada vez se ven motivadas a viajar para conocer más de la cultura de los pueblos, la afluencia turística según estadísticas está en un auge tremendo, por lo que se debe aprovechar su momento.

(Arboleda, 2016)Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Tema: “La Calidad del Servicio Hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente”, En los últimos años, la cadena hotelera en Ecuador ha visto un aumento significativo debido a la afluencia masiva de turistas que han llegado a la capacidad de realizar viajes para visitar culturas y visitar sitios de interés.

Debido a esto grandes estas cadenas internacionales e inversionistas nacionales se encuentran apostando por Ecuador como un destino privilegiado para construir o administrar un hotel y brindar a los huéspedes el mejor de los servicios.

Pero para que esta afluencia de turistas que va en aumento este satisfecho con los servicios prestados, la industria hotelera está en la necesidad de mejorar sus servicios para poder desarrollarse en un ambiente competitivo y creciente en el ámbito turístico.

De esta manera pueda mantener relaciones a largo plazo con los clientes y a su vez satisfacer las necesidades provocando el cumplimiento de las expectativas y exigencias de cada uno.

(villegas, 2009) Universidad Nacional de Chimborazo, Tema:“Gestión Turística Y Hotelera”, En el medio actual, lograr que el turista tenga una satisfacción total es un requisito indispensable, quizás uno de los objetivo y metas a cumplirse con obligatoriedad si se desea continuar con un incremento de la afluencia de turistas en determinados sectores turísticos.

Por tal motivo los servicios no deben ser orientados solo a realizar cosas básicas, todo depende de la situación en que se desenvuelvan todos quienes integran el servicio hotelero desde la recepcionista brindando facilidades y atención muy notorias.

Todos los involucrados deberían conocer sobre los beneficios de brindar un servicio de calidad, ya que la industria hotelera es una fuente muy grande de empleo, y en la economía de un determinado sitio ya que trae un crecimiento económico y social a grandes escalas si es explotado de la mejor manera.

(Torres Suica, 2014) Universidad Nacional de Chimborazo, Tema: “Administración Turística Sostenible”, Los servicios no consisten en elementos físicos, que puedan ser percibidos por el consumidor mediante los sentidos, sino que son percibidos como una experiencia por lo que se transforma en una fuente que no se puede evaluar los servicios exclusivo la interacción entre consumidor y productor del servicio.

La satisfacción del cliente no tiene solo que ver con una persona encargada del lugar, sino depende de quienes conforman el espacio donde se encuentra el visitante, también se deben tomar en cuenta elementos relacionados con el buen trato la cortesía, el respeto.

El Turista puede llegar al establecimiento a través de intermediarios y siempre debe primar en esta relación la cortesía y el respeto. Incluso en muchos escenarios el turista o cliente siempre debe sentirse apreciado por quien es atendido, los mensajes que son dirigidos al turista deben ser concebidos desde el punto de vista de que van dirigidos a seres humanos y que este debe llegar mostrando hacían ellos la mayor humanización posible del proceso, no como la utilización fría de un recurso informático.

(Zambrano Camacho, 2015) Universidad Católica, Tema: “Magister en Administración de Empresas”, La organización debe a través de su dirección establecer las líneas de mando o jerarquía, así como sus respectivas funciones según el grado de responsabilidad y autoridad. Para que ésta y otras funciones se cumplan, las empresas hoteleras como cualquier empresa necesitan un camino a seguir que les permita alcanzar un objetivo específico alineado a su visión y misión. La administración les permite a los directivos lograrlo mediante las funciones de planificar, coordinar y controlar.



Toda organización se maneja de forma diferente según su estructura, por lo que no se puede dar una técnica específica para la planificación. Lo primordial es saber cuál es la meta que persigue la organización.

(González Pastor, 2009), Universidad de Valladolid, Tema: “Gestión de Turismo”, La calidad en los servicios está vinculada a la noción del nivel de satisfacción del cliente. De este modo, el concepto de calidad objetiva evoluciona a calidad subjetiva, de tal modo, que “la calidad existe en la mente del cliente”.

La calidad se extiende a todos los ámbitos de la empresa, no se considera sólo una característica de los productos y servicios, sino que alcanza el nivel de estrategia global de la empresa. La calidad se convierte en “calidad total” ya que abarca no sólo a los productos y servicios, sino a los recursos humanos, a los procesos, a la organización, a los medios productivos, etc. Es un concepto que engloba e involucra a toda la empresa, donde la alta dirección debe tomar un papel de líder activo motivando a las personas para la obtención de los objetivos fijados.

(Santoma Vicens, 2011) Universidad Ramon Llull, Tema: “Gestión Empresarial”, En el ámbito económico, el sector hotelero disfruta de una notable relevancia, por su contribución a la generación de empleo y por los efectos indirectos que tiene en su entorno.

En efecto, la presencia de un hotel en una determinada zona permite impulsar el desarrollo de actividades complementarias, mejorar la renta de los habitantes en las áreas turísticas de influencia y revitalizar una serie de actividades que, sin la figura del hotel y del sector turístico, podrían desaparecer.

Por lo cual se propone aportar conocimiento al respecto. La evolución del sector hotelero desde sus primeros pasos en la economía española es positiva, pero hoy aparecen una serie de elementos que hacen necesario estudiar las estrategias de desarrollo futuras.

(Benitez, 2010), Universidad de Las Palmas De Gran Canaria, Tema: “Economía y Dirección de Empresas”, El turismo es el principal motor de la economía en diversas partes del mundo y, por lo tanto, se puede afirmar que constituye un sector estratégico, para lograr un desarrollo sostenible que garantice a los residentes de los lugares donde se desarrolla un escenario turístico un bienestar adecuado.

El turismo se ha estudiado desde diferentes vertientes y, en los últimos años, se observa que el análisis del mismo se ha intensificado, ya que son múltiples profesionales que se han dedicado al estudio del turismo como una rentabilidad económica efectiva no solo para los determinados lugares potenciados como turísticos sino de todo el país.

El turismo es un fenómeno multidisciplinar y complejo, dónde la aparición de destinos turísticos alternativos, en un momento de crisis como el actual, hace más necesario que los agentes económicos implicados dispongan de herramientas de análisis adecuadas para analizar la calidad de servicio, factor clave para desarrollar estrategias que redunden en incrementar la competitividad del destino turístico.

(Ventura Saucedo, 2009) Instituto Politecnico Nacional, Tema: “Administración de negocios”, El turista que va a realizar sus viajes de vacaciones se preocupa en gran medida sobre el establecimiento donde podrá ir a disfrutar de estos días, por cuanto espera que el servicio hotelero prestado sea óptimo, acorde a sus condiciones o incluso supere sus expectativas.

Estas son una de las razones importantísimas dentro de la industria hotelera que se debe tomar en cuenta, que el turista es una persona con exigencias, que muchas veces no son tan notorias, y se debe ir innovando y buscando mejoras continuas para mantener a los visitantes satisfechos.

(Daza Higuera, 2008), Universidad Libre Colombia, Tema: “Gestión de calidad de servicios hoteleros”, En el ámbito mundial y en el contexto de la globalización, la calidad del servicio cada día cobra mayor relevancia pues si se maneja en forma adecuada hace que las organizaciones logren ventajas competitivas que les generan un valor agregado incalculable para las mismas; además las acciones de fidelización orientadas a incrementar la lealtad de los clientes muestran que aún hoy los esfuerzos realizados por los hoteleros no han sido suficientes para consolidar la competitividad del sector.

En lo que hace referencia a la calidad en los servicios y la percepción que tienen los clientes frente a la misma, se puede hablar de valores, necesidades y expectativas de los consumidores que se reconocen, por ejemplo, cuando varias personas son sometidas a los mismos estímulos de servicio, pero con respuestas diferentes.

De acuerdo a lo investigado en el presente proyecto se pudo determinar que el Cantón Babahoyo es una de las ciudades en la Provincia de Los Ríos con gran potencial turístico, con una gran afluencia de turistas en todos los lugares que son de atractivo turístico.

Pero dicho esto no ha sido explotado en la mejor manera posible, y todo esto se ha podido evidenciar una las grandes falencias en el medio que es los pobres servicios hoteleros ofertados por los hoteles que se encuentran en la ciudad.

Evidenciar como está influenciando el limitado servicio hotelero, en el desarrollo del turismo ya que con llegada del turista a la ciudad de Babahoyo a sus determinadas actividades los lleva a la necesidad de hospedarse en los hoteles de la ciudad para lo cual debemos brindar y ofrecer los mejores servicios de calidad y confort al turista.

Este auge está posicionando a la Ciudad como un nuevo destino mundial del turismo convencional, pero también conlleva el desarrollo del turismo comunitario de características propias, con identidad ecuatoriana, producción de artesanías tradicionales, gastronomía

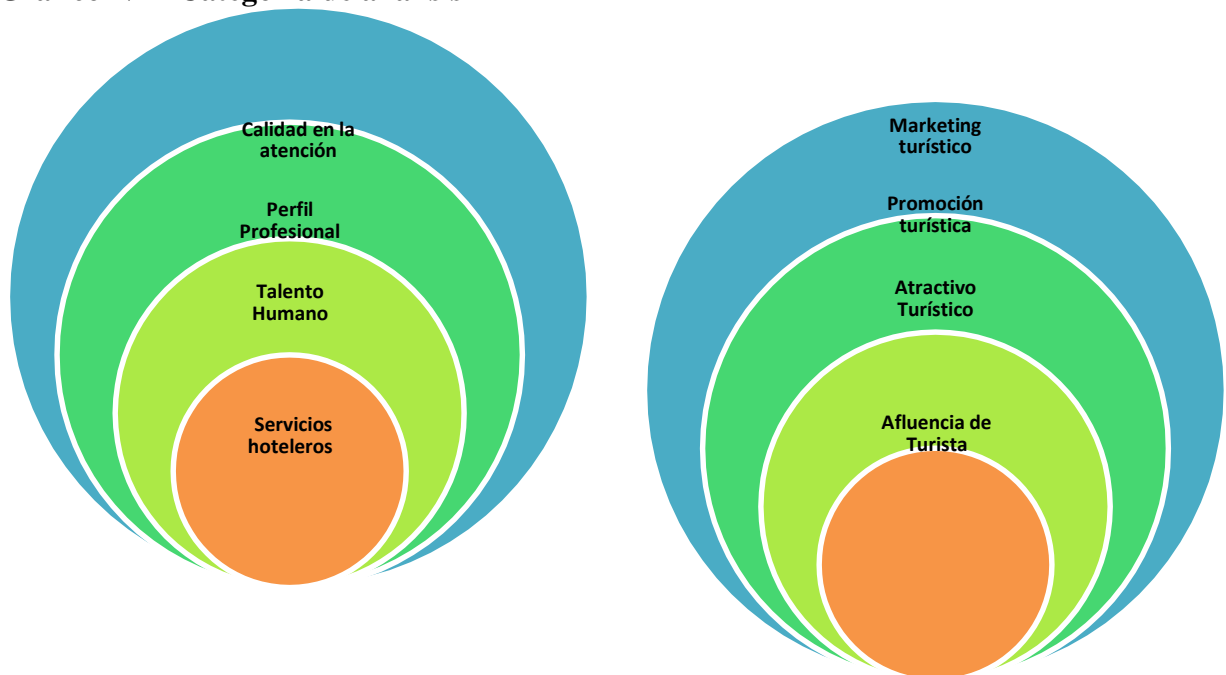
auténtica que se pone en valor, así como los ‘resort’ ecológicos que combinan el cuidado de la naturaleza con el enfoque empresarial que le da sostenibilidad.

Al hablar de hotelería de proyectos, lo primero que se debe tomar en cuenta son el inversionista, la marca y los operadores de hoteles. En ese orden, los hoteles se han ido adaptando a las necesidades de cada nicho de mercado.

Uno de los principales factores a tomar en cuenta es la globalización y las nuevas tecnologías de información que han incrementado las exigencias del cliente.

### 2.1.2.1. Categoría de análisis.

Gráfico N° 1 Categoría de análisis



### **2.1.3. Postura teórica**

De acuerdo a lo investigado y citado en el desarrollo del proyecto se ha podido evidenciar que el turismo es una de las grandes fortalezas que tiene ciertos países que potencia sus atractivos turísticos a las personas o grupos de personas que gustan de realizar viajes para visitarlos.

Con esto podemos determinar que la industria del turismo es realmente una fuente de ingresos económicos de alta rentabilidad, claro está siempre y cuando sea explotado de la manera más conveniente tomando en cuenta todos los aspectos relacionados a la misma. Siendo así uno de los factores con mayor relevancia los servicios hoteleros prestados al visitante al momento de realizar turismo en determinado punto de atractivo.

Se puede considerar el servicio turístico como un fenómeno social que ha sido llevado a lo largos de los años a ser una de las actividades económica de mayor rentabilidad en el mundo. Siendo aprovechada así por varios sectores de la sociedad que ha sabido innovarse para generar en los turistas un atractivo el cual se ve reflejado en el desarrollo social, humano y de infraestructura.

El turismo ha existido desde tiempos remotos y como hemos estudiado ha ido avanzando hasta alcanzar la satisfacción del turista quien es el principal medio por el cual se desarrollan diversas actividades de innovación. La disposición de información sobre las distintas actividades que se desarrollan durante el proceso productivo y la capacidad de realizarlas a cabalidad además de la verificación de la disponibilidad de las instalaciones para desarrollarlas, es importante por cuanto serán actividades llevadas a cabo con eficiencia.

Según el Plan 2020 propuesto por el gobierno nacional dice: “El potencial turístico en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y

riqueza natural. De acuerdo a un estudio sobre competitividad de Ecuador, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes”.

Además de acuerdos a uno de los objetivos del buen vivir:

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Se puede decir que el servicio hotelero puede abrir puertas relacionadas a la cultura de la ciudad de Babahoyo.

Según los objetivos del desarrollo sostenible se pueden citar varios objetivos que tienen acogida y similitud con el desarrollo de las variables del presente proyecto entre los cuales citamos los siguientes.

“Educación de calidad”, conviene decir que con este objetivo se puede identificar que para lograr servicios hoteleros de calidad, el recurso humano debe poseer una educación acorde.

La afluencia de turista depende en gran manera de los servicios hoteleros prestados por ende se debe innovar dicho servicio cumpliendo así otro de los objetivos del desarrollo sostenible objetivo #9 “Industria innovadora”.

Según el objetivo #11 “ Ciudades y comunidad sostenible” la ciudad de Babahoyo cuenta con un potencial adecuado para poder ser un atractivo para los turistas nacionales y extranjeros.

“alianzas para lograr los objetivos” Se deben entablar relaciones entre los diferentes actores que determinan el desarrollo turístico en la ciudad de Babahoyo para fortalecer la afluencia de turistas.

El principal Objetivo de la OMT “es reunir al sector para compartir prácticas idóneas y encontrar posturas comunes sobre temas tales como la calidad de los hoteles, la distribución o las principales tendencias de consumo” (OMT ,2012)

La calidad de los servicios hoteleros dependerá en gran manera de las relaciones que se establezcan entre las entidades que se relacionan con la promoción turística directas e indirectamente tal como lo establece la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, estas relaciones deben estar dirigidas hacia nuevos y mejores innovaciones para el atractivo turístico de la ciudad.

## **2.2.HIPOTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis general**

La reestructuración en la calidad de los servicios hoteleros mejorará la afluencia de turistas.

### **2.2.2. Subhipótesis o derivadas**

- La afluencia de turistas representará un incremento con la mejoría de los servicios hoteleros presentados.
- Turistas con mejores expectativas con respecto a la visita a lugares turísticos en la ciudad.
- Desarrollo social, humano y de infraestructura en la generación de servicios hoteleros de calidad.

- Si se elaborará un plan de restructuración se mejorará la atención al cliente y se incrementará el ingreso económico de la ciudad de Babahoyo.

### **2.2.3. Variables.**

**Variable dependiente:** Servicios hoteleros

**Variable Independiente:** Afluencia de turista



## CAPITULO III.- RESULTADO DE LA INVESTIGACION

### 3.1 RESULTADO OBTENIDO DE LA INVESTIGACION

#### 3.1.1 Prueba estadística aplicada

Tabla N° 1 Prueba estadística aplicada

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
Autoridades de turismo	<b>100</b>	<b>28</b>
Turistas	<b>400</b>	<b>190</b>
Personal del orden turístico	<b>200</b>	<b>30</b>
<b>Total</b>	<b>700</b>	<b>248</b>

## ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

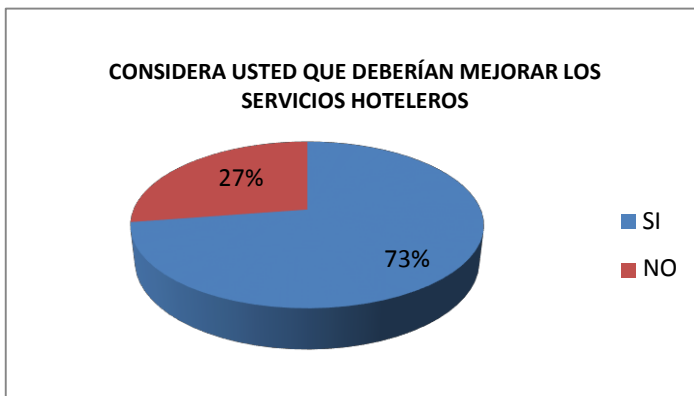
### 2 CONSIDERA USTED QUE DEBERÍAN MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS.

Tabla N° 2 Servicios hoteleros

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	180	73%
2	NO	68	27%
TOTAL		248	100%

Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga

Gráfico N° 2 Servicios hoteleros



## ANALISIS

Según los encuestados opinan con el 73% que si mejorarían su servicio hotelero y en menor porcentaje con el 27% establecen que se debería mejorar los servicios hoteleros.

## INTERPRETACIÓN

Lo que se ha podido establecer las diferentes actividades realizadas en los servicios hoteleros que van a permitir en mejorar la atención de los diferentes turistas que asisten a la ciudad de Babahoyo con el propósito de visitar sus sitios atractivos.

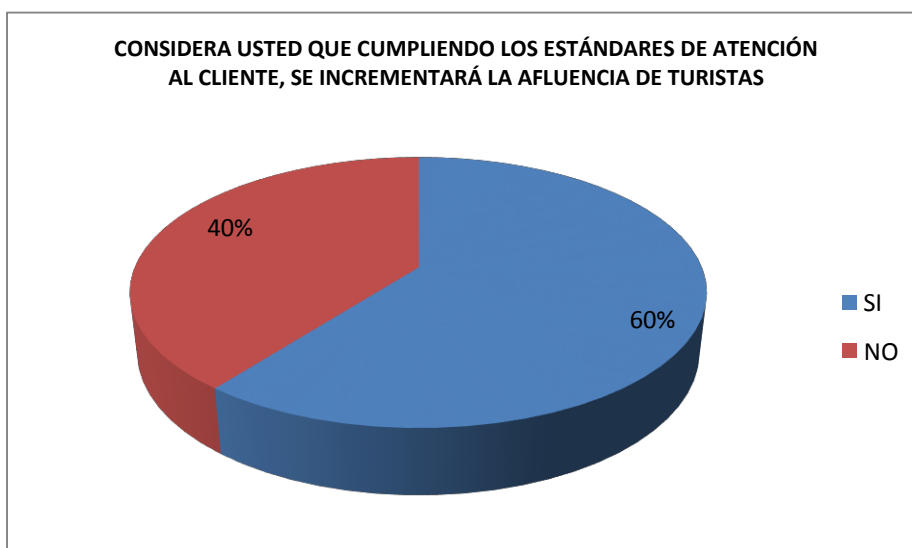
**6. CONSIDERA USTED QUE CUMPLIENDO LOS ESTÁNDARES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, SE INCREMENTARÁ LA AFLUENCIA DE TURISTAS**

**Tabla N° 3 Estándares de atención**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	150	60%
2	NO	98	40%
TOTAL		248	100%

**Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga**

**Gráfico N° 3 Estándares de atención**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 60% que el si considera que, cumpliendo los estándares de atención al cliente, se incrementará la afluencia de turistas y en menor porcentaje con el 40% que no necesitan mejorar la atención al cliente.

**INTERPRETACIÓN**

Por medio de un nicho de mercado se pretende establecer nuevas actividades para mejorar la atención a los clientes que visitan a la ciudad de Babahoyo.

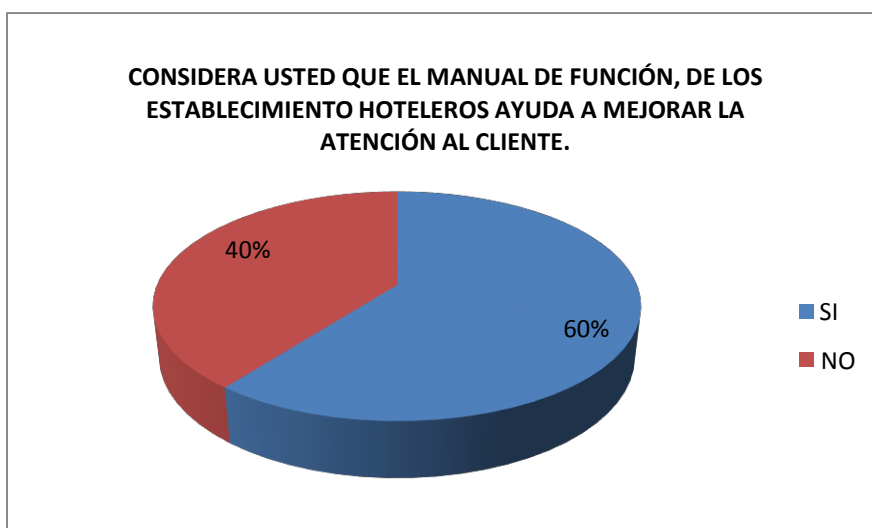
**10. CONSIDERA USTED QUE EL MANUAL DE FUNCIÓN, DE LOS ESTABLECIMIENTO HOTELEROS AYUDA A MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.**

**Tabla N° 4 Atención al cliente**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	150	60%
2	NO	98	40%
TOTAL		248	100%

**Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga**

**Gráfico N° 4 Atención al cliente**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 60% que el si considera que el manual de funciones es mejorar el servicio hotelero y en menor porcentaje con el 40% que no necesitan manual de funciones.

**INTERPRETACIÓN**

El manual de funciones es de mucha importancia dentro de los servicios hoteleros para que ellos tengan conocimientos cuales son las reglas o reglamentos importantes para que se sientan contentos los turistas que asisten a la ciudad de Babahoyo.

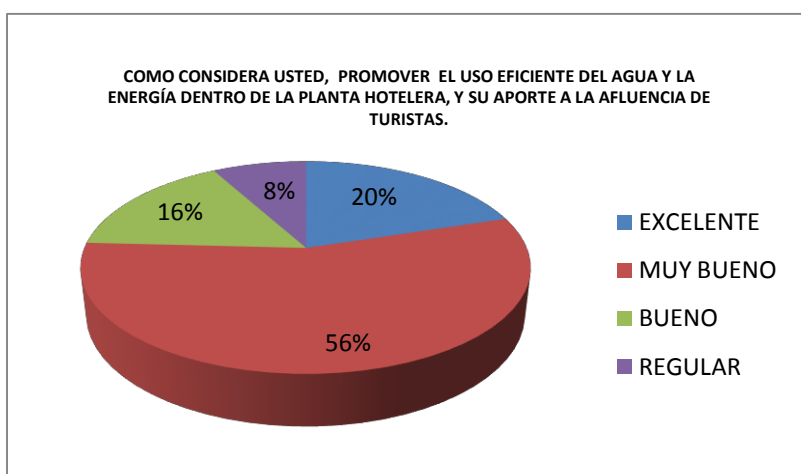
## 12. COMO CONSIDERA USTED, PROMOVER EL USO EFICIENTE DEL AGUA Y LA ENERGÍA DENTRO DE LA PLANTA HOTELERA, Y SU APORTE A LA AFLUENCIA DE TURISTAS.

**Tabla N° 5 Afluencia de turistas**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	EXCELENTE	50	20%
2	MUY BUENO	138	56%
3	BUENO	40	16%
4	REGULAR	20	8%
TOTAL		248	100%

**Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga**

**Gráfico N° 5 Afluencia de turistas**



### **ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 56% de la planta hotelera es muy bueno, 20% es excelente, 16% bueno y en menor porcentaje con un 8% la calificación es regular.

### **INTERPRETACIÓN**

Se pretende mejorar la afluencia de turista por medio del uso respectivo del agua y la energía por medio de la planta hotelera dentro de las actividades a desarrollarse

## 3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

### 3.2.1 Especifica

- Si se determinó con la investigación realizada que los servicios turísticos poseen un impacto positivo para el desarrollo del turismo posteriormente la afluencia de turistas lógicamente enmarcándonos en nuestra base central que son los servicios hoteleros, hacemos mención que la prestación de servicios dentro de la planta hotelera es clave, para llegar al turista, estos son la carta de presentación y promoción para el ingreso de visitantes a un determinado hotel.
- Se logró identificar estrategias claves de calidad en servicios hoteleros que se brindan a nivel mundial tales como: (1) Tangibilidad: facilidades físicas, equipamientos y apariencia de los colaboradores; (2) Confiabilidad: habilidad de ejecutar el servicio prometido de forma confiable y precisa; (3) Atención: Voluntad de ayudar y prestar una buena atención al consumidor; (4) Garantía (incluye competencia, cortesía, credibilidad y seguridad): conocimiento y cortesía de los colaboradores y su capacidad para inspirar confianza y seguridad; (5) Empatía (incluyendo acceso, comunicación y entendimiento del consumidor): atención personalizada que la empresa ofrece al consumidor. (Monfort Barboza, 2013)
- Se determina que, al contar con un manual de funciones dentro de los establecimientos hoteleros, aportará a la mejora de atención al cliente llegando a cumplir cada una de sus peticiones al momento de adquirir un servicio.
- La presente investigación está marcada en lo servicios hoteleros, y los turistas que ven en buenas maneras el contar con un manual de funciones que va destinado a cada área del hotel trabajando por el bienestar del medio ambiente y de la empresa.

### **3.2.2 General**

Se fomentó una reestructuración de los servicios hoteleros, con la propuesta a realizar dentro del informe final la cual permitirá mostrar una visión diferente a los hoteles de la ciudad, con la finalidad de llenar la expectativa y necesidades esperadas por cada uno de los visitantes y su comodidad cumpliendo con los estándares de calidad de atención al cliente; Posteriormente favoreciendo a los hoteles de la ciudad incrementando el ingreso de turistas.

## **3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1 Especifica**

- Se recomienda que los establecimientos hoteleros realicen un control de trabajo en cada área, y a su vez una selección de visitantes donde especifique si el cliente es de ocio o de negocio, y así tener una habitación destinada con la tecnología adecuada y acorde a las necesidades.
- Se recomienda que todos los miembros que integran la planta hotelera conozcan principios básicos de un sistema de calidad como: Trabajo y participación en equipo buscando la cooperación y aporte en todas las áreas de la empresa, Los líderes son aquellos que establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización, y un enfoque al cliente dado que es el quien califica los servicios.
- Socializar con los clientes las buenas prácticas con las que cuenta el hotel como el uso eficiente del agua la energía y los desechos, para que el cliente sienta el interés y expectativa, en su estadía haciendo uso de los servicios.

- Evaluar periódicamente el uso y cumplimiento del manual de funciones para conocer las fortalezas falencias y debilidades del mismo y así poder hacer las correcciones pertinentes y lograr el resultado esperado

### **3.3.2. General**

Debe haber una incorporación gradual y sostenida a prestadores de servicios turísticos, para los visitantes y autoridades en las acciones de ordenamiento y manejo de buenas prácticas hoteleras para contribuir al mejoramiento en la calidad de los servicios prestados, despertando el interés de cada uno de los visitantes por disfrutar más de la estadía sintiendo el placer y el confort brindado dentro de la planta hotelera



## **CAPITULO IV PROPUESTA DE LA APLICACIÓN**

### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1.1 Alternativa Obtenida**

El presente trabajo es de vital importancia para los servicios hoteleros. Implementar un manual de buenas prácticas hoteleras para que mejore la calidad de atención al cliente, y a su vez actúe como una herramienta de trabajo para los empleados, logrando cumplir cada una de las exigencias y necesidades del cliente.

#### **4.1.2 Alcance de la investigación**

La propuesta es contar con un manual de Buenas Prácticas Hoteleras, destinado a los hoteles de la ciudad de Babahoyo para que trabajen rigiéndose a los pasos y reglas del mismo. Este manual cuenta con una estructura completa de las buenas prácticas que se deben aplicar en el momento de la prestación de cada uno de los servicios hoteleros de las diferentes áreas del hotel mejorando la calidad en la atención logrando la satisfacción del cliente

#### **4.1.3 Aspectos básicos de la alternativa**

Se trabajará en conjunto con el ministerio de turísticos y el sistema turístico que determina que la demanda son los consumidores de servicios en este caso el turista y la oferta que aquella que implica los alojamientos que son empresas hoteleras prestadoras de servicios

#### **4.1.3.1 Antecedentes**

En los hoteles de la ciudad de Babahoyo se brinda limitados servicios hoteleros de manera empírica y es por la necesidad de y es producto de que no exista un manual de función establecido acompañado de buenas prácticas los cuales aportan a mejorar la calidad

#### **4.1.3.2 Justificación**

En el presente trabajo de investigación se puede constatar que bajo la información recopilada en los diferentes hoteles de la ciudad de Babahoyo, son que los mismos que cuentan con servicios hoteleros básicos provocando, como resultado la gran cantidad de turistas insatisfechos debido a que se le da poca importancia en los problema ya que se generan malestares entre los turísticas que nos visitan.

La principal finalidad es buscar nuevas formas de brindar servicios hoteleros que atiendan la necesidad del turista, tomando acciones que lleven de la mano al crecimiento en materia de recursos humanos e infraestructura para generar mayor afluencia de turistas. Por medio de los procesos que se forja desde el recibimiento que se les da a los turistas que asisten a la ciudad de Babahoyo en donde juegan un papel decisivo en la formación de cada una de los ciudadanos de la urbe.

Dentro de lo analizado se puede prever que existen sectores que se ven beneficiados de manera indirecta con la prestación de servicios. Ya que con la reestructuración de los mismos mejoraría la afluencia de turistas a la ciudad de Babahoyo, los cuales buscan recibir servicios hoteleros de calidad que correspondan o acorde a sus necesidades y expectativas tomando en cuenta que dicha afluencia incrementará en la ciudad.

Por esta razón es prioridad indagar sobre los puntos estratégicos de la ciudad para que tengan una mejor perspectiva sobre las actividades que se desarrollan dentro de la ciudad y los servicios hoteleros que se prestan en cada uno de los hoteles.

Es de gran importancia realizar el análisis concreto y eficaz para evidenciar como está influenciando el limitado servicio hotelero, en el desarrollo del turismo con la llegada del turista a la ciudad de Babahoyo a sus determinadas actividades los lleva a la necesidad de hospedarse en los hoteles de la ciudad para lo cual se deben brindar y ofrecer los mejores servicios de calidad y confort al turista, esto hará que los turistas puedan dar una buena referencia sobre los servicios hoteleros que se brindan en la ciudad de Babahoyo.

## **4.2 OBJETIVOS**

### **4.2.1 General**

Potencializar la creación de un Manual de Buenas Prácticas para los establecimientos hoteleros y así cumplir las necesidades del turista que visita la ciudad de Babahoyo

### **4.2.2 Específicos**

- Determinar los temas que se tendrán en cuenta para la utilización del manual
- Mejorar la calidad de los servicios hoteleros de la ciudad de Babahoyo
- Detallar las dimensiones del manual de buenas prácticas hoteleras para las áreas mencionadas

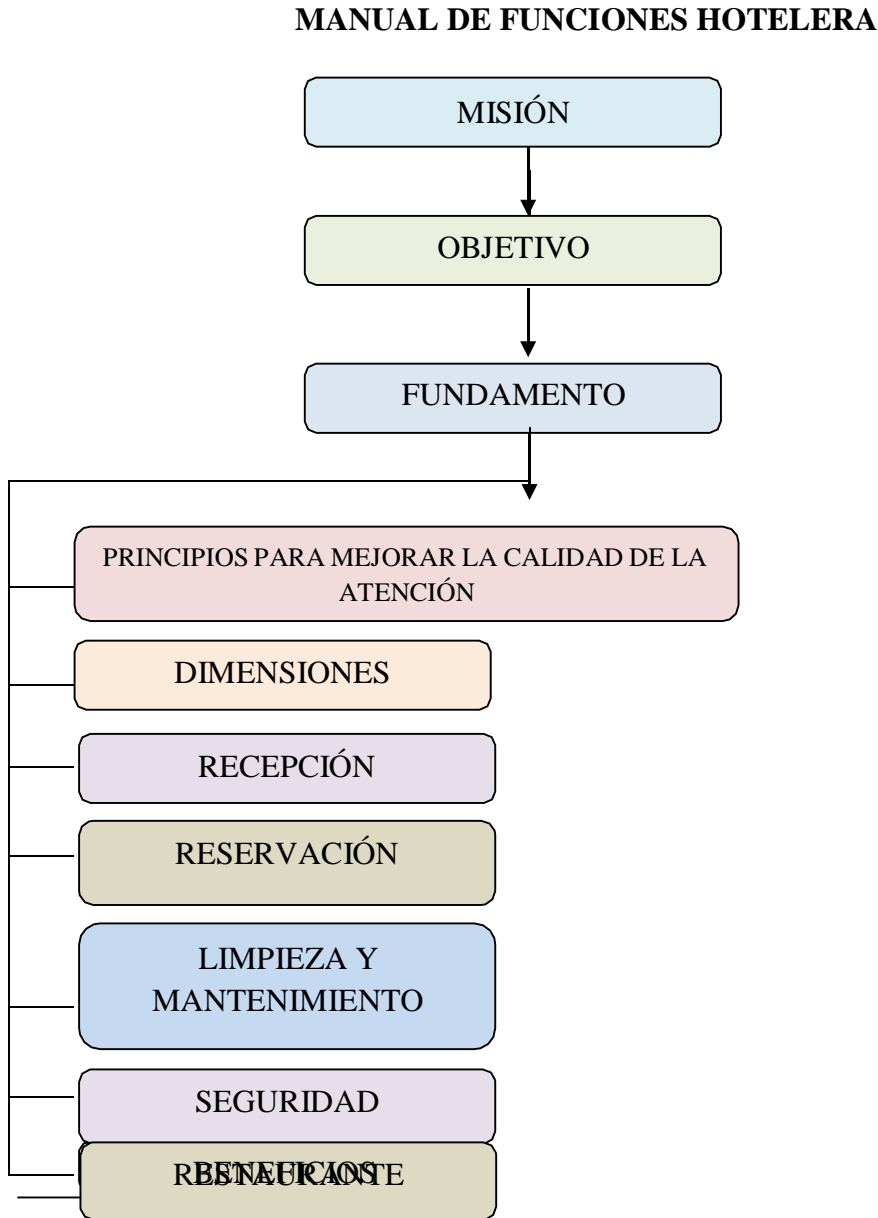
## **4.3 ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1 Titulo**

MANUAL DE FUNCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS HOTELERAS

### 4.3.2. Componentes

Gráfico Nº 6 MANUAL DE FUNCIONES HOTELERAS



### MISIÓN

Una principal: Es que el cliente se sienta cómodo, tranquilo y engreído: La Misión de los servicios hoteleros es lograr convertirse en el refugio del viajero que viene a cumplir su

sueño de conocer el maravilloso clima tropical, gastronomía y la flora y fauna, o del viajero que quiere descansar después de haber concluido sus actividades y negocios.

## **OBJETIVO**

El presente Manual de función de Buenas Prácticas, para Establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo tiene como objetivo orientar a las empresas hoteleras a brindar servicios de calidad. Las Buenas Prácticas representan “formas de hacer” para optimizar los recursos ya sean tangibles y/o intangibles en determinada actividad además contribuirán a la mejora continua de los servicios que se brindan día a día en los establecimientos de hospedaje mediante la estandarización de los mismos. Es decir, aplicando parámetros de calidad en cuanto a la infraestructura y equipamiento como a los servicios en sí. Busca ser una herramienta metodológica práctica y de fácil aplicación de acuerdo al contexto de cada hotel. Logrando como resultado final, el incremento de la productividad y de la satisfacción del cliente.

## **FUNDAMENTOS**

### **CAPITULO I GENERALIDADES (Ley de Turismo)**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

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

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

### **Establecimientos hoteleros intervienes en el sistema turístico de la ciudad de Babahoyo**

El Establecimiento hotelero es un componente fundamental de la oferta en el sistema turístico ya que sustenta el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Babahoyo al reforzar la motivación de viaje del turista.

Hoy en día el turista no sólo busca un lugar de descanso y pernocte, sino también un complemento a su experiencia de viaje. Por ello, el alojamiento es valorado en base a su infraestructura de acogida y equipamiento; así como, a los servicios que presente el hotel

### **Características del servicio**

Los establecimientos hoteleros deberán prestar servicios que se caractericen por los siguientes rasgos propios, en contraposición a los bienes físicos:

**TABLA N° 6 ESTABLECIMIENTO HOTELEROS INTERVIENEN EN EL SISTEMA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

<b>INTANGIBILIDAD</b>	<b>LOS SERVICIOS SON PRESTACIONES EXPERIENCIAS MÁS QUE OBJETOS</b>
<b>HETEROGENEIDAD</b>	La prestación suele variar de un servicio a otro, de un usuario a otro, y de un día a otro. Lo importante lo más importante será buscar una estandarización de los servicios mediante parámetros o directivas
<b>INSEPARABILIDAD</b>	Por lo general, los servicios se generan en el momento de las prestaciones o en los instantes inmediatamente anteriores, requiriendo la mayor prontitud.
<b>TEMPORALIDAD</b>	No es posible almacenar los servicios como se almacenan los bienes físicos. Por ejemplo: si una habitación no es ocupada una noche, se habrá perdido un día de venta es decir un tiempo de uso.
<b>INTERACCIÓN</b>	En los servicios, y sobre todo en los de hostelería, la comunicación empleado-cliente es indispensable para el pleno desarrollo de los procesos productivos y de servicios.

El cliente es la razón de ser de toda empresa; por ello, es fundamental identificarlo y analizarlo. El establecimiento hotelero debe saber complacer a sus clientes brindándoles lo mejor de lo que ellos quieren y esperan, excediendo sus expectativas en la medida de lo posible. A mayor conocimiento del cliente, mejor focalización de esfuerzos en la prestación de servicios.

**Tabla N° 7 Identificación y Análisis del Cliente**

	<b>Cliente de Ocio</b>	<b>Cliente de Negocios</b>
<b>Requerimientos</b>	-Restaurante/bar acogedor. -Decoración arte local. -Guías de viajes, folletería de tours/o actividades. -Intercambio de libros a disposición.	-Internet Wi-fi en áreas comunes y habitaciones. -Computadoras a disposición. -Impresora multiusos/escáner/ foto copiadora a disposición. -Servicio de fax.

Dentro de este cuadro tenemos detallado tipos de clientes que pueden visitarnos, y adecuaciones dentro de las habitaciones para brindar los mejores servicios y hacer placentera su estadía, al contar con un manual de funciones de buenas prácticas se reducirán los errores, cada área ya contara con la función adecuada de acuerdo a la amabilidad dentro de las áreas del hotel Cliente de Ocio: descanso, cultura, descubrimiento, naturaleza, deporte y aventura, relaciones, salud, acontecimientos, Cliente de Negocios: profesional, congresos y convenciones, ferias, misiones económicas, incentivos, comisiones. En función al perfil determinado del cliente se pueden examinar sus necesidades y sus expectativas respecto al servicio para luego proyectar las medidas que el alojamiento debe tomar. Por ejemplo:

### **Calidad para la optimización del servicio dentro de los hoteles de la ciudad de Babahoyo**

La calidad es el conjunto de propiedades de un servicio ya sean conductuales (presentación personal, cortesía, actitudes) o técnicas (infraestructura, sistema de trabajo, procedimientos), las cuales le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades de un cliente o un grupo de ellos. Por ende, para determinar si un servicio es o no de calidad es necesario conocer y/o contar tres elementos:

- Clientes
- Sus necesidades
- Aptitud de servicio para que las necesidades sean satisfechas



Como se explicó anteriormente, los servicios hosteleros gozan de rasgos particulares al depender directamente del componente humano. Por ello, la calidad entre la prestación de un servicio y otro varía. Un sistema de calidad, se formula e implementa con el objetivo de alcanzar la estandarización de los servicios y por consiguiente, optimizarlos. El sistema de calidad debe desarrollarse en función a la tipología de la empresa, la naturaleza de los servicios/productos y las características del cliente. Se refleja en la identificación de procesos y creación o uso de manuales de procedimientos como la presente publicación, que contribuye a mantener un orden y organización en las diferentes actividades de la empresa. Además, los manuales suelen concretar y sistematizar normas informales. (no escritas) y promueven la documentación, al igual que, el registro de toda información.

### **Principios básicos para mejorar la calidad de los servicios hoteleros.**

Los principios centrales de un sistema de calidad son:

- **Enfoque al cliente** dado que es él quien califica los servicios recibidos. Resulta relevante conocer aquello que más valora y le produce satisfacción para focalizar esfuerzos. Asimismo, determinar aquello que no es de su agrado para modificarlo o adaptarlo. El desarrollo de la sensibilidad ante las necesidades de los clientes es fundamental en la empresa.
  
- **Liderazgo**, ya que los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación del hotel. Ellos deberían lograr y mantener un ambiente interno en el cual los colaboradores puedan llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la empresa.
  
- **Participación y trabajo en equipo** buscando la cooperación y aporte de todas las áreas en la empresa. La importancia de prestar servicios de calidad y sus implicaciones deben ser comprendidas por cada miembro de la empresa mediante un proceso de capacitación. Es esencial lograr motivara los colaboradores e incentivarlos a expresar sus sugerencias respecto al servicio premiándolos; puesto

que son ellos quienes en la práctica observan las deficiencias o errores del mismo. Muchas empresas han descubierto que se puede alcanzar un efecto coordinado de todo el personal de una unidad operativa si no se dan recompensas a las personas individualmente sino a las áreas de trabajo.

- **Enfoque de un servicio de calidad;** identificar, entender y gestionar los procesos identificados como un sistema que contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
  
- **Mejora y aprendizaje continuo** son interdependientes pues uno se halla en función del otro y viceversa. La búsqueda de reducir los problemas o incidencias durante la prestación de servicios junto a su constante evaluación conlleva a ser flexibles y adaptarse a la necesidad de cambios en todos los niveles. Es decir, aprender y desaprender procesos con miras a mejorar los servicios.

**La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente**

LA AMABILIDAD REFLEJA LA PREDISPOSICIÓN A ATENDER DE MANERA INMEDIATA AL CLIENTE
❖ Normas para todos los miembros del hotel
❖ La predisposición a atender de manera inmediata al cliente:
❖ Imagen personal cuidada.
❖ La relación con los clientes será de “usted”

Tabla N° 8 La Amabilidad

## **Normas para todos los miembros del hotel**

Emplea las fórmulas de cortesía definidas por la empresa. Ten un trato amable con los clientes. La amabilidad la refleja:

### **La predisposición a atender de manera inmediata al cliente:**

El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad). La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión). Realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar, controlar la agresividad, Sonreír además de utilizar el idioma del cliente.

### **Imagen personal cuidada.**

El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.

- El personal se muestra accesible al cliente

Lo que quiere decir que se encuentra siempre a la vista del cliente. En caso de que exista un mostrador o barra se intentará, en la medida de lo posible, no dar la espalda al cliente.

- Se mantiene una observación constante de su área de actuación y de los clientes que en ella se encuentran.

Cuando un cliente se dirige a cualquier empleado, independientemente de que no se trate de su área de actuación, este le atenderá con amabilidad verificando que el

cliente satisface su demanda, o lo atiende una persona competente cuando no se trata de su área de actuación.

- Deberá primar la rapidez en la atención al cliente presencial.

El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a él. En caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.

- En caso de se esté ocupado cuando llega un cliente con otro cliente, presencial o por teléfono.

Se realizará una indicación gestual de identificación y se mantendrá el contacto visual con el cliente en espera. En caso de que se esté ocupado con otro empleado se pospondrá el asunto hasta que se verifique la necesidad del cliente.

### **La relación con los clientes será de “usted”**

La relación con los clientes será siempre de “Usted”. En cual sea el lugar donde se encuentre el cliente dentro del hotel será tratado amablemente y será atendido posponiendo la palabra usted mostrando la educación y el prestigio con el que fue atendido

Al no ser tratado de usted el cliente se sentirá menospreciado y se llevará una mala imagen al no haber merecido el trato adecuado.

- En caso de estar atendiendo al teléfono si se presenta un cliente, y la llamada no procede de otro cliente, se pospondrá o se mantendrá en espera.

Si estando atendiendo a un cliente se produce una llamada telefónica, se solicitará la autorización de este para contestar, y en caso de que se trate de llamadas que no son de otros clientes se dejarán en espera o se pospondrán.

- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto.
- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.
- Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al cliente, se solicitarán disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más rápidamente del. En caso de que el cliente decidiera esperara se intentará volver lo antes posible.
- En caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo el contacto visual durante el desarrollo de la misma. Cuando la espera prevista sea excesiva (más de 5 minutos) se ofrecerá un lugar de espera donde el cliente pueda sentarse.  
La relación con los clientes será siempre de “Usted”.

### **Llamadas telefónica y mensajes**

<b>LLAMADAS TELEFÓNICA Y MENSAJES</b>
❖ Las llamadas telefónicas se responderán con la mayor brevedad posible, si es posible, antes del tercer tono
❖ El personal tendrá un trato amable con los clientes sea cual sea el medio con el que se comunica

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ El personal aclara las dudas del cliente de las actividades de su área de actuación y verifica la comprensión de las mismas.</li></ul> |
|--|

Tabla N° 9 Llamadas Telefónica

**Las llamadas telefónicas se responderán con la mayor brevedad posible, si es posible, antes del tercer tono**

Las llamadas se contestan en el más breve tiempo posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 segundos.

- Empleo de fórmulas de cortesía durante la llamada.  
Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Hotel..., buenos días, le atiende.... ¿En qué puedo ayudarle?)
- Se utiliza el nombre del cliente (Sr.).

Desde el momento en que éste lo ha facilitado y se ahorran al cliente esperas innecesarias, evitando poner en espera la llamada de un cliente sin antes averiguar quién es y qué desea, por si sólo se trata de pasarle a una extensión o habitación.

- El personal tendrá un trato amable con los clientes. La amabilidad telefónica la refleja:

El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad). La capacidad para escuchar (se trata de que el

cliente pueda expresar todo aquellos que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión), manteniendo un contacto auditivo regular (asentir) que demuestre que se está atendiendo, además de realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar, controlar la agresividad y utilizar el idioma del cliente o en su defecto el inglés.

- Se debe conseguir generar una imagen de interés en el cliente que se fundamente Asentir regularmente cuando el cliente habla. - Repetir los aspectos esenciales de las cuestiones planteadas por el cliente. Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
- Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad es necesaria.

Por ejemplo, un apellido, una dirección, una hora o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje reformulándoselos al cliente. No se mantienen conversaciones paralelas que puedan ser escuchadas por el cliente.

- En caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo un contacto Auditivo regular (cada 30 segundos se comunicará que se sigue realizando la gestión).

En caso de que esta gestión se prolongará más de 3 minutos se ofrecerá llamarlo a la finalización de la gestión. En este caso se informará del nombre de la persona que está atendiendo y se solicitará un número de teléfono de contacto.

Si no se conoce las respuestas buscar la información

**El personal tendrá un trato amable con los clientes sea cual sea el medio con el que se comunica**

Cuando la comunicación con el cliente se realiza de manera diferida, a través de web, e-mail o correo, se deberá garantizar la rapidez en la respuesta, utilizando la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, Web, mail, correo.

**El personal aclara las dudas del cliente de las actividades de su área de actuación y verifica la comprensión de las mismas.**

- El personal posee un conocimiento exhaustivo de la oferta del establecimiento.

Tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo: número de habitaciones y tipología de las mismas, instalaciones y servicios, y sus horarios.

- El personal aclara las dudas del cliente de las actividades de su área de actuación y verifica la comprensión de las mismas.

Cuando no se puede responder a la duda de un cliente se le acompañará y presentará al empleado que la pueda solventar. En caso de no poder acompañar al cliente se le darán indicaciones precisas sobre el lugar y las personas a las que se debe dirigir y, posteriormente, verificar que el contacto se ha realizado.

- Se conoce bien el entorno geográfico del destino en el que se ubica el establecimiento y la situación de los servicios y recursos más importantes.

La ubicación del establecimiento lugares a sus alrededores, calles exactas, lugares conocidos del sector o representaciones que posibiliten la llaga del cliente deberán ser conocidas por los miembros de la empresa hotelera



- Cuando se han de entregar documentos se verificará que se encuentran en buen estado de conservación. En caso de que no lo estén se sustituirán.

En caso de que el cliente solicite información no disponible o accesible, o bien que la dificulta o el tiempo de generarla los imposibilite se solicitarán disculpas y se explicarán los motivos.

### **Las peticiones de reserva deberán ser atendidas con la mayor diligencia posible**

El personal posee un conocimiento exhaustivo de la oferta, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo: número de habitaciones y tipología de las mismas, instalaciones y servicios, y sus horarios. Conoce las tarifas aplicables en cada caso y las circunstancias en que deben ser aplicadas. Las peticiones de reserva deberán ser atendidas con la mayor diligencia posible, que es inmediata en el caso de las peticiones presenciales o telefónicas.

- En el caso de solicitudes diferidas (Web; e-mail; correo) deben ser respondidas en las 12 horas posteriores a la recepción en horarios de 8:00 a 21:00 horas, y fuera de estas horas en la primera hora del turno siguiente.

Se informará de las condiciones de reserva y se obtendrá la conformidad para concretarla. En caso de comunicaciones diferidas (solicitud a través de e-mail o correo) esta actuación se realizará preferentemente por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, mail, correo.

- Solicitar Datos y reconfigurarlos anotándolo en el formulario. Las reservas se hacen siguiendo el orden del formulario tipo que contiene unos campos mínimos:

tipo de cliente (particular o empresa), preferencia (habitación para fumadores, vistas, precios, etc.), otros

- Interface sencilla, intuitiva, fácil de usar. Esto es muy importante, tanto para los clientes, que deben realizar la reserva que desean con facilidad, y para los empleados, que deberán trabajar con el sistema fluidamente.
- Integración con el sistema de gestión. El sistema de reservas y el de gestión hotelera deben coordinarse perfectamente, actualizando constantemente la disponibilidad de las habitaciones, los cambios en las tarifas, etc.
- Adaptabilidad. Un buen sistema de reservaciones de hoteles debe poder integrarse a la página web del hotel, para permitir reservas online. Además, deberá contar con la posibilidad de adaptarse para ofrecer distintos paquetes, precios dinámicos para grupos familiares, donde el precio de la habitación varía según la cantidad de ocupantes, etc
- Agregar valor añadido al servicio. Es importante que el sistema de reservas ofrezca al cliente una variedad de idiomas de interface, operación con distintas divisas, confirmación inmediata de la reserva a través de email o SMS y que permita también ofrecer servicios adicionales, como tratamientos de spa, transportes, espectáculos o servicios de habitación, en el mismo proceso de la reserva. Todos estos detalles agregan valor al servicio brindado a los clientes.
- Herramientas para la fidelización de clientes. Un buen sistema de reservaciones de hoteles cuenta con herramientas para la fidelización de clientes, analizando la base de datos y enviando newsletter o emails con ofertas, descuentos especiales y

promociones vigentes, examinando las preferencias de cada cliente para ofrecerle los productos que se mejor se adapten a su perfil.

- Un buen sistema de reservaciones de hoteles puede mejorar significativamente la competitividad de la empresa, sobre todo en los hoteles pequeños, de modo que es importante elegir con cuidado el sistema de reservas que utilizarás en el tuyo.
- **Si no hay disponibilidad se ofrecerán alternativas**

En caso de no disponibilidades se ofrecerán alternativas. En caso de comunicaciones diferidas (cuando la solicitud se ha realizado a través de e-mail o correo) esta actuación se realizará preferentemente por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, mail, correo.

## RECEPCIÓN

Tabla N° 11 Recepción

RECEPCIÓN
❖ El personal de recepción reconoce con la vista la presencia del cliente y le sonríe
❖ Se conoce el espacio turístico próximo y se proporciona información completa sobre el mismo
❖ Todos los mensajes telefónicos se recogerán en un formulario
❖ El personal ayuda al traslado de equipaje (botones)
❖ El personal se interesa por su estancia

## **El personal de recepción reconoce con la vista la presencia del cliente y le sonrío**

- El check-in se realiza con prontitud y diligencia.

El personal de recepción reconoce con la vista la presencia del cliente y le sonrío. Cuando un cliente se dirige a ellos, dejan aquello que están haciendo para prestarle toda su atención. Se interesa por su viaje y le da la bienvenida. Cuando se atiende al cliente, el personal se levanta de la silla y mantiene una postura correcta, no se recuesta sobre el mostrador o trabaja de espaldas a él. Se dirige al cliente llamándole de usted o utilizando su apellido desde el primer momento en que éste lo pone en su conocimiento. Antes de proceder al registro del cliente y a la entrega efectiva de la llave, se confirma la reserva y disponibilidad de habitación, verificando la corrección de los datos de la reserva y si se cumplen las condiciones solicitadas por el cliente (fumador/no fumador, habitación con vistas, tipos de cama, etc.).

- Es aconsejable que el proceso de registro oscile entre un mínimo de 5 y un máximo de 10 minutos.  
Entre 5 o 10 minutos para que el cliente pueda llegar a la habitación mucho más rápido, y pueda tener un descanso que durante el viaje fue ajetreado
- En caso de clientes sin reserva la disponibilidad será confirmada inmediatamente.  
En caso de no disponibilidad se ofrecerán alternativas facilitando el traslado (llamar a taxis, etc.).

## **Se conoce el espacio turístico próximo y se proporciona información completa sobre el mismo**

Se conoce el espacio turístico próximo y se proporciona información completa sobre el mismo. Como buenos conocedores del lugar, se orienta al cliente, asesorándole y facilitándole material informativo, horarios de transporte, lugares de interés, etc., para lo

cual se cuenta con un soporte de información organizado, convenientemente actualizado y con una cuidada presentación para que el cliente mismo pueda consultarlo.

- En caso de no disponer de ese material informativo, y no poder generarlo de manera inmediata o en el plazo de conveniencia del cliente, al menos se indicará dónde se ubica la oficina de información turística y cómo llegar a ella.
- No se proporcionarán datos específicos de los clientes alojados a terceras personas.

Velar por la integridad del cliente será la prioridad, tendrá el hotel contacto directo con el cliente mencionando que únicamente con él a menos que en los disponga dando mención que es por su seguridad

- En caso de que mantenimiento comunicara un bloqueo de una habitación ocupada se cambiará al cliente de habitación, siempre que exista disponibilidad y con su consentimiento y se ofrecerá apoyo en el traslado de efectos personales.

### **Todos los mensajes telefónicos se recogerán en un formulario**

Los avisos de llamada o mensaje se comunicarán inmediatamente al cliente. En caso de que este no se encontrará en el establecimiento, o no se le localizara, el personal se asegurará de que recibe el mensaje verificándolo con el cliente.

- En la medida de lo posible, se hacen las gestiones necesarias para ayudar en la organización de excursiones, alquiler de coches, reserva de mesas en restaurantes, compra de entradas de espectáculos, etc.

- El personal se informa de las condiciones de reserva y se confirma la disponibilidad para informar al cliente y obtener su conformidad.
- Se solicitan los datos al cliente, se confirma la reserva y se proporciona al cliente la información completa de horarios, situación, otras condiciones y la forma de pago. Se entregan los bonos, tickets o documentación de reserva verificando la corrección de los mismos.
- Gestión de mensajes y llamadas de clientes  
Cuando se inician gestiones, para los clientes se verifica la conformidad de este tanto con el proceso de gestión como con el resultado.
- Todos los mensajes telefónicos se recogerán en un formulario. Los datos se verificarán con la fuente de la llamada.
- Se informará de las llamadas recibidas por el cliente que no han dejado mensaje.
- Los e-mails o correo enviados al establecimiento a la atención del cliente se consignarán (se anota en un formulario la hora de recepción) y se entregarán a este. Se verificará su recepción.

### **El personal ayuda al traslado de equipaje (botones)**

- El personal ayuda a realizar el traslado de equipajes.

La persona encargada de transportar el equipaje desde el vehículo del cliente del hotel, hasta la habitación de éste y viceversa. Es un empleo similar al de auxiliar de servicios.

Los botones también pueden realizar otras tareas, como abrir la puerta principal del hotel, dar direcciones o acomodar otro tipo de utensilios como sillas de ruedas o miniescúteres. Su presencia suele ser más común en hoteles superiores a 3 estrellas. En muchos países es costumbre dar propina a un botones luego de que este cargue el equipaje.

- El personal puede informar al cliente en cualquier momento, de los cargos imputados y el importe global de la factura con un plazo máximo de aproximación de dos horas anteriores a la consulta.
- La factura debe estar preparada antes de la Salida prevista del cliente. Dejándolas preparadas para incorporar tan solo los gastos de última hora y se verifica que la factura emitida no contiene errores antes de mostrarla al cliente. Se recopilarán y prepararán los recibos de los cargos a cuenta. Se verificarán todos los cargos de la factura antes del cierre de la misma. Se verificarán la no imputación de rechazos o cambios motivados por averías o causas internas.
- Si el cliente sale antes de la hora prevista la factura debe poder prepararse de manera inmediata.

Cuando el cliente solicita la cuenta o minuta del servicio consumido al gestor, éste tiene dos opciones para cancelar el importe del mismo: hacerlo efectivo en cuyo caso recibe el nombre de “contado” y el original de la factura se lo podrá quedar el cliente o bien, firmando el vale o factura para que se pase a recepción y se lo cargue en la factura general del alojamiento rural, en cuyo caso se denomina “crédito”, y el original debe ser firmado por el cliente y enviado a recepción. Este concepto responde a la acumulación de los diversos servicios consumidos por un cliente a lo largo de su estancia en el alojamiento rural.

- En el supuesto de que el cliente encuentre un error justificado, se le ofrece una disculpa inmediatamente y se rectifican las cantidades, mostrándole los comprobantes de los gastos y revisando éstos con él. Se pueden explicar los cargos con detalle.

### **El personal se interesa por su estancia**

En el momento de la despedida, el personal se interesa por la comodidad y satisfacción del cliente durante la estancia en el alojamiento turístico, invitándole a cumplimentar las encuestas de satisfacción, si las hay se verificar la satisfacción verbalmente. Se dispone, en el momento de la entrega de la factura, de todos los comprobantes de cargos a cuenta debidamente firmados por este o las personas autorizadas.

- En caso de pago efectivo se verifica el cambio antes de la devolución.
- En caso de pagos con tarjetas de crédito se verifica que se ha firmado la copia del cargo.

El pago se realiza directamente en el hotel, a la llegada o a la salida en función del propio hotel. Algunos establecimientos de alojamiento, con anterioridad al check in, y con el objeto de evitar un uso fraudulento de la tarjeta, podrán realizar comprobaciones de saldo en tu tarjeta de crédito por un importe máximo de 1 día, o de una unidad monetaria de la divisa del país en el que se encuentre el establecimiento de alojamiento; dicha cantidad le será devuelta una vez se haya realizado la comprobación. Asimismo, con anterioridad al check in, el establecimiento de alojamiento podrá, de acuerdo con su política de gastos de cancelación, cargar en tu tarjeta de crédito los gastos de cancelación aplicables a modo de garantía de la reserva. De no producirse cancelación alguna, dichos gastos serán descontados del pago que realices finalmente en el establecimiento de alojamiento.



- Se verificar que se firma la aceptación de la factura en caso de cobros diferidos. En este caso cuando se envíe la factura se remitirán las copias de los comprobantes de los cargos a cuenta.

La caja es el último eslabón del proceso de entrada y en los alojamientos rurales se considera como un componente de la Recepción o bien una responsabilidad más del gestor. Además, suele tener las siguientes funciones: Cobro de facturas en efectivo o a crédito (cheques de viaje, bonos de agencias de viajes, comisiones), a veces, también custodia y depósito de valores.

- El proceso de Check Out en su conjunto debe ser rápido, no superando un máximo de 5 minutos.

Un problema muy frecuente, es que muchos viajeros “interpretan” el horario de check out, como la hora en que se tienen que despertar para armar sus mochilas, desayunar y bañarse hasta que finalmente dejan la habitación. Lo mejor sería dejar bien en claro todas las reglas del hotel en el momento del check in. Por otro lado, muchos hoteles tienen en la página web el horario de check out. Es una buena idea para que el pasajero lo sepa de antemano, incluso, puede ser una razón más para que elijan tu hotel. Otra cuestión que surge con esto es... ¿Qué hacer si el pasajero no deja la habitación en el horario acordado? ¿Lo tengo que despertar? ¿O dejo que se haga cargo de sus propias responsabilidades? Y si se despierta tarde... ¿Le cobro el adicional? Sin duda esto pasa por el ambiente y decisión de cada hotel, pero lo importante es que quede bien planteado en el discurso de entrada, para que después no haya sorpresas para nadie y puedas mantener un ambiente amigable y feliz y, claro esto siempre repercute en las valoraciones.

- Se despide al cliente con una sonrisa, agradeciéndole su estancia y deseándole un agradable viaje de vuelta o estancia en otros destinos, si su viaje continúa. Se ofrece información sobre posibles rutas a tomar o sobre otros destinos.

## Restauración

Tabla N° 13 Restaurante

RESTAURACIÓN
❖ SE COMPRUEBA EL PEDIDO CON EL CLIENTE
❖ ROOM SERVICE
❖ ENTREGA DE COMANDA EN HABITACIÓN
❖ SI LA DISPONIBILIDAD LO PERMITE SE ACOMPAÑARÁ AL CLIENTE A SU MESA
❖ DURANTE TODO EL SERVICIO SE MANTENDRÁ UNA CONSTANTE ATENCIÓN A LOS CLIENTES
❖ SERVICIOS DE BAR

### Se comprueba el pedido con el cliente

### RoomService

- Tomar comanda según peticiones del cliente contestando si fuera necesario sus cuestiones. - Se comunicará al cliente el tiempo de entrega, intentando no superar nunca los 20 minutos. - Despedirse del cliente.

### Entrega de comanda en habitación

- Se llamará a la puerta y se esperará la aprobación del cliente para entrar. Se saludará al cliente con su nombre y se depositará la bandeja en el mejor lugar posible. Intentando no dar la sensación de observar la habitación. Se comprobará junto al cliente el pedido, asegurándose que es de su agrado.

- Se informará al cliente del procedimiento de recogida y sus diferentes posibilidades (restar en la habitación hasta el día siguiente, dejarla en el pasillo, llamar para ser recogida...)

Se asegurará que el cliente firma el comprobante de pedido, se abandona la habitación despidiéndose amablemente, siempre sugiriendo que estamos a su disposición si lo necesitase.

### **Si la disponibilidad lo permite se acompañará al cliente a su mesa**

#### **Servicio Restaurante**

La persona debe poseer un conocimiento exhaustivo de los servicios y sus horarios y la oferta gastronómica: composición de los platos, tipos de cocción, denominaciones de origen, etc. Las reservas se gestionarán de manera ágil y eficaz, verificando la información, y facilitando el acceso rápido al comedor.

- Si el acomodo de los clientes sufre demora se informará al cliente del tiempo de espera.

Ofreciendo si fuera necesario un espacio donde esperar. Manteniendo siempre contacto personal. El cliente debe estar informado en todo momento. Si la demora se prolonga se debería compensar al cliente con alguna bebida o compensaciones durante el servicio (descuentos, gratuidades,) siempre de acuerdo a lo descrito en los procedimientos internos.

- Si la disponibilidad lo permite se acompañará al cliente a su mesa, asegurándonos que está preparada y montada para el servicio.

Se ayudará a los clientes a sentarse con acciones que faciliten el acceso de los clientes a la mesa (retirando sillas y acompañarlas al sentarse, retirar abrigos, soportes para los bolsos, levantadores para niños). En caso de trabajar con sistema buffet se explicará a los comensales el funcionamiento del mismo cómo disposición, circulación sugerida, y tareas del personal de servicio (desvarase y reposición de material en mesa, servicio de bebidas,)

### **Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a los clientes**

- Entregar la carta utilizando las normas de protocolo: entregarlas siempre abiertas, limpias y actualizadas, primero a las señoras y luego a los hombres siendo el anfitrión el último.
- Se ofrecerá ayuda a los clientes con las explicaciones de la oferta gastronómica, recomendaciones del chef, platos del día, tiempo de preparación prolongada, así como en la elección de los vinos.
- El proceso de toma de comanda se realizará de forma rápida, anotando las peticiones de los clientes asegurándonos de tener la información necesaria para un correcto servicio (posiciones en la mesa de los clientes y sus pedidos, preferencias en punto de las carnes o guarniciones, peticiones especiales, ...)
- Se servirán las bebidas sin hacer esperar al cliente y siempre con bandeja, y abriendo las botellas en presencia del cliente. Al servir vino o espumosos se enseñará la etiqueta al cliente y se dará a probar al anfitrión para su aprobación, sirviendo luego el resto de comensales.
- Se servirán los platos de la mesa todos a la vez sin hacer esperar a algún miembro de la mesa. Se servirá primero a las mujeres y luego a los caballeros de mayor a menor edad, siendo el anfitrión el último. El personal mantendrá una pulcritud

extrema en el tratamiento de los productos, evitando tocar con las manos los comestibles.

- Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a los clientes, con contacto visual y próximo, pero sin atosigar.
- Se prestará el servicio atendiendo a determinadas pautas que cómo mínimo son: no iniciar conversaciones informales; mantener el ritmo de servicio sin hacer esperar al cliente ni para el desvarase ni para el servicio de los platos; asegurando una dinámica de relación adecuada.
- En caso de disconformidades y rechazos, se intentará conocer el motivo y así poder ofrecer alternativas concretas para solucionarlo. En el caso de rechazos se deberá sustituir inmediatamente si el cliente así lo solicita.

### **Servicios de Bar**

- El personal posee un conocimiento exhaustivo del servicio y sus horarios y la oferta de restauración: composición gastronómica de los platos y tapas, bebidas, cocteles, etc.

Horario de desayunos almuerzos meriendas y cuáles son los platos que se presentan platos típicos platos a la carta, cervezas bluechorazao y lo que respecta en momento de su pedido

- El personal de barra trabaja siempre de cara a los clientes. Los cocteles se prepararán a la vista de estos.

Preparar el coctel en el momento y la vista del cliente representa presencia y actitud las frutas el hielo y licores con la medida necesaria y acorde será de deleite para el cliente

- Si el acomodo de los clientes sufre demora se informará al cliente del tiempo de espera, ofreciendo si fuera necesario un espacio donde esperar. Manteniendo siempre contacto personal. El cliente debe estar informado en todo momento.
- Se entregarán las cartas, siempre abiertas, limpias y actualizadas, primero a las señoras y luego a los hombres siendo el anfitrión el último.
- El proceso de toma de comanda se realizará de forma rápida, anotando las peticiones de los clientes asegurándonos de tener la información necesaria para un correcto servicio (posiciones en la mesa de los clientes y sus pedidos, peticiones especiales, ...)
- Se servirán las bebidas sin hacer esperar al cliente y siempre con bandeja, y abriendo las botellas en presencia del cliente. Al servir vino o espumosos se enseñará la etiqueta al cliente y se dará a probar al anfitrión para su aprobación, sirviendo luego a los demás.
- Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a los clientes, con contacto visual y próximo, pero sin atosigar.

Con el debido respeto y la atención necesaria a una distancia pertinente estaremos de los comensales estos podrían necesitar algo y estaremos presto a cumplir sus necesidades procederemos a su llamado si lo amerita

- Se prestará el servicio atendiendo a determinadas pautas que cómo mínimo son: no iniciar conversaciones informales; mantener el ritmo de servicio sin hacer esperar al asegurando una dinámica adecuada.
- En caso de disconformidades y rechazos, se intentará conocer el motivo y así poder ofrecer alternativas concretas para solucionarlo. En el caso de rechazos se deberá sustituir inmediatamente si el cliente así lo solicita.

**El personal posee un conocimiento exhaustivo las normas de protocolo establecidas para el evento**

Eventos (CoffeeBreak; Aperitivos y Cocktails; Comidas y Cenas; etc.)

- El personal debe poseer un conocimiento exhaustivo del evento y sus horarios: servicios que incluye, menús, bebidas, cocteles, etc.

El personal debe poseer un conocimiento exhaustivo las normas de protocolo establecidas para el evento, en ocasiones que el empieza durante la recepción del cliente donde utilizaremos las fórmulas de cortesía y las normas de protocolo concretas para el acto.

- Se ayudará a los clientes al acomodo en las mesas.

Se ayuda al acomodo de los comensales con la amabilidad y cortesías que el momento lo amerita sacando la silla con educación, sirviendo con el orden correcto los platos cubiertos, cuchillos y cucharas brindado el mejor servicio y que lo que degustan sea placentero

- El servicio será ágil y seguirá una temporalización adecuada. Se mantendrá una atención continua a las necesidades de los clientes. Se prestará el servicio atendiendo a determinadas pautas que cómo mínimo son: no iniciar conversaciones informales; mantener el ritmo de servicio sin hacer esperar a los asistentes asegurando una dinámica adecuada.
- En caso de disconformidades y rechazos, se intentará conocer el motivo y se comunicará inmediatamente al responsable interno del evento.

### **Facturación directa (en las propias unidades) y cargos a cuenta**

La factura no se presentará hasta no ser requerida por el cliente. Asegurándonos que todos los cargos están anotados, así como que las gratuidades o disconformidades no están imputadas.

- En el caso de los cargos a cuenta se verificará que el número de habitación (o la referencia al evento) están correctas y que la factura ha sido firmada.

Si llegase a existir disconformidad tendremos la información para poder explicar todos los cargos.

- Dependiendo del método de pago nos aseguraremos que el cambio en efectivo es correcto o que el recibo del cobro con tarjeta esté firmado. Se entregarán
- Durante la despedida acompañaremos a los clientes verificando su satisfacción.

Mediante gestos podemos evidenciar la satisfacción al acompañarlo hasta la salida el cliente sentirá que se le brinda la acogida necesaria y al momento de regresar no lo pensará dos veces



## LIMPIEZA

Tabla N.º 12 Limpieza

LIMPIEZA
❖ EVITAR RUIDOS QUE PUEDAN PERTURBAR EL DESCANSO DE LOS CLIENTES (LIMPIEZA)
❖ LIMPIEZA EN ZONAS DE HABITACIONES
❖ LIMPIEZA Y ARREGLO DE LAS ÁREAS DEL HOTEL
❖ LIMPIEZA EN ZONAS DE EVENTOS (SALONES)

### **Evitar ruidos que puedan perturbar el descanso de los clientes (limpieza)**

El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores perjuicios a los clientes. Las labores de limpieza se realizan, preferentemente, durante los períodos en que las diferentes áreas (habitaciones y zonas comunes) no están ocupadas por los clientes o existe una frecuentación baja. Si la limpieza se realiza a primera hora de la mañana o durante la noche se tiene especial cuidado en evitar ruidos que puedan perturbar el descanso de los clientes, prestando especial atención a las zonas próximas a las habitaciones.

## **Limpieza en zonas de habitaciones**

- La entrada en las habitaciones debe garantizar que el cliente es consciente de la entrada del personal. Se llama antes de entrar, si no se obtiene respuesta, se llama por segunda vez. Si tampoco se recibe una respuesta se abrirá la puerta y se anunciará la entrada (buenos días, camarera de pisos), si persiste la falta de respuesta se entrará. En caso de que al entrar se constatará que el cliente está dentro de la habitación (por ejemplo, en el baño) el personal se retirará intentándolo más tarde.
- En caso de llegada del cliente a la habitación durante la limpieza de esta, se preguntará al cliente si desea que se interrumpa la misma. En caso afirmativo se preguntará al cliente el momento en que se podrá continuar con la limpieza y se saldrá de la habitación.
- Durante la limpieza de la habitación no se tocarán los efectos personales de los clientes salvo en los casos que prevean los procedimientos internos o cuando los efectos se encuentran en el suelo. En este caso se recogerán y se situarán en un nivel elevado cerca del lugar donde se ha encontrado.

## **Limpieza y arreglo de las aéreas del hotel**

### **Limpieza en zonas comunes**

- Si durante las operaciones de limpieza se encuentran efectos personales de los clientes se entregarán a los responsables del servicio indicando hora y lugar.
- No se utilizarán el teléfono, u otros equipamientos de las zonas comunes salvo para verificar el correcto funcionamiento de los mismos o en casos de emergencia.

- El personal se asegurará que las intervenciones en zonas de clientes que comportan riesgos (como el fregado de suelo) se encuentran debidamente señalizadas y balizadas. En la limpieza de suelos abrillantados se evita el uso de productos que produzcan ruido al andar o que puedan ser peligrosos al provocar resbalones.
- Antes de intervenir en zonas de acceso restringido, como los servicios, se asegurará que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada de personal.
- Las intervenciones en zonas de acceso restringido, como los servicios, se señalarán y se facilitarán indicaciones de la alternativa más próxima.
- El personal se asegurará que los elementos de limpieza (carros, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes. A su vez, se evitará poner los elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso.

### **Limpieza en zonas de eventos (salones)**

- Las limpiezas de mantenimiento de los salones ocupados por actos se realizarán en las horas programadas. Si por cualquier motivo el acto no finalizado o interrumpido en la hora prevista se verificará con el responsable del evento el momento que esta puede ser realizada.
- No se tocarán ni moverán los objetos personales de los asistentes al acto salvo en los caso que prevean los procedimientos internos.
- No se usará el teléfono, u otros equipamientos de las zonas de eventos salvo para verificar el correcto funcionamiento de los mismos o en casos de emergencia.

## SEGURIDAD

<b>SEGURIDAD</b>
❖ Si no hay disponibilidad se ofrecerán alternativas

**Tabla N.º 10 Seguridad**

### **El personal de seguridad se mantendrá visible**

Las personas encargadas de la seguridad se encontrarán desplazados en zonas donde los clientes mantienen a la vista de estos, priorizando criterios de seguridad, Cualquier miembro del personal dará parte de cualquier actuación, situación o persona sospechosa de manera inmediata. Todos los miembros del personal conocen los procedimientos de emergencia, urgencia o accidente, así como sus responsabilidades y actuaciones en estos casos.

Los hoteles de destinos con riesgo de atentados o violencia deben garantizar la seguridad en el acceso al interior a los establecimientos turísticos y en su exterior, especialmente en los parking, que debería estar dotado de cámaras de vigilancia, aparatos de detección, programas de reconocimiento de números de matrícula, espejos para inspeccionar los bajos de los vehículos y alarmas contra robos y deterioros, con un local técnico de control bien equipado y un agente para monitorizar las cámaras de vigilancia.

Los agentes de seguridad deben estar bien identificados, con uniforme y acreditación con su foto y su función, además de estar dotados de medios de comunicación inalámbricos para asegurar el éxito de las operaciones de vigilancia. El hotel debe asegurar en todo momento el control de las llegadas de los clientes, así como la coordinación con los servicios de seguridad de todas las situaciones sospechosas.

Se debería registrar en los servicios de seguridad regional las matrículas de todos los vehículos de los clientes y de los proveedores entrantes y salientes de los establecimientos turísticos. Se debe asegurar la vigilancia y el control de las habitaciones de hotel antes de la llegada de los clientes y después de su salida, así como todos los espacios abiertos al público.

Es preciso informar con urgencia si una maleta o un coche sospechoso se encuentran en el interior o exterior del establecimiento turístico.

Se deben preparar y planificar las llegadas oficiales, actividades turísticas y acontecimientos importantes, con la colaboración de los servicios de la seguridad, el centro de operaciones de la dirección de la seguridad turística, comisariados regionales del turismo y el centro de operaciones turísticas.

En caso de incidente, es necesario seguir las recomendaciones de seguridad mencionadas en la guía redactada en colaboración con los servicios de seguridad y de protección civil.

Se debería disponer de un plan anual de formación para los equipos de seguridad de los establecimientos turísticos y velar por su aplicación. Esta formación engloba los campos técnicos de seguridad y de vigilancia, utilización de los equipos de seguridad, control electrónico, primeros auxilios y bomberos.

Algunos hoteles pueden considerar la posibilidad de encargar el desempeño de estas funciones a empresas especializadas en servicios de vigilancia aprobadas por el Ministerio del Interior.

El hotel debería tener un jefe de equipo de seguridad formado y con experiencia en el dominio de vigilancia de establecimientos turísticos.

El hotel debe poner a disposición de los servicios de seguridad regionales una lista del personal y de los trabajadores, ya sean fijos o temporales, que debe actualizarse periódicamente.

Se debe comprobar que las informaciones completadas por el cliente concuerdan con las de su documento de identidad.

Hay que garantizar las inspecciones periódicas de las pequeñas tiendas y de los puntos sensibles del establecimiento (depósitos de carburantes, de gas, productos químicos peligrosos, generadores, ascensores, canales de ventilación y de purificación de agua).

Se debe sensibilizar a todo personal de la unidad hotelera en las operaciones de seguridad, según el ámbito en el que trabajen.

Asimismo, los propietarios del establecimiento de los hoteles de la ciudad deben:

- Disponer de un certificado válido de prevención de la seguridad pública.
  
- Presentar los certificados de validez de las redes técnicas vinculadas a la seguridad, expedidos por una oficina de estudio especializada.
  
- Nombrar un equipo de intervención integrado por los agentes del establecimiento, que debe obligatoriamente haber recibido una formación en los campos de primeros auxilios y con bomberos, y estar supervisado por el jefe de la división de la seguridad del hotel.

# BENEFICIOS AL BRINDAR SERVICIOS DE CALIDAD EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO

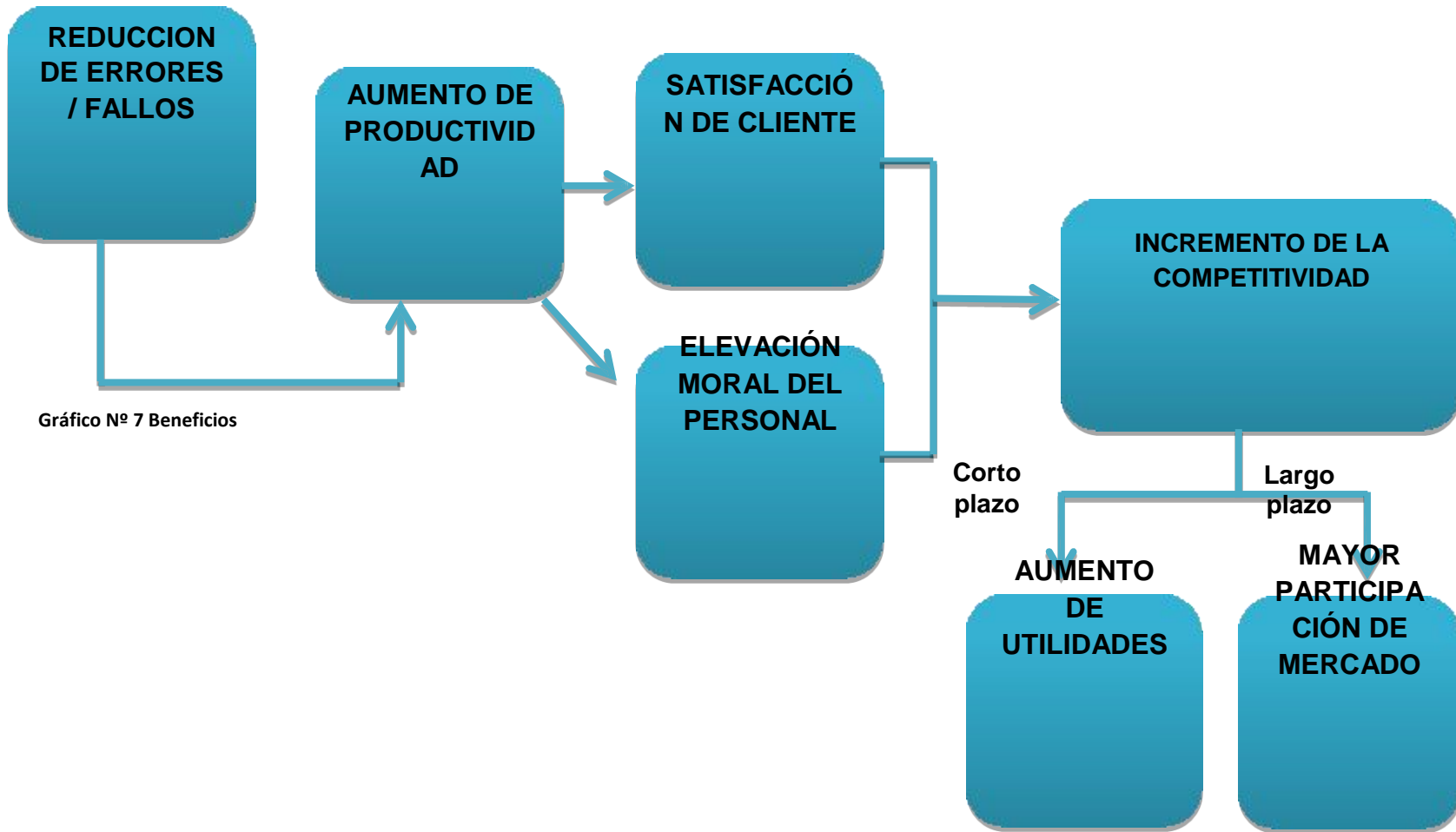


Gráfico Nº 7 Beneficios

## **Beneficios para la empresa hotelera al contar con servicios de calidad.**

### **REDUCCION DE ERRORES / FALLOS**

Gracias a la prestación de servicios de calidad, El hotel consigue reducir los errores o defectos durante el proceso de prestación de los mismos. Lo cual genera una disminución de los costos.

### **AUMENTO DE PRODUCTIVIDAD**

Donde se genera el incremento de la productividad debido al desempeño de cada uno de los colaboradores de la empresa fortalecidos como un equipo y un mismo objetivo.

### **SATISFACCIÓN DE CLIENTE**

En consecuencia, se obtiene la satisfacción de los clientes que debido a los servicios brindados con esmero y calidad buscando que su estadía haya sido placentera

### **ELEVACIÓN MORAL DEL PERSONAL**

La elevación moral de los colaboradores Los empleados son la estructura base de las empresas hoteleras. Esto quiere decir que deben ser incentivados de alguna otra manera. Pero que ellos sientan que más que un trabajo es el diario vivir de ellos y que brinden al cliente lo mejor de lo mejor.

### **INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD**

El resultado final es el fortalecimiento de la competitividad de la empresa mediante el aumento de las utilidades en un corto plazo y un mayor posicionamiento, así como, participación



en el mercado en un largo plazo. Por lo expuesto, se afirma que la calidad es un instrumento clave para la rentabilidad del negocio.

### **AUMENTO DE UTILIDADES**

La actividad comercial del último año le representó al sector hotelero resultados positivos en el aumento de los ingresos operacionales, las utilidades netas y los activos de las empresas hoteleras de la Ciudad de Babahoyo.

### **MAYOR PARTICIPACIÓN DE MERCADO**

Ecuador ha realizado un importante trabajo en políticas para incentivar el turismo, eso ha tardado algo en llegar a la comunidad de negocios, pero llegó. Hace unos años Ecuador era desconocido como oportunidad de inversión en cuanto al turismo, hace unos años acá vino una misión de empresarios ecuatorianos y encontraron que nadie hablaba de Ecuador, eso cambió totalmente.

### **Bases fundamentales de un hotel**

#### **Liderazgo.**

Ya que los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación del hotel. Ellos deberían lograr y mantener un ambiente interno en el cual los colaboradores puedan llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la empresa.

#### **Participación y trabajo en equipo.**

Buscando la cooperación y aporte de todas las áreas en la empresa. La importancia de prestar servicios de calidad y sus implicaciones deben ser comprendidas por cada miembro de la empresa mediante un proceso de capacitación. Es esencial lograr motivara los colaboradores e incentivarlos a expresar sus sugerencias respecto al servicio premiándolos; puesto que son ellos quienes en la práctica observan las deficiencias o errores del mismo. Muchas empresas han descubierto que se puede alcanzar un efecto coordinado de todo el personal de una unidad operativa si no se dan recompensas a las personas individualmente sino a las áreas de trabajo.

### **Enfoque de un servicio de calidad.**

Identificar, entender y gestionar los procesos identificados como un sistema que contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

### **Mejora y aprendizaje continuo.**

Son interdependientes pues uno se halla en función del otro y viceversa. La búsqueda de reducir los problemas o incidencias durante la prestación de servicios junto a su constante evaluación conlleva a ser flexibles y adaptarse a la necesidad de cambios en todos los niveles. Es decir, aprender y desaprender procesos con miras a mejorar los servicios.

### **Buenas prácticas para mejorar la calidad de los servicios hoteleros de la ciudad de Babahoyo de la empresa en general**

- Desarrollar la política de calidad de la empresa.
- Elaborar el manual de procedimientos por áreas y/o tareas.
- Establecer la calidad como un valor corporativo
- Capacitar y concientizar a los colaboradores sobre la calidad en los servicios turísticos.

- Asignar una persona responsable de la supervisión del cumplimiento las Buenas Prácticas en las diferentes áreas y niveles.

Para que este sistema de calidad funcione a su totalidad cada persona y área o unidad de trabajo debe involucrarse en el mismo, entendiendo que dentro de la empresa toda son clientes y proveedores de servicios o productos, a la vez. A continuación, se detallarán cada uno de los componentes de la gestión integral de calidad aplicados al establecimiento de hospedaje:

### **Estructura y organización.**

La estructura del hotel permite su organización formal; es decir, establecer las funciones y responsabilidades desde el nivel gerencial hasta los más operativos. Asimismo, determina las interrelaciones de las unidades o áreas para alcanzar los objetivos deseados. Dicha estructura se representa gráficamente en un organigrama facilitando la visualización de las relaciones o líneas y los niveles de autoridad. Cabe mencionar que el organigrama es un instrumento de análisis que permite detectar las fallas en la estructura de la empresa tales como la duplicidad o sobrecarga de funciones en las determinadas áreas o unidades.

### **La Administración.**

Generalmente, en un establecimiento de hospedaje de la categoría de 3 estrellas o menos, el cargo de administrador suele ser desempeñado por gerentes y en muchos casos por propietarios del mismo, quienes asumen diversas funciones, principalmente aquellas que le permiten tener un control de su patrimonio. Asume también las responsabilidades de un Jefe de Recursos Humanos, contador, aunque obviamente cuenta con un profesional del ramo; se encarga y decide las compras, tiene las llaves del almacén y se encarga de las ventas haciendo de relacionista público.

### **Área de Reservas y Recepción.**

Realiza las reservas de habitaciones del establecimiento, optimizando la distribución de las mismas, de acuerdo a criterios técnicos, así como a las políticas de la empresa. Organiza y supervisa las actividades de acogida, mensajería, recepción y comunicaciones del establecimiento de hospedaje.

### **Área de Mantenimiento.**

Encargada de la limpieza e higiene de las instalaciones, conservación, mantenimiento, cuidado y mejora del equipamiento del establecimiento de hospedaje y atención al huésped alojado. Tiene a su cargo: las áreas públicas, las habitaciones, lavandería y ropería.

### **Área de Alimentos & Bebidas.**

En establecimientos de hospedaje pequeños, usualmente se encarga de la gestión y organización de las compras, el inventario de insumos, la preparación de alimentos y el servicio para el desayuno.

### **Área de Soporte.**

Responsable del mantenimiento preventivo de todas las máquinas, equipos e infraestructura del establecimiento. Además, tiene a cargo el desarrollo del plan de emergencia y autoprotección con normas vigentes, asimismo brindar las facilidades para las inspecciones de la Oficina del hotel.

## **Diseño del servicio**

A partir de la identificación y análisis de los clientes, se debe diseñar el servicio mediante un diagrama de flujo de la prestación del servicio, en el cual se muestra paso a paso la naturaleza y secuencia de dicho proceso. Tiene como objetivo la comprensión holística de la experiencia que el cliente recibe mediante el servicio proporcionado. Siendo así que identifica las actividades claves en la entrega del servicio, especifica las conexiones entre ellas y las agrupa para tener una imagen global del proceso.

### **4.4. RESULTADO ESPERADO DE LA ALTERNATIVA**

El aporte de todas las áreas es de igual relevancia para el cumplimiento de dicho objetivo. La administración desarrolla el proceso estratégico; es decir, genera las directrices o lineamientos para los demás procesos del alojamiento.

Permite definir los objetivos de la organización y cómo alcanzarlos mediante la determinación de las estrategias que deben ser implementadas.

Por otro lado, el área de Reservas y el área de limpieza y arreglo del hotel llevan a cabo los procesos principales o claves, al tener un impacto directo en el cliente creando valor para éste.

Se entiende por valor al grado de satisfacción del cliente. Por lo tanto, los procesos claves son aquellos que inciden e intervienen directamente en la experiencia del cliente al hacer uso de los servicios de hospedaje.

Por último, el área de Alimentos & Bebidas, de Mantenimiento y de Seguridad realizan procesos de soporte puesto que dan apoyo a los procesos claves.

## Bibliografía

(s.f.). *Por lo tanto existen personas que han decidido invertir en este tipo de negocios, apostando que Quevedo es un lugar privilegiado para construir o administrar un hotel y brindarles a los visitantes los mejores servicios. Considerando que el sector hotelero .*

Adillon, R. (2012). *La Recepcion como Corazón del Hotel*. Barcelona: Europa.

Alvarez, S. (2010). *La hotelería como recurso turístico en la Argentina*. Buenos Aires: Edulma.

antamaría, M. A. (2011). Obtenido de Revisión conceptual de la lealtad en servicios hoteleros. *Criterio Libre*, 9(14), 181.

Antón, J., Almeida, M., Andrade, R., & Alberdi, M. (2008). Conocimiento y aprendizaje en las grandes cadenas hoteleras españolas en Iberoamérica: Internet como herramienta de aprendizaje organizativo. *Cuadernos de Turismo*, (21), 135-1.

Arboleda, A. (2016). *La Calidad del Servicio Hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente*. Ambato: servicios turistico.

BCE, & Mcdaniel, H. (2009). *Turismo en el Ecuador*. Quito: EDITORIALES.

Benitez del Rosario, J. M. (2010). *Calidad del servicio en la industria hotelera*. Las Palmas: Gran Canaria.

Benítez, D. (2010). *ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA. UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA*. Las Canarias.

Benitez, D. (2010). *La Calidad del servicio en la industria hotelera*. Las Canarias: Canarias.

Capella, I. (2015). *INDICADORES TURÍSTICOS*. Cataluña: Adventure.

Chile, C. d. (19 de Agosto de 2016). VIII CONGRESO HOTELERO. *HOTELERIA 2020* .  
Santiago, Santiago, Chile: Universitario.

Correyero, B. (2016). *Evolucion de la promocion y comercializacion del Turismo rbano en Internet*. Murcia: Guadalupe.

Cossa, L. S. (2010-2014). La ocupación hotelera en la Ciudad Autónoma. Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires.

Daza Higuera, J. M. (2008). *Gestion de calidad de servicios hoteleros*. Medellin: Colombia.

Ecuador, G. Plan Nacional del Buen vivir. *Plan de Gobierno*. Gobernar para profundizar el cambio, Quito.

Faccin, J. (2013). *Nuevas tecnologias en el turismo*. Buenos aires: Eitorialnews.

García, G. C., & Morocho, P. L. (2010). Aplicación de costos a los servicios hoteleros caso práctico Hotel Boutique Mansión Alcázar (Bachelor's thesis). En G. C. García Contreras.

González Pastor, R. (2009). *Gestion de turismo*. Valladolid: Vincent.

<http://www.elcomercio.com/tendencias/cinco-mejores-hoteles-ecuador-segun.html>. (s.f.).

[https://www.hosteltur.com/comunidad/005339\\_cuba-situacion-y-perspectivas-del-sector-hotelero.htm](https://www.hosteltur.com/comunidad/005339_cuba-situacion-y-perspectivas-del-sector-hotelero.htm). (s.f.).

[https://www.tripadvisor.co/Hotel\\_Review-Las\\_Vegas\\_Nevada.html](https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-Las_Vegas_Nevada.html) . (s.f.).

Kotler, S. (2010). *Destinos turisticos*. Buenos Aires: Argentina.

La Barra;. (2013). El sector hotelero en Ecuador oportunidades de crecimiento. *La Barra* , 65.

Middleton, V. (2001). *Promociones turisticas*. Cali: Omega.

Pilay, F., & Roxana, K. (2015). . Propuesta del mejoramiento para el servicio hotelero urbano en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos (Bachelor's thesis, Quevedo: UTEQ).

Quisiguina, C. *Evolucion del sector hotelero del Ecuador*. BCM Ecuador, Quito.

Quisiguina, C. (2016). *Evolucion del sector hotelero del Ecuador*. BCM Ecuador, Quito. Quito.

Ramirez, J. (2002). *Hoteleria y Turismo repsonsable*. Barcelona: S&G.

Rios Carranza, T. (2014). *Analisis de la calidad de srvicios hoteleros en la Ciudad de Milagro*. Milagro: Edina.

s. servicios hoteleros .

SALAZAR, B. (2016). *GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA*. Riobamba: QG.

Sanchez, R. (2016). *Guia de Turismo Bilingue*. Quito: QG.

Sandhusen, R. (2010). *Turismo de masas y calidad de servicios*. Barcelona: AB Gráficas.

Santoma Vicens, R. (2011). *Gestión Empresarial*. Barcelona: Hernandez.

Torres Suica, M. A. (2014). *Administración Turística Sostenible*. Riobamba: Melendez.

Touma, M. C. (2009). *Manual de Entrenamiento para mejorar la calidad en el servicio del Departamento de Recepción para hoteles de primera categoría de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Edina.

Touma, M. C. (2009). Touma, M. Manual de Entrenamiento para mejorar la calidad en el servicio del Departamento de Recepción para hoteles de primera categoría de la ciudad de Guayaquil.

Ventura Saucedo, P. D. (2009). *Administracion de negocios*. Mexico: Fernandez.

Vergara, J. C. ((2011). *Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales*. *Ingeniare. Revist. ciudad de Cartagena* .

villegas, I. (2009). *afluencia de turista*.

Zambrano Camacho, L. M. (2015). *MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*. Guayaquil: Merida.



# ANEXOS

## Matriz de interrelación

TEMA:	PROBLEMA GENERAL.	OBJETIVO GENERAL.	HIPÓTESIS GENERAL.
	Limitados servicios hoteleros y la escasa afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo.	Fomentar una reestructuración en los servicios hoteleros ofertados en la ciudad de Babahoyo garantizando su calidad para generar mayor afluencia de turistas.	La reestructuración en la calidad de los servicios hoteleros mejorara la afluencia de turistas.
	<b>DERIVADOS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>SUBHIPÓTESIS</b>
SERVICIOS HOTELEROS Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.	¿De qué manera se establece los servicios hoteleros y la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo?	Determinar el impacto que poseen los servicios turísticos de calidad en la afluencia de turista para la ciudad de Babahoyo.	La afluencia de turistas representará un incremento con la mejoría de los servicios hoteleros presentados.
	¿Cómo se pretende mejorar los servicios hoteleros y la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo?	Identificar estrategias mediante los servicios hoteleros de calidad para generar una mayor afluencia de los turistas que visitan a la ciudad de Babahoyo.  Analizar las diferentes actividades que mejorarán los servicios hoteleros en la	Turistas con mejores expectativas con respecto a la visita a lugares turísticos en la ciudad.

	<p>¿Cómo influye el talento humano en los servicios hoteleros en el marketing turístico en la ciudad de Babahoyo?</p> <p>¿Cómo están establecidos los servicios hoteleros dentro de la ciudad de Babahoyo?</p>	<p>ciudad de Babahoyo para garantizar la satisfacción de los turistas.</p> <p>Elaborar un plan de reestructuración del talento humano en el marketing turístico en la ciudad de Babahoyo.</p>	<p>Desarrollo social, humano y de infraestructura en la generación de servicios hoteleros de calidad.</p> <p>Si se elaborará un plan de reestructuración se mejorará la atención al cliente y se incrementará el ingreso económico de la ciudad de Babahoyo.</p>
--	--	---	--

## MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
Servicios hoteleros	Servicios hoteleros son aquellos que se brindan dentro de una planta hotelera, con la finalidad de satisfacer cada una de las necesidades del turista, el cual se sentirá complacido con lo brindado y querrá regresar a la Ciudad, disfrutar de su entorno y hospedarse.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Servicios hoteleros que se brindan.</li>   <li>✚ Planta hotelera.</li>   <li>✚ Satisfacción de los turistas.</li>   <li>✚ Desarrollo económico de la ciudad.</li> </ul>	<p>1. TIENE USTED CONOCIMIENTOS DE LOS SERVICIOS HOTELEROS QUE BRINDAN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>2. CONSIDERA USTED QUE DEBERÍAN MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS.</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>3. CONSIDERA USTED QUE LO SERVICIOS HOTELEROS, QUE SE VA A MENCIONAR SON DE APOORTE A LA EMPRESA Y A LA CIUDAD DE BABAHOYO.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gestión eficiente del agua <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión eficiente de energía <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión de los desechos <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión de forma responsable e innovadora al talento humano del establecimiento. <input type="checkbox"/></li> </ul>

		<p>✚ Garantizar el regreso a los turistas.</p>	<p>4. ¿PARA MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS Y FAVORECER EL DESARROLLO ECONOMICO DE LA CIUDAD, QUE OPINA QUE SE DEBERÍA HACER?</p> <p>Capacitar al personal <input type="checkbox"/></p> <p>Brindar otro tipo de Servicios <input type="checkbox"/></p> <p>Mejor los servicios que ofrece <input type="checkbox"/></p> <p>5. CONSIDERA USTED QUE CON LAS CAPACITACIONES BRINDADA A LOS EMPLEADOS SOBRE DE LA ATENCION DE AL CLIENTE, GENERARA MAYOR INGRESO DE TURISTAS AL HOTEL.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
--	--	--	---



		<p>✚ Ministerio de Turismo.</p> <p>✚ Economía del Sector.</p>	<p>4. CONSIDERA USTED QUE EL MANUAL DE FUNCIÓN, DE LOS ESTABLECIMIENTO HOTELEROS AYUDA A MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>5. CONSIDERA USTED QUE LA ECONOMÍA DEL SECTOR MEJORARÍA CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>6. CONSIDERA USTED QUE LA INFLUENCIA DEL TURISTA DEPENDE DE LOS SERVICIOS HOTELEROS QUE SE LES BRINDE, TALES COMO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gestión eficiente del agua <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión eficiente de energía <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión de los desechos <input type="checkbox"/></li> <li>✚ Gestión de forma responsable e innovadora al talento humano del establecimiento. <input type="checkbox"/></li> </ul>
--	--	--	---



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
HOTELERIA Y TURISMO  
ENCUESTAS**



**OBJETIVO: DETERMINAR EL CONOCIMIENTO E IMPACTO QUE  
POSEEN LOS SERVICIOS HOTELEROS PARA GENERAR MAYOR  
AFLUENCIA DE TURISTAS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO**

**1. TIENE USTED CONOCIMIENTOS DE LOS SERVICIOS HOTELEROS QUE  
BRINDAN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

Sí  No

**2. CONSIDERA USTED QUE DEBERÍAN MEJORAR LOS SERVICIOS  
HOTELEROS.**

Sí  No

**3. CONSIDERA USTED QUE LO SERVICIOS HOTELEROS, QUE SE VA A  
MENCIONAR SON DE APORTE A LA EMPRESA Y A LA CIUDAD DE  
BABAHOYO.**

- Gestión eficiente del agua
- Gestión eficiente de energía
- Gestión de los desechos
- Gestión de forma responsable consiente  
e innovadora al talento humano  
del establecimiento.

**4. PARA MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS Y FAVORECER EL  
DESARROLLO ECONOMICO DE LA CIUDAD, QUE OPINA QUE SE  
DEBERÍA HACER**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
HOTELERIA Y TURISMO**



Capacitar al personal

Brindar otro tipo de Servicios

Mejor los servicios que ofrece

**5. CONSIDERA USTED QUE, CON LAS CAPACITACIONES BRINDADA A  
LOS EMPLEADOS SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE, GENERARA  
MAYOR INGRESO DE TURISTAS A LA PLANTA HOTELERA.**

SI  NO

**6. CONSIDERA USTED QUE, CUMPLIENDO LOS ESTÁNDARES DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE, SE INCREMENTARÁ LA AFLUENCIA DE  
TURISTAS**

Sí  No

**7. CONSIDERA USTED QUE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA  
CIUDAD DE BABAHOYO POSEEN LA CALIDAD DE:**

Sí  No

**8. USTED CONSIDERA QUE EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BABAHOYO  
ES LA FUENTE PRINCIPAL PARA GENERAR UNA ALTA AFLUENCIA  
DE TURISTAS.**

SI  NO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
HOTELERIA Y TURISMO**



**9. USTED CONSIDERA QUE LA AFLUENCIA DE TURISTA A LA CIUDAD DE BABAHOYO SE GENERA DEBIDOS A EVENTOS COMO:**

EVENTOS ARTÍSTICOS   
EVENTOS SOCIALES   
EVENTOS CULTURALES   
EVENTOS GASTRONÓMICOS

**10 CONSIDERA USTED QUE EL MANUAL DE FUNCIÓN, DE LOS ESTABLECIMIENTO HOTELEROS AYUDA A MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.**

SI  NO

**11. CONSIDERA USTED QUE LA ECONOMÍA DEL SECTOR MEJORARÍA CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS.**

SI  NO

**12. COMO CONSIDERA USTED, PROMOVER EL USO EFICIENTE DEL AGUA Y LA ENERGÍA DENTRO DE LA PLANTA HOTELERA, Y SU APORTE A LA AFLUENCIA DE TURISTAS.**

SI  NO

**TABULACION DE LAS ENCUESTAS**

**1. TIENE USTED CONOCIMIENTOS DE LOS SERVICIOS HOTELEROS QUE BRINDAN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

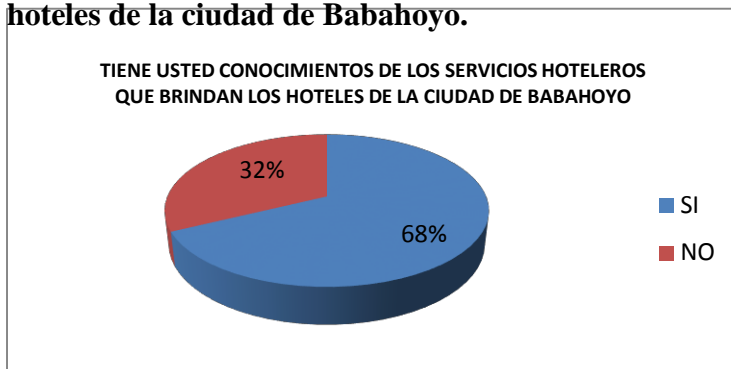
**Tabla N° 8 Tiene usted conocimientos de los servicios hoteleros que brindan los hoteles de la ciudad de Babahoyo.**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	168	68%
2	NO	80	32%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: Servicios Hoteleros**

**Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 6 Tiene usted conocimientos de los servicios hoteleros que brindan los hoteles de la ciudad de Babahoyo.**



## **ANALISIS**

Según los encuestados opinan con el 32% no mantienen conocimientos de los servicios hoteleros y en mayor porcentaje con uno 68% manifiestan que si tienen claros sobre las funciones brindarse en el servicio hotelero en la ciudad de Babahoyo.

## **INTERPRETACIÓN**

Se interpreta que el mayor porcentaje de las personas y turistas que visitan Babahoyo tiene muy claro los servicios que se les brinda dentro de los establecimientos hoteleros + de la ciudad



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN HOTELERIA Y TURISMO



## 2. CONSIDERA USTED QUE DEBERÍAN MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS.

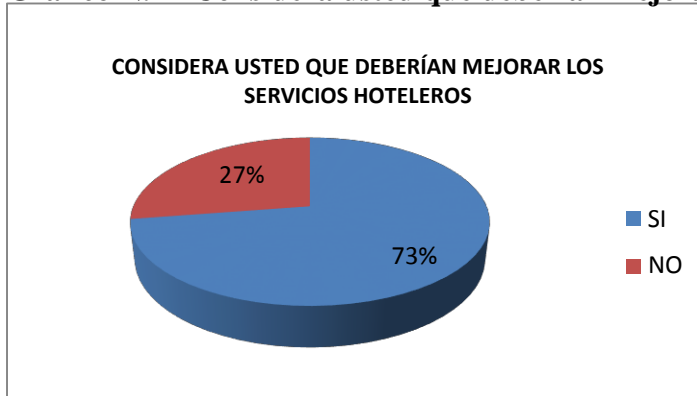
Tabla N.º 9 Considera usted que deberían mejorar los servicios hoteleros

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	180	73%
2	NO	68	27%
TOTAL		248	100%

Fuentes: Servicios Hoteleros

Elaborado: Rafael Favián Tovar Zúñiga

Gráfico N.º 7 Considera usted que deberían mejorar los servicios hoteleros



### ANALISIS

Según los encuestados opinan con el 73% que si mejorarían su servicio hotelero y en menor porcentaje con el 27% establecen que se debería mejorar los servicios hoteleros.

### INTERPRETACIÓN

Las personas encuestadas consideran que los servicios hoteleros deben mejorar considerablemente para llegar a cumplir cada una de las necesidades y exigencias del turista

**3. CONSIDERA USTED QUE LO SERVICIOS HOTELEROS, QUE SE VA A MENCIONAR SON DE APOORTE A LA EMPRESA Y A LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

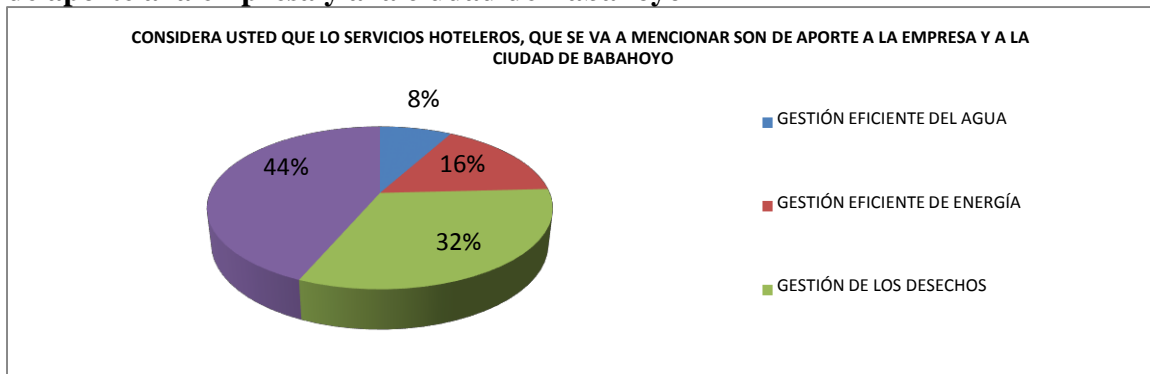
**Tabla N.º 10 Considera usted que lo servicios hoteleros, que se va a mencionar son de aporte a la empresa y a la ciudad de Babahoyo**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA	20	8%
2	GESTIÓN EFICIENTE DE ENERGÍA	40	16%
3	GESTIÓN DE LOS DESECHOS	80	32%
4	GESTIÓN DE FORMA RESPONSABLE CONSIENTE E INNOVADORA AL TALENTO HUMANO DEL ESTABLECIMIENTO	108	44%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: Servicios Hoteleros**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 8 Considera usted que lo servicios hoteleros, que se va a mencionar son de aporte a la empresa y a la ciudad de Babahoyo**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 8% con la gestión eficiente del agua, el 16 % con la gestión eficiente de energía, 32% con la gestión de los desechos y en menor porcentaje con el 44% la gestión de forma responsable consiente e innovadora al talento humano del establecimiento.

**INTERPRETACIÓN**

Las personas consideran que el uso eficiente del agua es de gran aporte a las buenas prácticas hoteleras al igual que el uso eficiente de energía gestión de desechos de forma responsable el talento humano

**4. PARA MEJORAR LOS SERVICIOS HOTELEROS Y FAVORECER EL DESARROLLO ECONOMICO DE LA CIUDAD, QUE OPINA QUE SE DEBERÍA HACER**

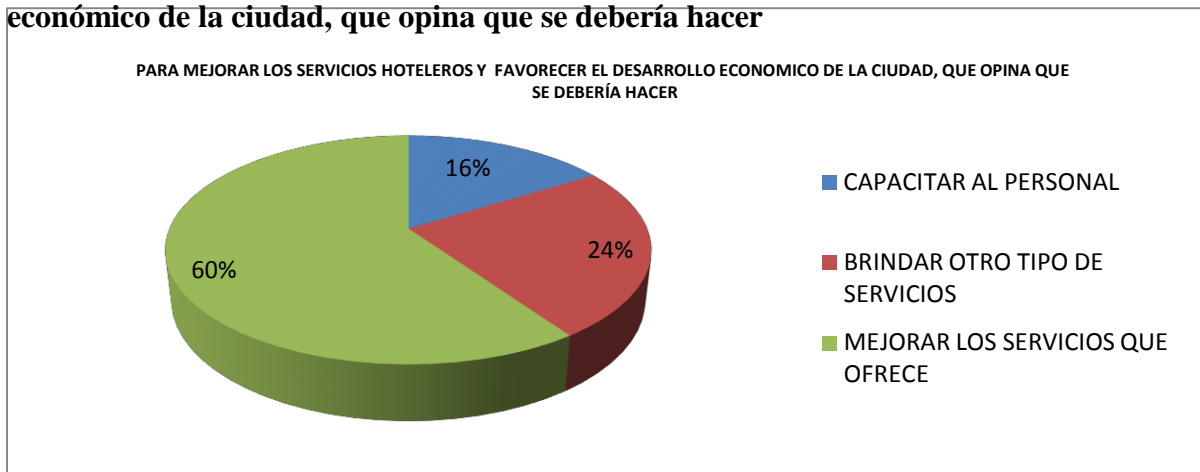
Tabla N.º 11 Para mejorar los servicios hoteleros y favorecer el desarrollo económico de la ciudad, que opina que se debería hacer

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	CAPACITAR AL PERSONAL	40	16%
2	BRINDAR OTRO TIPO DE SERVICIOS	60	24%
3	MEJORAR LOS SERVICIOS QUE OFRECE	148	60%
TOTAL		248	100%

Fuentes: Servicios Hoteleros

Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga

Gráfico N.º 9 Para mejorar los servicios hoteleros y favorecer el desarrollo económico de la ciudad, que opina que se debería hacer



**ANALISIS**

Según los encuestados establecen que el 16% se debe capacitar al personal, el 24% brindar otro tipo de servicios y el 60% en donde se debe mejorar los servicios hoteleros.

**INTERPRETACIÓN**

Se interpreta que la mayoría de personas consideran que al capacitar a los miembros de la organización del hotel mejoraran los servicios y la economía del sector otro porcentaje también menciona que si se brindan otros servicios también incrementaría la afluencia y un pequeño porcentaje menciona que al mejorar los servicios que ya se ofrecen será de gran aporte

**5. CONSIDERA USTED QUE, CON LAS CAPACITACIONES BRINDADA A LOS EMPLEADOS SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE, GENERARA MAYOR INGRESO DE TURISTAS A LA PLANTA HOTELERA.**

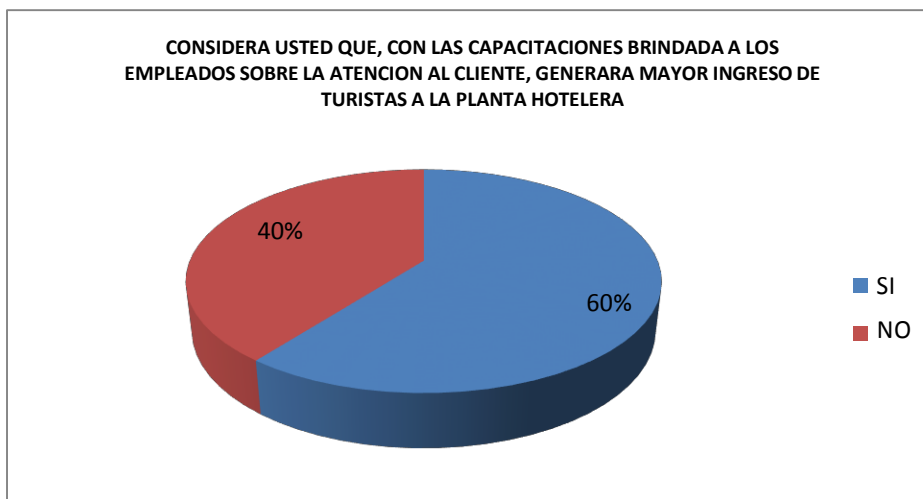
**Tabla N° 12 Considera usted que, con las capacitaciones brindada a los empleados sobre la atención al cliente, generara mayor ingreso de turistas a la planta hotelera**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	150	60%
2	NO	98	40%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: Servicios Hoteleros**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 10 Considera usted que, con las capacitaciones brindada a los empleados sobre la atención al cliente, generara mayor ingreso de turistas a la planta hotelera**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 60% que si deben existir capacitaciones para ser brindadas a los empleados y en menor porcentaje se ha considerado con el 40% que no se podrá mejorar el ingreso económico.

**INTERPRETACIÓN**

Las personas con un porcentaje mayor consideran que la gran afluencia de turistas a los hoteles de la ciudad seria debido a la capacitación recibida de cada miembro de la empresa hotelera

**6. CONSIDERA USTED QUE, CUMPLIENDO LOS ESTÁNDARES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, SE INCREMENTARÁ LA AFLUENCIA DE TURISTAS**

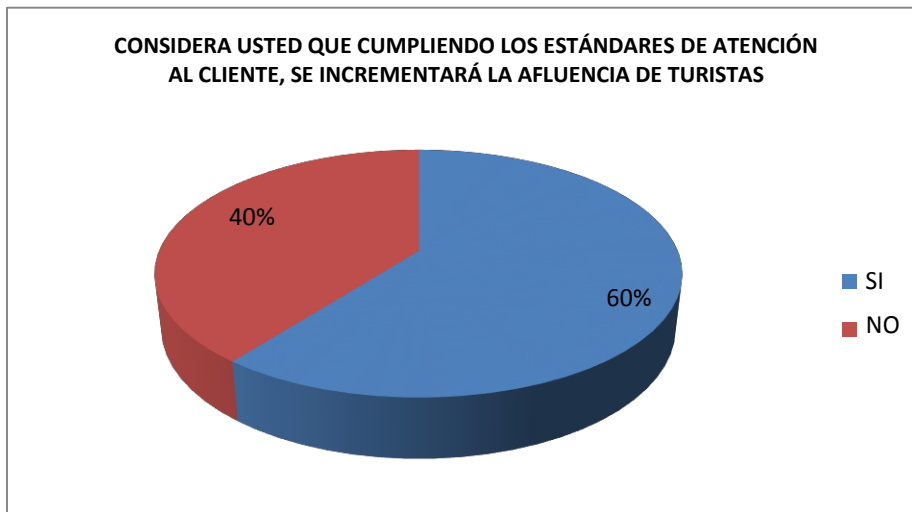
**Tabla N.º 6 Considera usted que cumpliendo los estándares de atención al cliente, se incrementará la afluencia de turistas**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	150	60%
2	NO	98	40%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: Servicios Hoteleros**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 6 Considera usted que, cumpliendo los estándares de atención al cliente, se incrementará la afluencia de turistas**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 60% que el si considera que, cumpliendo los estándares de atención al cliente, se incrementará la afluencia de turistas y en menor porcentaje con el 40% que no necesitan mejorar la atención al cliente.

**INTERPRETACIÓN**

Por medio de un nicho de mercado se pretende establecer nuevas actividades para mejorar la atención a los clientes que visitan a la ciudad de Babahoyo.



**7. CONSIDERA USTED QUE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO POSEEN LA CALIDAD DE:**

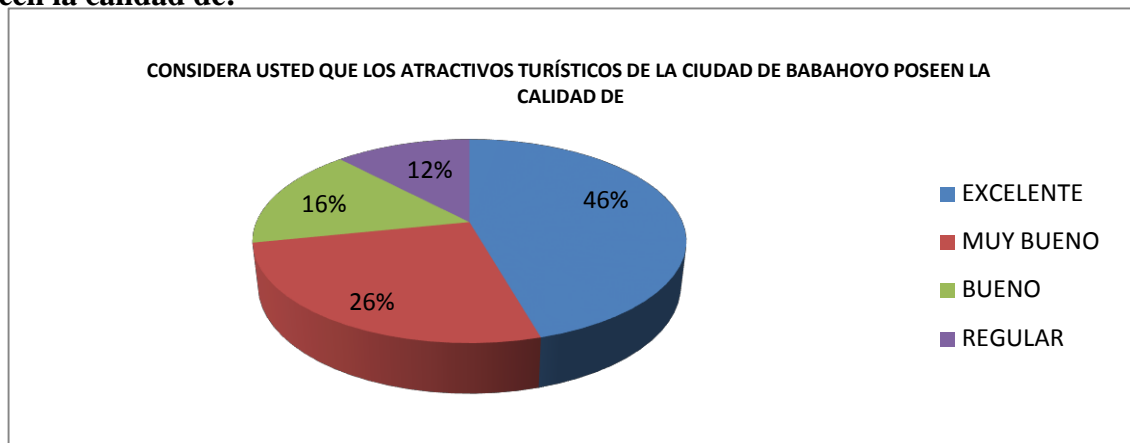
**Tabla N.º 7 Considera usted que los atractivos turísticos de la ciudad de Babahoyo poseen la calidad de:**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	EXCELENTE	113	46%
2	MUY BUENO	65	26%
3	BUENO	40	16%
4	REGULAR	30	12%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turista**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 7 Considera usted que los atractivos turísticos de la ciudad de Babahoyo poseen la calidad de:**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 46% los atractivos turísticos son excelentes, 26% muy bueno, 16% bueno y en menor porcentaje con un 12% la calificación es regular.

**INTERPRETACIÓN**

Los encargados del Ministerio de Turismo deben mejorar los atractivos turísticos que posee la ciudad de Babahoyo, por medio de la aportación de nuevos conocimientos por parte de los futuros profesionales que se encuentra vinculados en la investigación.

**8. USTED CONSIDERA QUE EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BABAHOYO ES LA FUENTE PRINCIPAL PARA GENERAR UNA ALTA AFLUENCIA DE TURISTAS.**

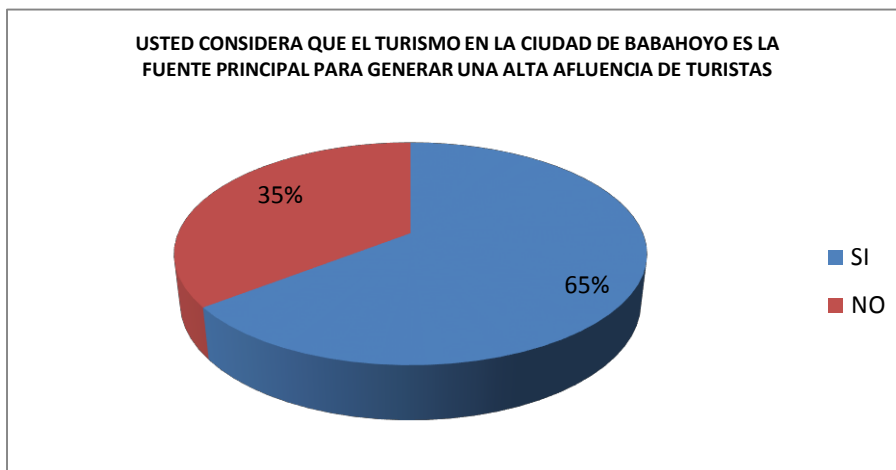
**Tabla N.º 8 Usted considera que el turismo en la ciudad de Babahoyo es la fuente principal para generar una alta afluencia de turistas**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	160	65%
2	NO	88	35%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turistas**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 8 Usted considera que el turismo en la ciudad de Babahoyo es la fuente principal para generar una alta afluencia de turistas**



### **ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan que el 65% si están de acuerdo que los turistas si son la fuente principal para generar los ingresos en la ciudad de Babahoyo y en menor porcentaje con el 35% manifiestan que no se encuentra considerados los turistas para mejorar el turismo.

### **INTERPRETACIÓN**

Por lo que se recomienda que deben mejorar las actividades turísticas para que los usuarios que visitan a la ciudad de Babahoyo se lleven una nueva imagen y se sientan contentos para volver a regresar a visitar a la ciudad.

**9. USTED CONSIDERA QUE LA AFLUENCIA DE TURISTA A LA CIUDAD DE BABAHOYO SE GENERA DEBIDOS A EVENTOS COMO:**

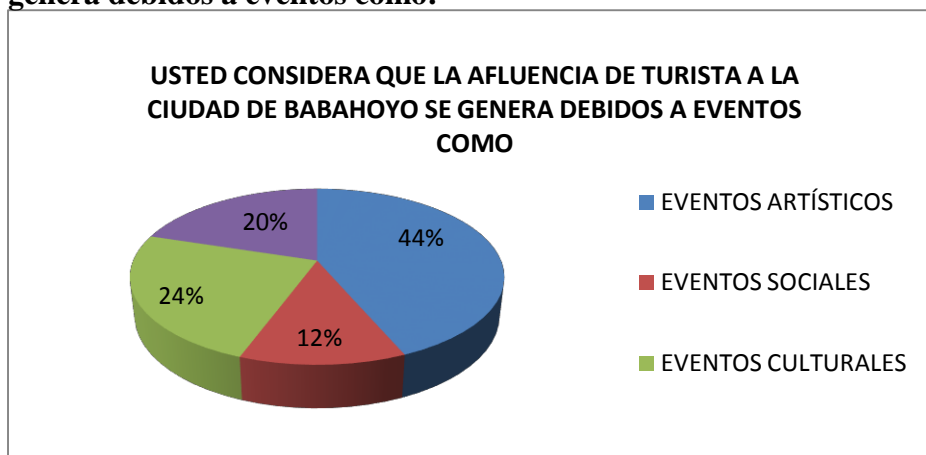
**Tabla N.º 9 Usted considera que la afluencia de turista a la ciudad de Babahoyo se genera debidos a eventos como:**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	EVENTOS ARTÍSTICOS	108	44%
2	EVENTOS SOCIALES	30	12%
3	EVENTOS CULTURALES	60	24%
4	EVENTOS GASTRONÓMICOS	50	20%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turistas**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 9 Usted considera que la afluencia de turista a la ciudad de Babahoyo se genera debidos a eventos como:**



**ANALISIS**

Los encuestado establecen que el 44% opinan que los eventos artísticos, el 20% eventos gastronómicos, 24% eventos culturales y en menor porcentaje con un 12% en los eventos sociales para promover la afluencia de turistas en la ciudad de Babahoyo.

**INTERPRETACIÓN**

Dentro de la ciudad de Babahoyo deben existir más eventos sociales para mejorar e incentivar el turismo e incrementar la tasa de empleo, porque si existen un buen movimiento socioeconómico todas las personas van a ganar.

**10. CONSIDERA USTED QUE EL MANUAL DE FUNCIÓN, DE LOS ESTABLECIMIENTO HOTELEROS AYUDA A MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.**

**Tabla N.º 10 Considera usted que el manual de función, de los establecimientos hoteleros ayuda a mejorar la atención al cliente**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	150	60%
2	NO	98	40%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turistas**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N° 10 Considera usted que el manual de función, de los establecimientos hoteleros ayuda a mejorar la atención al cliente**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 60% que el si considera que el manual de funciones se mejorar el servicio hotelero y en menor porcentaje con el 40% que no necesitan manual de funciones.

**INTERPRETACIÓN**

El manual de funciones es de mucha importancia dentro de los servicios hoteleros para que ellos tengan conocimientos cuales son las reglas o reglamentos importantes para que se sientan contentos los turistas que asisten a la ciudad de Babahoyo.

**11. CONSIDERA USTED QUE LA ECONOMÍA DEL SECTOR MEJORARÍA  
CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS.**

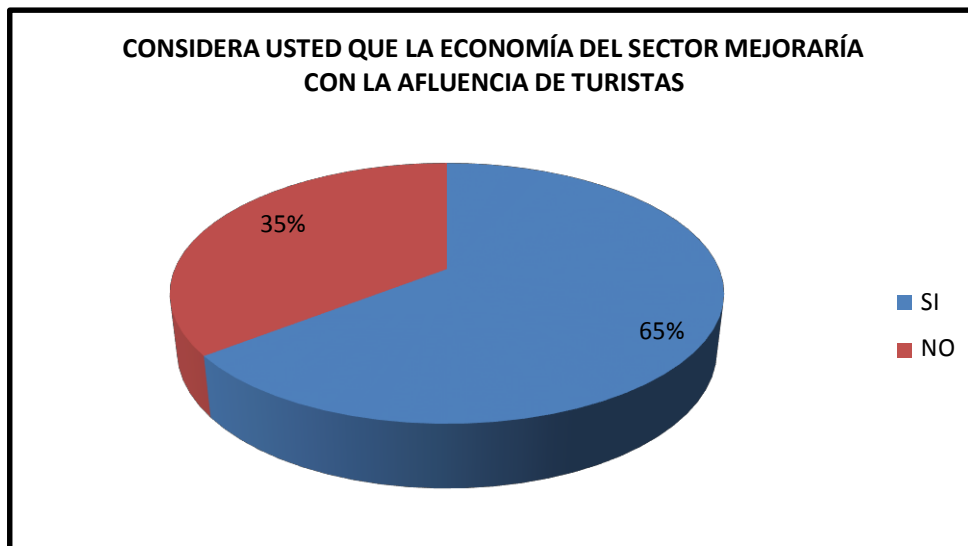
**Tabla N.º 11 Considera usted que la economía del sector mejoraría con la afluencia de turistas**

N.º	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	160	65%
2	NO	88	35%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turistas**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 11 Considera usted que la economía del sector mejoraría con la afluencia de turistas**



**ANÁLISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 65% que el si considera que la economía del sector mejoraría con la afluencia de turistas y en menor porcentaje con el 35% que no necesitan mejorar la economía de la ciudad de Babahoyo.

**INTERPRETACIÓN**

Se recomienda que se debe analizar una segmentación de mercado para mejorar la atención a los diferentes turistas que visitan a la ciudad de Babahoyo.

**12. COMO CONSIDERA USTED, PROMOVER EL USO EFICIENTE DEL AGUA Y LA ENERGÍA DENTRO DE LA PLANTA HOTELERA, Y SU APORTE A LA AFLUENCIA DE TURISTAS.**

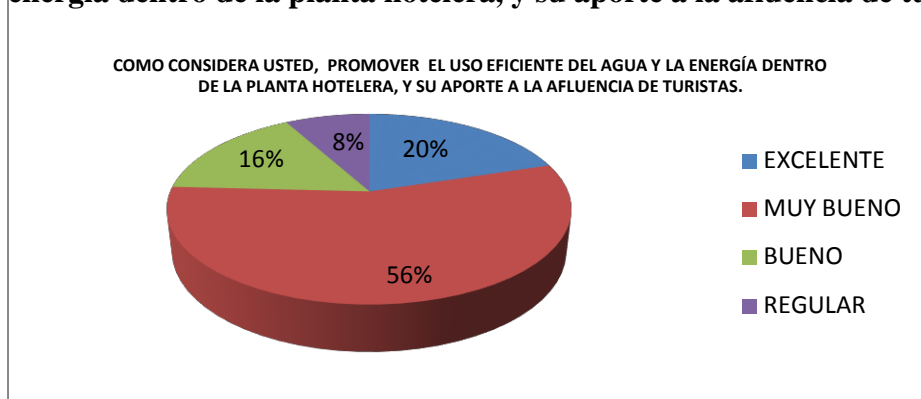
**Tabla N° 12 Como considera usted, promover el uso eficiente del agua y la energía dentro de la planta hotelera, y su aporte a la afluencia de turistas**

N°	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	EXCELENTE	50	20%
2	MUY BUENO	138	56%
3	BUENO	40	16%
4	REGULAR	20	8%
TOTAL		248	100%

**Fuentes: afluencia de turistas**

**Elaborado: Rafael Favian Tovar Zúñiga**

**Gráfico N.º 112 Como considera usted, promover el uso eficiente del agua y la energía dentro de la planta hotelera, y su aporte a la afluencia de turistas**



**ANALISIS**

Según los encuestados manifiestan con el 56% de la planta hotelera es muy bueno, 20% es excelente, 16% bueno y en menor porcentaje con un 8% la calificación es regular.

**INTERPRETACIÓN**

Se pretende mejorar la afluencia de turista por medio del uso respectivo del agua y la energía por medio de la planta hotelera dentro de las actividades a desarrollarse.

FOTOS DE TUTORIA



Imagen N° 1

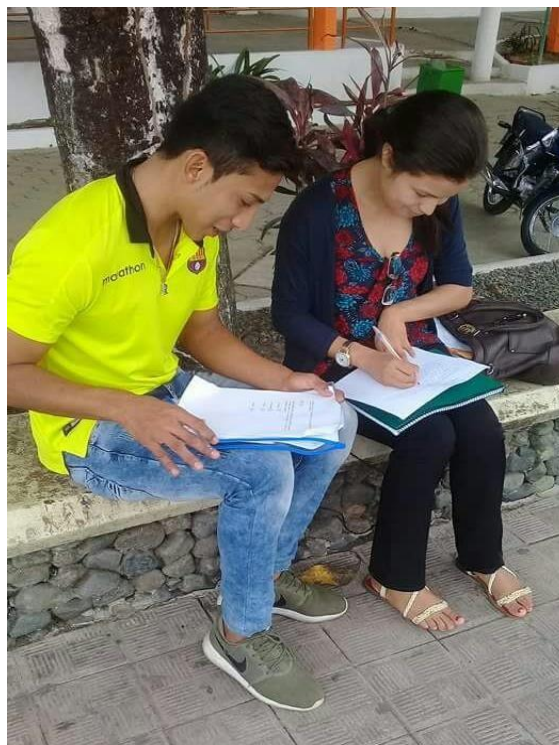


Imagen N° 2

**FOTOS A FUTUROS PROFESIONALES DE TURISMO**



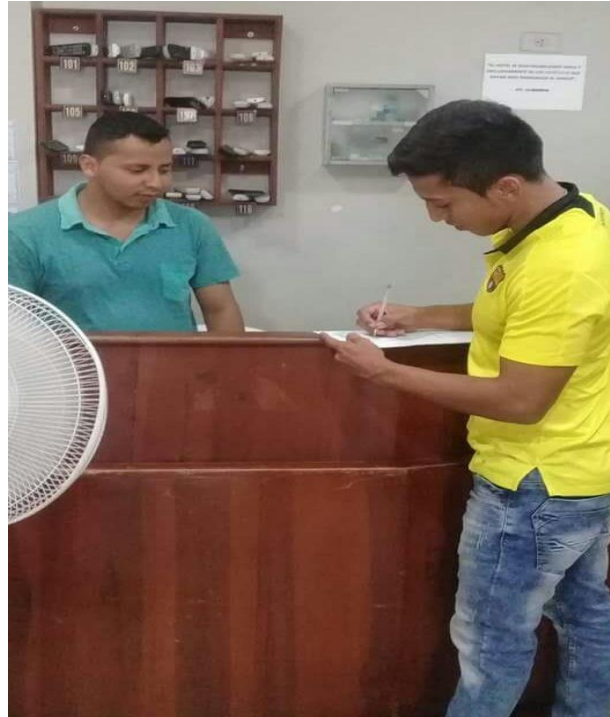
**Imagen N° 3**



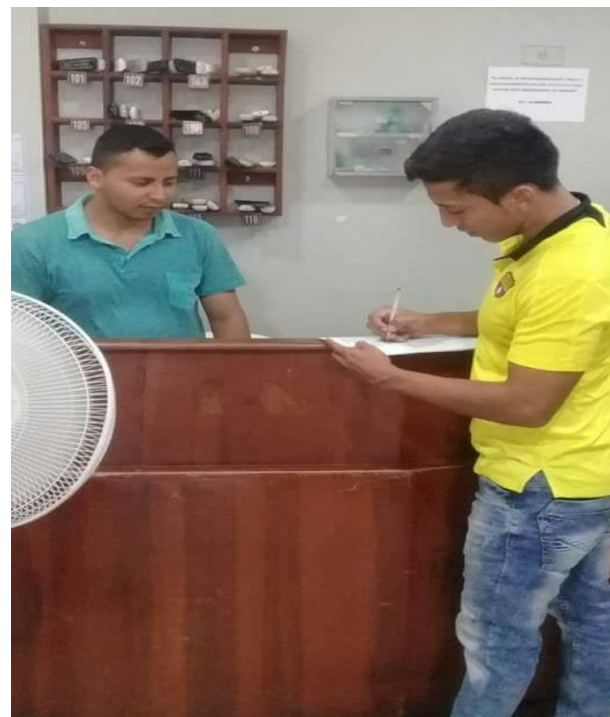
**Imagen N° 4**



**PERSONAL DEL ORDEN TURISTICO (RECEPCIONISTA)**



**Imagen N° 5**



**PERSONAL DEL ORDEN TURÍSTICO (CAMARA DE COMERCIO)**



Imagen N° 8

**PERSONAL DEL ORDEN TURISTICO (CASA DE LA CULTURA)**



**Imagen N° 9**



**Imagen N° 10**