

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO

TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO

TEMA:

**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA
HOSTERÍA FLOR DE CANELA, PROVINCIA DE PASTAZA”**

AUTOR:

ROBINSON AURELIO SANDO SANCHIMA

DIRECTORA:

M.Sc. LINETH FERNÁNDEZ

PUYO – PASTAZA - ECUADOR

JUNIO 2012

PRESENTACIÓN DEL TEMA

**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA
HOSTERÍA FLOR DE CANELA, PROVINCIA DE PASTAZA”**

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Miembro 1

Miembro 2

Miembro 3

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas aquellas personas que me brindaron ayuda para la elaboración de mi Tesis, a mis padres Luis Sando y Magdalena Sanchima por sus consejos y paciencia, quienes hicieron el gran esfuerzo para que yo pueda lograr mis sueños anhelados, a mis hermanos por su apoyo y ayuda, por sus palabras de aliento.

A la hospitalidad y generosidad, sobre todo a mi directora M.Sc. Lineth Fernández, por su comprensión y colaboración que me dio y todas las facilidades para la ejecución de mi Tesis. Pero en especial debo agradecer a Dios por sus bendiciones a lo largo de mi vida

A toda mi familia Sando y Sanchima, por sus buenos deseos, y estar presentes en cada momento de mi vida. A mis amigos y compañeros de clase.

A mis profesores quienes me guiaron y enseñaron durante toda mi carrera, porque dejaron no solo sus enseñanzas sino también sus experiencias de vida y su trabajo en clases

Robinson Aurelio Sando Sanchima

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, por darme la oportunidad de realizar uno de mis sueños, ser un profesional, por su apoyo incondicional, los llevo en mi corazón queridos padres, muchas gracias.

A toda mi familia, que siempre me han apoyado en cualquier circunstancia, siendo ellos mi apoyo incondicional y la fuerza suficiente para lograr mis sueños anhelados.

RESPONSABILIDAD

Declaro que soy el único autor de esta Tesis de Ingeniería y la pongo a disposición de la Universidad Estatal Amazónica, para hacer uso de la misma, con la finalidad que estime conveniente, dejando la absoluta privacidad del presente Manual de Gestión de Calidad la copia o reproducción sin la autorización del autor.

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza el autor.

Robinson Aurelio Sando Sanchima

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Robinson Aurelio Sando Sanchima, bajo mi responsabilidad.

M.Sc. Lineth Fernández
DIRECTORA DE TESIS

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. OBJETIVOS.....	3
1.2.1. Objetivo General:.....	3
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	3
1.3. HIPÓTESIS:.....	3
CAPÍTULO II.....	4
2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1. Gestión de Calidad.....	4
2.1.1. Sistema de Gestión de la Calidad.....	4
2.1.2. Manual de Calidad.....	6
2.1.3. Calidad total.....	7
2.1.4. Política de calidad.....	7
2.1.5. Mejora de la calidad.....	8
2.1.6. Total Quality Management.....	8
2.2. Procesos.....	9
2.2.1. ANSI.....	9
2.2.2. Planificación.....	10
2.2.3. Caracterización de Procesos.....	10
2.3. Turismo.....	10
2.3.1. Destino turístico.....	11
2.3.2. Actividades turísticas.....	11
2.3.3. Infraestructura turística.....	11
2.3.3.1. Hostería.....	12
2.3.3.2. Alojamiento.....	12
2.3.3.3. Administración.....	12
2.3.3.4. Atención al cliente.....	13
2.3.3.5. Servicio.....	13
2.3.3.6. Cliente.....	13
2.3.3.7. Satisfacción del Cliente.....	14
2.4. Indicadores de calidad en el servicio de empresas turísticas.....	14
2.5. Calidad de servicio turístico en Ecuador.....	15
2.6. Calidad de servicio turístico en la Amazonia enfocado en la Provincia de Pastaza.....	16
CAPÍTULO III.....	17

3.	MATERIALES Y MÉTODOS	17
3.1.	Localización y duración de la investigación	17
3.2.	Condiciones meteorológicas:.....	18
3.3.	Materiales y equipos:.....	18
3.4.	Factores de Estudio:	18
3.5.	Diseño de la investigación.....	19
3.6.	Manejo de la investigación.....	19
CAPÍTULO IV		21
4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
4.1.	DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.....	21
4.3.	DIAGNÓSTICO REPRESENTATIVO DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.	22
4.3.1.	Aspecto Organizacional.....	22
4.3.2.	Aspecto Ambiental	25
4.3.3.	Aspecto legal	25
4.4.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	26
	• Objeto social	26
	• Misión	26
	• Visión.....	26
	• Objetivos estratégicos	27
4.5.	PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PRESTA LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.....	27
4.6.	Principales agencias de viajes y turoperadoras.....	28
4.7.	CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE SE DESARROLLA EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA	29
4.8.	OBJETIVO COMERCIAL	30
4.11.	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS DE LAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.....	31
4.11.2.	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS CENTRALES DESARROLLADOS EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA	32
4.11.3.	CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR AREAS DENTRO EN LA HOSTERÍA.....	37
4.12.	UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO DE LA HOSTERÍA“FLOR DE CANELA”.....	56
4.13.	PLAN ESTRATÉGICO DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA	59
4.14.	PROPUESTA PARA LA MEJORA CONTINUA DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.....	66
4.15.	MANUAL DE CALIDAD PARA LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA	66
4.15.1.	Objetivos del manual	66

4.15.2.	Objetivo General:.....	66
4.15.3.	Objetivos específicos:	66
4.16.	ESTRUCTURAL ORGANIZACIONAL DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA	67
4.17.	DIRECTRICES DEL CLIENTE	68
4.17.1.	Requisitos del cliente	68
4.17.2.	Satisfacción del cliente	76
4.19.	MATRIZ DE LAS DIRECTRIZ DE ALTA GERENCIA.....	100
4.20.	POLÍTICA DE CALIDAD	102
4.21.	MATRIZ DE INDICADORES.....	103
4.22.	PLAN DE GESTIÓN POR OBJETIVOS	105
CAPÍTULO V		110
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
5.1.	CONCLUSIONES	110
5.2.	RECOMENDACIONES.....	111
6.	RESUMEN	112
7.	SUMMARY.....	113
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114
9.	ANEXOS.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Calidad.....	7
Tabla N° 2. Simbología.....	9
Tabla N° 3. Factores de estudio en la investigación.....	18
Tabla N° 4. Agencias de viajes y turoperadoras con los cuales opera la Hostería Flor de Canela.....	28
Tabla N° 5. Costo de las habitaciones en temporada alta.....	30
Tabla N° 6. Precios de habitaciones en temporada baja.....	31
Tabla N° 7. FODA de la “Hostería Flor de Canela”	56
Tabla N° 8. Análisis FODA.....	57
Tabla N° 9. Carencia de vestimenta adecuada.....	59
Tabla N° 10. Rotación frecuente del personal.....	60
Tabla N° 11. Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento.....	60
Tabla N° 12. Alianzas estratégicas.....	61
Tabla N° 13. Crecimiento de la demanda turística hotelera.....	61
Tabla N° 14. Creación de Agencias de viajes y tur operadoras.....	62
Tabla N° 15. Competencia cercana a la Hostería.....	63
Tabla N° 16. Diversidad de oferta de parte de los competidores.....	63
Tabla N° 17. Nuevos competidores.....	64
Tabla N° 18. Alianzas estratégicas entre empresas competidoras.....	65
Tabla N° 19. Procedencia de turistas.....	68
Tabla N° 20. Género	69
Tabla N° 21. Edad.....	70
Tabla N° 22. Ingreso económico	71
Tabla N° 23. Tipo de servicio y consumo realizado.....	72
Tabla N° 24. Atención.....	73
Tabla N° 25. Ubicación de la Hostería	74
Tabla N° 26. Mejora de servicios.....	75
Tabla N° 27. Información	76
Tabla N° 28. Instalaciones	77
Tabla N° 29. Limpieza de las instalaciones	78
Tabla N° 30. Rapidez en el servicio	79
Tabla N° 31. Cumplimiento ha contratado	80
Tabla N° 32. Seguridad.....	81

Tabla N° 33. Amabilidad en el servicio.....	82
Tabla N° 34. Recepción	83
Tabla N° 35. Información.	84
Tabla N° 36. Limpieza de las habitaciones.....	85
Tabla N° 37. Comodidades para aseo	86
Tabla N° 38. Servicios de agua y luz.....	87
Tabla N° 39. Comodidad en las habitaciones	88
Tabla N° 40. Servicio de guardianía.....	89
Tabla N° 41. Limpieza en la Hostería.....	90
Tabla N° 42. Menú.....	91
Tabla N° 43. Rapidez en el servicio.	92
Tabla N° 44. Servicio en el restaurante	93
Tabla N° 45. Servicio del mesero	94
Tabla N° 46. Amabilidad y cordialidad del mesero.....	95
Tabla N° 47. Cliente satisfecho.	96
Tabla N° 48. Recomendación del Cliente.....	97
Tabla N° 49. Publicidad.....	98
Tabla N° 50. Directrices de alta gerencias.....	100
Tabla N° 51. Matriz de política de calidad.....	101
Tabla N° 52. Requisitos del gerente	102
Tabla N° 53. Requisitos del cliente	102
Tabla N° 54. Matriz de indicadores.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Documentación del Sistema de Gestión de la Calidad.....	11
Gráfico. N° 2. Mapa de procesos.....	32
Gráfico N° 3. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.....	33
Gráfico N° 4. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.....	34
Gráfico N° 5. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.....	35
Gráfico N° 6. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.....	36.
Gráfico. N° 7. Diagrama de los procesos que se desarrollan en la Gerencia	37
Gráfico. N° 8. Diagrama de las actividades desarrolladas en la administración.....	38
Gráfico. N° 9. Actividades desarrolladas en área de Talento Humano.....	39
Gráfico. N° 10. Caracterización de procesos de las actividades desarrollados en el departamento de habitaciones.....	40
Gráfico. N° 11. Actividades de recepción	41
Gráfico. N° 12. Actividades que se desarrollan en Regiduría de pisos.....	42
Gráfico. N° 13. Actividades desarrolladas en área de camarería	43
Gráfico. N° 14. Diagrama de procesos que se desarrolla en el departamento de marketing y ventas.....	44
Gráfico. N° 15. Actividades desarrollados en el departamento de finanzas y contabilidad.	45
Gráfico. N° 16. Caracterización de las actividades de departamento de alimentos y bebidas	46
Gráfico. N° 17. Actividades desarrolladas en el área de cocina.....	47
Gráfico. N° 18. Procesos realizados en el área de Restaurante y bar.....	48
Gráfico. N° 19. Actividades desarrolladas en el área de sala de eventos	49
Gráfico. N° 20. Diagrama de las actividades del departamento de mantenimiento ...	50
Gráfico. N° 21. Actividades dentro del área de limpieza	51
Gráfico. N° 22. Actividades realizadas en jardinería	52
Gráfico. N° 23. Actividades que se desarrollan en el departamento de seguridad....	53
Gráfico. N° 24. Actividades del departamento de compras	54
Gráfico. N° 25. Actividades realizados en el área de almacenamiento.....	55
Gráfico N° 26. Estructura organizativa.	67

Gráfico N° 27. Procedencia.....	68
Gráfico N° 28. Género.....	69
Gráfico N° 29. Edad	70
Gráfico N° 30. Ingreso económico	71
Gráfico N° 31. Servicio y consumo realizado	72
Gráfico N°32. Atención al cliente	73
Gráfico N° 33. Ubicación de la Hostería.....	74
Gráfico N° 34. Mejora de servicio	75
Gráfico N° 35. Información.....	76
Gráfico N° 36. Instalaciones.....	77
Gráfico N° 37. Limpieza de instalaciones	78
Gráfico N° 38. Rapidez en el servicio	79
Gráfico N° 39. Cumplimiento	80
Gráfico N° 40. Seguridad	81
Gráfico N° 41. Amabilidad en el servicio	82
Gráfico N° 42. Recepción.....	83
Gráfico N°43. Información.....	84
Gráfico N° 44. Limpieza de habitaciones.....	85
Gráfico N° 45. Comodidades para aseo	86
Gráfico N° 46. Servicios de agua y luz	87
Gráfico N° 47. Comunidad en las habitaciones.....	88
Gráfico N° 48. Servicio de guardianía	89
Gráfico N° 49. Limpieza en la Hostería	90
Gráfico N° 50. Menú	91
Gráfico N° 51. Rispidez en el servicio	92
Gráfico N° 52. Servicio en el restaurante	93
Gráfico N° 53. Servicio del mesero.....	94
Gráfico N° 54. Amabilidad y cordialidad del mesero	95
Gráfico N° 55. Cliente satisfecho	96
Gráfico N° 56. Recomendación del cliente	97
Gráfico N° 57. Publicidad	98

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1: Ubicación “Hostería Flor de Canela.....	17
Imagen N° 2: Marca.....	26
Imagen N° 3. Camas rústicas en el área de alojamiento de la Hostería Flor de Canela.....	122
Imagen N° 4. Área de Restaurante.....	122
Imagen N° 5. Área de recreación en la “Hostería Flor de Canela.....	123
Imagen N° 6. Salón de eventos.....	123

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que vincula y envía viajeros a lugares y países que acogen y hospedan, creando así corrientes o flujos turísticos. Por esta razón, el turismo está sujeto a la evolución del mercado mundial, a las leyes económicas de la oferta y la demanda internacional y local.

Este floreciente sector de la economía mundial, suele ser considerado como un sistema complejo, pues induce efectos en los diversos ámbitos y entornos en los que actúa (económico, social, cultural, político, ecológico, etc.) y, a su vez, es influenciado por los mismos.

Por lo tanto, todas las empresas y plantas turísticas dispuestas a ofertar servicios de calidad, están compuestas por todas las áreas de servicios que actúan directa e indirectamente en la prestación del producto turístico. Directamente están involucradas todas las empresas de alojamiento, alimentación y transporte turístico. Indirectamente están los guías de turismo, las empresas renteras de equipamientos y de vehículos, bares y centros de diversión, que aumentan la gama de servicios en un lugar y lo torna más atractivo para el visitante.

Además, la planta turística en el Ecuador, aunque dispone de instalaciones adecuadas, la guerra de precios en el turismo es perniciosa para todos, sus efectos erosionan los márgenes de beneficios del negocio, ponen en riesgo la inversión en mantenimiento, deterioran los recursos turísticos y se termina sacrificando la calidad y la imagen del destino y de sus servicios; en estos casos, un diagnóstico y elaboración de un manual de la calidad total es indispensable, ya que, la competitividad se basa cada vez más en la calidad y en la innovación; diferenciando los servicios, adaptándose

rápidamente a los cambios de la demanda, mejorando la imagen de la empresa y no únicamente bajando los precios o reduciendo el personal.

La calidad basada en una herramienta de organización de actividades, marca la diferencia en el mercado y como tal, se transforma en una fuente de ventajas competitivas para la empresa.

La Hostería Flor de Canela, al igual que los demás establecimientos turísticos, dispone de instalaciones adecuadas para ofertar servicios de alimentación, hospedaje y recreación, ubicado en una zona estratégica para desarrollar actividades requeridas por los visitantes; lamentablemente, también está dentro de las instituciones que carecen de un manual de gestión de calidad, lo que ha llevado a la realización de actividades en forma empírica e improvisada, con personal sin las competencias adecuadas y acordes a la ejecución de labores, que permitan desarrollar una cultura de calidad y mejora continua en cada uno de los procesos de gestión y/o administración empresarial, razón por la cual, se hace necesario realizar una propuesta que permita elaborar un manual de gestión de calidad para la “Hostería Flor de Canela”.

1.2.OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General:

- Elaborar un manual de gestión de calidad para la “Hostería Flor de Canela”, de la provincia de Pastaza.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Diagnosticar el estado actual de la “Hostería Flor de Canela”.
- Caracterizar los procesos relacionados a las actividades que se desarrollan en la “Hostería Flor de Canela”.
- Proponer un manual de gestión de calidad para la “Hostería Flor de Canela”.

1.3.HIPÓTESIS

1.3.1. Hipótesis general:

- La elaboración del Manual de Gestión de Calidad mejorará el servicio ofertado por la “Hostería Flor de Canela”.

1.3.2. Hipótesis específica:

- La aplicación de técnicas e instrumentos metodológicos que permitirá diagnosticar el estado actual de la “Hostería Flor de Canela”.
- La caracterización de procesos permitirá mejorar las actividades desarrolladas en la Hostería Flor de Canela.
- La propuesta de un Manual de Gestión de calidad permitirá mejorar la calidad de servicios ofertados por la “Hostería Flor de Canela”.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA

En este ítem del trabajo investigativo se presenta conceptos actualizados y reconocidos a nivel mundial, los mismos que, están siendo manejados dentro de la actividad turística y pertenecen a diferentes autores expertos en distintos campos dentro del área de turismo.

2.1. Gestión de Calidad

La gestión de calidades un aspecto general de la empresa que determina y aplica la política, permitiendo así la obtención de la calidad deseada; la misma que requiere el compromiso y la participación de todos los miembros de la empresa, con la responsabilidad de gestión en dirección de la misma.

Esta gestión incluye planificación, organización y control en el desarrollo del sistema, y otras actividades relacionadas con la calidad. La implantación de la política requiere un sistema de la calidad, entendiendo como tal a la estructura, organización, responsabilidades, procesos, procedimientos y recursos que se establecen, para llevar a cabo la gestión de calidad.

El término Gestión de Calidad, es utilizado para describir un sistema que relaciona, un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. (**Camisón, 2009**).

2.1.1. Sistema de Gestión de la Calidad

El SGC (Sistema de Gestión de la Calidad) está enfocado a dirigir y controlar una organización en relación con la calidad. Un enfoque para desarrollar e implementar un

SGC (o para mantener y mejorar uno ya existente) comprende diferentes etapas, tales como:

- Determinar las necesidades y expectativas de los clientes y de otras partes interesadas;
- Establecer la política y objetivos de la calidad de la organización;
- Determinar procesos y responsabilidades necesarias para lograr los objetivos de la calidad;
- Determinar y proporcionar los recursos necesarios para lograr los objetivos de la calidad;
- Establecer los métodos para medir la eficacia y eficiencia de cada proceso;
- Aplicar estas medidas para determinar la eficacia y eficiencia de cada proceso;
- Determinar los medios para prevenir no conformidades y eliminar sus causas; y,
- Establecer y aplicar un proceso para la mejora continua del SGC

La documentación del Sistema de Gestión de la Calidad es distribuida a nivel de división y a nivel de departamento en cinco distintos niveles:

Gráfico No. 1: Documentación del Sistema de Gestión de la Calidad



Fuente: Normas ISO 9001:2008

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Nivel de División

- **Nivel 1.-** La Política de Calidad, abarca un compromiso con el cumplimiento de los requisitos, la mejora continúa de la eficacia del sistema y la satisfacción del cliente.

- **Nivel 2.-** Este Manual de la Calidad, que describe nuestro Sistema de Gestión de la Calidad, perfila las autoridades, las interrelaciones, los deberes del personal responsable del desempeño dentro del sistema, los procedimientos y/o referencias de todas las actividades que conforman el Sistema de Gestión de la Calidad.
- **Nivel 3.-** Los procedimientos requeridos por la norma, los programas de auditorías internas y externas, acciones correctivas y preventivas, revisión de la dirección y los documentos identificados como necesarios para una eficaz planificación, operación y control de nuestros procesos.

Nivel de Departamento

- **Nivel 4.-** Instrucciones de trabajo.
- **Nivel 5.-** Los registros de calidad, requeridos por la norma y los registros necesarios a la organización, para demostrar la conformidad con los requisitos y el manejo eficaz de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad.

2.1.2. Manual de Calidad

El manual es un breve trabajo de carácter administrativo que contiene, en forma ordenada y sistemática, información sobre sus políticas, historia, guías de acción, organización, fases de un proceso, funciones y procedimientos a seguir por parte del personal y manera de ejecutar determinadas actividades u operaciones de una entidad o empresa determinada

Un manual de Calidad es un documento que especifica el Sistema de Gestión de la Calidad de una organización. **(Norma ISO, 9001:2008)**

Cárdenas (2005) Manifiesta que, “es un documento único e irrepetible, el cual puede tener revisiones para su mejora, detectadas por la misma organización, sugeridas por el cliente”. Es decir, que es un documento único en la empresa, a diferencia del Plan de Calidad el cual puede haber varios dentro de una misma organización.

Tabla N° 1. Calidad.

Vzon, 2010	"La calidad no se logra por accidente, es el resultado de un esfuerzo inteligente"
Juran y Gryna, 1993	"La calidad es un conjunto de características de un producto que satisfacen la necesidades de los clientes y en consecuencia, hacen satisfactorio el producto".
Norma ISO 8402-94	Define la calidad como: El conjunto de características de una entidad que le otorgan la capacidad de satisfacer necesidades expresas e implícitas.
Norma ISO 9001:2008	Define como: La capacidad de un conjunto de características intrínsecas para satisfacer requisitos.

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima.

2.1.3. Calidad total

La calidad total es una estrategia de gestión a través de la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de sus empleados, de los accionistas y de toda la sociedad en general, utilizando los recursos de que dispone: personas, materiales, tecnología, sistemas de producción, etc.

Calidad Total - Excelencia: Es una estrategia de gestión cuyo objetivo es que la organización satisfaga de una manera equilibrada las necesidades y expectativas de los clientes, de los empleados, de los accionistas y de la sociedad en general. **(Merma, 2009).**

Calidad total es una teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente. **(Pérez, 2002).**

2.1.4. Política de calidad

Según **(ISO 9001:2008)**, es el documento base para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, marcará las directrices generales para la planificación del sistema y orientará a toda la organización hacia la satisfacción del cliente.

2.1.5. Mejora de la calidad

Según **Coello (2011)** El objetivo de la mejora continua de la calidad debería ser, incrementar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes y aumentar dicha satisfacción a través de la mejora de su desempeño.

La Norma UNE-EN-ISO 9000:2005 dice que “la mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta”.

Para **Martínez (2007)** es la gestión orientada a mejorar su eficacia y eficiencia, y con ello la satisfacción del cliente al menor coste.

2.1.6. Total Quality Management.

La Gestión de Calidad Total (abreviada TQM, del inglés Total Quality Management) es una estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales. La TQM ha sido ampliamente utilizada en manufactura, educación, gobierno e industrias de servicio.

Shiba (2007) Experto internacional en gestión de Calidad Total, el TQM es. “un sistema elaborado de prácticas, herramientas y métodos de formación para dirigir corporaciones que satisfagan a sus clientes en un mundo rápidamente cambiante”; aplicado al sector industrial por ejemplo, el TQM busca que la empresa produzca bienes de inmejorable calidad, que éstos sean producidos y distribuidos a tiempo, que duren un tiempo adecuado y que requieran de un mínimo de mantenimiento.

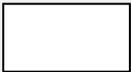
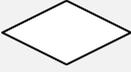
Bajo este enfoque, podemos entender al TQM como un nuevo modelo administrativo sustentado en una filosofía muy especial, el cual se está convirtiendo en una auténtica estrategia global que exige la cooperación de todas las funciones de una empresa: mercadeo, producción, logística, finanzas, etc.; pero que también supone incorporar a todas las organizaciones relacionadas con la empresa, como los proveedores, distribuidores, publicistas, entre otros. Aunque cada empresa debe encontrar su propio modo de poner en práctica el TQM, existen tres características que toda empresa debe tomar en cuenta: el TQM se centra en los clientes y la satisfacción de sus necesidades; el TQM trabaja en la mejora continua de los procesos para elevar la calidad de productos y servicios; y, por último, el TQM necesita de la participación total del personal; todo esto encaminado a crear una cultura de calidad en todos los aspectos de las actividades de una empresa que le permitan llegar al éxito.

2.2. Procesos

Según **Camacho (2008)** Proceso es el conjunto de actividades o tareas, mutuamente relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo, los cuales se administran, regulan o autorregulan bajo modelos de gestión particulares para obtener elementos de salida o resultados esperados . Las entradas al proceso pueden ser iniciales o intermedias. Asimismo, los resultados o salidas a lo largo del proceso pueden ser intermedios o finales. La presencia e interacción de los elementos que lo componen conforman un sistema de trabajo, al cual puede denominarse “Sistema de gestión del proceso”.

2.2.1. ANSI

Tabla N° 2. Simbología ANSI.

SIMBOLOGÍA ANSI	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la continua el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Fuentes: Simbología ANSI

Elaborado: Robinson Aurelio Sando Sanchima

2.2.2. Planificación

Para **Molina y Morales (2006)** “Planificación es un proceso para la toma de decisiones que prevé el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar de una manera más eficiente y económicamente posible”.

2.2.3. Caracterización de Procesos

Una excelente manera de planificar los procesos y de ahí en adelante su gerenciamiento, es mediante la caracterización o descripción de cada uno de ellos. Al caracterizar el proceso, el líder, clientes, proveedores y el personal que participa de la realización de las actividades, adquieren una visión integral, entienden para qué sirve lo que individualmente hace cada uno, por lo tanto fortalece el trabajo en equipo y la comunicación. Esto aporta de manera contundente la calidad de los productos y servicios.

La caracterización es la identificación de todos los factores que intervienen en un proceso y que se deben controlar, es la base misma para gerenciar.

Estos elementos son: misión, líder, límites, clientes, productos, subprocesos, insumos, proveedores, base documental, indicadores, cargos involucrados y los recursos físicos y/o tecnológicos.

2.3. Turismo

Según la (**Organización Mundial del Turismo (OMT), 2008**) Turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros, y duran períodos inferiores a un año.

Para **Jaén (2010)** Se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivo de ocio, diversión, negocios u otros.

2.3.1. Destino turístico

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

Para **(Organización Mundial del Turismo, 2008)** Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

2.3.2. Actividades turísticas

La ley de Turismo (2002) Estipula que: “Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

2.3.3. Infraestructura turística

Goeldner, Ritchie y McIntosh (2001) Manifiestan que se conoce como infraestructura como todas aquellas facilidades, equipamiento e instalaciones necesarias para un funcionamiento básico y vida diaria de los residentes de una región. Estas incluyen sistemas de comunicación, agua, drenaje, seguridad, hospitales, transportación y educación.

2.3.3.1. Hostería

Según el **(Reglamento general de actividades turísticas, 2002)** en el “Art. 23 estipula que: Hostería.- Es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones”.

2.3.3.2. Alojamiento

Martínez (2007) Se refiere a alojamiento como un término utilizado para referirse a las instalaciones dedicadas a la explotación comercial del negocio de provisión de habitaciones en el contexto de la industria de la hostelería y del turismo. Se asocia al sector de los hoteles y se aplica con facilidad a establecimientos tan diversos como en hoteles de negocios y de conferencias, los hoteles de complejos turísticos, los moteles (hoteles de carretera) y los hoteles económicos, las casas de huéspedes, y los establecimientos bed and breakfast.

2.3.3.3. Administración

La administración comprende un conjunto de normas, políticas y técnicas sistemáticas, que permite una eficacia y eficiencia mediante la utilización de los recursos disponibles de una entidad o empresa, con el fin de alcanzar sus objetivos mediante los mecanismos de planificación, organización, dirección, coordinación y control, formando como elementos básicos de todo proceso administrativo. Una administración adquiere relevancia cuándo no sólo la utilizan los grupos más grandes sino que esté presente para impulsar a un grupo pequeño; simplifica el trabajo para establecer principios, políticas, para lograr mayor rapidez y efectividad en las actividades a realizar. Sabemos que al aplicar adecuadamente todos los lineamientos establecidos por la administración el resultado será mayor productividad y eficiencia en cualquier grupo social organizado.

2.3.3.4. Atención al cliente

Para **Martínez (2007)** “La atención al cliente es lograr el buen entendimiento, cooperación y confianza en el cliente, y que este se identifique con nuestra empresa”.

Según **Toscano (2005)** La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc. se logra complacer y fidelizar al cliente. Es una filosofía que no tiene resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente de toda la empresa y de todo el personal.

2.3.3.5. Servicio

Para **Thompson (2006)** " Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes"

2.3.3.6. Cliente

Es una persona que acude a un establecimiento en búsqueda de satisfacer sus necesidades y los servicios que esa empresa ofrece.

Para **García (2011)** El cliente es una figura que siempre está presente, es lógico, es quien demanda los productos y servicios que las empresas ofrecen y por lo que consiguen consolidarse en el mercado y obtienen los ingresos y rendimientos para posicionarse y sobrevivir.

Según **Thompson (2009)** “Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

2.3.3.7. Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente se define como el resultado de comparar las expectativas previas del cliente, puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con el valor percibido al finalizar la relación comercial. Conocer la opinión de los clientes es fundamental para establecer posteriormente acciones de mejora en la organización. (NORMA ISO 9001: 2008).

Martínez (2007) manifiesta que es “el resultado positivo del consumo de unos productos o la utilización de unos servicios. La satisfacción del cliente aparece cuando se cumplen las expectativas del turista”.

$$\text{Valor Percibido} - \text{Expectativas} = \text{Grado de Satisfacción}$$

2.4. Indicadores de calidad en el servicio de empresas turísticas

Surge a partir de la implantación de sistemas de gestión de calidad total. Por lo tanto, se define como un instrumento de medida, cuantitativo o cualitativo, que refleja la cantidad de la calidad que posee una actividad o un servicio cualquiera, de tal manera presentamos dos tipologías utilizados según el concepto que interese evaluar:

- **Indicadores de demanda**

Miden la cantidad de solicitudes de asistencia que se presentan en el servicio (por ejemplo, número de clientes atendidos por cada mil habitantes y año). Estos valores tienen un valor informativo para poder establecer una comparación de la actividad del centro con otros servicios similares.

- **Indicadores de calidad de las actividades**

Por ejemplo, tiempo medio de demora en la atención a los clientes. Dentro de estos indicadores, podemos distinguir dos tipos:

a) Indicadores de proceso. Cuantifican aspectos del proceso de asistencia, desde su llegada y clasificación hasta su finalización. Estos indicadores miden el funcionamiento del servicio desde el punto de vista organizativo y de la calidad de los procesos (reflejan el cómo se hacen las cosas).

b) Indicadores de resultado. Miden los resultados finales de las actividades asistenciales, es decir, lo que le pasa (o no) a un cliente después de haberle hecho (o no haberle hecho algo). Informan por tanto de la calidad y capacidad técnica y resolutive del servicio (cuantifican resultados de una actividad sin importar el cómo se ha realizado)

La **(NORMA ISO 11620)** “Establece que indicadores de calidad se trata de: “una expresión utilizada para describir actividades en términos cuantitativos o cualitativos que contribuyen a evaluar dicha actividad y el método utilizado”.

2.5. Calidad de servicio turístico en Ecuador

El Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en el Ecuador al 2020, (PLANDETUR 2020) plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los estados del planeta, han reconocido la necesidad de unificar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador.

El PLANDETUR 2020 busca potenciar hasta el 2020 un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida.

El Ministerio de Turismo del Ecuador presenta el Programa Nacional de Capacitación Turística, (PNCT), el cual se constituye en una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector.

El PNCT contempla una formación gratuita e integral mediante talleres, seminarios y conferencias a 10.000 personas vinculadas y con interés en el sector turístico como empresarios, administradores, profesionales del sector, personal operativo, prestadores

de servicios en turismo comunitario, prestadores de servicios de comida típica, guías especializados y nativos, emprendedores turísticos, funcionarios públicos de gobiernos locales, jóvenes productivos y niños de educación básica.

2.6. Calidad de servicio turístico en la Amazonia enfocado en la Provincia de Pastaza

Para **Segura (2008)** Una de las formas principales en que una empresa de servicio se puede diferenciar es proporcionando siempre un nivel de calidad más elevado que sus competidores.

2.7. Smart Voyager

Según (**Fundación Conservación & Desarrollo (C&D) 2000**) Smart Voyager, es un programa de certificación de turismo sostenible en América del Sur, la misma que, fue creada con la finalidad de minimizar los impactos ambientales que puede causar una operación turística y encaminar a los operadores de turismo receptivo hacia acciones de buenas prácticas de turismo sostenible

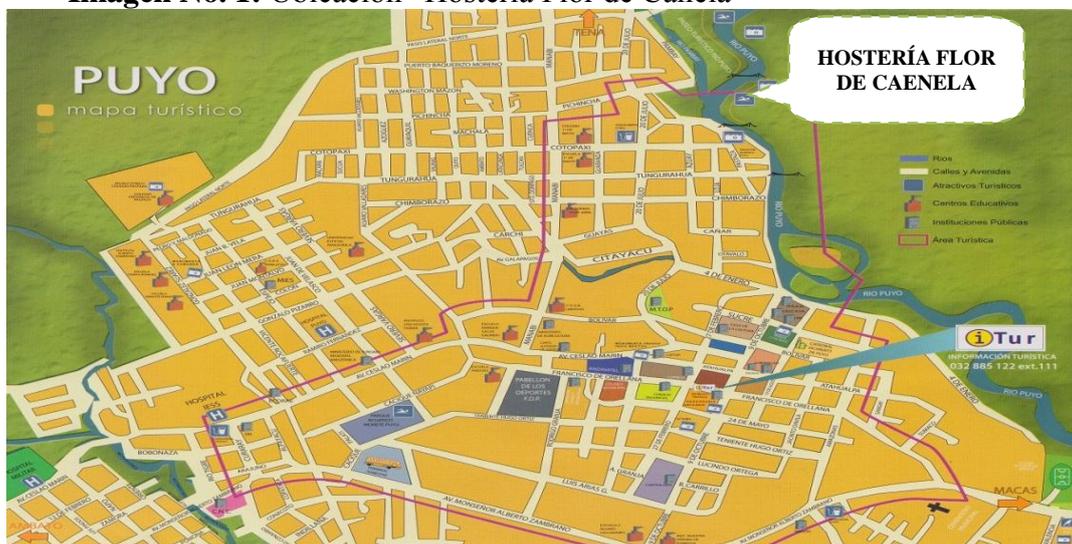
CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Localización y duración de la investigación

La investigación se realizó, en la “Hostería Flor de Canela”, la misma que se encuentra ubicado en el barrio Obrero, dentro del paseo turístico Boayacu Puyo al margen del río Puyo, a solo 5 minutos del terminal terrestre y 15 minutos de aeropuerto Río Amazonas de Shell, en el cantón Pastaza, a 100 km de Ambato, 110 Km. de Riobamba, 79 Km. de Tena, 129 Km. de Macas, y 239 Km. de Quito; conectada con un sistema de carreteras de primer orden, que permite acceder sin limitaciones y con la mayor comodidad y confort a sus instalaciones.

Imagen No. 1: Ubicación “Hostería Flor de Canela”



Fuente: Mapa Turístico de Cantón Pastaza

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Duración: La presente investigación y trabajo de campo, se la realizó desde el mes de noviembre 2011, que permitió realizar un diagnóstico de la situación actual de la hostería y una propuesta de manejo de calidad que tribute al fortalecimiento del establecimiento y del entorno.

3.2. Condiciones meteorológicas:

La “Hostería Flor de Canela”, está ubicada en la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE), en una zona que posee un clima cálido húmedo, UTM: SD63; se encuentra a una altitud de 950 msnm, con temperatura anual que oscila de 18°C a 24°C.

3.3. Materiales y equipos:

3.3.1. Recursos Materiales:

- Materiales y equipos de oficina.
- Formatos de encuesta.
- Formatos de entrevista.
- Formato ficha de observación.
- Equipos tecnológicos e informáticos.

3.3.2. Recursos Humanos:

- Robinson Sando, Egresado en Ingeniería en Turismo.
- Directora de Tesis.
- Personal administrativo que labora en la Hostería Flor de Canela.

3.4. Factores de Estudio:

Tabla N° 3. Factores de estudio en la investigación

Factores de Estudio	Medición
Diagnóstico del estado actual	<ul style="list-style-type: none">• Técnica de observación• Técnica Encuesta• Técnica Entrevista
Requisitos del Cliente	<ul style="list-style-type: none">• Técnica de observación• Técnica Encuesta• Técnica Entrevista
Directrices de la alta gerencia	<ul style="list-style-type: none">• Técnica de observación• Técnica Encuesta• Técnica Entrevista
Administrativos y operacionales	<ul style="list-style-type: none">• Matrices de cumplimiento

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

3.5. Diseño de la investigación

La estrategia metodológica que se aplicó, es la investigación-acción, inscrita en el paradigma socio-critico, ya que la misma es tratada a partir de una situación actual o realidad del entorno; lo que permitió identificar los factores de incidencia respecto al objeto de estudio y de esta forma elaborar el Manual de Calidad de la Hostería Flor de Canela, para estandarizar y mejorar los procesos, procedimientos, actividades, acciones, etc., con la finalidad de fortalecer su gestión y posicionamiento.

3.6. Manejo de la investigación

Sobre la base de esta estrategia metodológica, los métodos utilizados para el desarrollo del presente proyecto de investigación fueron:

3.6.1. Métodos teóricos

- **Histórico-lógico:** para el desarrollo de la investigación bibliográfica existente y que tributa en el fortalecimiento científico de la temática motivo de estudio.
- **Análisis y síntesis de la información:** a partir de la revisión de la literatura especializada.
- **Inductivo-Deductivo:** para el diagnóstico de la situación de la gestión de la “Hostería Flor de Canela”.

3.6.2. Métodos empíricos:

- **Técnica:** Encuesta. **Instrumento:** Cuestionario estructurado.
- **Técnica:** Entrevista. **Instrumento:** Cuestionario estructurado
- **Técnica:** Observación practica. **Instrumento:** Ficha de Observación

Además:

- **Análisis estadísticos:** para el desarrollo de los datos obtenidos, utilizando programas computarizados.

Técnicas a emplear:

- Documentales; y,
- De campo.

En las técnicas documentales se utilizaron:

a) Fuentes primarias de información, tales como:

- Libros;
- Revistas;
- Artículos; y,
- Tesis que abordan de forma parcial el tema tratado referente a la investigación.

b) Fuentes secundarias de información

- Expertos de la temática investigado

Dentro de la investigación, los aspectos teóricos más relevantes estuvieron acorde a los siguientes aspectos: Calidad, Gestión de calidad, Procesos, Turismo, Actividades Turística entre otros.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

Las instalaciones ofrecen al cliente el disfrute en armonía con la naturaleza, la misma que fue creada en el año 2000 ofreciendo únicamente alojamiento, pero actualmente es una empresa que se caracteriza por la prestación de servicios de alojamiento, alimentación, recreación y sala de eventos.

La Hostería Flor de Canela cuenta con cómodas y amplias cabañas, algunas de ellas contienen camas en forma de una canoa con infraestructura y decoración de madera, con acabados rústicos, siendo típicas de la región con habitaciones simples, dobles, triples, cuádruples, y hasta una familiar de siete; además cuenta con un restaurante, en el que se ofertan platos de acuerdo a una carta menú, con comida nacional e internacional, para ser degustados al instante o en compromisos sociales reservados.

La Hostería Flor de Canela se encuentra distribuida de la siguiente manera: departamento de habitaciones, departamento de marketing y ventas, departamento financiero y contabilidad, departamento de alimentos y bebidas, departamento de mantenimiento, departamento de seguridad, departamento de compras.

Actualmente cuenta con 11 personas que laboran cumpliendo el horario establecido por la Gerencia, ya que la infraestructura y la dinámica de la demanda, aún no han permitido que exista mayor número de personas para cubrir otras áreas; siendo personal polivalente o polifuncional, esto se debe a que los ingresos no cubren los gastos; quienes laboran en varias áreas de la misma, poniendo en riesgo la calidad y eficiencia en el servicio y, por lo tanto en la satisfacción al cliente.

4.2. Análisis e interpretación global del cumplimiento de la metodología de investigación

Para el cumplimiento de la metodología se realizó; entrevistas a la gerencia y a todo el personal, la misma que permitió recabar la información primaria y secundaria con la utilidad de fichas de observación, todo esto permitió el desarrollo del diagnóstico de la Hostería.

Mediante cuestionarios estructurados se pudo realizar la encuesta al total de la comunidad de turistas que visitaron la Hostería Flor de Canela, en febrero, feriado de carnaval, permitiendo realizar un análisis de las necesidades y expectativas del cliente, la misma que permitió la elaboración de una propuesta de un manual de gestión de calidad para la Hostería Flor de Canela que permitirá satisfacer la necesidades del cliente y el desarrollo empresarial.

4.3. DIAGNÓSTICO REPRESENTATIVO DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.

El presente diagnóstico contempla el análisis de tres aspectos que son:

4.3.1. Aspecto Organizacional

Se encuentra registrado legalmente en la Cámara de Turismo (CAPTUR PASTAZA) como una empresa de prestación de servicios de alojamiento de tipo Hostería, con modalidad turística en venta de alojamiento, recreación, sala de eventos, alimentación; registrándose en el catastro provincial en segunda categoría la misma que se encuentra distribuido organizacionalmente de la siguiente manera:

- **Dimensión y capacidad:** La Hostería Flor de Canela se constituye de 27 habitaciones con capacidad para 128 personas.
- **Actividades operativas:** Las principales que tiene la Hostería son:
 - a. **Recepción:** Cuenta con una área equipada para prestar un servicio de información adecuada a sus clientes y turistas que visitan la Hostería, disponiendo de: Una sala de espera con 1 mesa de recepción de madera, equipo de cómputo, una impresora, fax, líneas telefónicas, Servicio de tarjeta de crédito, comunicación interna – Kit audio, archivador, caja fuerte, caja de llaves, baño, buzón de sugerencias, bodega, internet banda ancha, cuadro de información, mapa de información, hall.

- b. Ama de llaves:** Un total de 27 llaves, con dos copias y 27 controles de televisor que permita la oferta de las habitaciones y contribuyen a la comodidad y satisfacción del cliente.
- c. Alimentos y bebidas:** Espacio equipado para preparar alimentos y bebidas; que se encuentran ofertadas en la carta o al menú diario. Además cuenta con una bodega, en donde se almacenan productos no perecibles, y un cuarto frío para productos perecibles.
- d. Cocina:** Para realizar las diferentes cocciones y preparaciones de los alimentos; las bebidas se encuentran equipados con materiales e instrumentarias adecuadas para realizar dichas actividades:
- Cocina industrial.
 - Mesa de trabajo.
 - Congeladores.
 - Lavabos.
 - Conservador de lácteos.
 - Vajillas y cristalería.
 - Contenedor para residuos orgánicos e inorgánicos.
 - Cafetera.
 - Calderos, pailas, sartenes.
 - Estantería.
 - Pizarra tinta líquida para menú.
 - Baño.
 - Cuadro de madera para pedidos en eventos.
 - Tablas de trabajo de acuerdo a los productos.
 - Kit audio de comunicación interno.
 - Horno industrial.
- **Personal operativo:**
- a. Chef:** Es el mando principal de la cocina, él mismo recibe y ejecuta las comandas y prepara los alimentos.

- b. Ayudante de cocina:** Es la persona que da apoyo en las actividades de cocción, preparación y limpieza del área.
- **Mantenimiento:** El personal se encarga del mantenimiento de jardines, senderos, piscinas, las cabañas u otras fallas que exista dentro de la hostería para que los turistas puedan disfrutar sin ninguna dificultad de su estancia.
 - **Regiduría de pisos:** Encargado de realizar la limpieza en las habitaciones, lavado y planchado de lencería, lavado y planchado de ropa de clientes, bloque y desbloqueo de habitaciones y el cambio de ropa de habitaciones.
 - **Marketing y Ventas:** Realiza la promoción y difusión de la imagen de la hostería, integrando todas las áreas de la misma, también se encarga de la elaboración de los paquetes turísticos para ofertar a las agencias de viajes con las que trabaja, disponiendo de internet banda ancha, para facilitar la venta.
 - **Salón de Eventos:** Para facilitar los eventos sociales, como matrimonios, talleres, charlas de capacitación, a desarrollarse en la hostería, dispone de mesas, sillas, aire acondicionado, Proyector, bodegas, para una capacidad de 150 personas.
 - **Restaurante:** La hostería cuenta con un restaurante equipado con 16 mesas, una mesa bufet, dispensadores de agua para hacer que el cliente se sienta cómodo, teniendo una capacidad para 200 personas.
 - **Contabilidad:** Para llevar la contabilidad, la Hostería Flor de Canela cuenta con caja chica para cubrir los gastos primarios, la misma que está manejado por la recepcionista, controlado por la gerente, con esto se manifiesta que no dispone con área de finanzas para poder llevar la contabilidad.
 - **Vialidad:** Al ubicarse en el paseo turístico del río Puyo cuenta con sendero adoquinado de primer orden, que permite el acceso con mayor facilidad hacia la Hostería.

- **Seguridad**

Servicios: Para la seguridad del personal y el cuidado de los clientes cuenta con un botiquín de primeros auxilios, dispone de extintores cada cuatro cabañas, y para problemas graves en salud acuden al hospital de la ciudad o en los subcentros de salud más cercano.

- **Servicios Básicos**

- a. Agua:** Dispone de agua entubada la cual es tratada para el consumo humano.
- b. Energía eléctrica:** Adherido al sistema interconectado nacional.
- c. Alcantarillado:** La Hostería posee el servicio de alcantarillado, que permite el funcionamiento adecuado y el manejo de aguas servidas.
- d. Recolección y tratamientos de desechos:** La hostería dispone de este servicio y cuenta con suministros que permiten enfrentar el manejo adecuado de los desechos la misma que se almacena en el lugar indicado para su recolección pertinente.

4.3.2. Aspecto Ambiental

La Hostería Flor de Canela protege su entorno natural, reforestando con plantas medicinales y maderables representativas de la amazonia ya que cuenta con una extensión de 28000 metros de bosque primario y secundario, optando la perspectiva de conservar y proteger la naturaleza con alternativa sostenible para proteger la flora y fauna, con el objetivo de ofrecer un mejor ambiente para los turistas, visitantes y sus clientes.

4.3.3. Aspecto Legal

Como una empresa de prestación de servicios de alojamiento la Hostería Flor de Canela viene trabajando organizadamente desde el año 2000, fue creado por el señor Carlos Alberto Vaca Espinoza con la finalidad de desarrollar y prestar servicios de alojamiento, alimentación en un ambiente natural conservando su entorno natural dirigido para turistas nacionales y extranjeros. En Diciembre del mismo año la Hostería Flor de Canela se legalizó en el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo y en otras entidades de su competencia empresarial.

La Hostería Flor de Canela es una entidad legalmente constituida como persona Natural de derecho privado con fines de lucro representado por la señora Amparito Vaca Gerente-propietario, cuenta con una misión establecida que es “brindar servicios de alojamiento, alimentación, eventos sociales con gente amable cumpliendo con estándares internacionales de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción del cliente”.

4.4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Actualmente la Hostería Flor de Canela, no cuenta con una estructura organizativa, ya que ha venido funcionando de manera empírica desde los años anteriores, pero sí cuenta con una marca y un slogan con la cual se ha identificado ante sus clientes internos y externos dentro del mercado nacional e internacional.

- **Objeto social**

Imagen N° 2: Marca



Fuente: Hostería Flor de Canela

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

HOSTARIA FLOR DE CANELA LODGE

Slogan.

“Naturaleza, Confort y Seguridad”

- **Misión**

Brindar servicios de alojamiento, alimentación, eventos sociales con gente amable cumpliendo con estándares internacionales de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

- **Visión**

Ser una operadora turística que brinde alojamiento, alimentación, eventos sociales, atractivos y experiencias únicas en la ciudad de Puyo, para el turista nacional y extranjero, proveyendo servicios con los más altos estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, contando con un capital humano que permita alcanzar la satisfacción de nuestros clientes.

- **Objetivos estratégicos**

1. Lograr la satisfacción del cliente.
2. Aumentar la ocupación de trabajo por área.
3. Lograr un clima organizacional adecuado.
4. Asegurar la calidad de los servicios.

4.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PRESTA LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

Para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente demandante, la Hostería cuenta con los productos y servicios bien establecidos que a continuación se presentan de manera detallada:

- Hospedaje.
- Restaurante.
- Cafetería.
- Bar.
- Piscina.
- Garaje.
- Salones de eventos.

Para el complemento de estos productos ofrece los siguientes servicios.

- Servicio de agua caliente.
- Baño privado.
- Tv cable.
- Internet banda ancha.
- Servicio de guianza.
- Auditorio para eventos.
- Aire acondicionado.
- Servicios con equipos de amplificación y Proyector.

4.6. Principales agencias de viajes y turoperadoras

Tabla N° 4. Agencias de viajes y turoperadoras con los cuales opera la Hostería Flor de Canela.

N°	AGENCIA DE VIAJE	E-mail	TELÉFONO
1	Aeromundo	aeromundojrugel@grupoecuatorial.com	2563183
2	Agencia G1	sarag1@gye.satnet.net	2561280
3	Americana viajes	ameviaje@gye.satnet.net	2310146
4	BMtours	www.bmtours.com.ec	2107043
5	Carlson Wagonlit	rnader@carlsonwagonlit.com.ec	2311800
6	CETITUR	cetitur@telconet.net	2325373
7	Coltur	colturmundial2010@hotmail.com	2630055
8	Dani Travel	danitravel1@hotmail.com	2242305
9	Delgado travel	gerenciaventas@delgadotravel.com	2241700
10	Emela Tour	info@emelatour.com	2565242
11	Galas am	info@galasang.com.ec	2304488
12	Ecuatoriana viajes	mfalvear@ecuadorianadeviajes.com	2530849
13	Efitravel	efitravel@yahoo.com	2209467
14	Emela tour	info@emelatour.com	2565242
15	Globaltour	www.globaltour.com.ec	2680450
16	Golden travel	consueloherrera@hotmail.com	2563527
17	Grudentur	grudentur-kortum@grupoecuatorial.com	2561049
18	Grupo idiomas	www.grupoidiomas.com	2564488
19	Isaitur	isaitur@grupoecuatorial.com	2532306
20	Jackeline Tour	jackelinetour@yahoo.es	2516921
21	Japan tours	violeta@japantours.com.ec	2292682
22	Karniha's Tour	karnihastour@hotmail.com	2304654
23	Lexustravel	lexustravel@yahoo.com	2414669
24	Maribel tour	maribeltoursa@hotmail.com	2404250
25	Megatur	info@megatoursecuador.com	2327040
26	Metropolitan touring	gpsantez@metropolitan-touring.com	2630900
27	Moneda travelgroup	ecuador@lamoneda.com.ec	2690900
28	Mundo travel	mundotral@telconet.net	2303350
29	National Tours	mariaisabel@nactur.com	2321705
30	Oro travel	orotravel@hotmail.com	2327895
31	Platinum travel	www.platinumtravel.com.ec	2395320
32	Princestur	princestur@eljuri.com	2206854
33	Rebetravel	rebtours@gye.satnet.net	2289530
34	Ross tour	agencia_rossstour@hotmail.com	2399300
35	Royal tour	alexandrar@royaltour.com.ec	2305161
36	Seitur	seiturgye@seitur.com.ec	2294600
37	Speed travel	speedtravel@speedtravel.com.ec	2307646
38	Su tur	sutur20002@yahoo.com	2839415
39	LTN travel	info@ltnecuador.travel	2630700
40	Transtour	transtour@cablemodem.com.ec	2292951
41	Travelsam	www.travelsam.com.ec	2533223
42	Trip&trip	www.tripandtrip.ec	2563102
43	Valero travel	valerotravel@ecua.net.ec	2569500
44	Viaje Mediterraneo	mediterr@interactive.net.ec	2282008
45	Viajes ensueño Intertur	info@intertursa.com	2533286
46	Viajes y destinos	aelias@viajesydestinos.com.ec	2282768
47	Vimilsa	vimilsa.gye@gmail.com	2390999

48	Wanderjahr	wander@ecua.net.ec	2391900
49	MACHALA		
50	Crist y viajes s.a	cistyviajes@hotmail.com	072934351
51	Glenda tur	glendatur@easynet.net.ec	072937670
52	Jacis travel	jacistravel@hotmail.com	072939528
53	Kathryn travel	ktravel@easynet.net.ec	072936105
54	Monica tours	monica_tours@hotmail.com	072934965
55	Ocean blue	agenciaoceanblue@gmail.com	072968444
56	Oro tour	orotour@ecua.net.ec	072930272
57	Rosetur	rosetur.rgallardo@gglobal.com.ec	072936445
58	MANTA		
59	Aeslit	aeslit@systray.net.ec	052628083
60	Ariel travel	arieltour2@yahoo.com	052625270
61	Junior travel	juniortravel@assetecmanta.com	052625643
62	Metropolitan touring	r.internacional@metromanabi.com	052623090
63	Proturis	xbasurto@proturis.com	052613497
OPERADORES TURÍSTICOS			
64	GUAYAQUIL		
65	Galanet	fanny@galapagosnet.com	2281842
66	Kallsen travel	katravel@gye.satnet	2991427
67	Manglar rojo	info@manglarrojo.com	2379005
68	Spring travel	springtravel@gye.satnet.net	2306776
69	Otrams	otrams_sa@hotmail.com	2232706
70	Tomastur	tomastour@hotmail.com	2310675
71	Traveltips	traveltips@gu.pro.ec	2388258
72	Turismar	turismar@live.com	2347909

Fuente: Hostería Flor de Canela

Elaborado: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

4.7. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE SE DESARROLLA EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

El trabajo comercial de la Hostería “Flor de Canela” comienza a estructurarse a partir de 1999 con la venta de servicio de alojamiento y alimentación. A partir de los últimos años se introduce para la comercialización, con mayor publicidad a nivel nacional, también en la fuerza promocional mediante la página web a la expectativa del mundo, con la línea de servicios de alojamiento y restauración para ofrecer a los turistas. Este rango se ha ido ampliando anualmente hasta alcanzar la capacidad para 128 personas en la actualidad.

El objeto principal del trabajo comercial de la hostería se sitúa en la línea de medios de alojamiento y alimentación.

La actividad está integrada a la dirección de comercialización la cual atiende también las actividades de:

Promoción y Distribución de su propia imagen empresarial: Encargada de toda la preparación y difusión nacional de los productos internos para sus clientes. Presentación de servicios de alojamiento, alimentación y distribución de servicios de primera calidad a instituciones y a otras empresas del país.

4.8. OBJETIVO COMERCIAL

Proporcionar alojamiento y alimentación con un servicio que satisfaga las necesidades de los mercados a los que se enfoca la Hostería Flor de Canela, representando una ventaja competitiva en calidad, entrega y precio para nuestros clientes

Los principales indicadores comerciales con los que opera la Hostería Flor de Canela son: turistas físicos, estancia promedio, costo de habitaciones, ocupación habitacional.

4.9. COMPORTAMIENTO DE LOS PRINCIPALES INDICADORES COMERCIALES

- **Turistas Físicos:** Generalmente son clientes fijos los mismos que traen a turistas nacionales y extranjeros mediante la publicidad que se realiza.
- **Estancia Promedio:** La estancia es de una noche, dos noches, y los clientes frecuentes son los que se quedan 1 semana.
- **Costo de habitaciones:** Los costos de las habitaciones que se ofertan para los turistas en la hostería son de:

Tabla N° 5. Costo de las habitaciones en temporada alta

Tipos de Habitación	Temporada Alta
Hab Matrimonial	\$ 75,00
Hab 3 pax	\$ 90,00
Hab 4 pax	\$ 120,00
Hab 5 pax	\$ 140,00
Hab 6 pax	\$ 173,00
Hab 8 pax	\$ 230,00

Fuente: Hostería Flor de Canela

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

El precio de la Habitación incluye: Desayuno, piscina, impuestos

Tabla N° 6. Precios de habitaciones en temporada baja

Cabañas	Temporada Baja
Simple	\$ 37.00
Matrimonial o Doble	\$ 65.00
Triple	\$ 81.00
Cuádruple	\$ 108.00
Quíntuple	\$ 135.00
Más de 8 pax	\$ 189.00
Grupo mayor de 30 pax	\$ 24.00
Mayor de 100 pax	\$ 18.00

Fuente: Hostería Flor de Canela

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

Ocupación Habitacional: Para la recepción de los turistas nacionales y extranjeros la “Hostería Flor de Canela” cuenta con cabañas de capacidad desde 2 hasta 8 personas, equipadas rústicamente para prestar servicios que satisfagan las necesidades de sus clientes.

4.10. Estrategias de marketing

Para una mejor gestión la “Hostería Flor de Canela” aplica las estrategias de marketing, las mismas que son definidas en estrategias destinadas a 4 aspectos de negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación).

Tomando como punto de partida los antes mencionados, realiza la distribución de productos mediante medios de comunicación así como internet (pagina web), vía teléfono, trípticos, de boca en boca siendo lo fuerte como estrategia aplicada en la hostería, con un mix de marketing muy bajo.

La Hostería Flor de Canela maneja como estrategia de calidad el conocimiento empírico las mismas que desde la etapa inicial se ha venido manejando hasta el presente año.

4.11. CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS DE LAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA.

En este punto se realizó la caracterización de las funciones y actividades que se desarrollan en todas las áreas de la Hostería Flor de Canela Lodge.

4.11.1. MAPA DE PROCESOS GENERAL DE LA HOSTERÍA

La Hostería cuenta con cuatro procesos centrales que desarrolla para el servicio de sus clientes; alojamiento, alimentación, recreación y salón de eventos, las mismas que se toma como base principal para la caracterización de las actividades que se desarrollan.

Gráfico. N° 2. Mapa de procesos



Fuente: Entrevista de la presente investigación

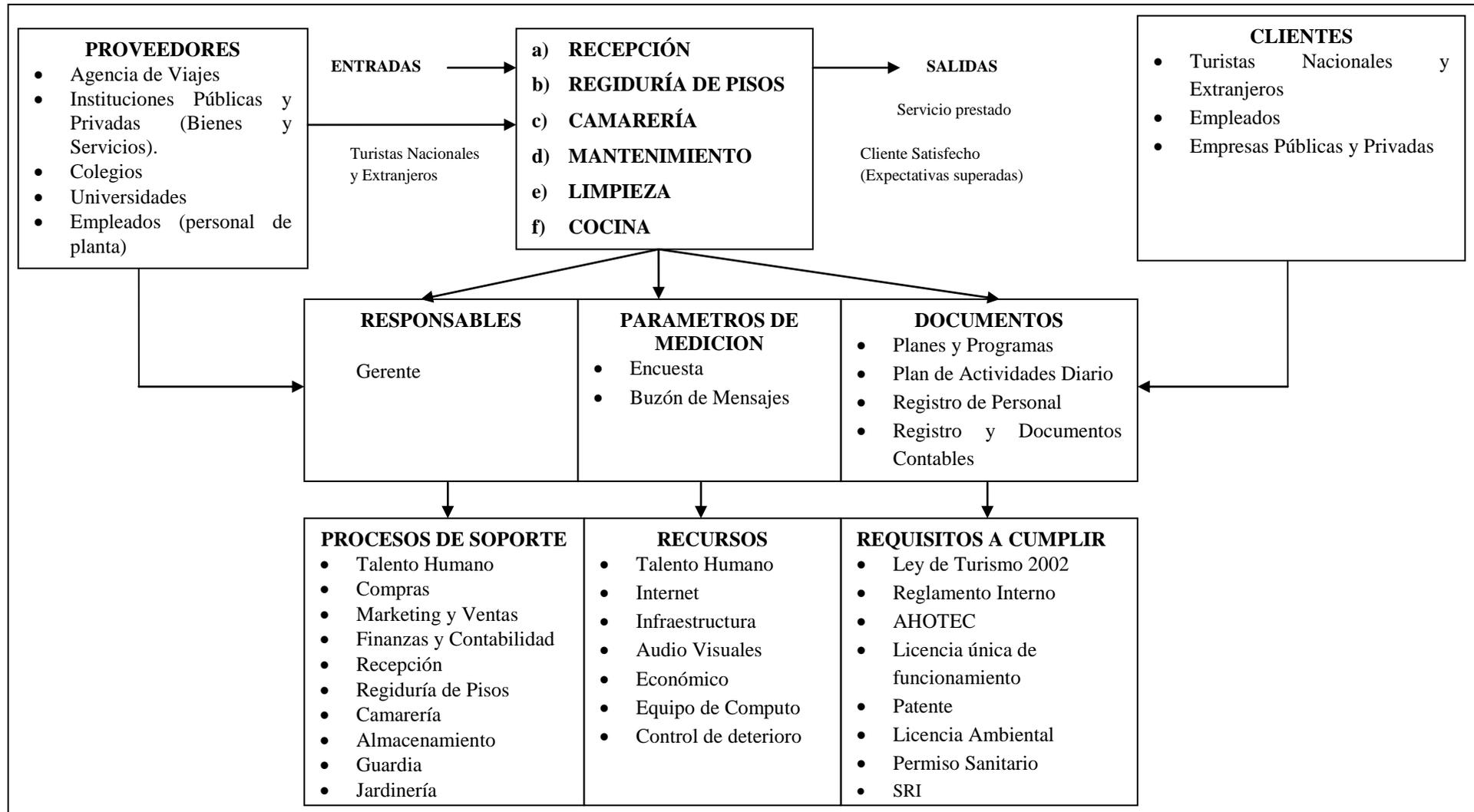
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

4.11.2. CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS CENTRALES DESARROLLADOS EN LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

Se establece la caracterización de los cuatro procesos principales que se desarrollan dentro de la Hostería.

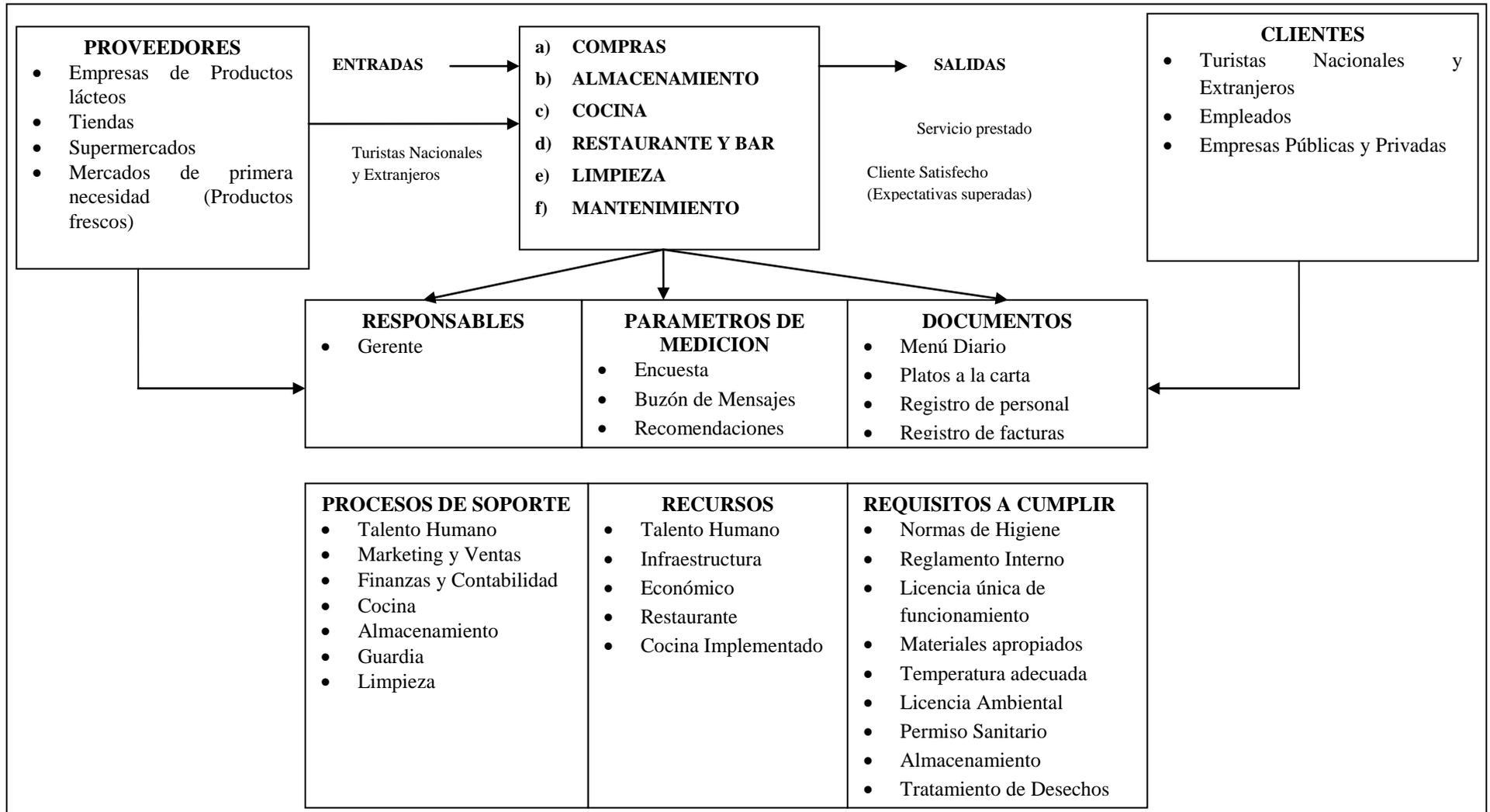
4.11.2.1. Proceso: Alojamiento

Gráfico N° 3. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.



4.11.2.2. Proceso: Alimentación

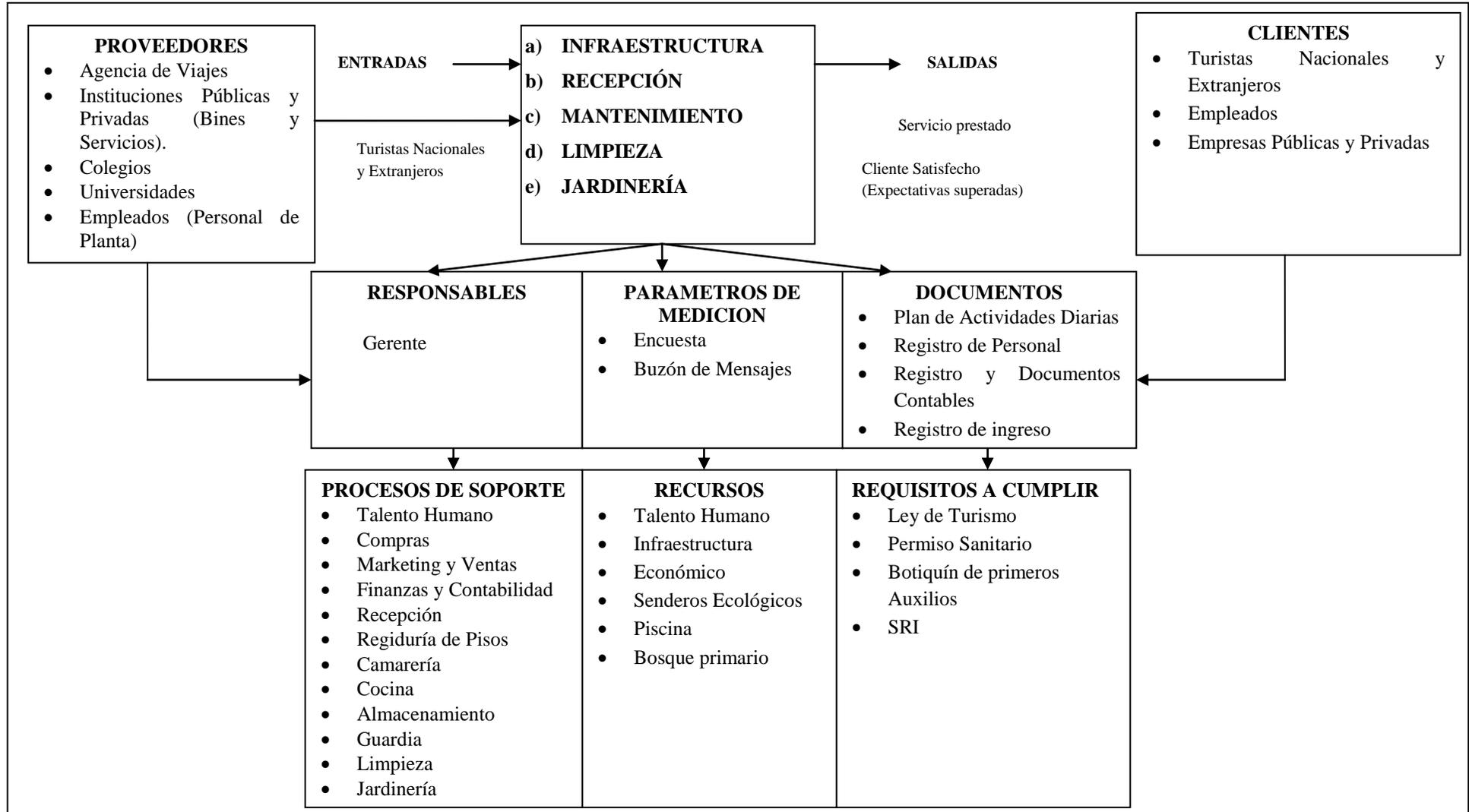
Gráfico N° 4. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.



Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

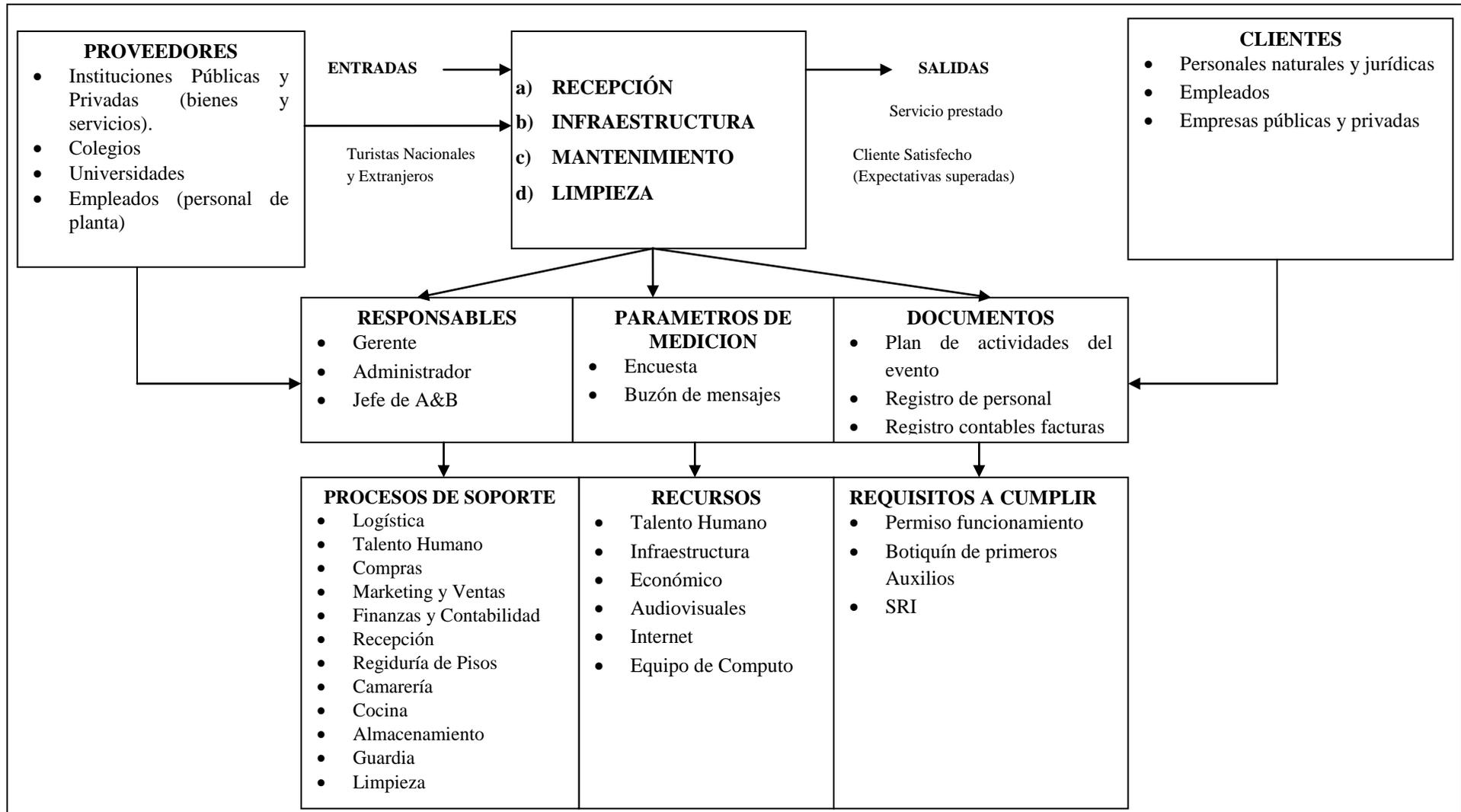
4.11.2.3. Proceso: Recreación

Gráfico N° 5. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.



4.11.2.4. Proceso: Salón de eventos

Gráfico N° 6. Objetivo: Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad para el cumplimiento de los requisitos estándar ISO 9001:2008, direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

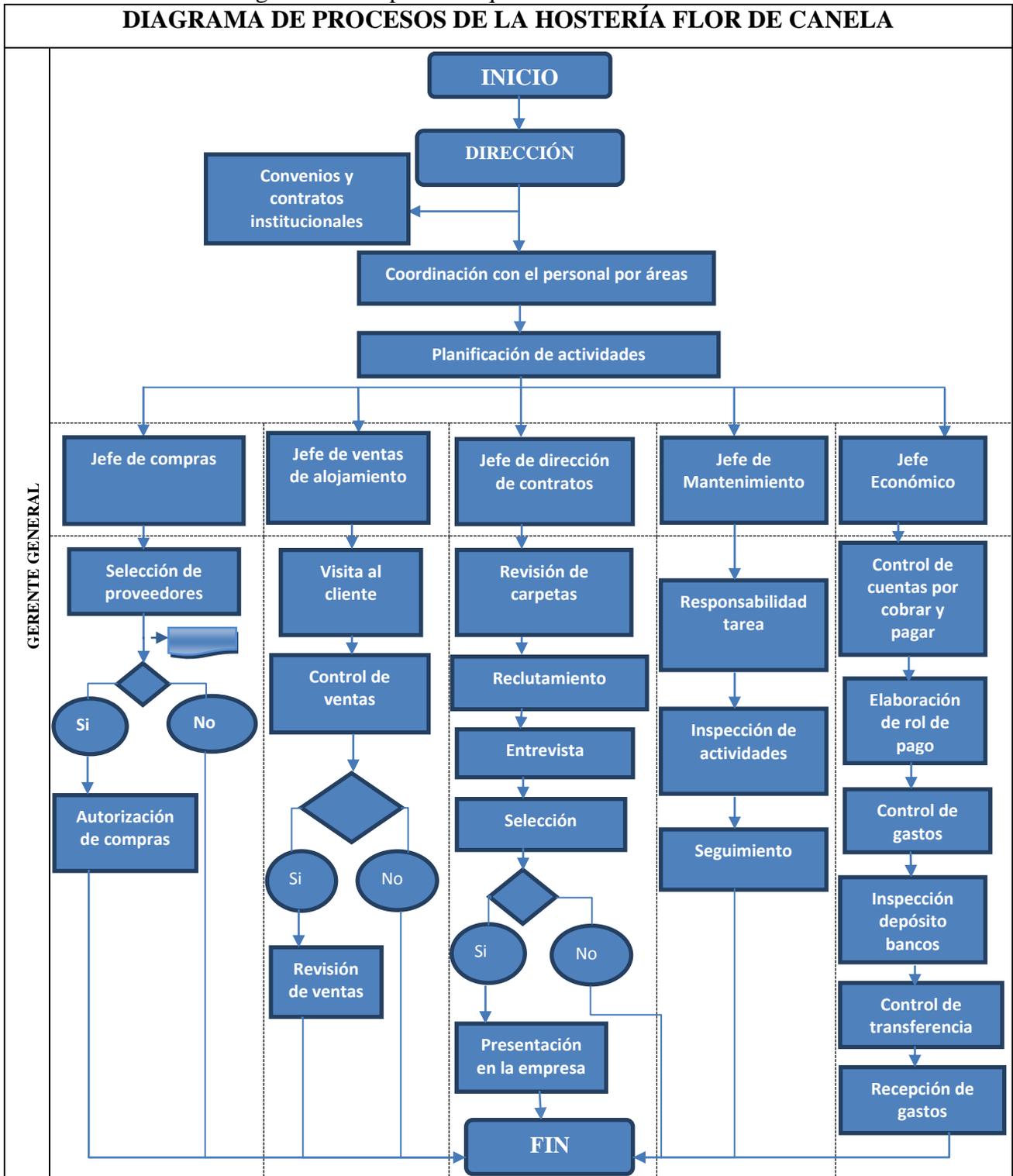


4.11.3. CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR AREAS DENTRO DE LA HOSTERÍA

4.11.3.1. Proceso: Gerencia

Objetivo: Optimizar la gestión gerencial para la mejora empresarial con el fin de satisfacer las necesidades del cliente interno y externo.

Gráfico. N° 7. Diagrama de los procesos que se desarrollan en la Gerencia



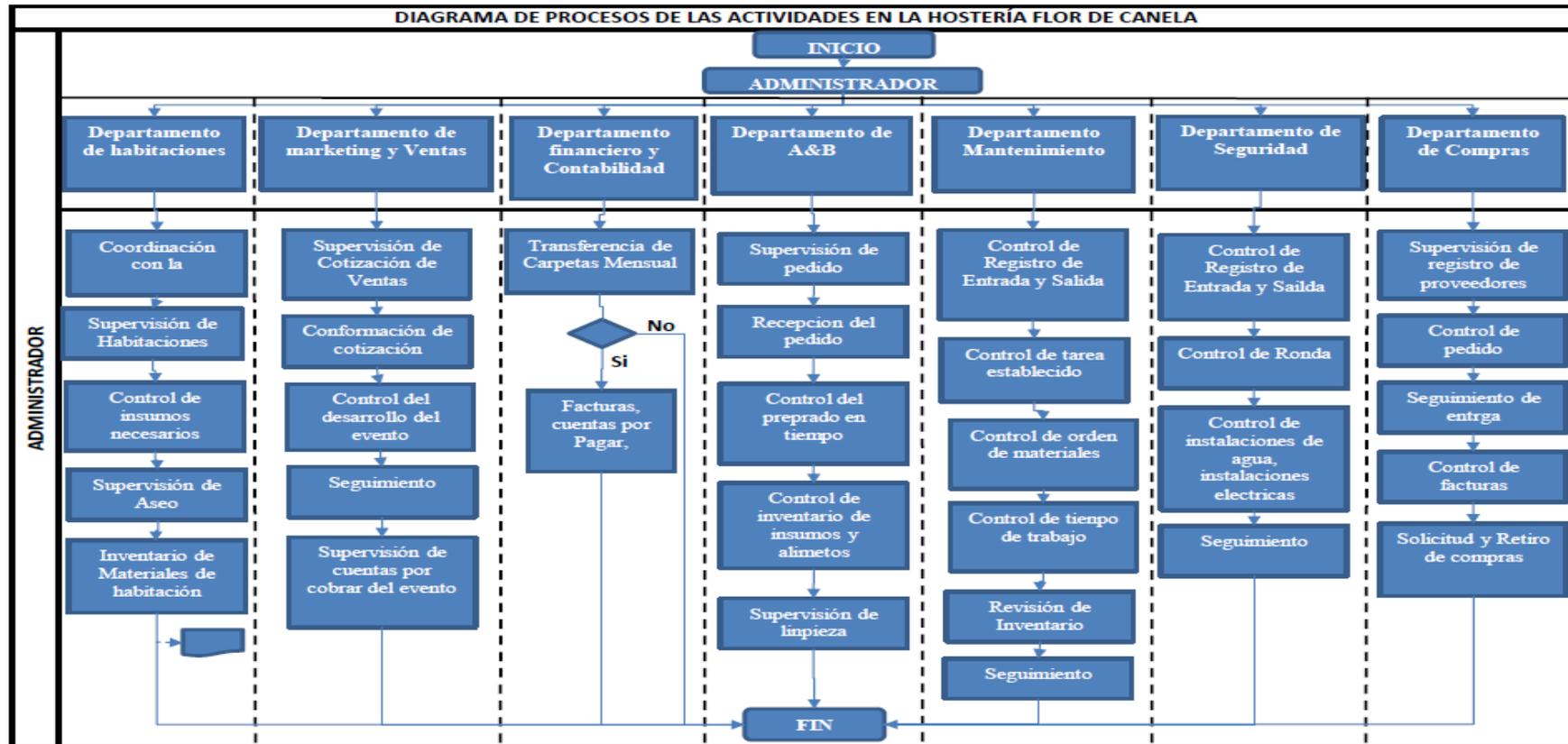
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.2. Proceso: Administración

Objetivo: Mejorar las técnicas administrativas para el desarrollo empresarial, que satisfagan las necesidades internas y externas de la Hostería “Flor de Canela”

Gráfico. N° 8. Diagrama de las actividades desarrolladas en la administración

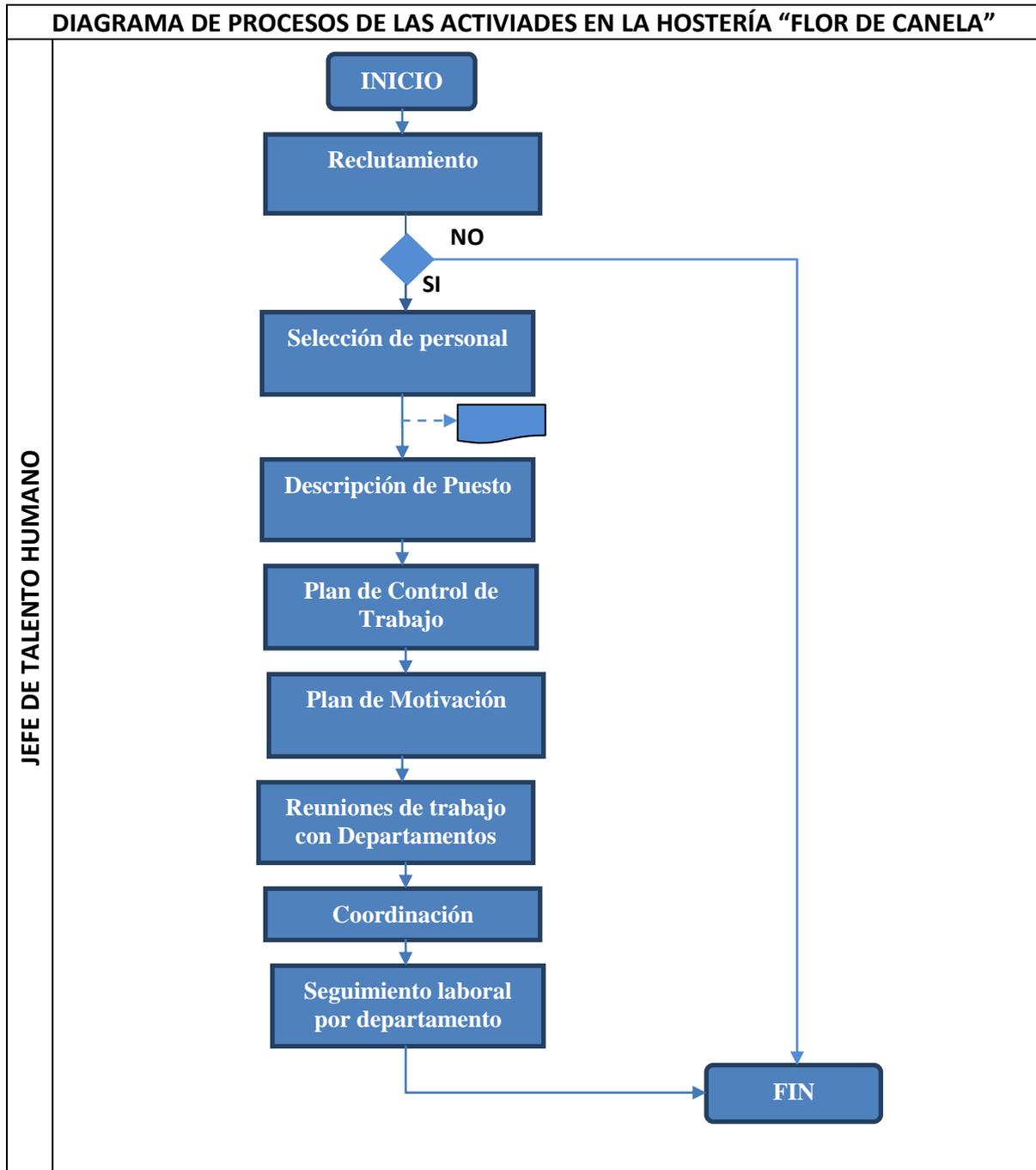


Fuente: Entrevista de la presente investigación
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.3. Proceso: Talento Humano

Objetivo: Organizar el desarrollo funcional en coherencia con los procesos, desarrollados en los departamentos y en todas las áreas de la hostería, con la finalidad de satisfacer al cliente con eficiente relaciones humanas del personal.

Gráfico. N° 9. Actividades desarrolladas en área de Talento Humano.



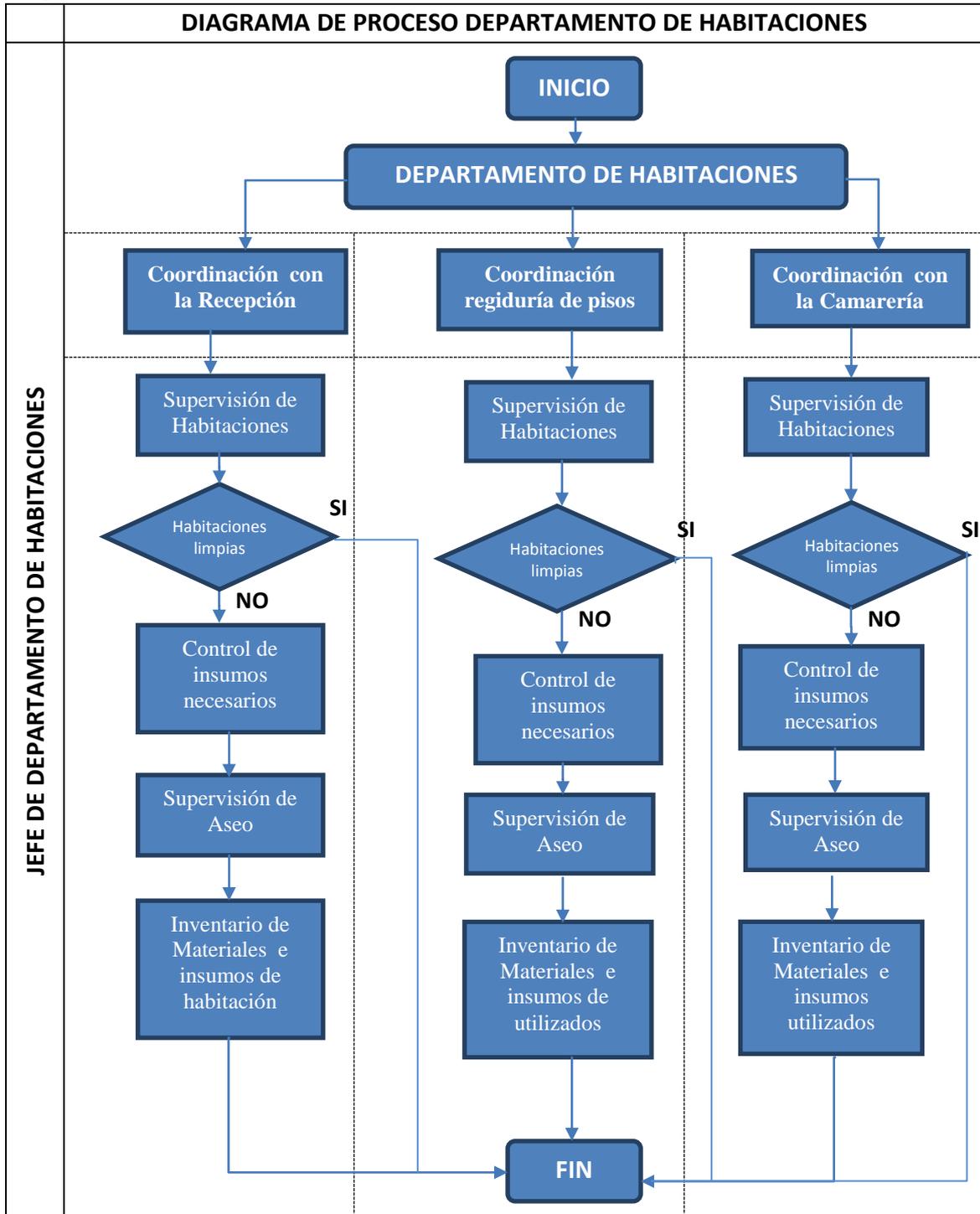
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.4. Proceso: Departamento de habitaciones

Objetivo: Organizar los servicios en la habitación para satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos.

Gráfico. N° 10. Caracterización de procesos de las actividades desarrolladas en el departamento de habitaciones



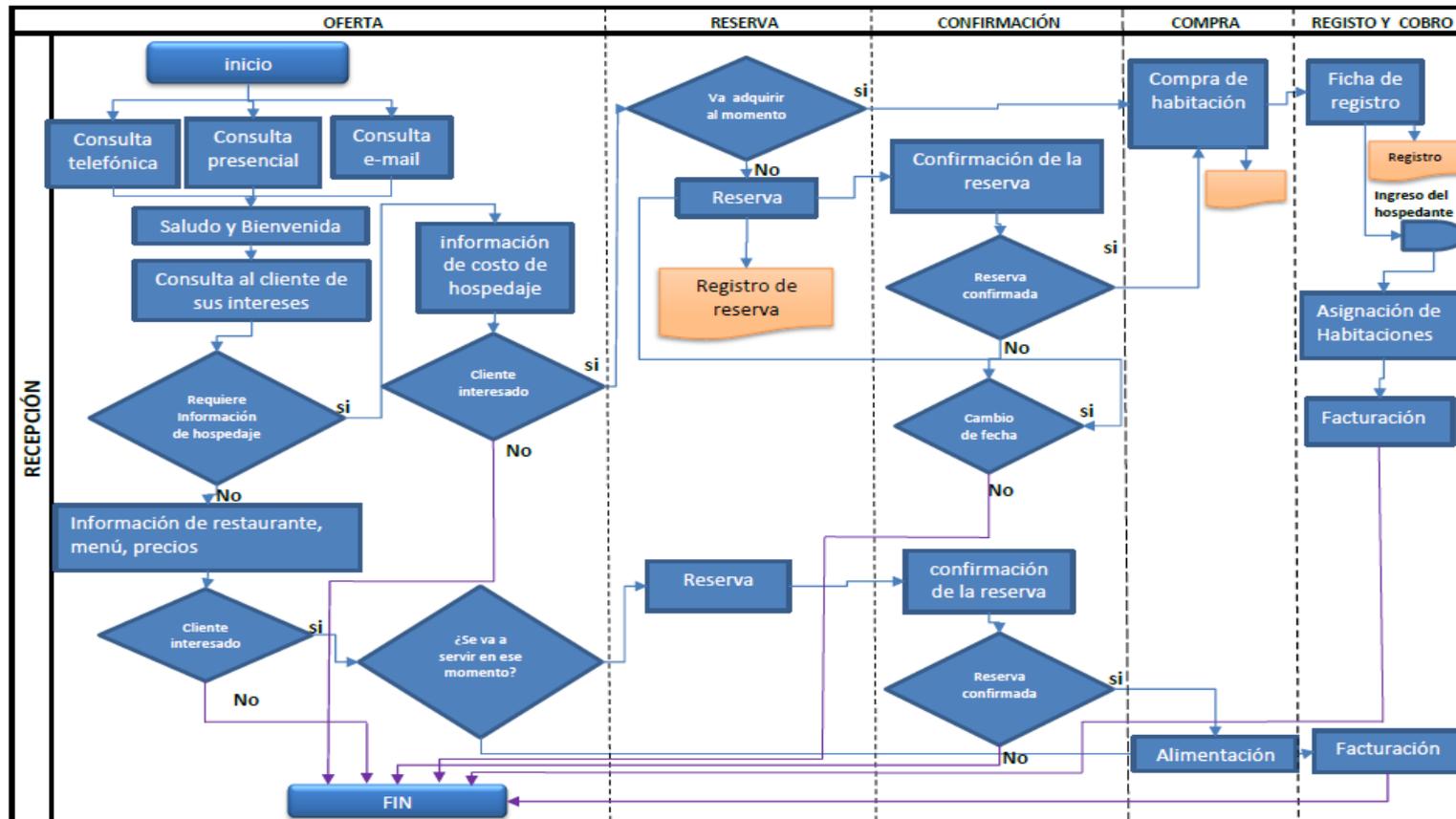
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.5. Proceso: Recepción

Objetivo: Mejorar los procesos logísticos de almacenamiento que satisfagan la necesidades del cliente interno y externo.

Gráfico. N° 11. Actividades de recepción

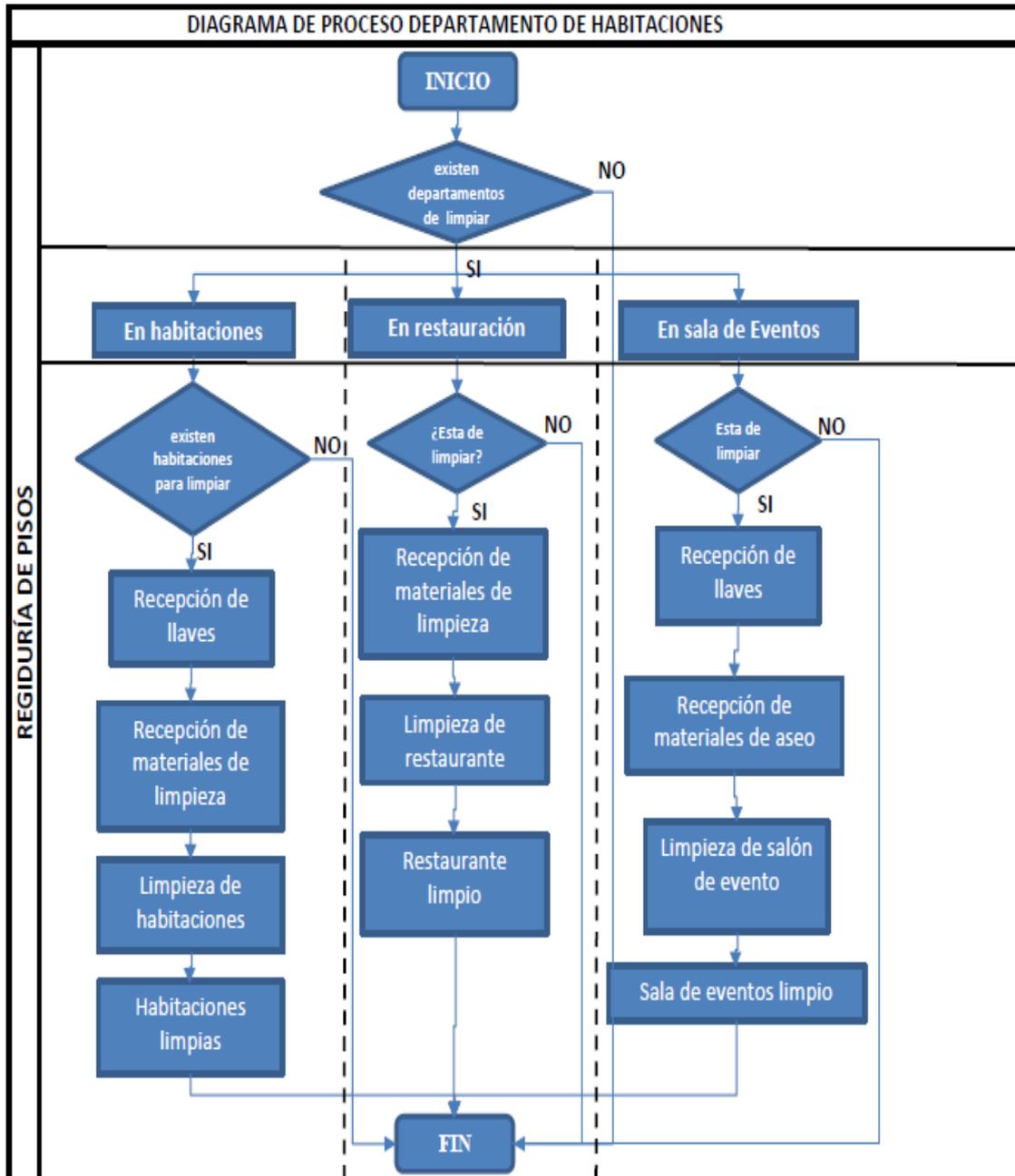


Fuente: Entrevista de la presente investigación
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.6. Proceso: Regiduría de pisos

Objetivo: Optimizar el servicio al cliente brindando alojamiento y confort, acompañado de limpieza y seguridad.

Gráfico. N° 12. Actividades que se desarrollan en Regiduría de pisos



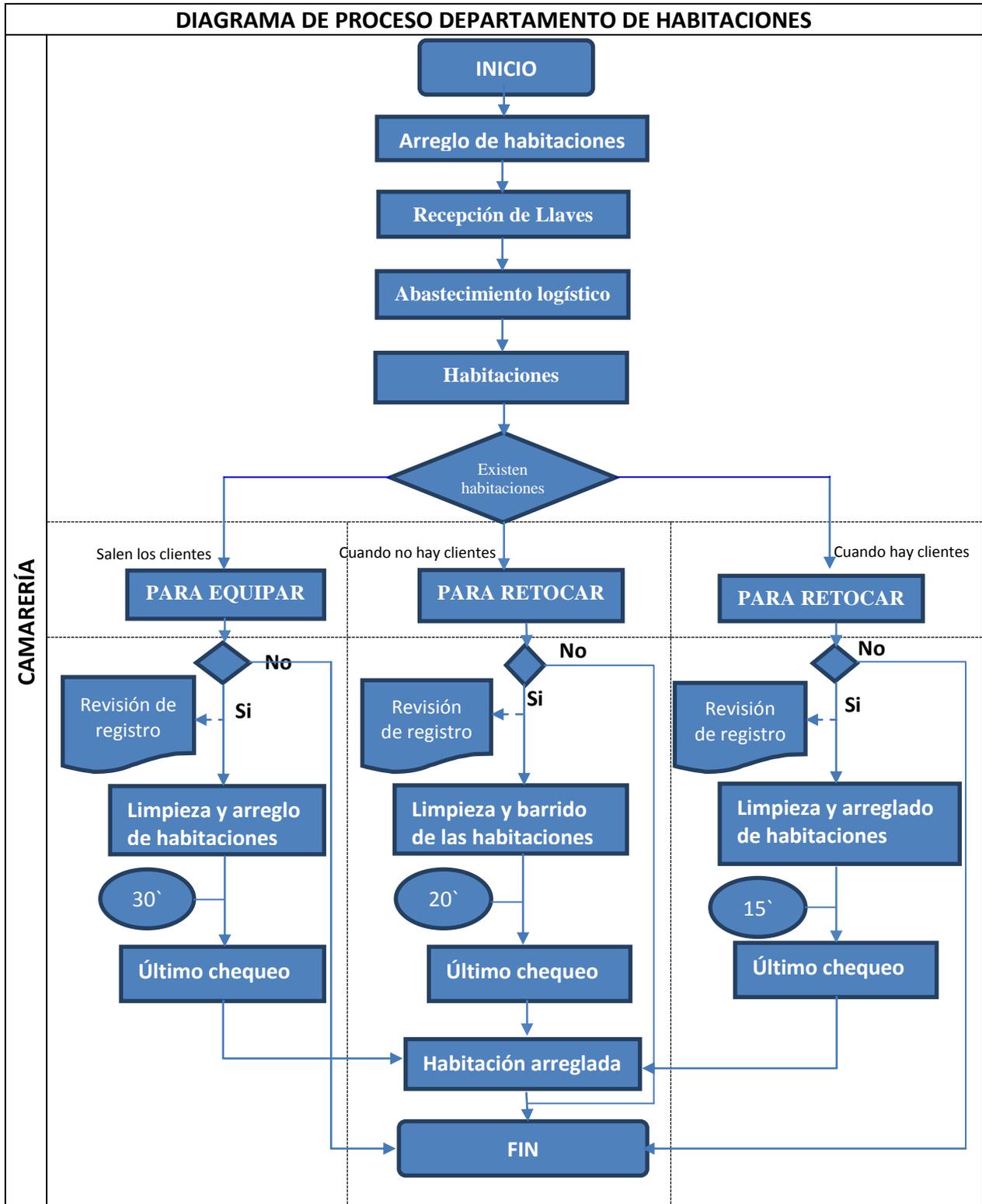
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.7. Proceso: Camarería

Objetivo: Fortalecer las actividades que se desarrollan en la área de camarería optimizando el tiempo de servicio al cliente.

Gráfico. N° 13. Actividades desarrolladas en área de camarería



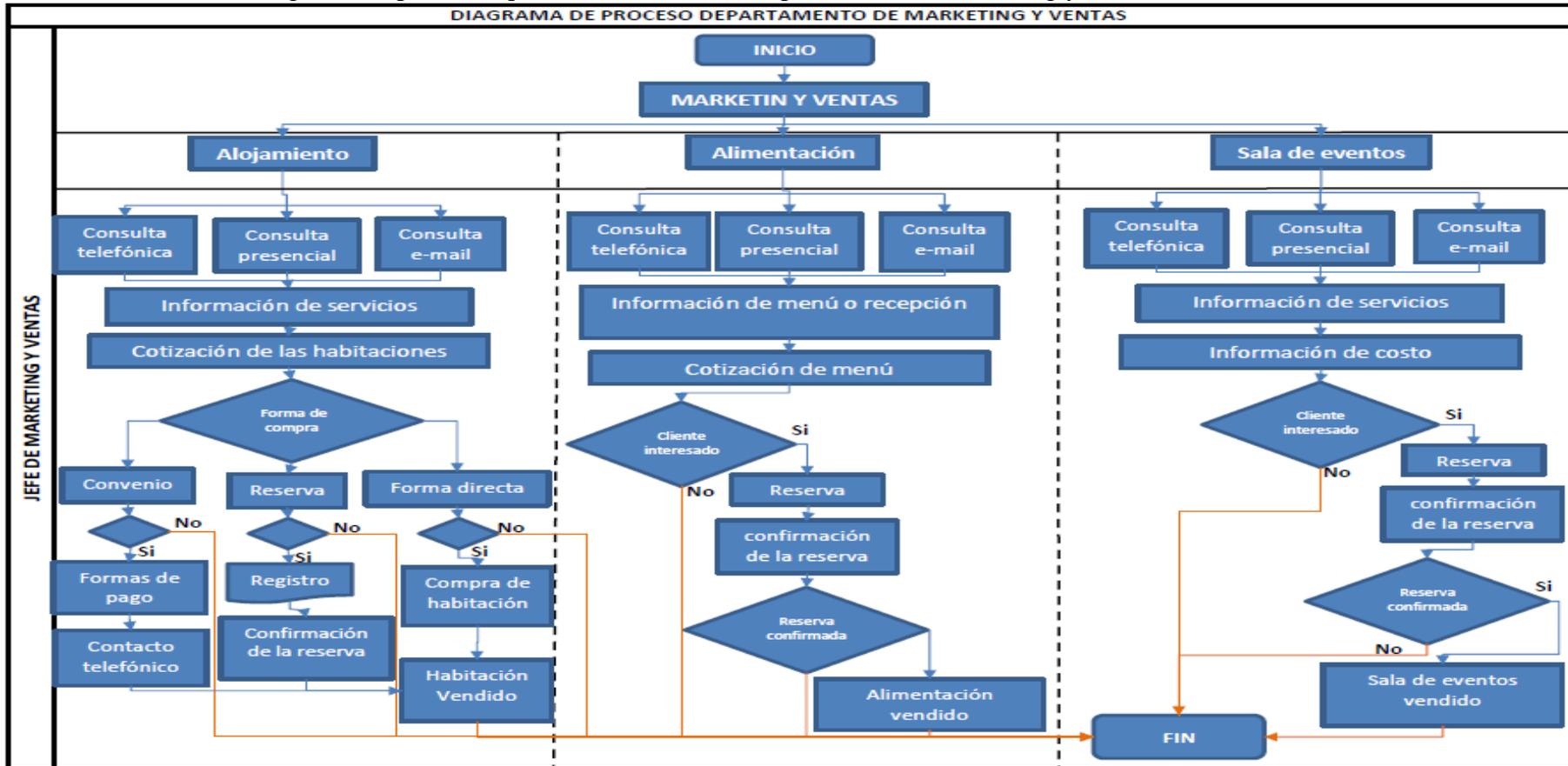
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.8. Proceso: Departamento de Marketing y Ventas

Objetivo: Establecer el proceso del departamento de marketing y ventas que asegure el posicionamiento de la Hostería.

Gráfico. N° 14. Diagrama de procesos que se desarrolla en el departamento de marketing y ventas

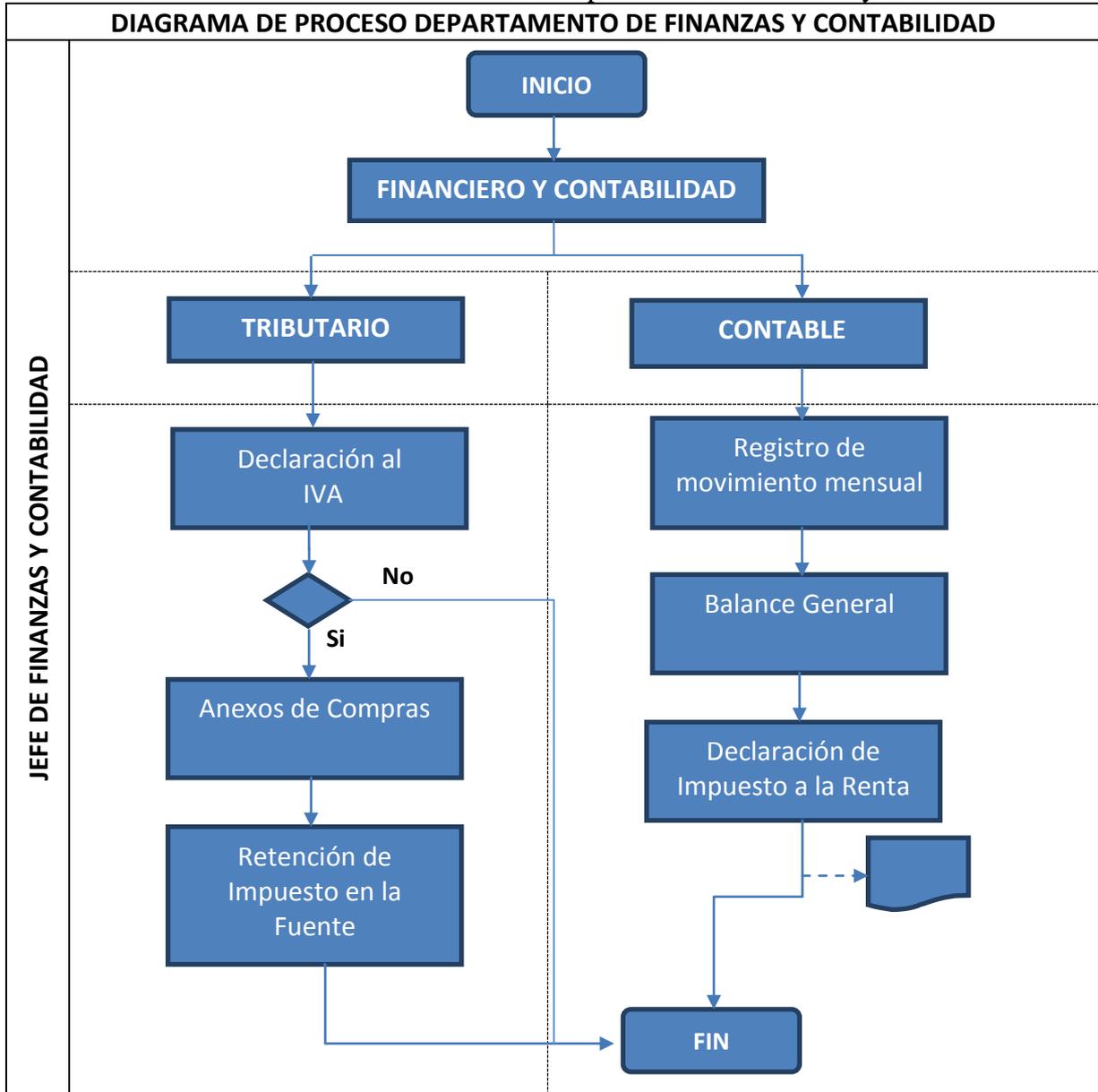


Fuente: Entrevista de la presente investigación
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.9. Proceso: Departamento de finanzas y contabilidad

Objetivo: Establecer el proceso de Departamento de Finanzas y Contabilidad que asegure la rentabilidad y mejora continua de la Hostería.

Gráfico. N° 15. Actividades desarrolladas en el departamento de finanzas y contabilidad.

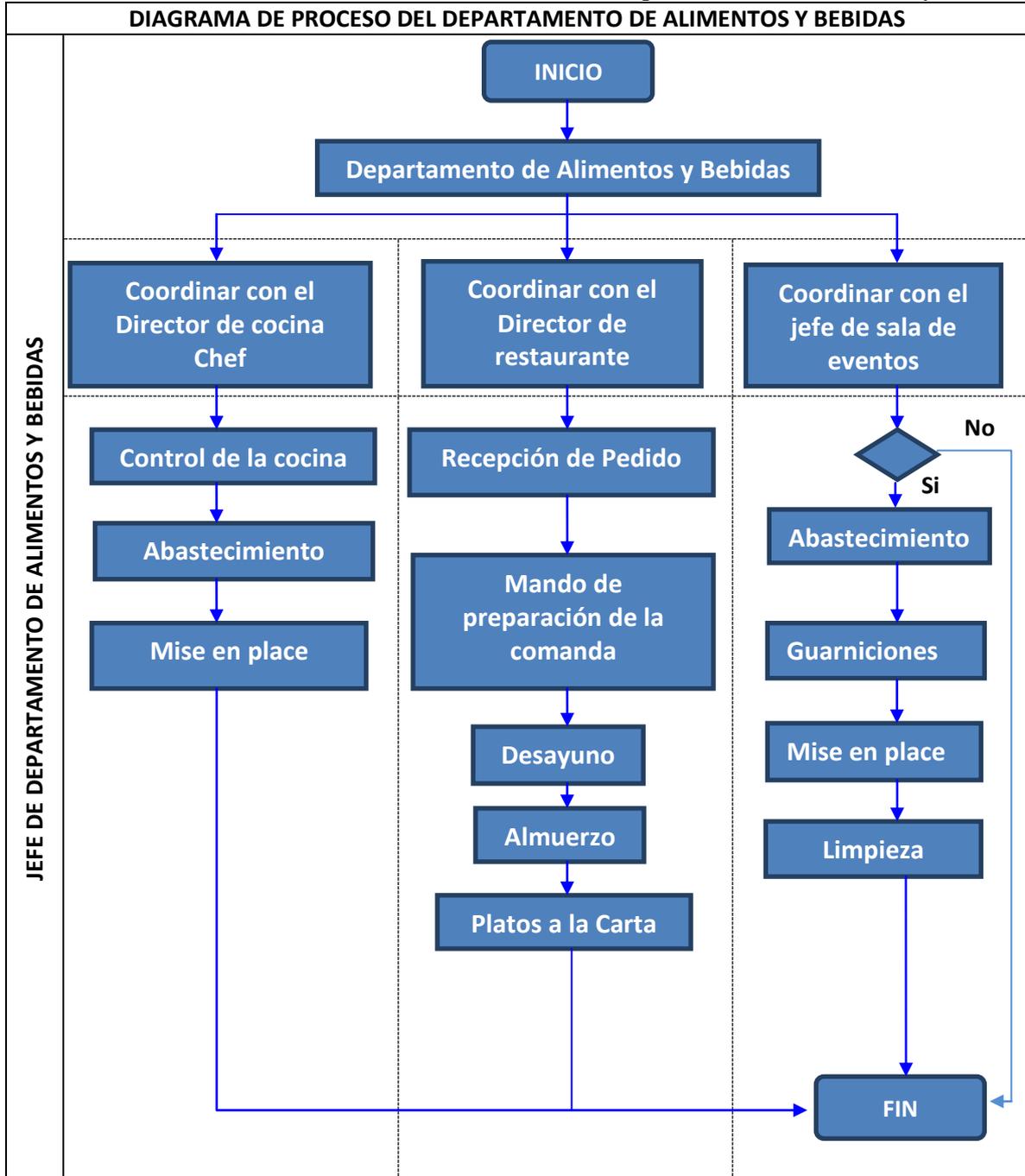


Fuente: Entrevista de la presente investigación
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.10. Proceso: Departamento de alimentos y bebidas

Objetivo: Establecer el proceso de gestión de alimentos y bebidas que aseguren la satisfacción al cliente.

Gráfico. N° 16. Caracterización de las actividades del departamento de alimentos y bebidas



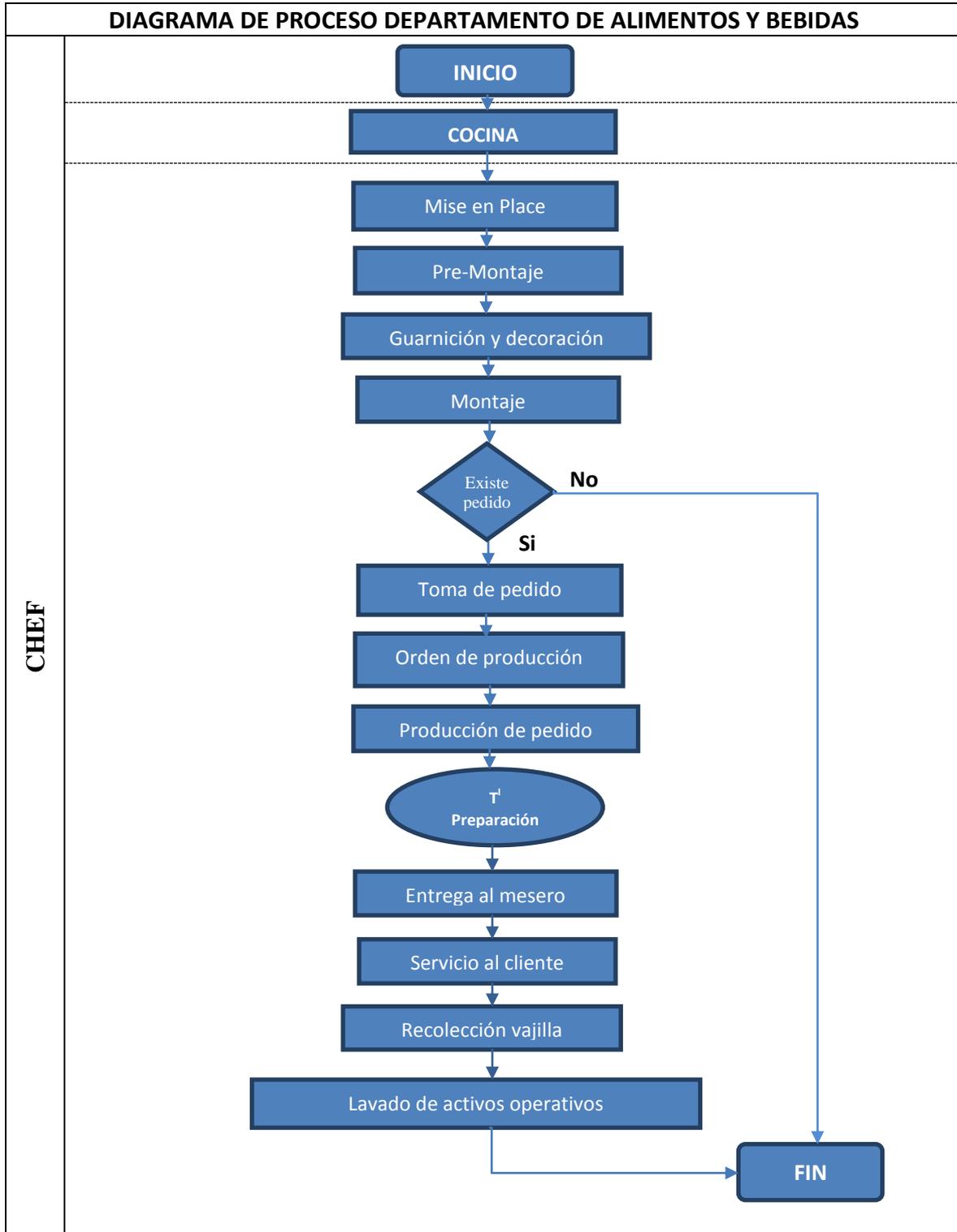
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.11. Proceso: Cocina

Objetivo: Establecer el proceso de preparación de A y B que brinden seguridad alimentaria para la satisfacción de los clientes.

Gráfico. N° 17. Actividades desarrolladas en el área de cocina



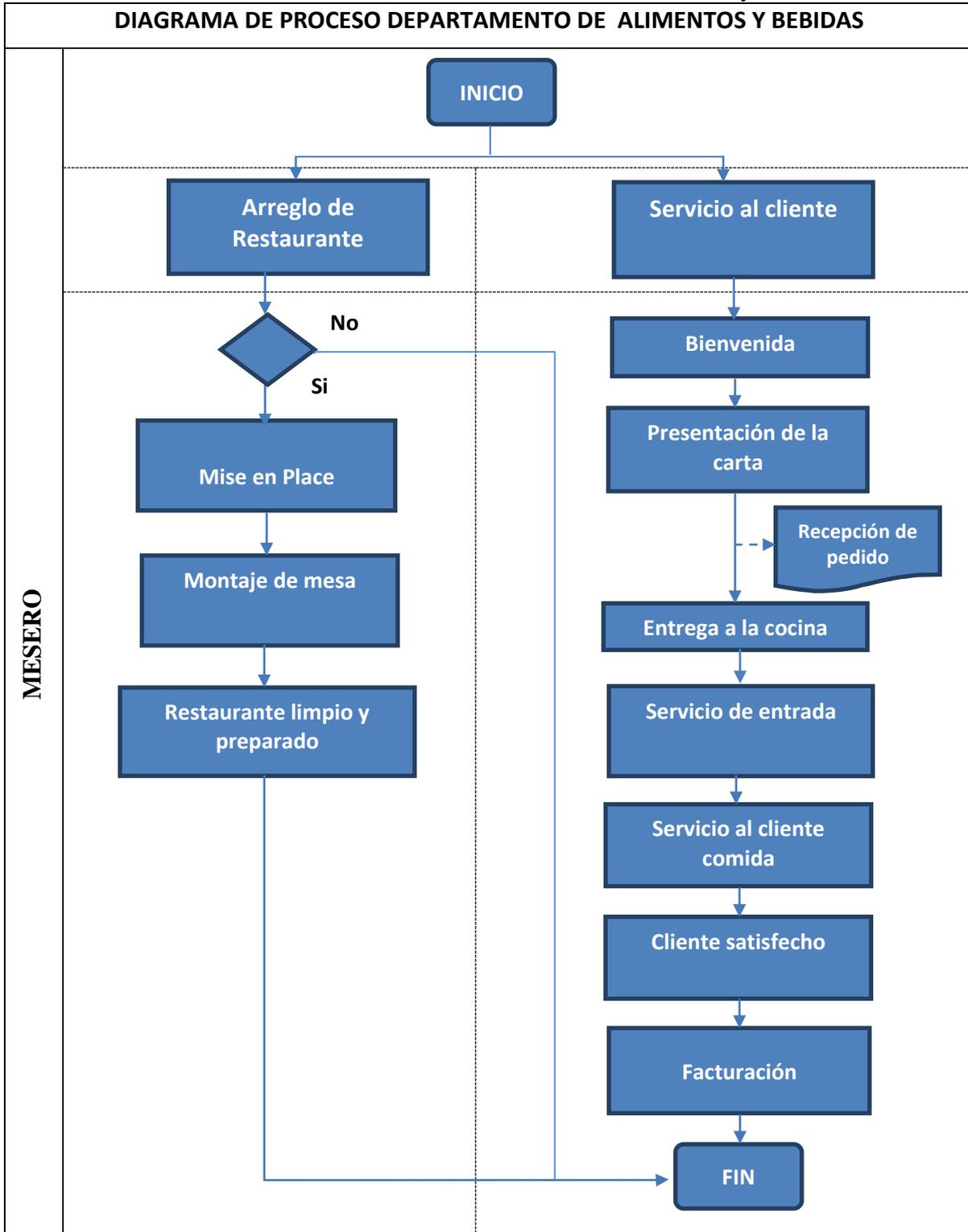
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.12. Proceso: Restaurante y bar

Objetivo: Establecer el proceso de restaurante y bar para satisfacer las necesidades del cliente.

Gráfico. N° 18. Procesos realizados en el área de Restaurante y bar



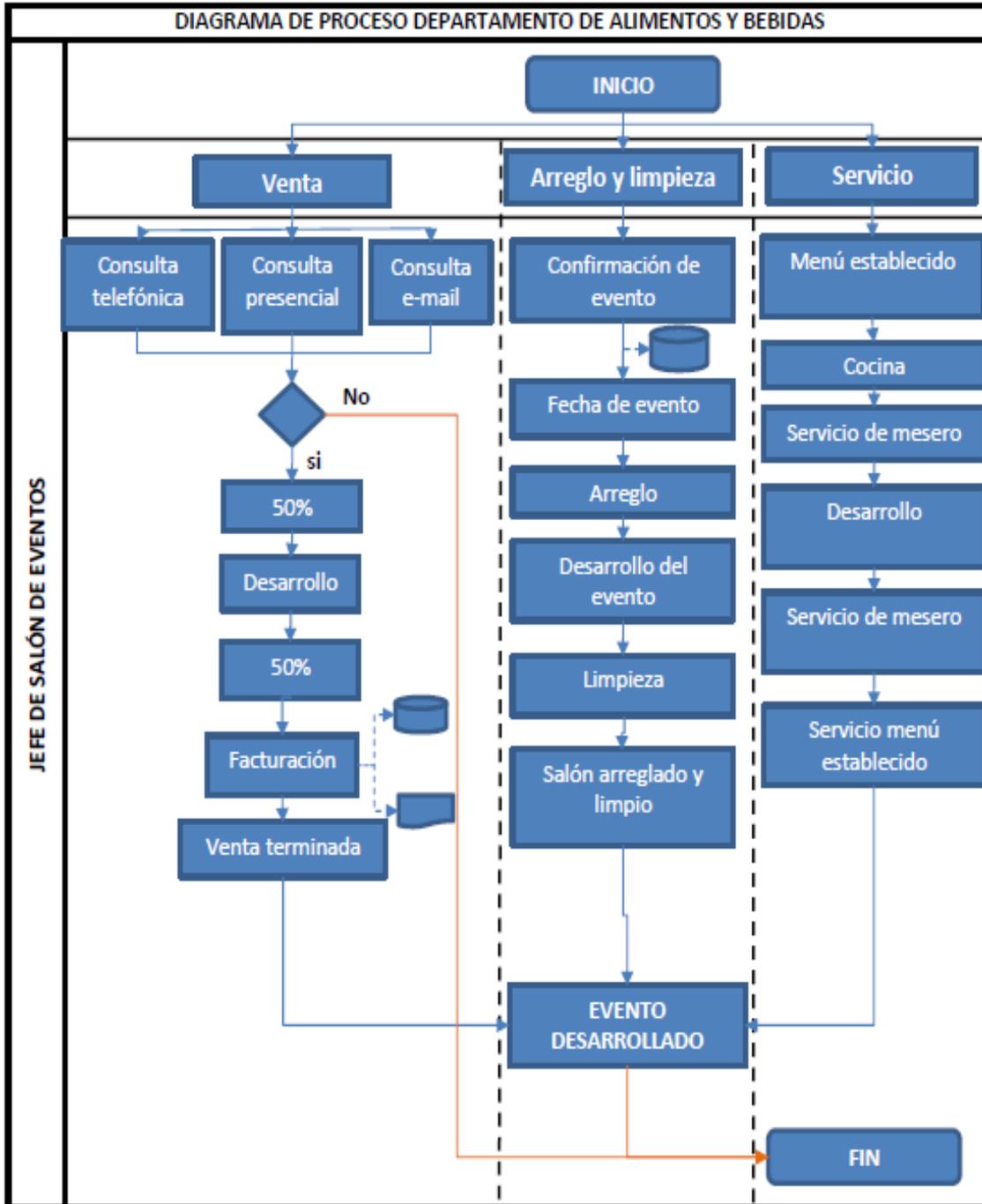
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.13. Proceso: Salón de eventos

Objetivo: Establecer el proceso del Salón de Eventos para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Gráfico. N° 19. Actividades desarrolladas en el área de sala de eventos

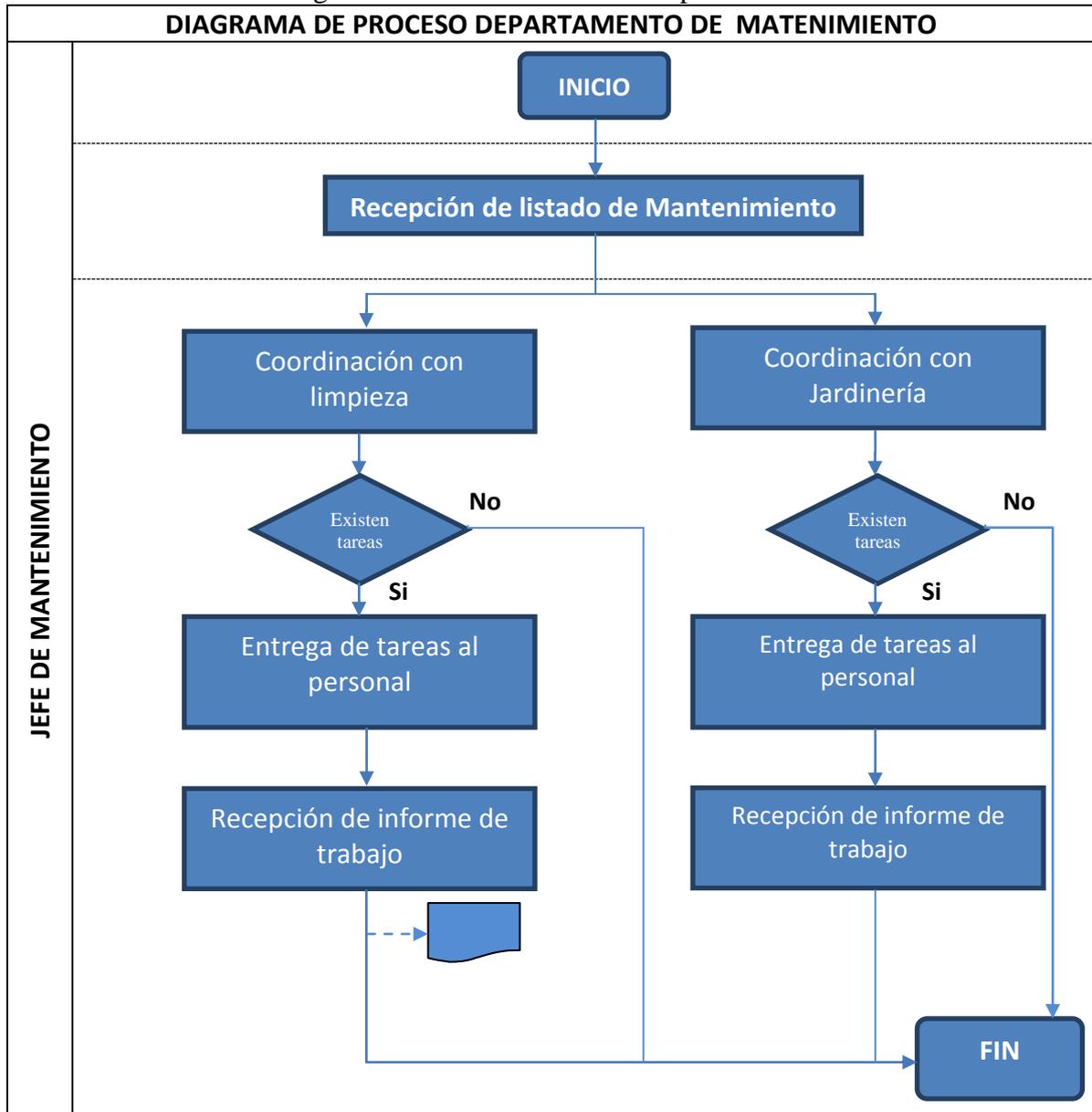


Fuente: Entrevista de la presente investigación
Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.14. Proceso: Departamento de mantenimiento

Objetivo: Establecer el proceso del Departamento de Mantenimiento que permita un rendimiento adecuado a la infraestructura de la Hostería.

Gráfico. N° 20. Diagrama de las actividades del departamento de mantenimiento



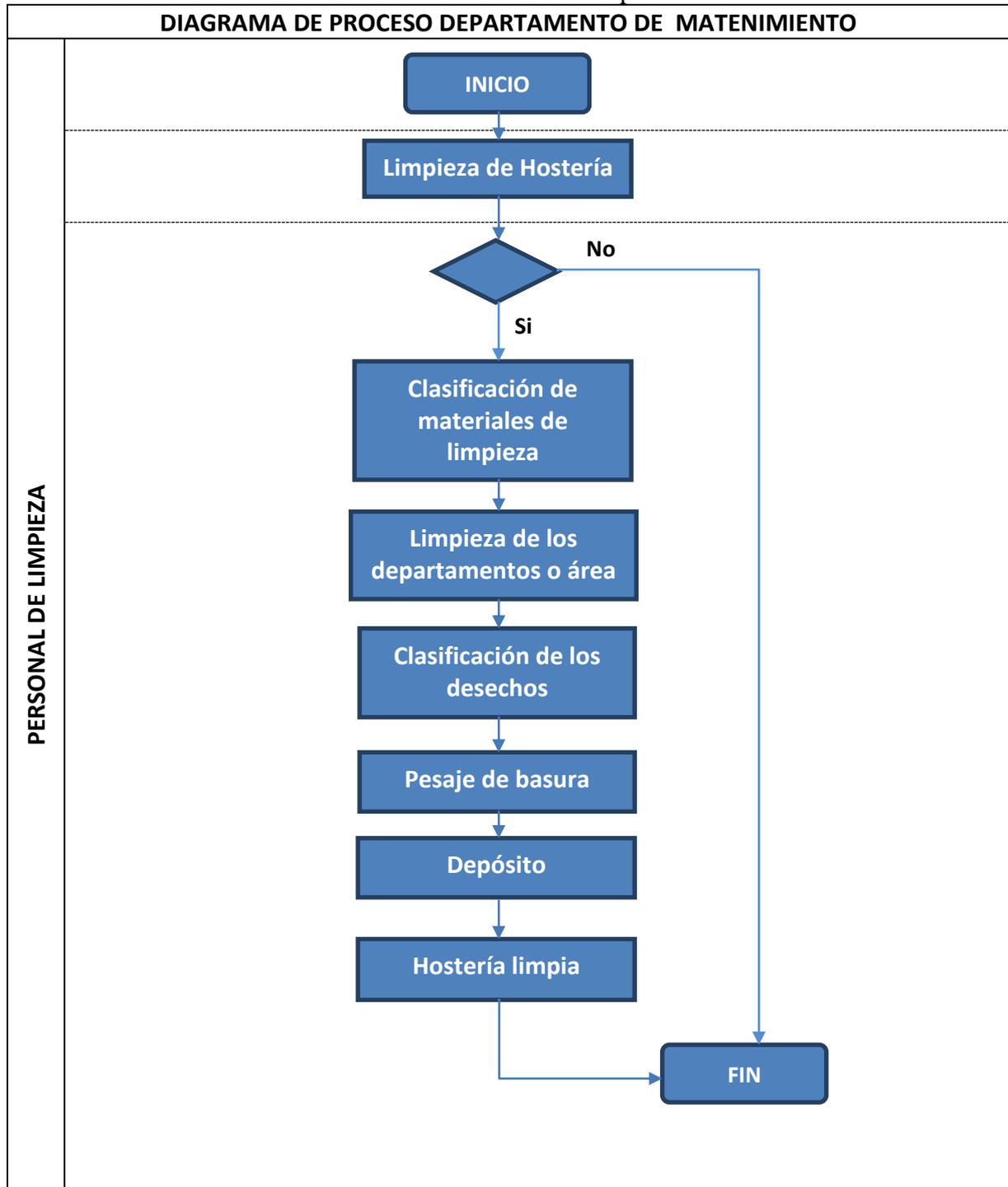
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.15. Proceso: Limpieza

Objetivo: Establecer el proceso de limpieza y protección de los materiales existentes en la Hostería.

Gráfico. N° 21. Actividades dentro del área de limpieza



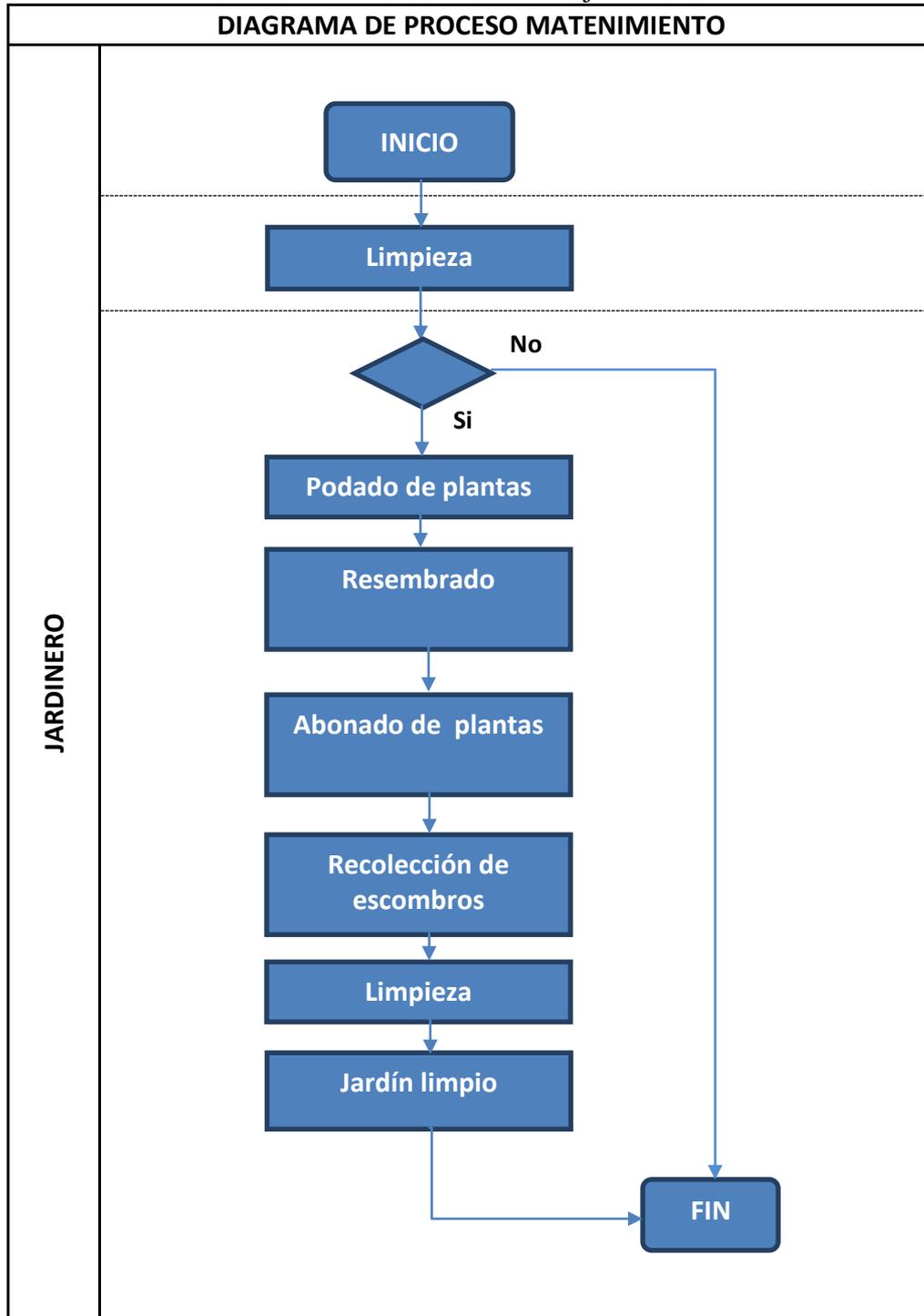
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.16. Proceso: Jardinería

Objetivo: Establecer el proceso de jardinería que permita el mantenimiento y desarrollo de la Hostería.

Gráfico. N° 22. Actividades realizadas en jardinería



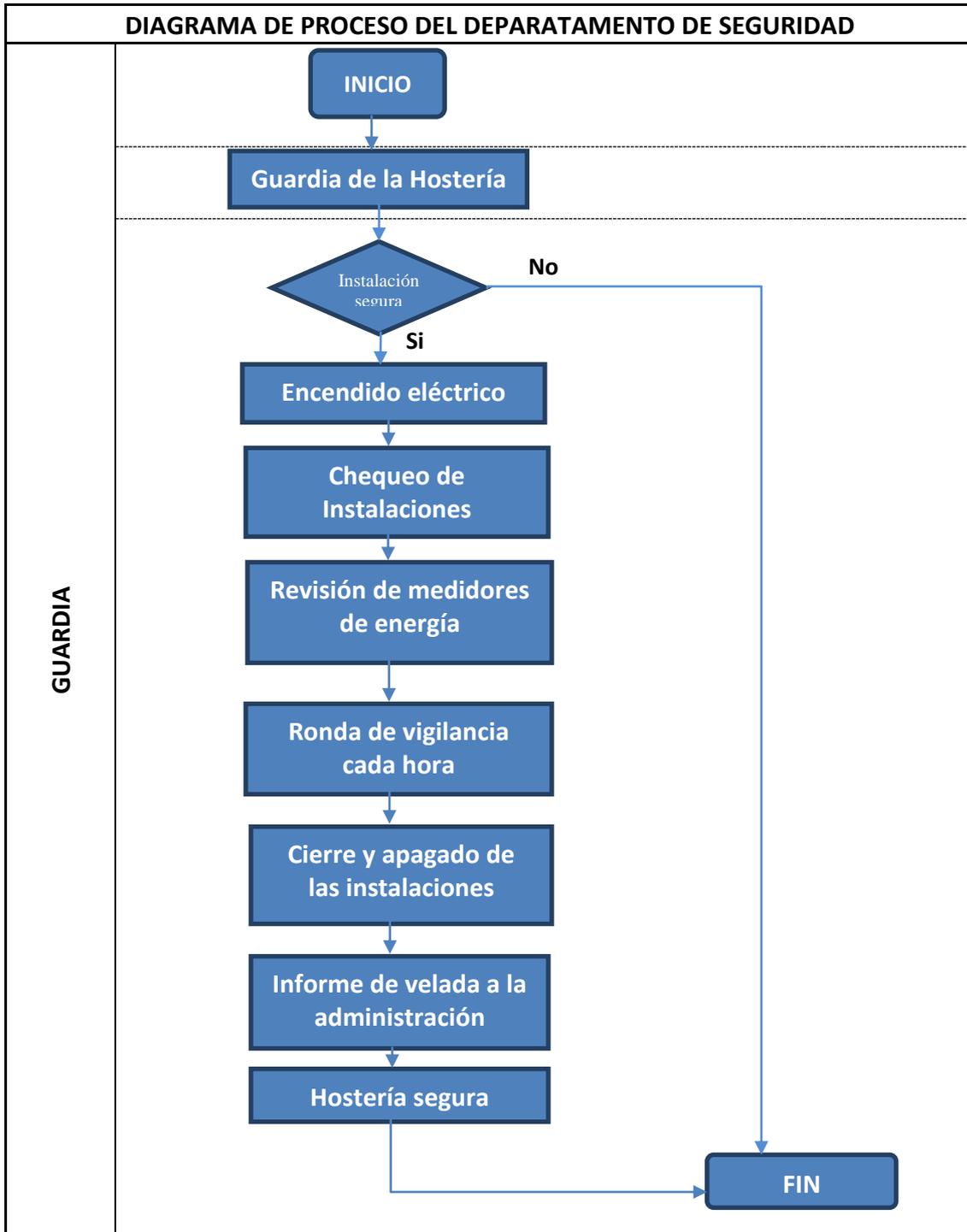
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.17. Proceso: Departamento de seguridad

Objetivo: Establecer el proceso de seguridad de las instalaciones de la Hostería.

Gráfico. N° 23. Actividades que se desarrollan en el departamento de seguridad



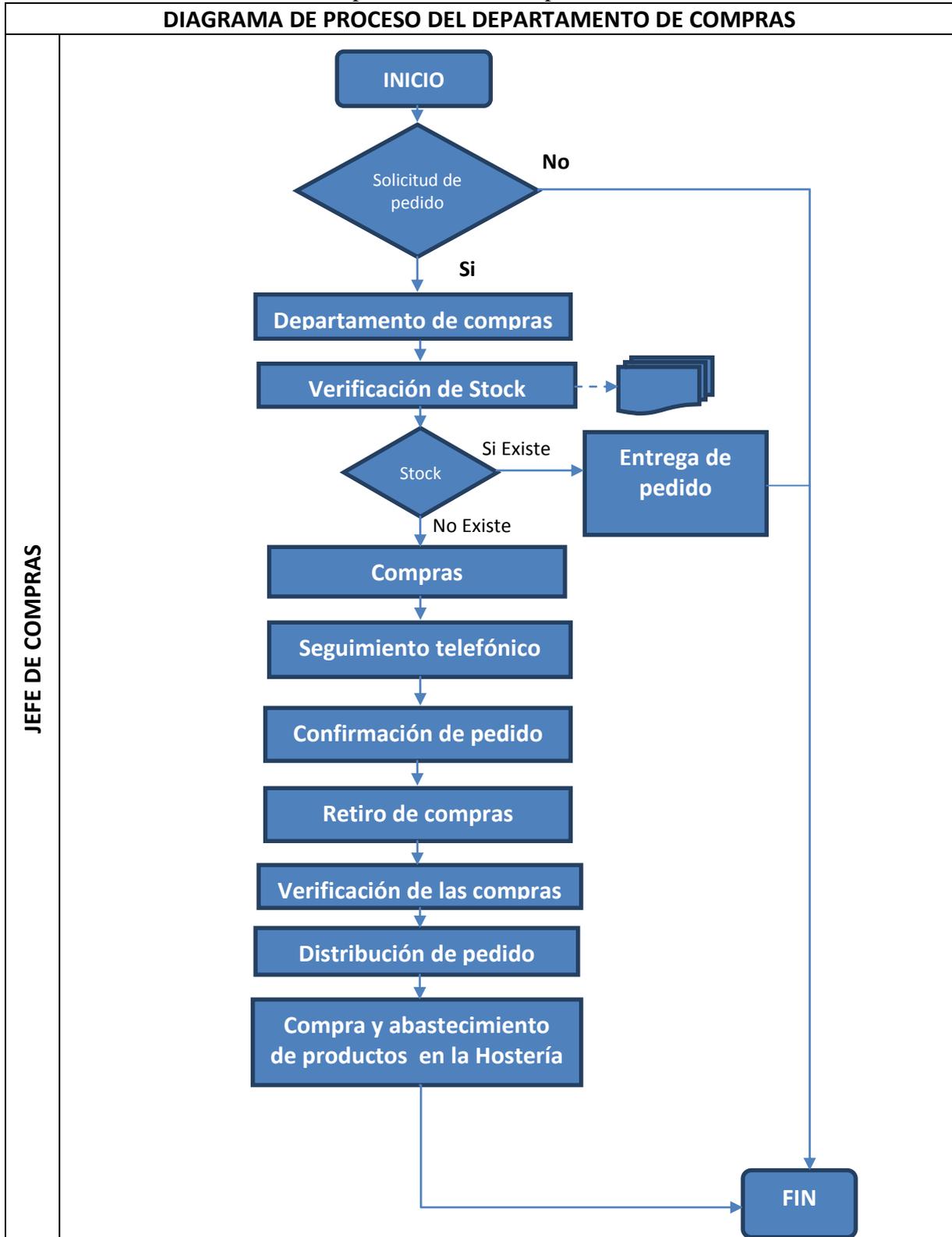
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.18. Proceso: Departamento de compras

Objetivo: Establecer el proceso del Departamento de Compras para una adecuada adquisición de materiales y productos en la hostería.

Gráfico. N° 24. Actividades del departamento de compras



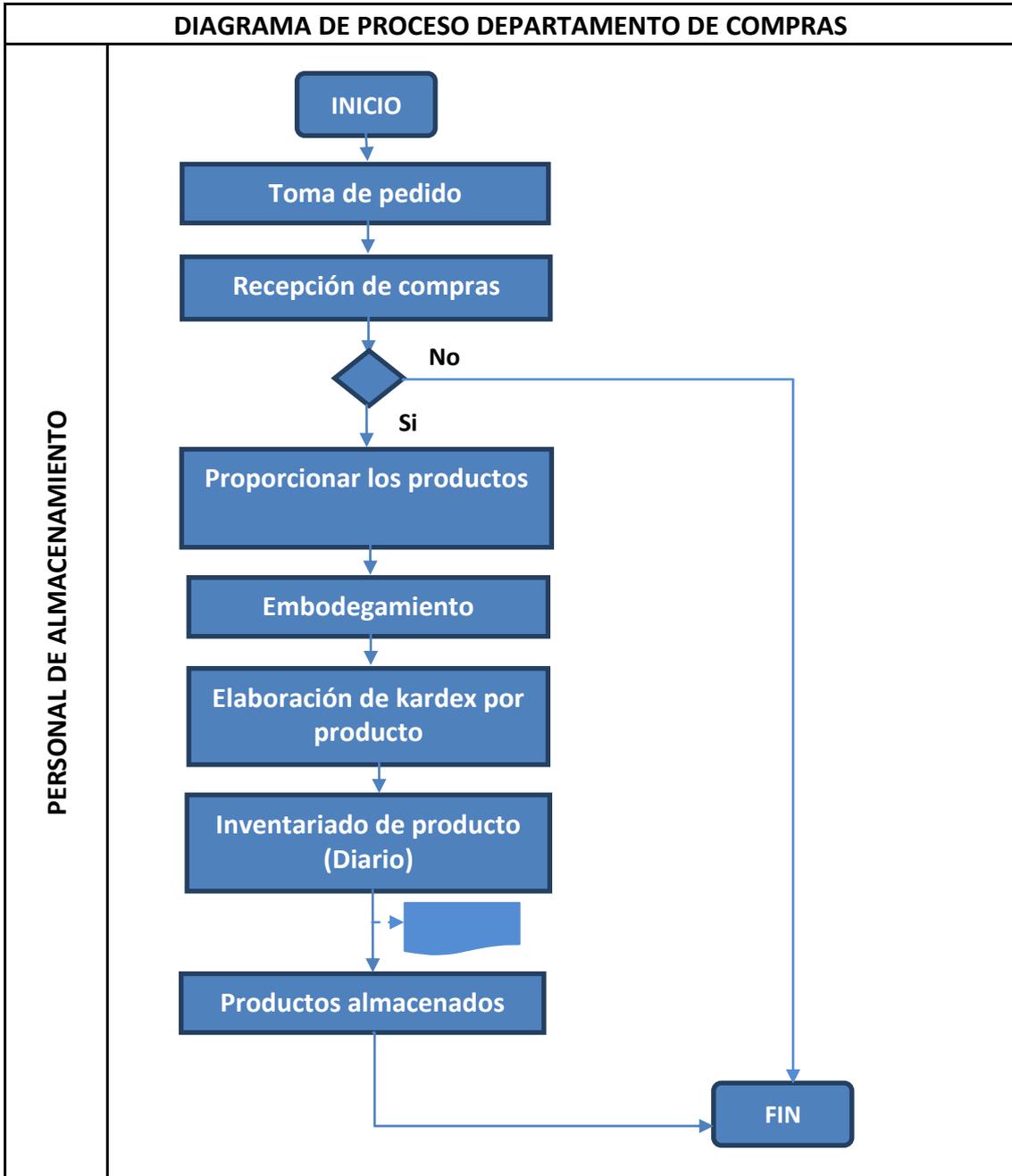
Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.11.3.19. Proceso: Almacenamiento

Objetivo: Establecer el proceso de almacenamiento para un adecuado uso y manejo de los productos y materiales en la hostería

Gráfico. N° 25. Actividades realizadas en el área de almacenamiento



Fuente: Entrevista de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.12. UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO DE LA HOSTERÍA“FLOR DE CANELA”

Al realizar un análisis estratégico de la Hostería, a través del análisis FODA, podemos encontrar las actividades de soporte, logrando determinar las actividades de logística interna y externa en todas las áreas con las que cuenta la hostería y conocer si se están llevando de manera eficiente.

Tabla N°7. FODA de la “Hostería Flor de Canela”

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura - Comunicación adecuada del personal - Trabajo en equipo - Manejo de lenguaje técnico del personal - Servicio diferenciado - Ubicación Geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas estratégicas - Aeropuerto nacional a 15 minutos - Crecimiento de la demanda turística hotelera - Crecimiento de la demanda de turismo comunitario - Creación de Agencias de viajes y turoperadoras. - Promoción hotelera por los gobiernos locales - Mercado creciente de turismo a nivel del mundo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de personal competente en las actividades turísticas. - Carencia de trabajo por procesos - Carencia de vestimenta adecuada - No existe funciones laborales establecido mediante un organigrama - No existe responsables por áreas - Rotación frecuente del personal - Personal no empoderado ni motivado - Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia cercana a la Hostería - Diversidad de oferta de parte de los competidores - Crecimiento hotelero en la ciudad - Precio bajo de servicios en hoteles y hosterías. - Nuevos competidores - Alianzas entre competidores

Tabla N° 8. Análisis FODA

		Fortaleza						Debilidades								
		Infraestructura	Comunicación adecuado del personal	Trabajo en equipo	Manejo del lenguaje técnico del personal	Servicio Diferenciado	Ubicación Geográfica	Falta de personal competente en las actividades turísticas	Carencia de trabajo por proceso	Carencia de vestimenta adecuada	No existe funciones laborales establecido mediante un organigrama	No existe responsables por áreas	Rotación frecuente del personal	Personal no empoderado ni motivado		Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento
Oportunidades	Alianzas estratégicas	5	5	5	0	5	3	1	0	1	3	1	0	0	3	32
	Aeropuerto nacional a 15 minutos	3	1	1	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	1	11
	Crecimiento de la demanda turística hotelera	5	1	3	0	5	3	1	1	5	3	1	3	1	3	35
	Crecimiento de la demanda de turismo comunitario	3	1	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	1	11
	Creación de Agencias de viajes y turoperadoras.	5	3	0	0	5	3	1	0	1	0	0	0	0	0	18
	Promoción hotelera por los gobiernos locales	1	1	0	0	3	1	1	0	1	0	0	0	0	1	9
	Mercado creciente de turismo a nivel del mundo	5	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	8
Amenazas	Competencia cercana a la Hostería	5	5	5	5	5	3	3	1	3	1	3	5	1	0	45
	Diversidad de oferta de parte de los competidores	5	0	3	0	3	0	0	3	5	3	1	5	0	3	31
	Nuevos competidores	5	3	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	3	18
	Precio bajo de servicios en hoteles y hosterías.	1	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	Alianzas estratégicas entre empresas competidoras	5	3	3	3	5	3	3	1	0	1	0	3	1	5	36
		48	24	22	10	42	27	10	6	16	11	6	16	3	20	

Alto 5
Medio 3
Bajo 1 No hay incidencia 0

- **Directrices más relevantes**

Fortalezas

- Infraestructura.
- Comunicación adecuada del personal.
- Trabajo en equipo.
- Servicio diferenciado.
- Ubicación Geográfica.

Debilidades

- Carencia de vestimenta adecuada.
- Rotación frecuente del personal.
- Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento.

Oportunidades

- Alianzas estratégicas
- Crecimiento de la demanda turística hotelera.
- Creación de agencias de viajes y turoperadoras

Amenazas

- Competencia cercana a la Hostería.
- Diversidad de oferta de parte de los competidores
- Nuevos competidores.
- Alianzas estratégicas entre competidores.

4.13. PLAN ESTRATÉGICO DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

4.13.1. DEBILIDAD

- Carencia de vestimenta adecuada
- Rotación frecuente del personal
- Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento.

Debilidad: Carencia de vestimenta adecuada

Objetivo: Adecuar la vestimenta del personal que labora en la Hostería Flor de Canela, de acuerdo a sus funciones.

Tabla N° 9. Carencia de vestimenta adecuada

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Definir un diseño.	Definir un modelo de acuerdo a las normativas, lugar, entorno y al servicio que se presta	Agosto	Empresa de vestimenta industrial	Gerente Propietario	\$ 100,00
H	Vestimenta y presentar el modelo si el proceso valida	Contratando a empresa fabricante	Septiembre	Empresa de vestimenta industrial	Gerente Propietario	\$ 200,00
V	Verificar las características de la vestimenta	De acuerdo a las normas y requerimiento de la Hostería	Octubre	Empresa de vestimenta industrial	Gerente Propietario	\$ 50,00
A	Elaboración del nuevo modelo y utilización de la vestimenta	- Disposición del Gerente - Contrato - Memo	Noviembre	Empresa de vestimenta industrial	Gerente Propietario	\$ 500,00
TOTAL						\$ 850,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Debilidad: Rotación frecuente del personal

Objetivo: Otorgar estabilidad al personal que labora en la Hostería Flor de Canela.

Tabla N° 10. Rotación frecuente del personal

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Establecer un plan por área y responsabilidad, promoviendo incentivos al personal contratado	Estableciendo horarios y actividades y definiendo fechas de incentivo	Enero	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario	\$ 100,00
H	Realizar cronogramas de actividades	De acuerdo a su área de trabajo	Febrero	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario	\$ 50,00
V	Registro de entrada	Con fichas elaboradas por la gerencia	Marzo	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario	\$ 30,00
A	Personal nuevo en la Empresa	- Disposición de gerente - Contrato	Abril	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario	\$ 200,00
TOTAL						\$ 380,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Debilidad: Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento.

Objetivo: Mantener en condiciones óptimas a la infraestructura.

Tabla N° 11. Infraestructura que requiere altos costos para su mantenimiento

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Adquirir los materiales de óptima calidad o resistencia en madera	Buscando materiales resistentes en madera	Desde Enero Hasta Marzo	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario, Personal de Mantenimiento	\$1000,00
H	Proformas de tipos de madera y materiales del medio	Contrato con distribuidoras en madera	Abril a Junio	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario, Personal de Mantenimiento	\$500,00
V	Presentar una muestra para su validación	Clasificando las muestras y materiales más utilizados	Julio a Septiembre	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario, Personal de Mantenimiento	\$100,00
A	Adquirir los materiales para la implementación en la Hostería	Validación y aprobación de la gerencia	Octubre a Diciembre	Hostería Flor de Canela	Gerente Propietario, Personal de Mantenimiento	\$1200,00
TOTAL						\$ 2800,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.13.2. Oportunidades

- Alianzas estratégicas
- Crecimiento de la demanda turística hotelera
- Creación de Agencias de Viajes y Turoperadoras.

Oportunidad: Alianzas estratégicas

Objetivo: Establecer convenios con empresas proveedoras

Tabla N° 12. Alianzas estratégicas

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Buscar Empresas	Definir y clasificar los tipos de empresas distribuidoras de bienes y productos	Semana 1	Puyo, Ambato, Quito	Gerente, Asistente administrativo	\$ 100,00
H	Clasificar las empresas	Visitando a cada una de ellas	Semanal 2	Puyo, Ambato, Quito	Gerente, Asistente administrativo	\$ 200,00
V	Presentar las empresa y su respectiva validación	Mediante una reunión con la Gerencia	Semanal 3	Puyo, Ambato, Quito	Gerente, Asistente administrativo	\$ 200,00
A	Realizar convenios	- Convenios - Contratos - Acuerdos	Semanal 4	Puyo, Ambato, Quito	Gerente, Asistente administrativo	\$ 200,00
TOTAL MES						\$ 700,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Oportunidad: Crecimiento de la demanda turística hotelera

Objetivo: Realizar un estudio sobre la demanda turística hotelera

Tabla N° 13. Crecimiento de la demanda turística hotelera

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Definir el tipo de estudio a realizar	Definir mediante la realidad de la Hostería	Desde Junio a Julio	Puyo	Gerente Pasantes	\$ 200,00
H	Formar un equipo de investigación	Contratar personas especialistas	Desde Agosto a Octubre	Puyo	Gerente Pasantes	\$ 200,00
V	Mediante informes	De acuerdo la realidad de la Hostería	Noviembre	Puyo	Gerente Pasantes	\$ 200,00
A	Aplicar en la Hostería	Disposición de la gerencia	Diciembre	Puyo	Gerente Pasantes	\$ 200,00
TOTAL						\$ 800,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Oportunidad: Creación de Agencias de viajes y turoperadoras.

Objetivo: Establecer convenios entre la Hostería Flor de Canela y las nuevas agencias de viajes y turoperadoras.

Tabla N° 14. Creación de Agencias de viajes y tur operadoras

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Buscar nuevas agencias y operadoras de turismo	Clasificando de acuerdo a su tipo de trabajo y que venda turismo de naturaleza, comunitario	Julio	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Tena	Gerente Propietario	\$ 200,00
H	Catálogo de todas las agencias de viajes y operadoras de turismo	De acuerdo la visita realizada a cada una de ellas	Agosto	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Tena	Gerente Propietario	\$ 100,00
V	Presentar las agencias clasificadas a la gerencia para su aprobación	De acuerdo a los tipos de servicios que presta al Hostería	Septiembre	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Tena	Gerente Propietario	\$ 200,00
A	Empezar a ofertar los servicios que se presta en la Hostería a las agencias y operadoras	Mediante convenios	Octubre	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Tena	Gerente Propietario	\$ 400,00
TOTAL						\$ 900,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.13.3. Amenazas

- Competencia cercana a la Hostería.
- Diversidad de oferta de parte de los competidores.
- Nuevos competidores.
- Alianzas estratégicas entre empresas competidoras.

Amenaza: Competencia cercana a la Hostería

Objetivo: Crear una ventaja competitiva de la Hostería para los establecimientos hoteleros que se encuentran en el entorno próximo.

Tabla N° 15. Competencia cercana a la Hostería

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Innovar nuevos servicios	Realizando un estudio de necesidades en el mercado	Julio	Puyo	Gerente Propietario, Pasantes	\$ 100,00
H	Implementación de nuevos servicios	Ofertar nuevos servicios	Agosto	Puyo	Gerente Propietario, Pasantes	\$ 1000,00
V	La satisfacción, necesidades y expectativas del cliente	Encuesta al cliente	Septiembre	Puyo	Gerente Propietario, Pasantes	\$ 100,00
A	Mejora continua del servicio	De acuerdo al precio de competencia	Octubre	Puyo	Gerente Propietario, Pasantes	\$ 200,00
TOTAL						\$1400,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Amenaza: Diversidad de oferta de parte de los competidores.

Objetivo: Ofertar nuevos productos y servicios para nuestros clientes

Tabla N° 16. Diversidad de oferta de parte de los competidores

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Innovar productos y servicios nuevos	Estudio de productos y servicios ofertados	Octubre	Puyo	Propietario Pasantes	\$ 300,00
H	Diseñar los servicios y productos	Utilizando materiales de medio	Noviembre	Puyo	Propietario Pasantes	\$ 500,00
V	Presentar a la gerencia los producto y servicio a implementar	De acuerdo al estudio de cada servicio nuevo	Diciembre	Puyo	Propietario Pasantes	\$ 100,00
A	Implementación de nuevo producto o servicio	Disposición de gerente	Enero	Puyo	Propietario Pasantes	\$ 500,00
TOTAL						\$ 1400,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Amenaza: Nuevos competidores.

Objetivo: Ofertar mejor servicio con calidad y excelencia a precios competitivos y posicionando a la empresa en sitios estratégicos.

Tabla N° 17. Nuevos competidores.

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Dar a conocer los servicios de calidad y excelencia de la Hostería	Campañas publicitarias y promocionales en los medios de comunicación con la mejora del posicionamiento en el mercado	Septiembre	Puyo	Gerente propietario Pasantes	\$ 300,00
H	Realizar campañas de publicidad y promoción	De acuerdo al nicho de mercado y las expectativas y necesidades del cliente	Octubre	Puyo	Gerente propietario Pasantes	\$ 300,00
V	Demanda de clientes en la Hostería	Verificar el número de clientes que usa las instalaciones	Noviembre	Puyo	Gerente propietario Pasantes	\$ 100,00
A	Mejora continua de publicidad y promoción o cambio de estrategia	De acuerdo el incremento o no de la demanda	Diciembre	Puyo	Gerente propietario Pasantes	\$ 300,00
TOTAL						1000,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Amenaza: Alianzas estratégicas entre empresas competidoras.

Objetivo: Establecer alianzas estratégicas con otras empresas para buscar competitividad.

Tabla N° 18. Alianzas estratégicas entre empresas competidoras

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Identificar las empresas	Mediante catastro turístico de empresas con características similares	Enero	Puyo Baños	Gerente Propietario	\$ 200,00
H	Definir las formas de alianza	De acuerdo a las políticas internas y externas de las empresas	Febrero	Puyo Baños	Gerente Propietario	\$ 200,00
V	Presentar una propuesta de alianza estratégica	Convenio macro de cooperación entre empresas	Marzo	Puyo Baños	Gerente Propietario	\$ 300,00
A	Realizar la alianza definitiva	Firma de los representantes legales de las empresas	Abril	Puyo Baños	Gerente Propietario	\$ 100,00
TOTAL						\$ 800,00

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.14. PROPUESTA PARA LA MEJORA CONTINUA DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

4.15. MANUAL DE CALIDAD PARA LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

4.15.1. Objetivos del manual

4.15.2. Objetivo General:

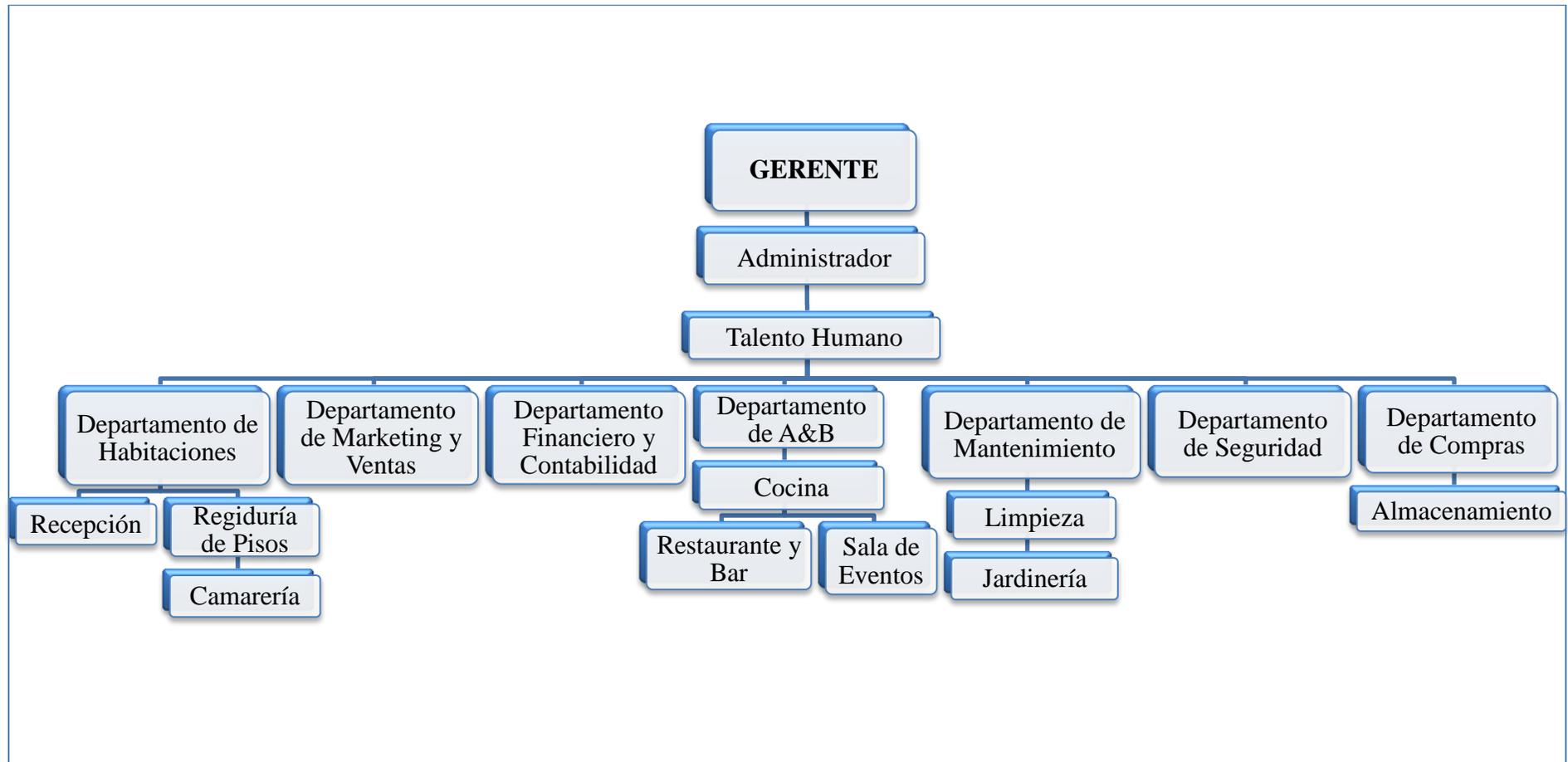
- Establecer las políticas de calidad de la “Hostería Flor de Canela” con el fin de satisfacer a los clientes internos y externos.

4.15.3. Objetivos específicos:

- Asegurar la calidad en los productos y servicios de la “Hostería Flor de Canela”, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- Mejorar los procesos de gestión, administración y operativos de la Hostería Flor de Canela.
- Ser un instrumento de control de cumplimiento de desempeño en todas las áreas de la Hostería.

4.16. ESTRUCTURAL ORGANIZACIONAL DE LA HOSTERÍA FLOR DE CANELA

Gráfico N° 26. Estructura organizativa.



Fuente: Amparito Vaca, Gerente Propietario Hostería Flor de Canela

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2011

4.17. DIRECTRICES DEL CLIENTE

Se establece las directrices del cliente mediante una encuesta que se realizó en febrero, de 2011, durante los cuatro días del feriado de carnaval dentro de la Hostería Flor de Canela logrando encuestar el total de la comunidad que visitó la Hostería, obteniendo un total de 94 turistas los mismos que se presenta a continuación.

4.17.1. Requisitos del cliente

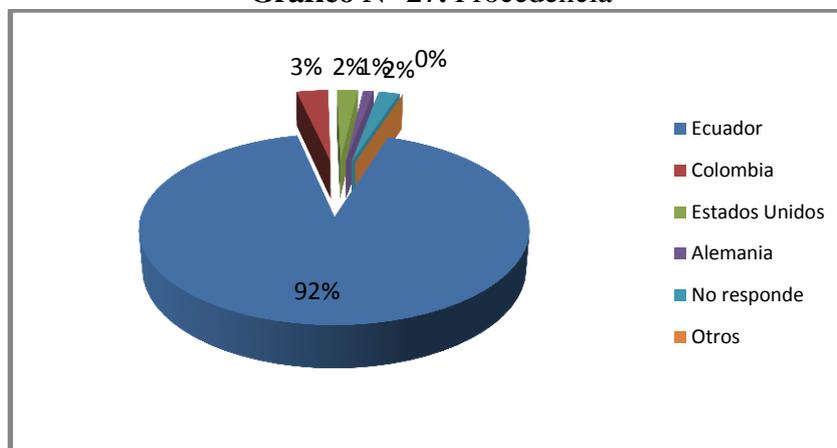
Tabla N° 19. Procedencia de turistas.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	¿Cuál es su país de procedencia?	Ecuador	86	92%
		Colombia	3	3%
		Estados unidos	2	2%
		Alemania	1	1%
		No responde	2	2%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 27. Procedencia



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Del total de los encuestados los datos proyectan que un 92% de turistas que visitaron la Hostería Flor de Canela, son de nacionalidad Ecuatoriana, 3% de turistas colombianos, 2% de los Estados Unidos, 2% no respondió la pregunta y 1% fueron de Alemania.

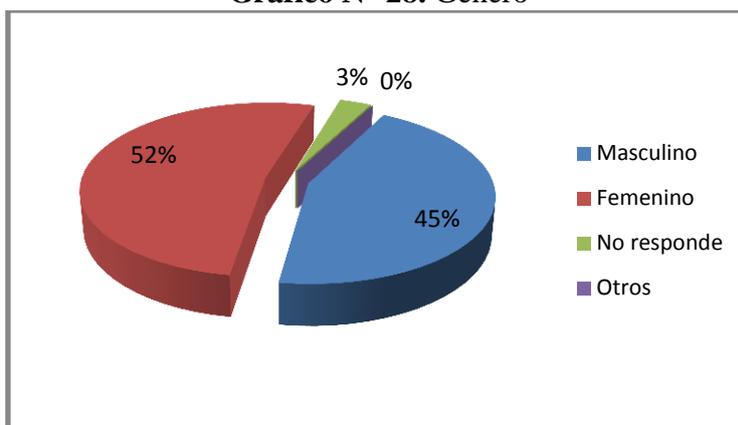
Tabla N° 20. Género

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
2	¿Género?	Masculino	42	45%
		Femenino	49	52%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 28. Género



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Se puede apreciar que los datos de la encuesta proyectan que un 52% de turistas, son de sexo femenino, un 45% de sexo masculino y un 3% que representa a los turistas encuestados que no respondieron la pregunta, estos resultados se obtuvo del total de la comunidad de turistas que visitó la Hostería Flor de Canela.

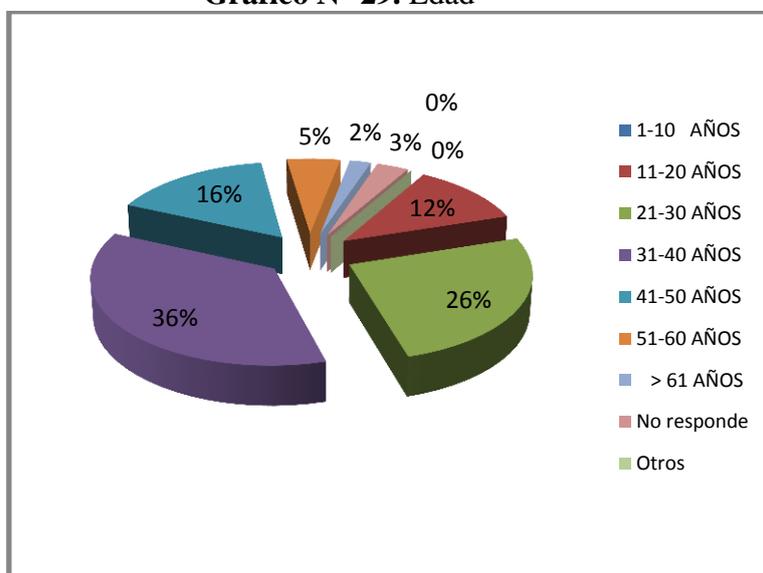
Tabla N° 21. Edad.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
3	¿Qué rango de edad se encuentra?	1-10	0	0%
		11-20	11	12%
		21-30	24	26%
		31-40	34	36%
		41-50	15	16%
		51-60	5	5%
		61 en adelante	2	2%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 29. Edad



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Observamos que de los encuestados el 36% son de 31-40 años de edad, 26% 21-30 años de edad, 16% de 41-50, 12% de 11-20 años de edad seguidos de 5% de 51-60 años de edad, el 3% de los encuestados no respondió la pregunta y el 2% fueron de 61 años en adelante.

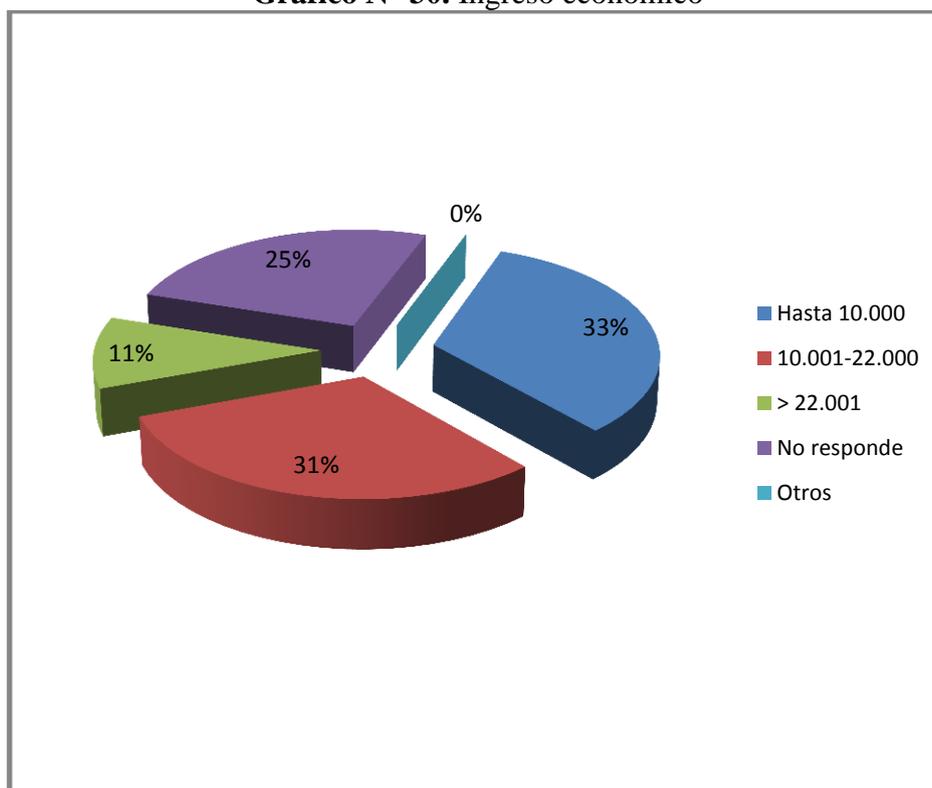
Tabla N° 22. Ingreso económico

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
4	¿Nivel de ingreso económico anual?	Hasta 10.000	31	33%
		De 10.001 a 22.000	29	31%
		De 22.001 en adelante	10	11%
		No responde	24	25%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 30. Ingreso económico



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

De los turistas que visitaron la Hostería el 33% tenía un ingreso económico hasta 10.000, el 31% de 10.000 - 22.000, 25% no respondió la pregunta de la encuesta y el 11% con ingreso económico mayor a 22.001.

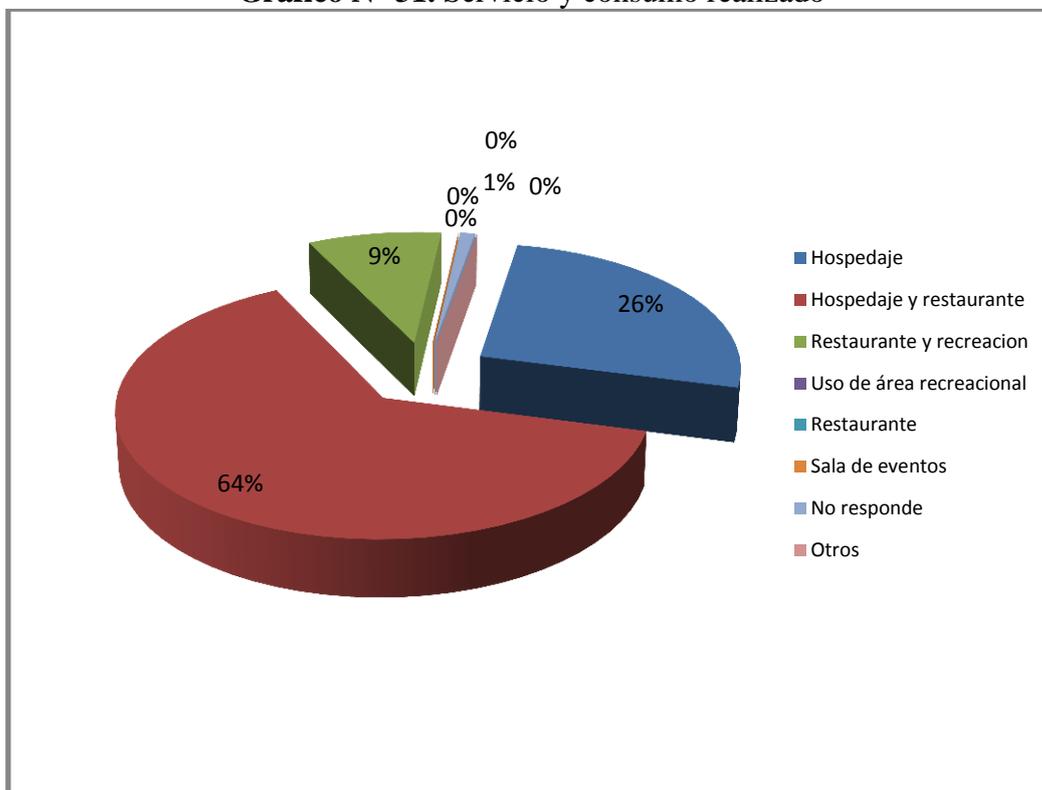
Tabla N° 23. Tipo de servicio y consumo realizado.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
5	¿Tipo de servicio o consumo realizado?	Hospedaje	25	26%
		Hospedaje y restaurante	59	64%
		Restaurante y Recreación	9	9%
		Uso de área recreacional		0%
		Restaurante		0%
		Sala de Eventos		0%
		No responde	1	1%
		Otros		0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 31. Servicio y consumo realizado



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Del total de los turistas encuestados en la Hostería Flor de Canela un 64% realizaron uso de hospedaje y restauración, 26% hospedaje, 9% restaurante y recreación, el 1% no respondió la pregunta.

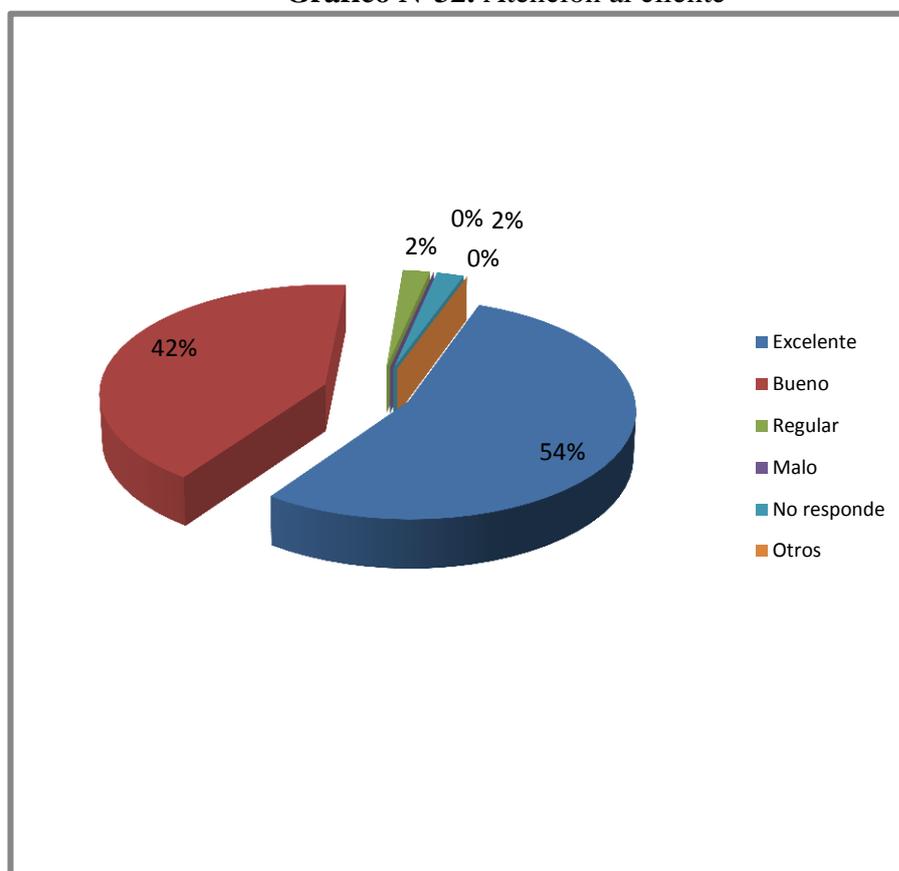
Tabla N° 24. Atención.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
6	¿Cómo califica usted nuestra atención?	Excelente	51	54%
		Bueno	39	42%
		Regular	2	2%
		Malo		0%
		No responde	2	2%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N°32. Atención al cliente



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados de los encuestados proyectan que el 54% indicaron que la atención era excelente, el 42% mencionaron que es bueno, 2% manifestaron que era regular y el 2% no responde la pregunta.

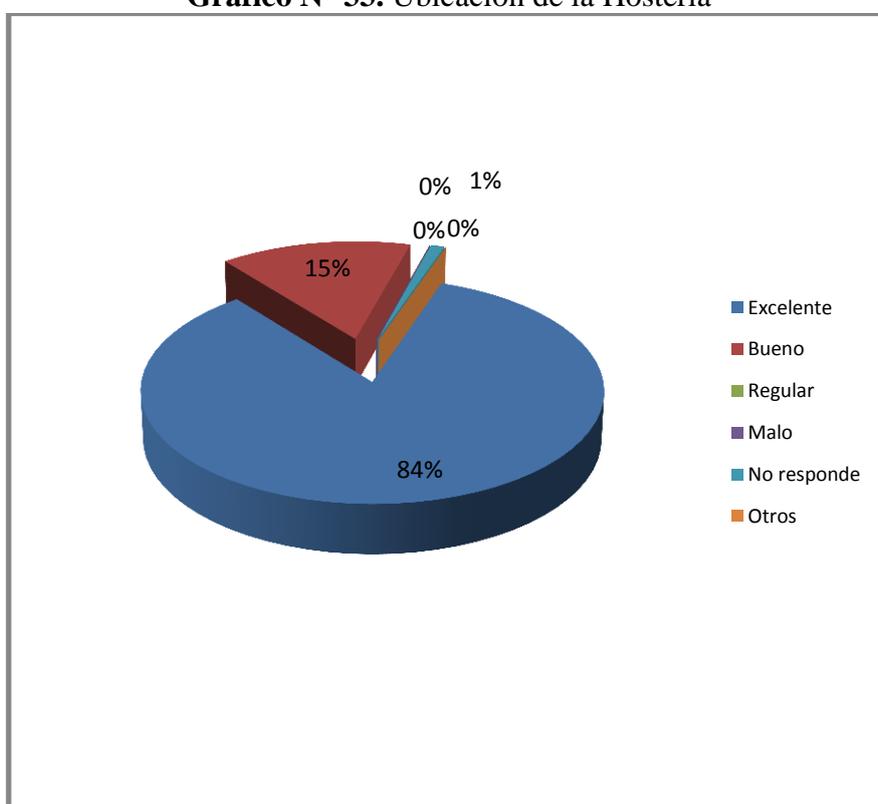
Tabla N° 25. Ubicación de la Hostería

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
7	¿El lugar donde se ubica nuestra Hostería para usted es?	Excelente	79	84%
		Bueno	14	15%
		Regular	0	0%
		Malo	0	0%
		No responde	1	1%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 33. Ubicación de la Hostería



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La Hostería Flor de Canela se adapta a la naturaleza, donde los turistas disfrutaron del entorno natural, por lo que en la encuesta realizada al total de los turistas que visitaron en el feriado de carnaval el 84% indicaron que el lugar donde se ubica la Hostería para el cliente es excelente, el 15% mencionaron es bueno, el 1% no respondió la pregunta.

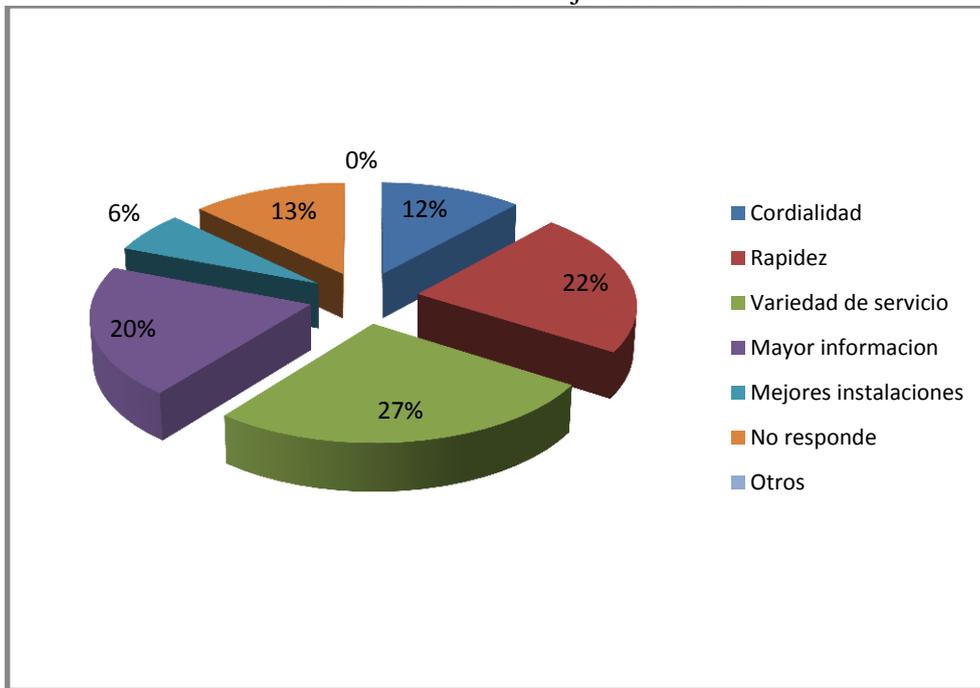
Tabla N° 26. Mejora de servicios.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
9	¿Cómo podemos mejorar nuestros servicios?	Cordialidad	11	12%
		Rapidez	21	22%
		Variedad de servicio	25	27%
		Mayor información	19	20%
		Mejores instalaciones	6	6%
		No responde	12	13%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 34. Mejora de servicio



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

En la encuesta realizada del total de la comunidad de turistas visitantes el 27% indicaron que para mejorar los servicios se requiere de variedad de servicios, el 22% de rapidez, el 20% mayor información, el 13% no respondió, el 12% mencionó cordialidad y el 6% señaló mejores instalaciones.

4.17.2. Satisfacción del cliente

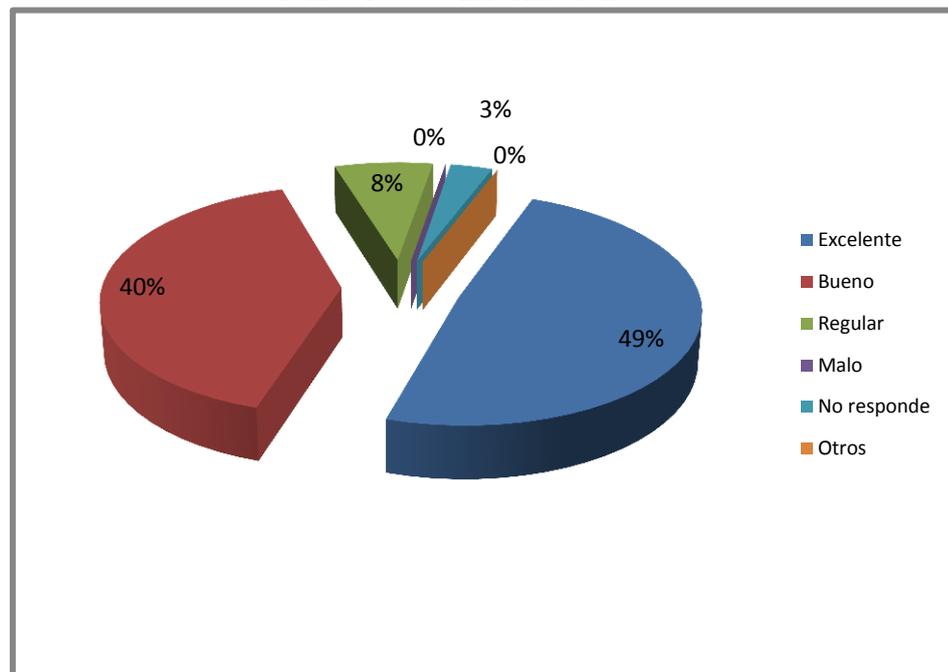
Tabla N° 27. Información

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
10	¿La información proporcionada por nuestro personal le pareció?	Excelente	46	49%
		Bueno	38	40%
		Regular	7	8%
		Malo	0	0%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 35. Información



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta proyectan que el 49% indicaron que la atención proporcionada por el personal era excelente, el 40% mencionaron que es bueno, 8% manifestaron que es regular y el 3% restante no respondió a la pregunta.

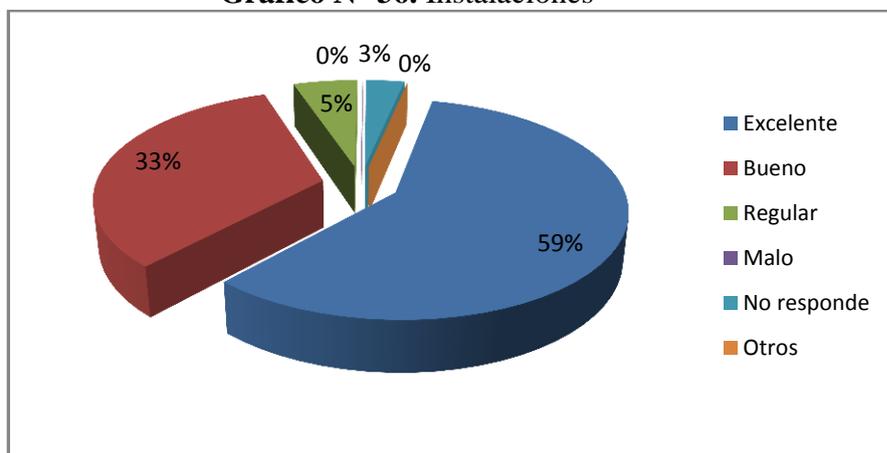
Tabla N° 28. Instalaciones

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
11	¿Cómo califica usted nuestras instalaciones?	Excelente	55	59%
		Bueno	31	33%
		Regular	5	5%
		Malo	0	0%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 36. Instalaciones



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La Hostería Flor de Canela dispone de una infraestructura rústica al servicio de sus clientes, los mismos que en la encuesta realizado el 59% indicaron que las instalaciones son excelentes, el 33% mencionaron que es bueno, 5% manifestaron que era regular y el 3% no responde la pregunta.

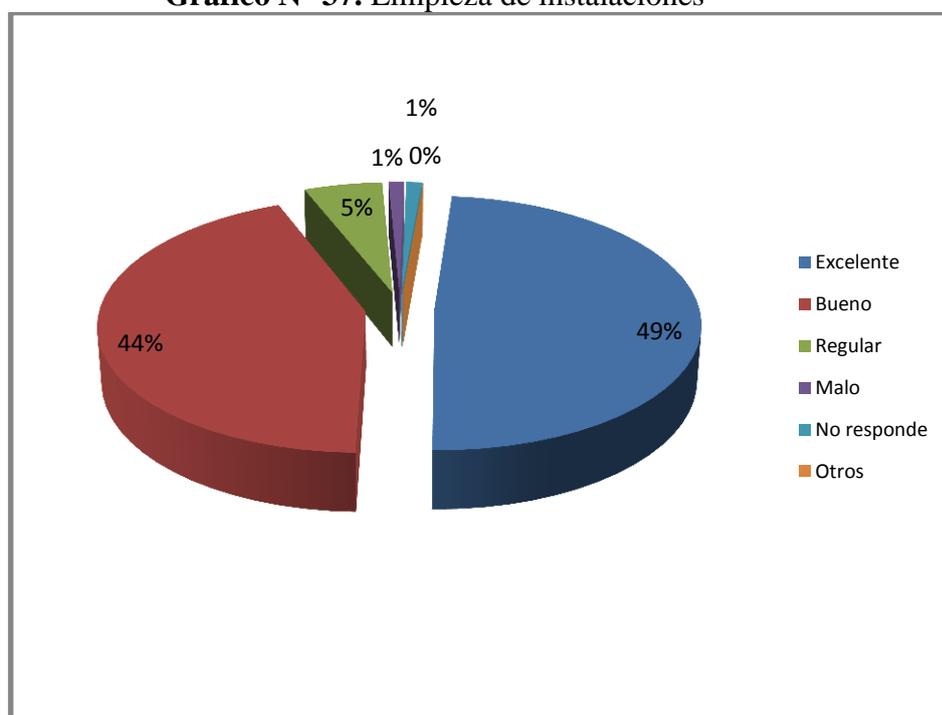
Tabla N° 29. Limpieza de las instalaciones

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
12	¿Cómo califica la limpieza de las diferentes áreas e instalaciones de la Hostería?	Excelente	46	49%
		Bueno	41	44%
		Regular	5	5%
		Malo	1	1%
		No responde	1	1%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 37. Limpieza de instalaciones



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La comunidad de turistas que visitó y percibió los servicios que ofrece la Hostería el 49% dijeron que la limpieza de las diferentes áreas de la hostería era excelente, el 44% mencionaron que es bueno, 5% manifestaron que era regular, 1% expresaron que era malo y el 1% no responde a la pregunta.

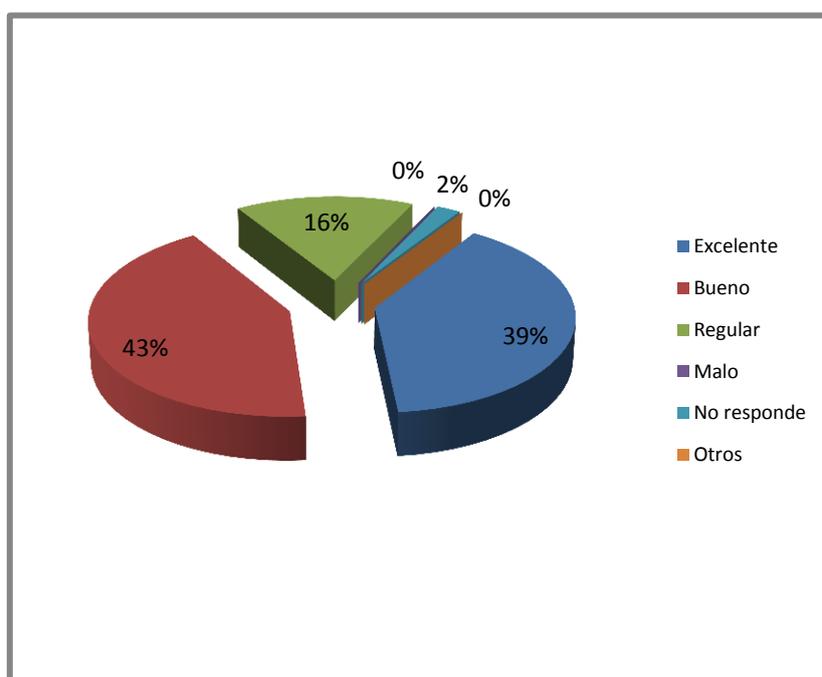
Tabla N° 30. Rapidez en el servicio

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
13	¿Cómo califica la rapidez de los diferentes tipos de servicios que ofrece la Hostería?	Excelente	37	39%
		Bueno	40	43%
		Regular	15	16%
		Malo	0	0%
		No responde	2	2%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 38. Rapidez en el servicio



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La hostería ofrece varios servicios anteriormente mencionados, por ello con la finalidad de conocer la satisfacción del cliente se realizó una encuesta y se obtuvo que del total de los encuestados el 43% dijeron que la rapidez de los servicios en la hostería es bueno, el 39% mencionaron que era excelente, 16% se manifestaron que era regular y el 1% no responde la pregunta.

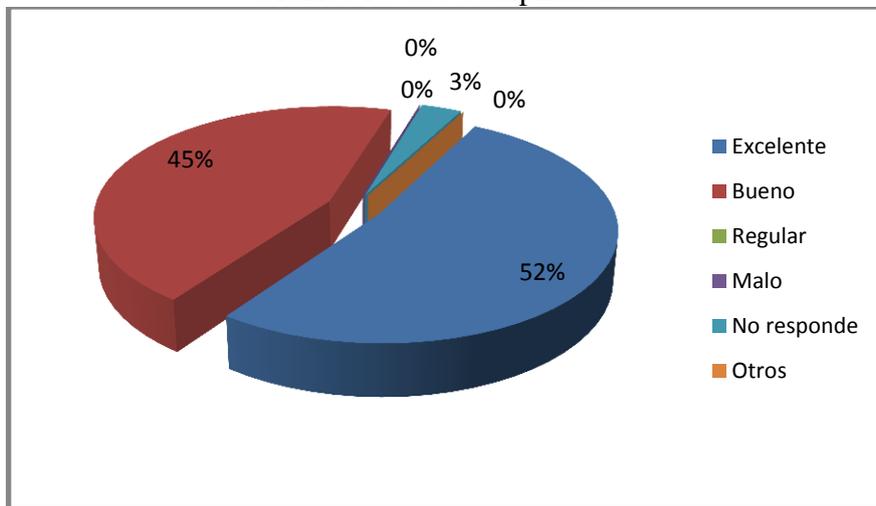
Tabla N° 31. Cumplimiento ha contratado

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
14	¿Cómo califica usted el cumplimiento nuestro en cuanto a contratado?	Excelente	49	52%
		Bueno	42	45%
		Regular	0	0%
		Malo	0	0%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 39. Cumplimiento



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta proyectan que el cumplimiento a lo contratado se cumple para el cliente con un 52% los mismos que indicaron que es excelente, el 45% mencionaron que es bueno y el 3% no responde la pregunta.

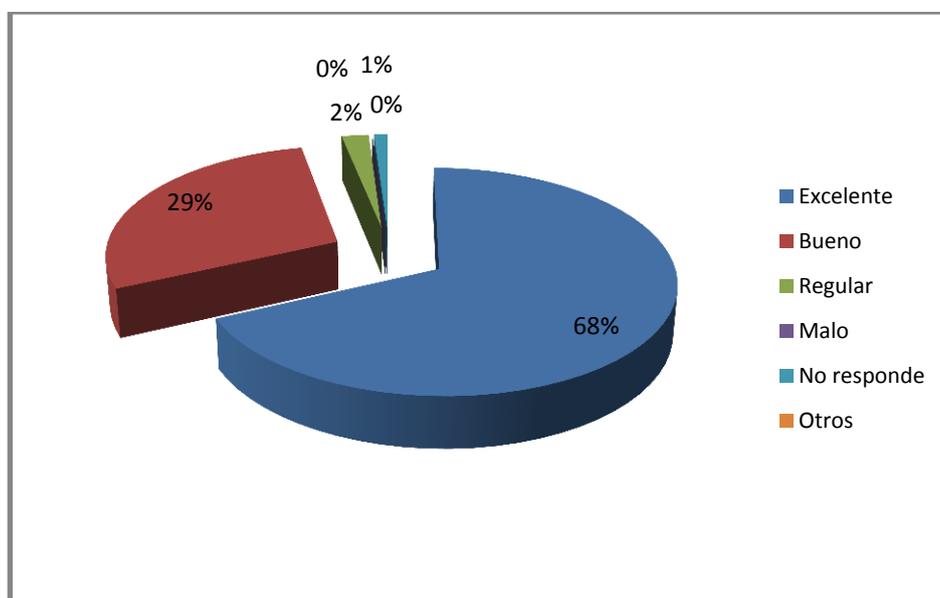
Tabla N° 32. Seguridad.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
15	¿Cómo califica la seguridad que le brindó la Hostería durante su estancia?	Excelente	64	68%
		Bueno	27	29%
		Regular	2	2%
		Malo	0	0%
		No responde	1	1%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 40. Seguridad



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La seguridad es importante, ya que forma parte de la satisfacción del cliente, por lo que en la encuesta desarrollada en la misma el 68% indicaron que la seguridad brindada durante su estancia era excelente, el 29% mencionaron que es bueno, 2% manifiesta que es regular y el 1% no responde la pregunta.

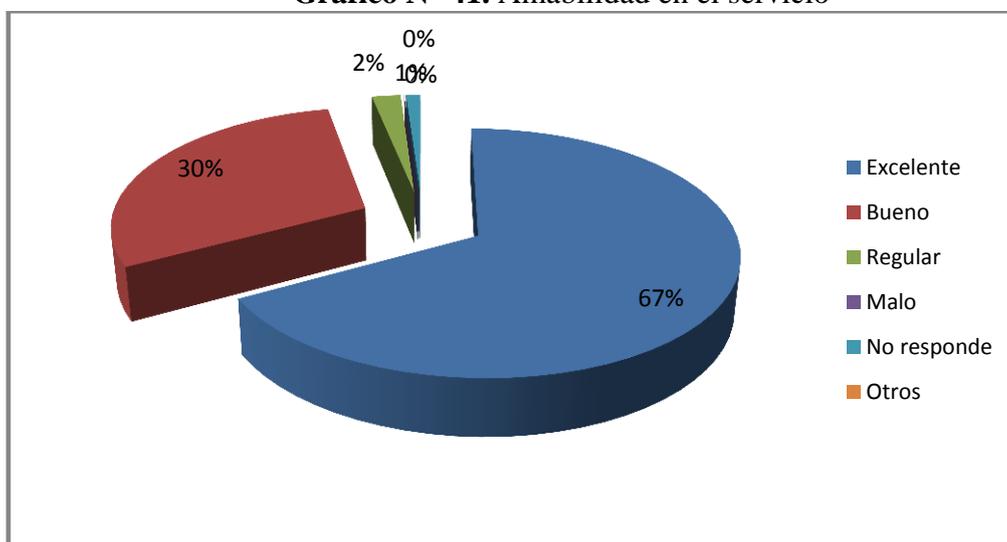
Tabla N° 33. Amabilidad en el servicio

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
16	¿La amabilidad de la persona que lo recibió fue?	Excelente	63	67%
		Bueno	28	30%
		Regular	2	2%
		Malo	0	0%
		No responde	1	1%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 41. Amabilidad en el servicio



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Parte de la satisfacción del cliente es la imagen de la hostería y la amabilidad de quienes colaboran en mantenerla en alto, mejorando la gestión empresarial turística.

Los datos indican que el 67% considera la amabilidad como excelente, el 30% mencionaron que es bueno, 2% manifiesta que es regular y el 1% no responde la pregunta.

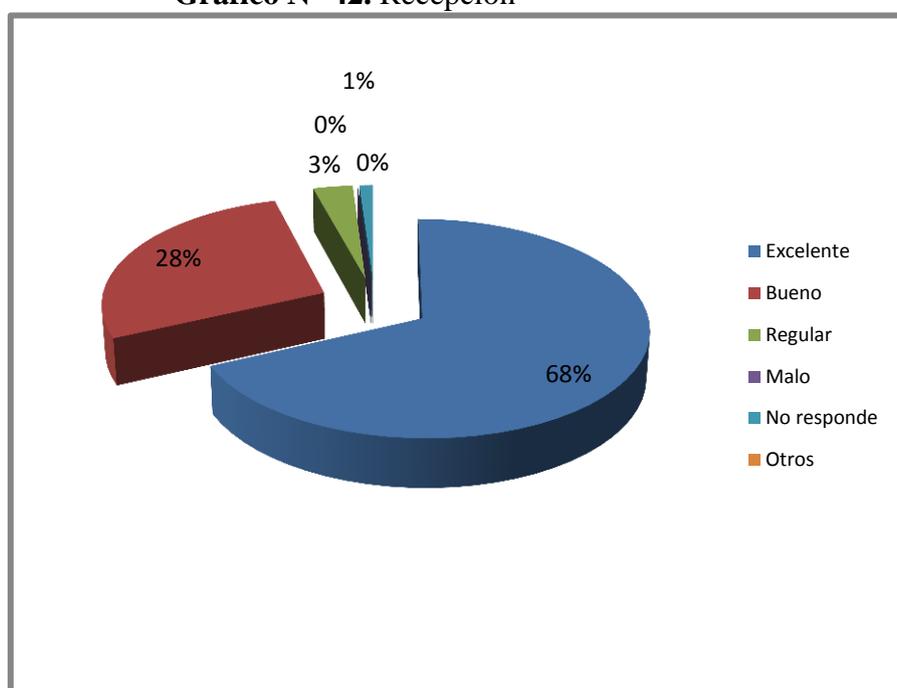
Tabla N° 34. Recepción

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
17	¿La presentación de la persona de recepción fue?	Excelente	64	68%
		Bueno	26	28%
		Regular	3	3%
		Malo	0	0%
		No responde	1	1%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 42. Recepción



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Con la encuesta realizada en la Hostería los datos de la comunidad de visitante que llegaron en el feriado de carnaval indican que el 68% considera que la presentación del personal en la recepción fue excelente, el 28% mencionaron que es bueno, 3% manifiesta que es regular y el 1% no responde la pregunta.

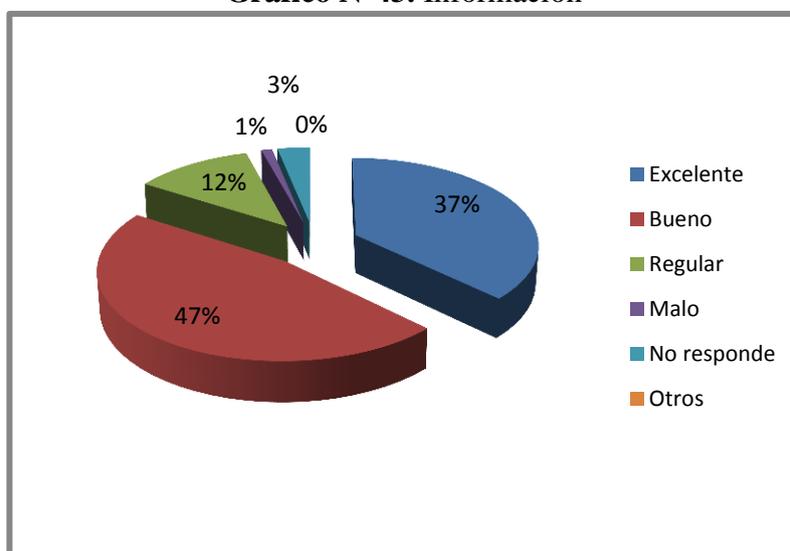
Tabla N° 35. Información.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
18	¿La asesoría sobre los atractivos turísticos fue?	Excelente	35	37%
		Bueno	44	47%
		Regular	11	12%
		Malo	1	1%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N°43. Información



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados del total de la encuesta indican que el 47% de los turistas que visitaron la hostería considera como bueno la asesoría sobre los atractivos, el 37% mencionaron que es excelente, 12% manifiesta que era regular, 1% se pronunció que fue malo y el 3% no responde la pregunta.

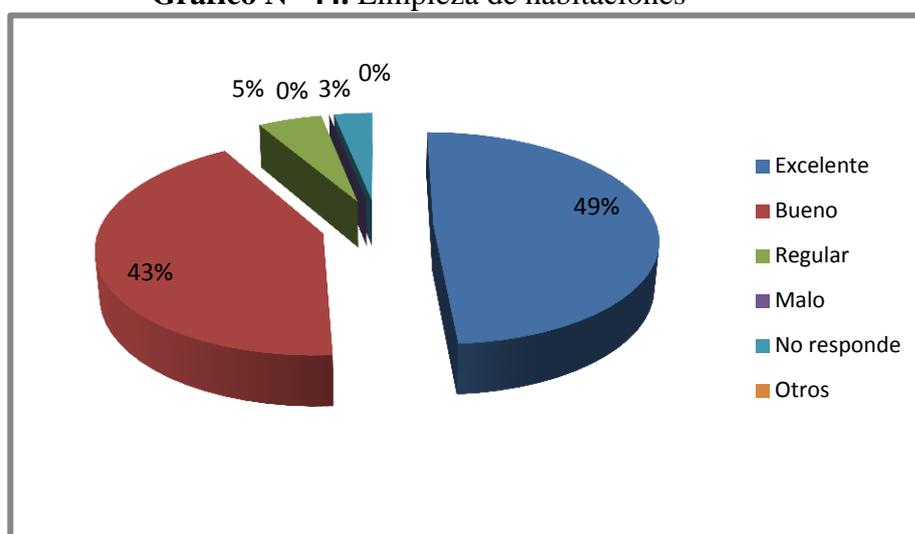
Tabla N° 36. Limpieza de las habitaciones

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
19	¿La limpieza de la habitación fue?	Excelente	46	49%
		Bueno	40	43%
		Regular	5	5%
		Malo	0	0%
		No responde	3	3%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 44. Limpieza de habitaciones



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados indican que el 49% de los encuestados dijeron que la limpieza en las habitaciones de la Hostería Flor de Canela, era excelente, el 43% mencionaron que es bueno, 5% manifiesta que es regular, y el 3% no responde la pregunta.

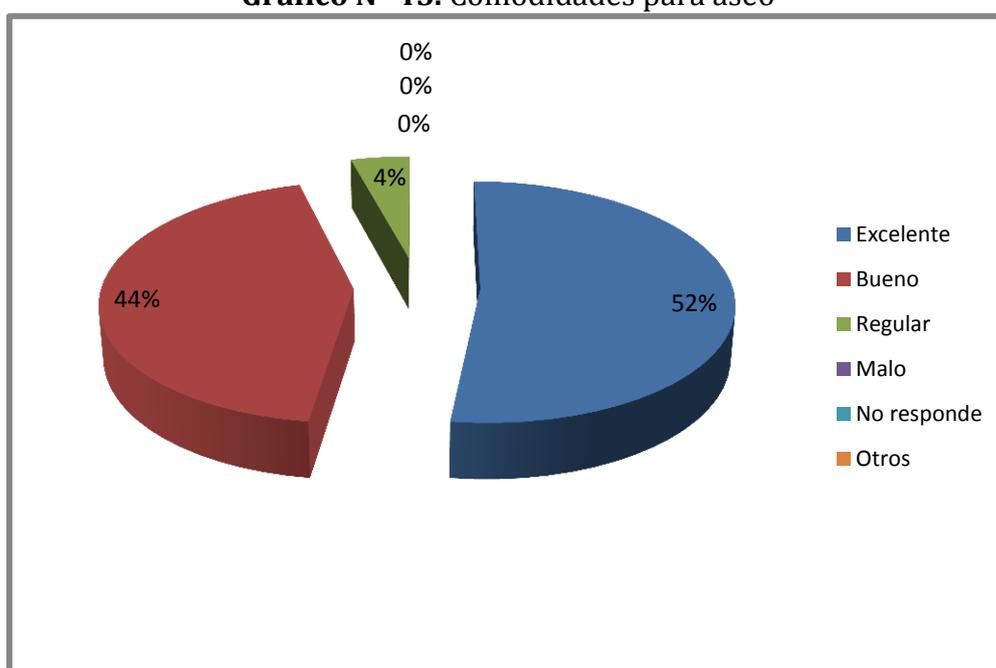
Tabla N° 37. Comodidades para aseo

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
20	¿La disponibilidad de: jabón, shampoo, papel higiénico; fue?	Excelente	49	52%
		Bueno	41	44%
		Regular	4	4%
		Malo	0	0%
		No responde	0	0%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 45. Comodidades para aseo



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Del total de la comunidad de turistas que visitaron la hostería en el feriado de carnaval, el 52% indicaron que la disponibilidad de: jabón, shampoo, papel higiénico; fue excelente, el 44% mencionaron que es bueno y el 4% manifiesta que es regular.

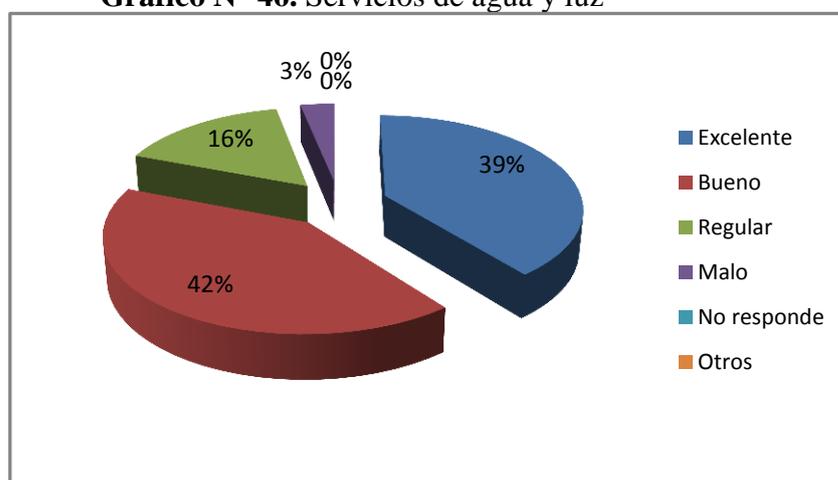
Tabla N° 38. Servicios de agua y luz

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
21	¿La funcionalidad de los servicios de agua, luz; fue?	Excelente	37	39%
		Bueno	39	42%
		Regular	15	16%
		Malo	3	3%
		No responde	0	0%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 46. Servicios de agua y luz



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los datos del total de la encuesta indican que el 39% dijeron que la funcionalidad de agua, luz en la hostería es bueno, el 39% mencionaron que fue excelente, el 16% manifiesta que es regular y el 3% señala que era malo.

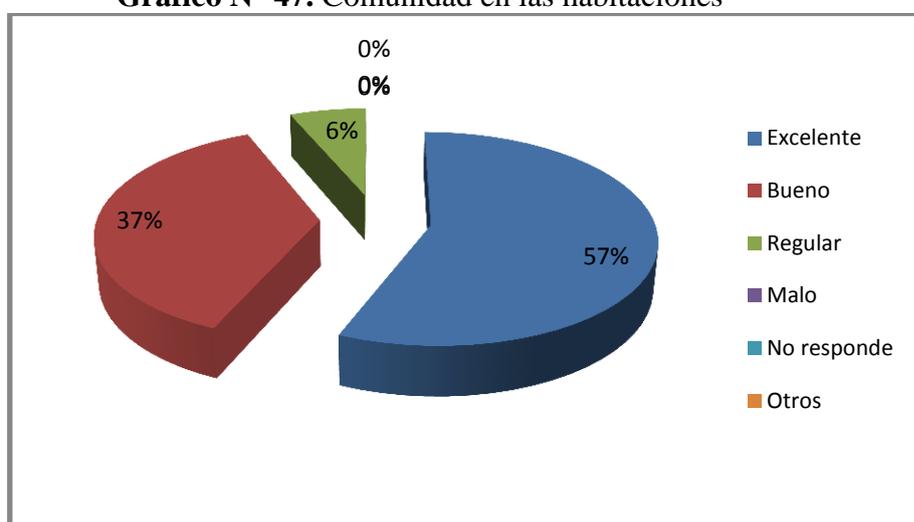
Tabla N° 39. Comodidad en las habitaciones

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
22	¿La comodidad y confort de habitaciones fue?	Excelente	53	57%
		Bueno	35	37%
		Regular	6	6%
		Malo	0	0%
		No responde	0	0%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 47. Comunidad en las habitaciones



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

En la encuesta realizada en el feriado del carnaval el 57% indicaron que la comodidad y confort en las habitaciones fue excelente, el 37% mencionaron es bueno, el 6% manifiesta que es regular, este resultado se obtuvo del total de la comunidad que visitó la Hostería.

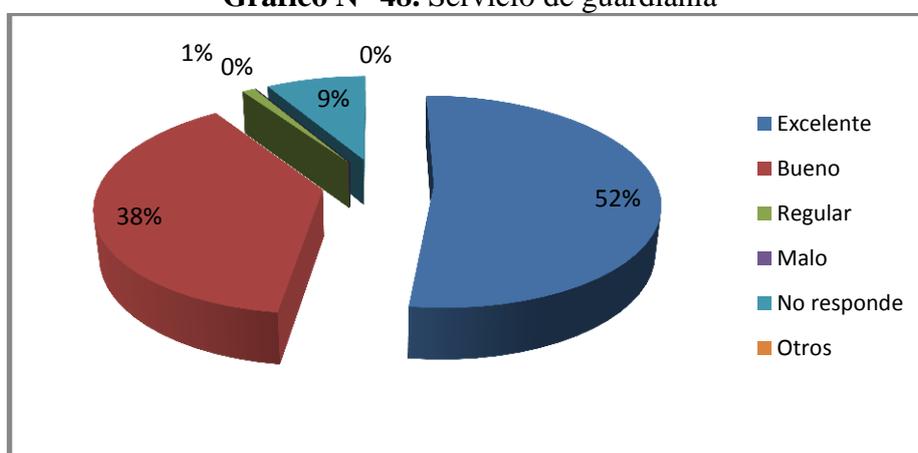
Tabla N° 40. Servicio de guardianía

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
23	¿La atención y eficiencia en las noches del guardia, fue?	Excelente	49	52%
		Bueno	36	38%
		Regular	1	1%
		Malo	0	0%
		No responde	8	9%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 48. Servicio de guardianía



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

En el feriado del carnaval con la encuesta realizada en la hostería el 52% dijo que la atención y eficiencia en las noches del guardia, fue excelente, el 38% mencionaron era bueno, el 9% no respondió la pregunta y el 1% se pronunció que era malo.

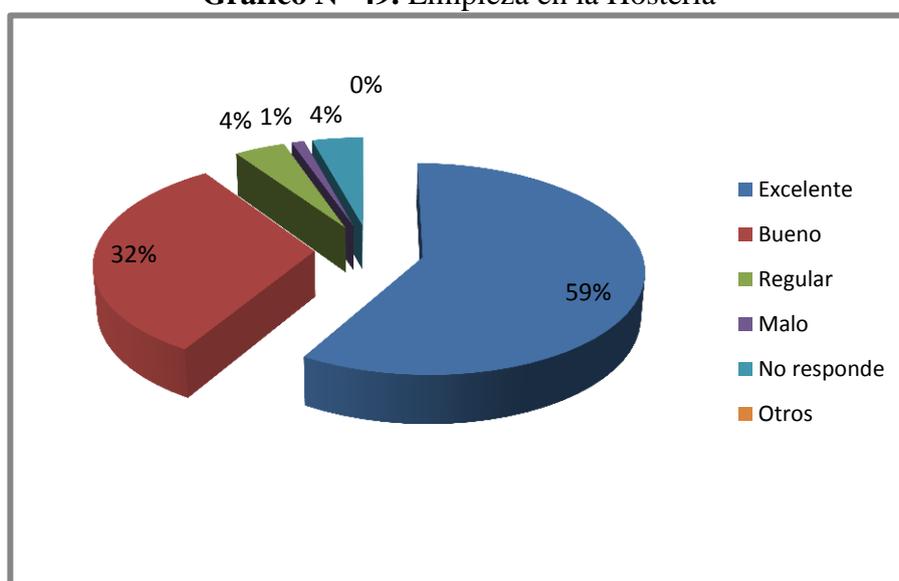
Tabla N° 41. Limpieza en la Hostería

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
24	¿La limpieza de las áreas generales de la hostería es?	Excelente	55	59%
		Bueno	30	32%
		Regular	4	4%
		Malo	1	1%
		No responde	4	4%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 49. Limpieza en la Hostería



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta indican que el 59% de los turistas visitantes en el feriado de carnaval en la Hostería Flor de Canela, dijo que la limpieza de las áreas generales de la hostería es excelente, el 32% mencionaron es bueno, el 4% se manifestó que es regular y a su vez el 4% no respondió la pregunta y el 1% dijo que era malo.

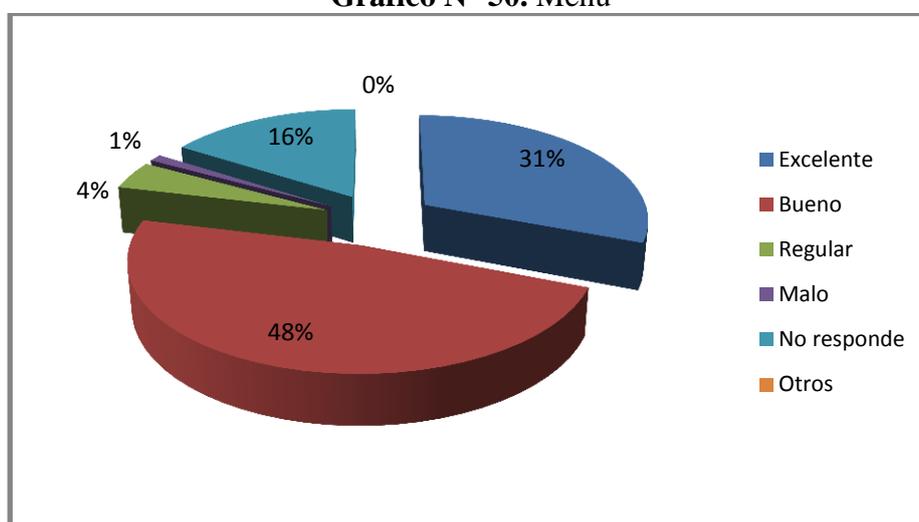
Tabla N° 42. Menú.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
25	¿La oferta de los menús fue?	Excelente	29	31%
		Bueno	45	48%
		Regular	4	4%
		Malo	1	1%
		No responde	15	16%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 50. Menú



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

En el servicio de la restauración los resultados de la encuesta que se realizó proyectan que el 48% consideró que la oferta de los menús fue bueno, el 31% mencionaron que era excelente, el 16% no respondió la pregunta, el 4% se manifestó que es regular y el 1% dijo que era malo.

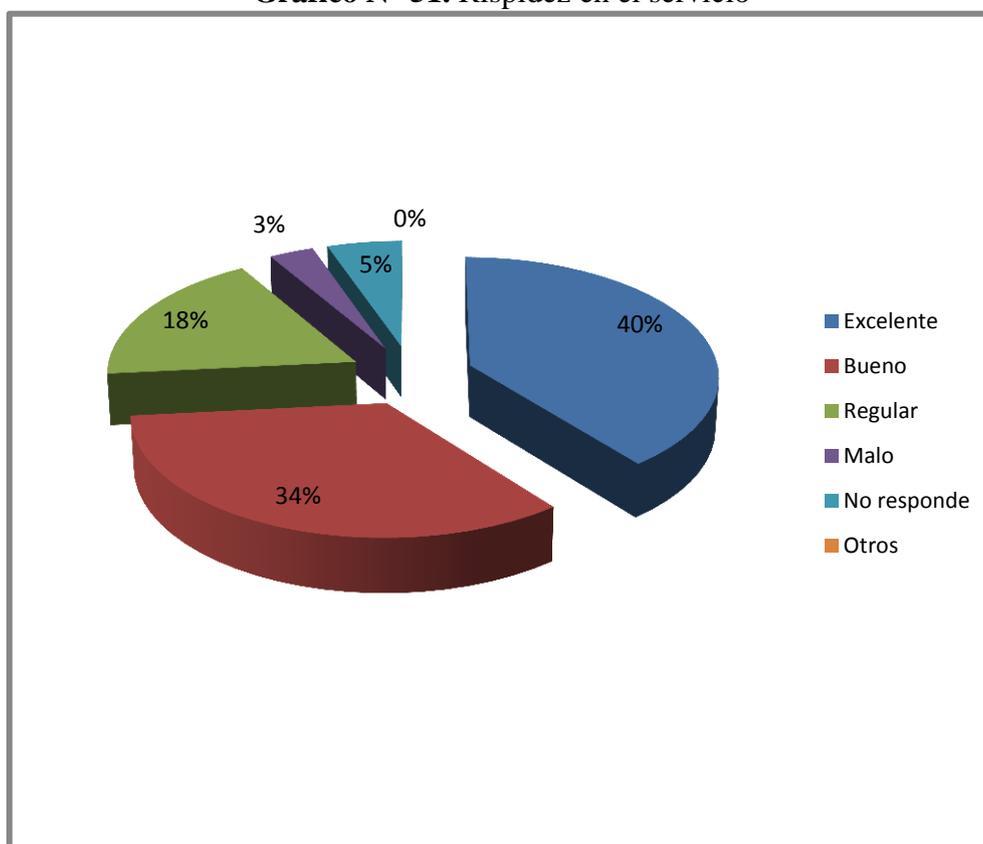
Tabla N° 43. Rapidez en el servicio.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
26	¿La rapidez en la entrega de la comida fue?	Excelente	37	40%
		Bueno	32	34%
		Regular	17	18%
		Malo	3	3%
		No responde	5	5%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 51. Rspidez en el servicio



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los resultados generales de la encuesta proyectan que el 40% de los encuestados indicaron que la rapidez en la entrega de la comida en el restaurante fue excelente, el 34% mencionaron que era bueno, el 18% se pronunció que es regular, el 5% no responde la pregunta y el 3% dijo que era malo.

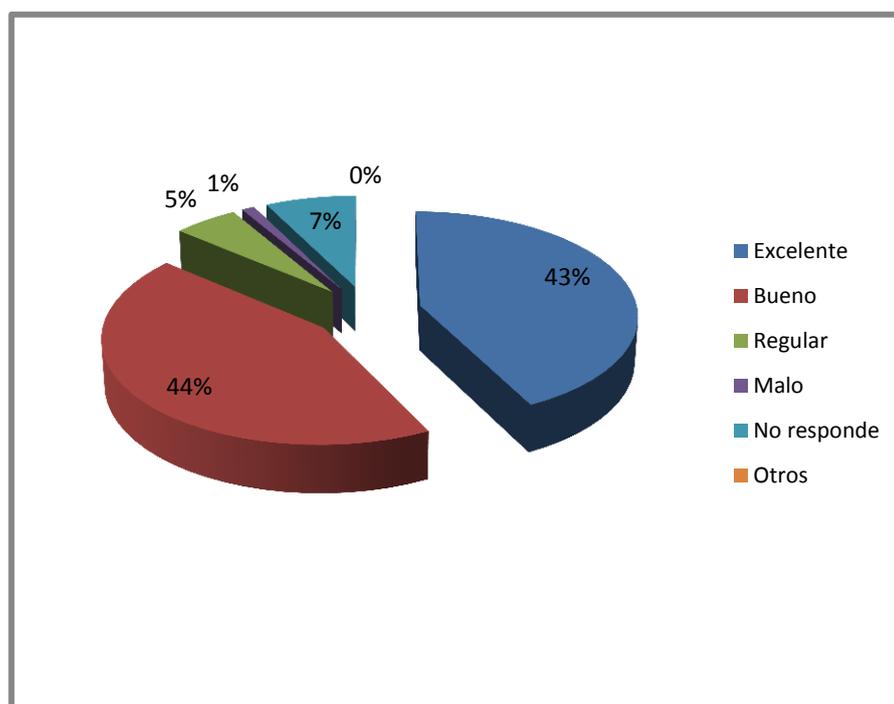
Tabla N° 44. Servicio en el restaurante

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
27	¿La presentación del plato fue?	Excelente	40	43%
		Bueno	41	44%
		Regular	5	5%
		Malo	1	1%
		No responde	7	7%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 52. Servicio en el restaurante



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Los turistas que visitaron y recibieron el servicio de restauración durante su estancia en la hostería se manifestaron que el 44% de los encuestados dijeron que la presentación del plato fue bueno, el 43% mencionaron que es excelente, el 7% no respondió la pregunta, el 5% se pronunció que es regular, y el 1% dijo que era malo.

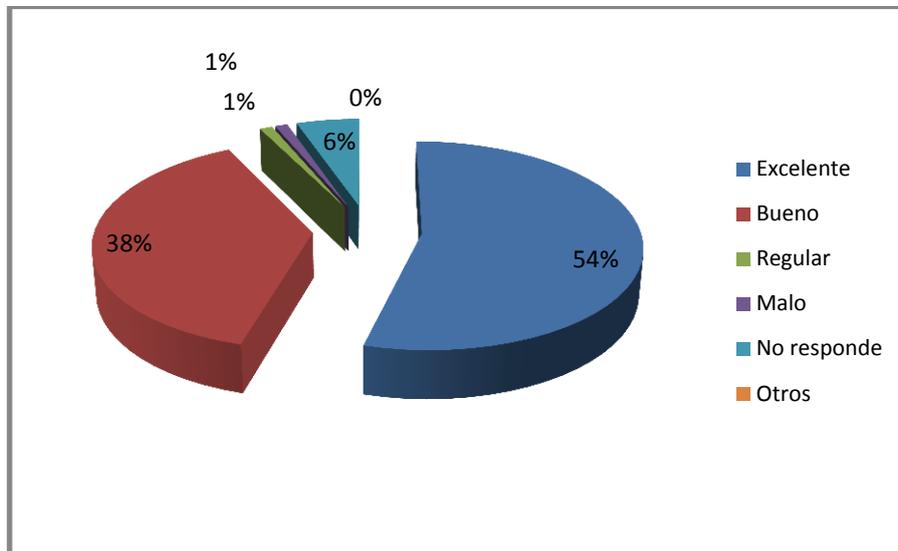
Tabla N° 45. Servicio del mesero

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
28	¿La presentación del mesero que lo atendió fue?	Excelente	51	43%
		Bueno	36	44%
		Regular	1	5%
		Malo	1	1%
		No responde	5	7%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 53. Servicio del mesero



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Se ha obtenido los siguientes resultados en la encuesta que el 54% dijeron que la presentación del mesero que lo atendió fue excelente, el 38% mencionaron que era bueno, el 6% no respondió la pregunta, el 1% se pronunció que era regular y malo.

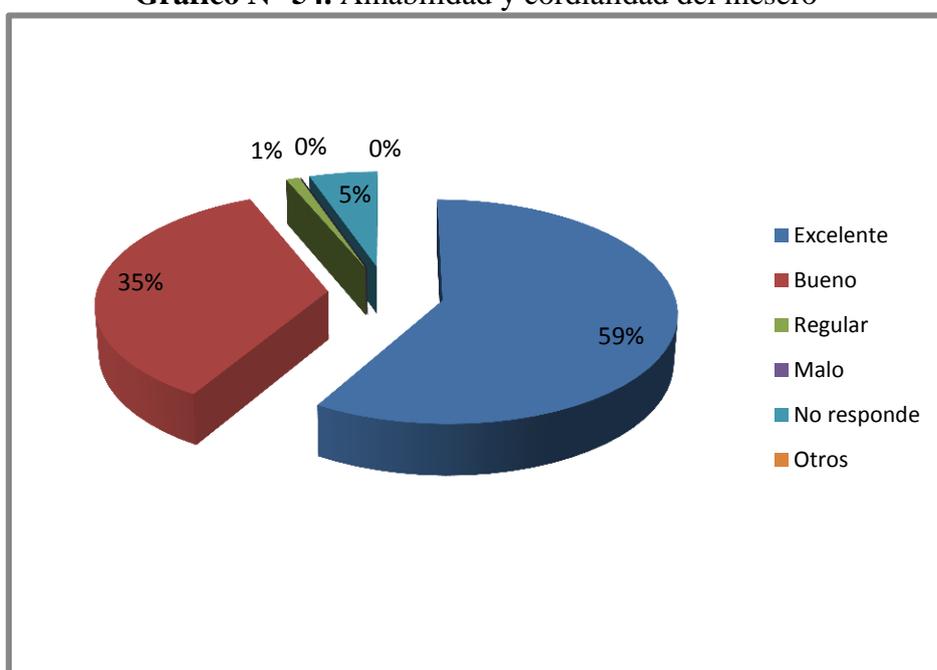
Tabla N° 46. Amabilidad y cordialidad del mesero

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
29	¿La amabilidad y cordialidad al atenderle de parte del mesero fue?	Excelente	55	43%
		Bueno	33	44%
		Regular	1	5%
		Malo	0	1%
		No responde	5	7%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 54. Amabilidad y cordialidad del mesero



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La amabilidad y la cordialidad en el servicio de restauración por el mesero es esencial para la satisfacción del cliente por tal razón en la encuesta realizada se proyectaron que el 59% del total de los encuestados indicaron que la amabilidad y cordialidad al atenderle de parte del mesero fue excelente, el 35% mencionaron que era bueno, el 5% no respondió la pregunta y el 1% se pronunció que era regular.

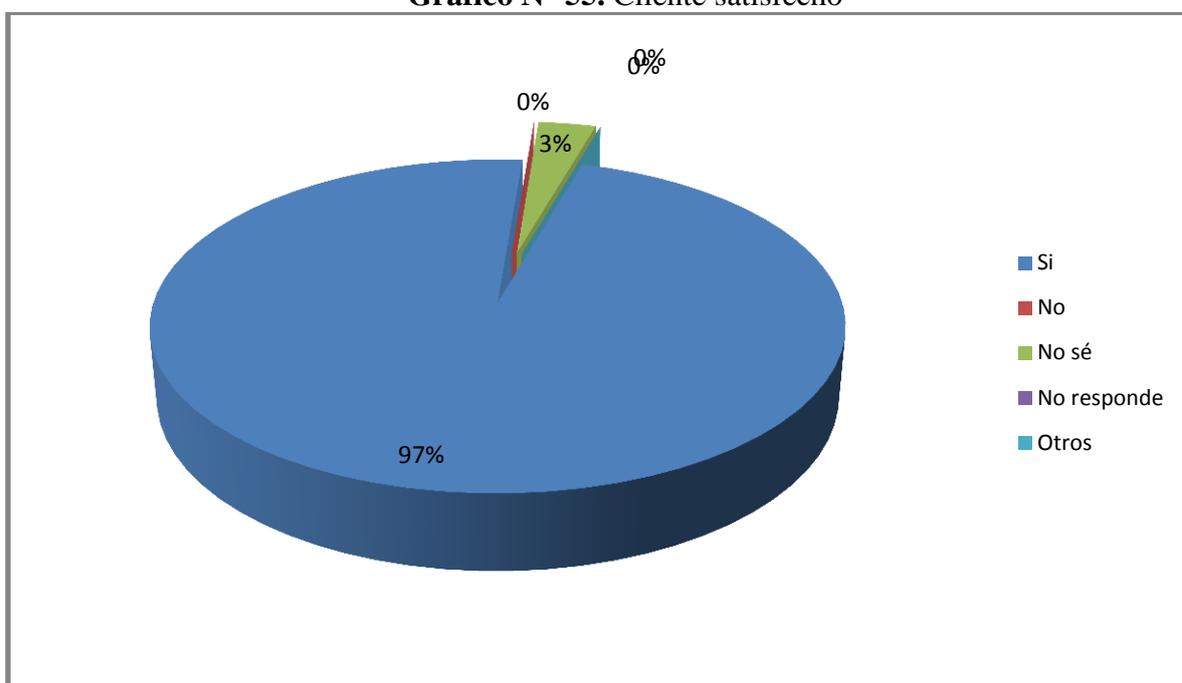
Tabla N° 47. Cliente satisfecho.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
30	¿Regresaría Ud. a nuestra Hostería?	Si	91	97%
		No	0	0%
		No sé	3	3%
		No responde	0	0%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 55. Cliente satisfecho



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

Al culminar la estancia y haber cumplido con las perspectivas esperadas, los turistas que visitaron la Hostería Flor de Canela en la encuesta realizado durante el feriado del carnaval el total de los encuestados el 97% manifestó que regresaría y el 3% señaló que no sabía si volvería.

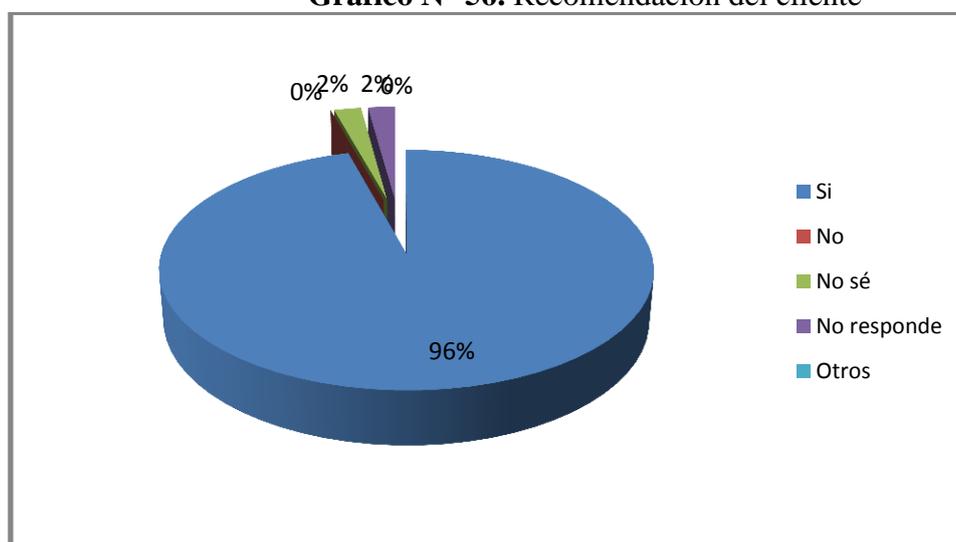
Tabla N° 48. Recomendación del Cliente

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
31	¿Recomendaría a otra persona visitar nuestra Hostería?	Si	90	96%
		No	0	0%
		No sé	2	2%
		No responde	2	2%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 56. Recomendación del cliente



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

La comunidad de turistas que visitaron la Hostería Flor de Canela en el feriado del Carnaval en la encuesta realizada un 96% del total de los encuestados indicaron que recomendaría a otra persona a visitar la Hostería, el 2% el señaló que no sabía y el 2% no respondió.

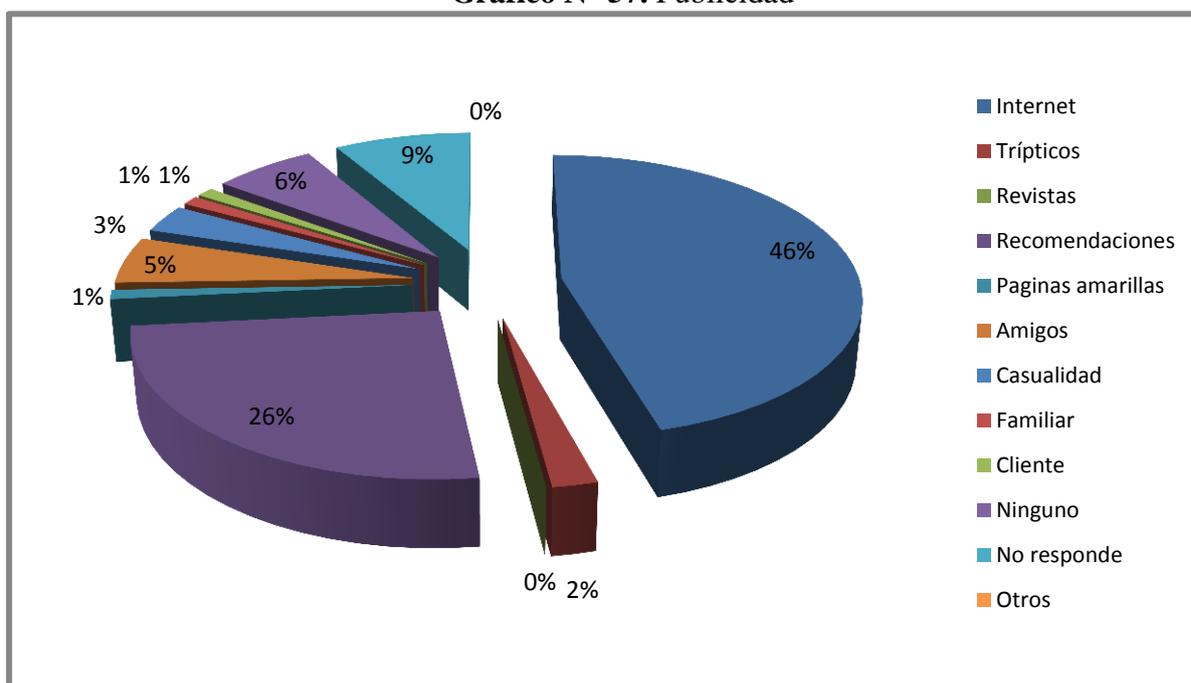
Tabla N° 49. Publicidad.

N°	PREGUNTAS	VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
32	¿Por qué medios recibió información para llegar a la Hostería?	Internet	43	46%
		Trípticos	2	2%
		Revistas	0	0%
		Recomendaciones	24	26%
		Páginas amarillas	1	1%
		Amigos	5	5%
		Casualidad	3	3%
		Familiar	1	1%
		Cliente	1	1%
		Ninguno	6	6%
		No responde	8	9%
		Otros	0	0%

Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Gráfico N° 57. Publicidad



Fuente: Encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Análisis e interpretación:

De la comunidad de turistas visitantes en el feriado del carnaval, los mismos que recibieron varios servicios, en la encuesta que se realizó, el 46% indicaron que recibió la información por internet, el 26% mediante recomendaciones, el 9% no respondió la pregunta, el 6% señaló, ninguno, el 5% amigos, el 3% por casualidad, el 2% trípticos y el 1% fueron cliente, familiar y páginas amarillas.

4.18. RESUMEN DE LA ENCUESTA

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada en la Hostería “Flor de Canela”, del total de la muestra de turistas que visitaron en el feriado del carnaval se puede resumir lo siguiente:

Del total de turistas encuestados los mismos que visitaron la hostería el 92% eran nacionales, esto quiere decir que la demanda del mercado principal es nacional, con el 52% de sexo femenino y 45% masculino, con edad promedio de 32 a 42 años, de un ingreso económico anual de hasta 10.000 dólares, la percepción en cuanto a los servicios de hospedaje, restauración y la atención se concluye que los mismos eran buenos, por la amabilidad del personal que los recibió y atendió tanto en las habitaciones como en el restaurante.

La ubicación es estratégica ya que se encuentra con vegetación, la misma que permite disfrutar de un feriado con tranquilidad, ya que se encuentra cerca de los lugares turísticos comerciales de la ciudad.

Para cumplir las expectativas de los visitantes, la hostería cuenta con instalaciones limpias en buenas condiciones, con un buen servicio y con la rapidez en sus diferentes tipos de servicios ofertados, cumpliendo lo contratado por el visitante, con seguridad para la estancia del cliente.

En la encuesta también se señaló que la asesoría de los atractivos desde la hostería hacia los destinos de visita es buena, esto ha permitido la satisfacción y el cumplimiento de las necesidades y expectativas deseados antes de visitar el lugar, de tal manera que, la comunidad de turistas que visitaron la Hostería el 97% manifestó que regresará y el 96% señaló que serán quienes recomienden a que visten la Hostería Flor de Canela y para ello se informen por internet ya que el 46% se informó para poder visitar y percibir de sus servicios las mismas que, les llevó a satisfacer adecuadamente las necesidades y expectativas del cliente.

4.19. MATRIZ DE LAS DIRECTRIZ DE LA ALTA GERENCIA

Tabla N° 50. Directrices de la alta gerencias

DIMENSIONES DE LA CALIDAD	DIRECTRICES DE ALTA GERENCIA
Calidad de prestación de servicios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener la certificación de la calidad de turismo Smart Voyager Express reconocido a nivel internacional 2. Brindar un servicio diferenciador al cliente 3. Conocimiento del área de acuerdo a su responsabilidad a contratar 4. Mayor control en los procesos por área 5. Mejorar continuamente los servicios mediante las encuestas que se realiza a los clientes 6. Mantener las instalaciones en óptimas condiciones 7. Innovar continuamente la infraestructura
Entrega de prestación de servicios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una atención oportuna 2. Brindar un buen servicio en las diferentes áreas 3. Controlar que las instalaciones estén en buen estado
Ambiente laboral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratar personal calificado 2. Capacitación continua en general y de acuerdo a su área de trabajo 3. Implementar los incentivos al personal de acuerdo a su desempeño laboral 4. Incentivos por ventas 5. Entrega del manual de responsabilidad cuando una persona ingrese a laboraren la Hostería.
Medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación al personal para llevar a cabo prácticas amigables con el ambiente 2. Rotular para invitar a los turistas que sean amigables con el ambiente, ahorro de agua, energía, clasificación de basura
Costo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la eficiencia de procesos productivos para incrementar la productividad 2. Hacer un estudio de costos para incrementar el precio de lo ofertado
Seguridad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar cámaras de seguridad 2. Capacitación permanente por riesgo de inundaciones, incendios, terremotos y primeros auxilios 3. Solicitar control continuo policial y privado en el paseo turístico Boayacu Puyo

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Tabla N° 51. Matriz de política de calidad

DIMENSIONES DE LA CALIDAD	DIRECTRICES DE ALTA GERENCIA	DIRECTRICES DEL CLIENTE						TOTAL
		Rapidez	Variedad de servicio	Mayor Información	Oferta de menús	Funcionalidad de los servicios agua, luz	Mejora de Instalaciones	
Calidad de prestación de servicios	1. Obtener la certificación de la calidad Smart Voyager Express de turismo reconocida a nivel internacional	2	2	3	5	5	4	21
	2. Brindar un servicio diferenciador al cliente	5	5	5	4	5	5	29
	3. Conocimiento del área de acuerdo a su responsabilidad a contratar	4	1	5	1	0	0	11
	4. Mayor control en los procesos por área	3	1	3	0	0	0	7
	5. Mejorar continuamente los servicios mediante las encuestas que se realiza a los clientes	4	5	0	1	5	5	20
	6. Mantener las instalaciones en óptimas condiciones	3	4	1	0	5	5	18
	7. Innovar continuamente la infraestructura	0	5	5	0	4	5	19
Entrega de prestación de servicios	1. Realizar una atención oportuna	5	0	4	3	5	4	21
	2. Brindar un buen servicio en las diferentes áreas	5	4	4	0	4	0	17
	3. Controlar que las instalaciones estén en buen estado	4	0	0	0	5	5	14
Ambiente laboral	1. Contratar personal competente, calificado, eficiente	5	0	5	1	2	1	14
	2. Capacitación continua en general y de acuerdo a su área de trabajo	5	0	1	4	0	0	10
	3. Implementar los incentivos al personal de acuerdo a su desempeño laboral	5	0	4	2	0	1	12
	4. Incentivos por ventas	3	0	4	2	0	0	9
	5. Entrega del manual de responsabilidad cuando una persona ingrese a laborar en la Hostería.	4	0	3	0	0	0	7
Medio Ambiente	1. Capacitación al personal para llevar a cabo prácticas amigables con el ambiente	0	0	2	0	3	0	5
	2. Rotular para invitar a los turistas que sean amigables con el ambiente, ahorro de agua, energía, clasificación de basura	0	0	0	0	5	2	7
Costo	1. Aumentar la eficiencia de procesos productivos para incrementar la productividad	5	0	0	4	0	0	9
	2. Hacer un estudio de costos para incrementar el precio de lo ofertado	0	2	0	0	0	3	5
Seguridad	1. Implementar cámaras de seguridad	1	0	0	0	0	0	1
	2. Capacitación permanente por riesgo de inundaciones, incendios, terremotos y primeros auxilios	1	5	0	0	0	0	6
	3. Solicitar control continuo policial y privado en el paseo turístico Boayacu Puyo	0	2	0	0	0	0	2
	Total:	64	36	49	27	48	40	

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2012

- **Directrices más relevantes**

Tabla N° 52. Requisitos del gerente

REQUERIMIENTOS DEL GERENTE	PUNTUACION
Obtener la certificación de la calidad Smart Voyager Express de turismo reconocida a nivel internacional	21
Brindar un servicio propicio al cliente	29
Mejorar los servicios que se presta a los clientes	20
Realizar atención oportuna	21

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2012

Tabla N° 53. Requisitos del cliente

REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE	PUNTUACION
Rapidez	64
Mayor información	49
Funcionalidad de los servicios agua, luz	48
Mejora de instalaciones	40

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima, 2012

4.20. POLÍTICA DE CALIDAD

La Hostería “Flor de Canela” se encuentra comprometido en establecer, mantener y mejorar un Sistema de Gestión de Calidad, brindando al cliente una atención oportuna y rapidez del personal buscando satisfacer las necesidades y las expectativas del cliente, con una mejora continua de sus instalaciones de acuerdo el marco legal y basado en la norma ISO 9001: 2008 y Smart Voyager.

4.21. MATRIZ DE INDICADORES

Tabla N° 54. Matriz de indicadores

DIRECTRICES	OBJETIVO	META	INDICADORES	FORMA DE CALCULO	PERIODO	RESPONSABLE	PERSONAL DE SERVICIO
Certificación de calidad	Obtener la certificación de la calidad Smart Voyager	Obtener la certificación de calidad	Certificado de calidad.	Certificado de calidad (-) Resultado obtenido	4 meses	Gerente	Gerente
Brindar un servicio propicio al cliente	Mejorar los servicios que se presta al cliente	Mejorar los servicios prestados en un período de 3 meses	Inversión en adecuación de las instalaciones.	Capital invertido (X) mejora de instalaciones	5 meses	Gerente	Gerente
Mejora de los servicios	Incrementar la variedad de servicio en la Hostería	En un período de 6 meses la Hostería habrá incrementado los servicios	Número de servicios innovados para servir en la Hostería	Volumen de servicio (X) incremento de servicios	5 meses	Gerente	Gerente
Atención oportuna	Optimizar la entrega de los servicios en toda las áreas de la Hostería	Tiempo de entrega del servicio disminuido	Reducir el tiempo de espera para la entrega del producto	Tiempo de entrega al final del servicio (-) Tiempo de entrega al inicio del servicio	4 meses	Gerente	Mesero
ÁREA DE ALIMENTACIÓN							
Rapidez	Optimizar el tiempo en entrega del producto	Disminuir el tiempo de entrega del alimento desde la producción	Facilitar los materiales y utilidades del área gastronómica	Tiempo de entrega del producto final deseado (-) Tiempo de entrega del producto invertido	4 meses	Gerente	Mesero, repcionista, chef, camarero

DIRECTRICES	OBJETIVO	META	INDICADORES	FORMA DE CALCULO	PERIODO	RESPONSABLE	PERSONAL DE SERVICIO
SALON DE EVENTOS							
Mayor Información	Extender la información a los clientes	Personal capacitado en la recepción que informa diariamente hasta el último semestre	Capacitar al personal de servicio continuamente	Numero de información que se entrega al cliente (X) Capital invertido	4 meses	Gerente	Recepcionista
ALOJAMIENTO							
Funcionalidad de los servicios agua, luz	Mejorar los servicios de agua, luz en las habitaciones	Las habitaciones cuente con servicio de agua, luz	Invertir en la mejora de los servicios de agua, luz	Capital invertido (X) mejora de instalaciones	4 meses	Gerente	Mantenimiento
Mejora de Instalaciones	Mejorar las instalaciones de la Hostería	A finales del segundo semestre mejores instalaciones en la Hostería	Invertir en la mejora de las instalaciones	Capital invertido (X) mejora de instalaciones	6 meses	Gerente	Gerente

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

4.22. PLAN DE GESTIÓN POR OBJETIVOS

Directriz: Certificación de calidad.

Objetivo: Obtener la certificación de la calidad Smart Voyager

Tabla N° 55. Obtener la certificación de calidad reconocido a nivel internacional

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Obtener el certificado de Calidad Smart Voyager	Gestión en el programa o entidad de certificación competente	Enero	Centro de conservación y desarrollo Ecuador	Gerente	\$ 300,00
H	Cumplir con los requisitos pertinentes de acuerdo a las políticas de la Hostería	Cumplir con los requisitos	Febrero	Centro de conservación y desarrollo Ecuador	Gerente	\$ 200,00
V	Mediante contacto a la entidad competente una vez cumplido con los requisitos	Envío de requisitos a Conservación y Desarrollo Ecuador	Marzo	Centro de conservación y desarrollo Ecuador	Gerente	\$ 200,00
A	Aplicar la certificación de calidad	Una vez cumplidos los requisitos de acuerdo al ámbito de servicio que presta la Hostería y la carta de disposición del centro de conservación y desarrollo Ecuador	Abril	Hostería Flor de Canela	Gerente	\$ 100,00
TOTAL						\$ 900,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Brindar un servicio propicio al cliente.

Objetivo: Mejorar los servicios que se presta al cliente.

Tabla N° 56. Brindar un servicio propicio al cliente

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Mejorar el servicio que se presta al cliente	Capacitación continua	Abril	Hostería Flor de Canela	Gerente Asistente administrativo	\$500,00
H	Contratar personal capacitador	De acuerdo las necesidades requeridas en las áreas -Talleres y seminarios	Mayo a Junio	Hostería Flor de Canela	Gerente Asistente administrativo	\$500,00
V	El rendimiento del personal capacitado	Mediante encuestas cliente interno y externo	Julio	Hostería Flor de Canela	Gerente Asistente administrativo	\$100,00
A	Empleo del personal capacitado por área correspondiente	Disposición Gerente	Agosto	Hostería Flor de Canela	Gerente Asistente administrativo	\$100,00
TOTAL						\$ 1200,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Mejora de los servicios.

Objetivo: Incrementar la variedad de servicios en la Hostería

Tabla N° 57. Mejora de los servicios.

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Analizar la variedad de Servicios en la Hostería	Mediante un estudio de mercado	Enero	Hostería	Gerente	\$1000,00
H	Innovar nuevos servicios	Con las necesidades del cliente establecido mediante el estudio	Febrero a Marzo	Hostería	Gerente	\$500,00
V	Tipo de servicios de acuerdo a los objetivos de la hostería	La aprobación del gerente	Abril	Hostería	Gerente	\$100,00
A	Implementación de nuevos servicios	Disposición del gerente: - Memo - Contratos	Mayo	Hostería	Gerente	\$1000,00
TOTAL						\$ 2600,00

Elabora por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Atención oportuna

Objetivo: Optimizar la entrega de los servicios en todas las áreas de la hostería.

Tabla N° 58. Atención oportuna

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Mejorar la entrega de servicios en la Hostería en todas las áreas	Incremento del personal	Enero	Hostería	Gerente propietario	\$300,00
H	Establecer personal con responsabilidades únicas por área	De acuerdo a las habilidades y desempeño profesional	Febrero	Hostería	Gerente propietario	\$100,00
V	Encuestas al cliente interno y externo	Disposición del gerente; feriados.	Marzo	Hostería	Gerente propietario	\$100,00
A	Aplicación de responsabilidades	Disposición del gerente	Abril	Hostería	Gerente propietario	\$100,00
TOTAL						\$ 600,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Rapidez.

Objetivo: Optimizar el tiempo en entrega del producto.

Tabla N° 59. Rapidez

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Optimizar el Tiempo de entrega de los productos	Incremento de personal profesional con experiencia en el trabajo	Mayo	Hostería	Gerente Propietario	\$ 1000,00
H	Cumplimiento de responsabilidad de manera personal e individual.	De acuerdo al desempeño profesional.	Junio	Hostería	Gerente Propietario	\$ 500,00
V	Encuestas al cliente interno y externo	Encuestas en feriados.	Julio	Hostería	Gerente Propietario	\$ 200,00
A	Aplicación de responsabilidades	Disposición del gerente	Agosto	Hostería	Gerente Propietario	\$ 100,00
TOTAL						\$ 1800,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Mayor información.

Objetivo: Extender la información a los clientes.

Tabla N° 60. Mayor información

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Informar al cliente	Materiales publicitarios con imagen fortalecido interno, e información externo	Septiembre	Hostería	Recepcionista	\$ 1000,00
H	Contratar personal de profesión y experiencia en el trabajo de recepcionista	Mediante recepción de carpetas y calificación de las misma	Octubre	Hostería	Recepción	\$ 300,00
V	Revisar el buzón de mensajes y sugerencias	Chequeo mensual del buzón	Noviembre	Hostería	Recepción	\$ 200,00
A	Aplicación de responsabilidad y trabajo	Disposición del gerente	Diciembre	Hostería	Recepción	\$ 100,00
TOTAL						\$ 1600,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Funcionalidad de los servicios de agua, luz.

Objetivo: Mejorar los servicios de agua, luz en las habitaciones.

Tabla N° 61. Servicio de agua, luz.

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Mejorar los servicios de agua y luz	Adquisición de materiales resistentes durables a la realidad de la hostería	Enero	Hostería	Gerente	\$ 1000,00
H	Adquirir nuevos materiales	Cotización de costos y selección de empresas distribuidoras y adquisición de materiales	Febrero	Hostería	Gerente	\$ 1000,00
V	Control de materiales mediante registro de calidad	De acuerdo el registro mensual de ingreso	Marzo	Hostería	Gerente	\$ 100,00
A	Implantación de nuevos materiales	Disposición del gerente	Abril	Hostería	Gerente	\$ 1000,00
TOTAL						\$ 3100,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Directriz: Mejora de instalaciones.

Objetivo: Mejorar las instalaciones de la Hostería.

Tabla N° 62. Mejora de instalaciones

	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Quién	Cuánto
P	Mejorar las Instalaciones	Innovar nuevos diseños o refacción de infraestructura existente	Desde Abril a Junio	Hostería	Gerente propietario	\$500,00
H	Innovar nuevos diseños	Contratar un diseñador en infraestructura rústicas o refacción	Julio	Hostería	Gerente propietario	\$500,00
V	Verificación de diseños a implementar si cumplen las políticas y objetivos de la hostería.	Reglamento interno de la Hostería.	Agosto	Hostería	Gerente propietario	\$100,00
A	Implementación	Disposición del gerente: -Memo -Contrato	Septiembre	Hostería	Gerente propietario	\$1000,00
TOTAL						\$ 2100,00

Elaborado por: Robinson Aurelio Sando Sanchima

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. El diagnóstico situacional general y representativo de la Hostería Flor de Canela, se desarrolló con la aplicación de técnicas e instrumentos metodológicos que permitió identificar la realidad del establecimiento y del entorno próximo, con el objeto de establecer estrategias de mejora continua ya que, cuenta con instalaciones en buen estado que permitan satisfacer a sus clientes.
2. La Hostería Flor de Canela cuenta con cuatro servicios centrales, tales como, alojamiento, alimentación, recreación, y salón de eventos, requiriendo de procesos de soporte como; compras, talento humano, marketing y ventas; finanzas y contabilidad, recepción, regiduría de pisos, camarería, cocina, almacenamiento, guardianía, limpieza, jardinería, caracterizando a la misma de actividades por área y cumplimiento. Sirviendo esto de insumo para la elaboración de un plan estratégico que permita el disfrute y relax de los clientes, sean, turistas o visitantes nacionales o extranjeros, y habitantes de la ciudad de Puyo.
3. La oferta de servicios de la Hostería Flor de Canela identificada por encuestas, requiere de estrategias y técnicas que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, por lo que se propone un Manual de Gestión de Calidad, que permita establecer las directrices del cliente y de la alta gerencia, enfocados ala política de calidad para el cumplimiento de los objetivos que logren la mejora continua y a la vez sea un indicador de calidad para Pastaza como destino turístico, ya que se encuentra en un proceso de desarrollo a nivel del Ecuador.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Los prestadores de servicios deberían realizar un estudio de mercado periódicamente, para identificar el grado de satisfacción de sus clientes que permitan establecer acciones de mejora continua.
2. El cumplimiento de los procedimientos establecidos de acuerdo a la realidad de la hostería, ayudará a mejorar el rendimiento organizacional; por lo tanto, el nivel de rentabilidad y cumplimiento de las necesidades identificadas.
3. Se recomienda a los administradores y propietarios de la Hostería Flor de Canela, a que se emplee y se ponga en práctica el manual de gestión de calidad como material fundamental y primordial, con el fin de estandarizar los procesos sin que la rotación del personal afecte a la calidad de los productos y servicios ofertados, y de esta forma sea un factor importante en el desarrollo de la misma.

6. RESUMEN

Se trata de una investigación descriptiva, realizada en la “Hostería Flor de Canela” en la Ciudad de Puyo, donde se realizó un diagnóstico y caracterización del objeto de estudio, para determinar las fortalezas y debilidades del establecimiento que permitió determinar los planes estratégicos de cumplimiento, con el fin de que sirvan de insumos para diseñar un Manual de Gestión de Calidad que dé respuesta y solución a la problemática presentada.

Para el cumplimiento del segundo objetivo de la presente investigación, se aplicó técnicas e instrumentos cualitativos y cuantitativos y se definió cada uno de los procesos principales, sub-procesos de acuerdo a las áreas y sub-áreas existentes, mediante la caracterización de cada área y departamento, que deberían implementarse en la Hostería Flor de Canela.

Con el cumplimiento del tercer objetivo de la investigación, se desarrolló la propuesta que es el presente Manual de Gestión de Calidad a aplicarse en la Hostería Flor de Canela, el que permitirá a la Hostería, tener una guía para directivos y personal que labora en cada uno de los procesos, procedimientos y actividades necesarias aplicando el plan de gestión por objetivos, de acuerdo a la matriz de indicadores que deben realizarse, con el fin de ofertar productos y servicios que satisfagan las necesidades del establecimiento y del cliente interno y externo; siendo esto, un eje principal para identificar los puntos críticos y realizar la mejora continua; lo que aportará al desarrollo sostenible de la empresa y del entorno.

7. SUMMARY

This was descriptive research about the “Flor de Canela” Hotel, in the city of Puyo, where a diagnostic and a characterization were carried out, to determine the strengths and weaknesses of the establishment, which permitted determining strategic accomplishment plans, in order to serve as inputs for the design of a Quality Management Manual that gives responses and solutions to the observed problems.

For the fulfillment of the second objective of this research, qualitative and quantitative instruments were applied and each of the principal processes and subprocesses according to the existing areas and subareas, through the characterization of each area and department, which should be implemented in the Flor de Canela Hotel.

With the fulfillment of the objective, the Quality Management Manual was developed for the Flor de Canela Hotel, which will permit the Hotel to have a guide for management and staff who work in each of the necessary processes, procedures and activities, applying the objective management plan, according to the matrix of indicators that should be carried out, in order to offer products and services that satisfy the needs of the establishment and the internal and external client, this being a principal axis to identify the critical points and carry out continuous improvements, which will contribute to the sustainable development of the enterprise and its surroundings.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Norma ANSI. Simbología; 2002
- Atractivo turístico.15 de Setiembre de 2011; 1(1). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Atractivo_tur%C3%ADstico
- Camacho. Procesos. Cuenca. Ecuador; 2008
- Camisón. Gestión de Calidad. Nicaragua; 2009.
- Cárdenas. Manual de Calidad.; 2005
- Categoría. 15 de Setiembre de 2011; 1(1). Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa>
- CEN. Comité Europeo de Normalización. Sistemas de Gestión de Calidad; 2007.
- Coello. Mejora de la calidad. Ecuador; 2001
- Conblence Leonie L, Casillas Báez S. Administración. Enciclopedia de hotelería y turismo Tomo IV. México: 1987.
- Control de Calidad. 27 de Octubre de 2011. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad
- Córdoba Tobon C. Caracterización de procesos. Gerencia de Procesos 1(1).; 2008
- Dávalos Arcentales N. (1984). Enciclopedia de administración contabilidad y auditoría. Segunda edición, Editorial Ecuador, Ciudad de Quito, Ecuador.
- Destino Turístico. 15 de Setiembre de 2011; 1(1). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico
- Diagnostico Situacional. 09 de septiembre del 2011; 1(1). Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Diagn%C3%B3stico>
- Diccionario de Turismo: Argentina; 2009.
- Editorial Vértice S.L. ISBN: 978-84-92556-33-5. Calidad y servicio. Málaga; 2008.
- Fundación Conservación & Desarrollo (C&D). Smart Voyager; 2000
- García A. Cliente. Perú; 2011
- Gestión de la Calidad.06 de Setiembre de 2011; 03(01). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad

- Gloria Q. Atractivos Turísticos. Argentina; 2005
- Goeldner, Ritchie y McIntosh. Infraestructura turística. Madrid. España; 2001
- Ignacio R. (2001) Universidad de la Rioja. RAE: Revista Asturiana de Economía, ISSN 1134-8291, N° 9; 1997
- Indicadores de Calidad. 2011 Junio consultado el 15 de Setiembre de 2011; 1(17). Disponible en : <http://www.slideshare.net/Miltonnet/indicadores-de-calidad-final-presentation>
- ISO 9000. Manual de la calidad. Requisitos de la documentación; 2008.
- Jaén . Turismo. España; 2010
- Juaran y Gryna. Calidad. Perú; 1993
- Martín Taype M. Gestión de la Calidad. Un reto gerencial. Perú, Lima; 2007.
- Martínez A. Mejora de la Calidad, Alojamiento, Atención al cliente y satisfacción al cliente. Citado por Martínez Salgado en Tesis de Licenciatura. Evaluación de la calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario las Peñitas-Poneloya; Nicaragua;2007
- Martínez Salgado O. Evaluación de la calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario las Peñitas-Poneloya León-Nicaragua. Tesis Licenciatura. Peñitas, Poneloya; 2007.
- Merma. Calidad total. El Salvador; 2009
- Ministerio de Turismo, 2002.
- Ministerio de turismo. Cursos de capacitación turística en Pastaza 2011. Puyo. Ecuador; 2011.
- Ministerio de Turismo. Ley de Turismo 2002. Quito: Ministerio de Turismo; 2002.
- Ministerio de Turismo. PLANDETUR 2020. Quito: Ministerio de Turismo; 2006
- Ministerio de Turismo. Programa de capacitación turística 2010. Quito: Ministerio de Turismo; 2010.
- Molina y Morales. Planificación. Guatemala; 2006
- Norma ISO 8402-94. Calidad; 1994
- Norma ISO 9001:2008.

- NORMA ISO, 11620. Indicadores de calidad en el servicio de empresas turísticas
- Norma UNE-EN-ISO 9000:2005. Mejora de la Calidad.
- Normas ISO 9000. Organización Internacional para la Estandarización. Octubre 24 de 2011. Disponible en: <http://usuarios.multimania.es/chemup/mpage3i.html>
- Normas ISO 9000:2000
- Normas ISO 9001. INEN. Procedimiento General para la certificación de sistemas de gestión de la calidad. Edición: 04.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). ; 2008
- Patricio R. Diagnostico de situación; Formulación y gestión de proyectos de desarrollo. Capítulo 21; 2005
- Pérez. Calidad total. Quito Ecuador; 2002
- REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. Hostería. Quito; 2002
- Segura. Calidad de servicio turístico en la Amazonia enfocado en la Provincia de Pastaza.; Puyo. Ecuador; 2008
- Shiba. Total Quality Management. Paris. Francia; 2007
- Thompson M. Cliente. Nicaragua; 2009
- Thompson P. Servicio. Argentina; 2006
- Toscano, Atención al cliente. Argentina; 2005
- VZON R. M. La Calidad. 05 de Septiembre de 2011; 3(01). Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:CALIDAD.jpg>
- Ze Manel. Investigador Economista. Capítulo II.; 2008.

ANEXOS

De acuerdo al servicio que solicito marque con una (X) lo que usted considera conveniente.

Ubicación

		Excelente	Bueno	Regular	Malo
17	¿El lugar donde se ubica nuestra Hostería para usted es?				
18	¿La limpieza de las áreas generales de la hostería es?				

Servicio alimentación

19	¿La oferta de los menús fue?				
20	¿La rapidez en la entrega de la comida fue?				
21	¿La presentación del plato fue?				

22 ¿La presentación del mesero que lo atendió fue?

23 ¿La amabilidad y cordialidad al atenderle de parte del mesero fue?

24.- COMO PODEMOS MEJORAR NUESTROS SERVICIOS.

CORDIALIDAD MAYOR INFORMACIÓN
 RAPIDEZ MEJORES INSTALACIONES
 VARIEDAD DE SERVICIOS OTROS

¿CUÁLES? _____

26.- ¿REGRESARÍA UD. A NUESTRA HOSTERÍA?

SI

NO

NO SÉ

27.- ¿RECOMENDARÍA A OTRA PERSONA VISITAR NUESTRA HOSTERÍA?

SÍ

NO

NO SÉ

28.-¿POR QUÉ MEDIOS RECIBÍ INFORMACIÓN PARA LLEGAR A LA HOSTERÍA?

INTERNET

RECOMENDACIONES

TRÍPTICOS

PÁG. AMARILLAS

REVISTAS

OTROS

¿CUÁLES? _____

MUCHAS GRACIAS, POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2. Formato para elaborar el diagnóstico del estado actual de la Hostería Flor de Canela, Provincia de Pastaza.

FICHA DE OBSERVACION RECOPIACION DE DATOS INFORMATIVOS				
DATOS GENERALES			DATOS DEL ESTABLECIMIENTO	
Fecha:		Ficha N°:	Área:	
Entrevistador:			Responsable:	
Diagnóstico del estado actual:				
Personal capacitado Alto() Medio() Bajo()	Comunicación adecuada Alto() Medio() Bajo()	Trabajo en equipo Alto() Medio() Bajo()	Empoderamiento con el puesto de trabajo Alto() Medio() Bajo()	Empoderamiento con la empresa Alto() Medio() Bajo()
Motivación por parte de la Dirección Alto() Medio() Bajo()	Trabajo por Procesos Alto() Medio() Bajo()	Inspección de control de Calidad Alto() Medio() Bajo()	Retroalimentación de Procesos Alto() Medio() Bajo()	Utilización de Vestimenta Adecuada Alto() Medio() Bajo()
Utilización de lenguaje técnico adecuado Alto() Medio() Bajo()	Protocolos de Servicio Alto() Medio() Bajo()	Funciones laborales de acuerdo a un organigrama establecido Sí() No()	Los trabajadores conocen las funciones que deben desempeñar Alto() Medio() Bajo()	Personal Competente Alto() Medio() Bajo()
Liderazgo Alto() Medio() Bajo()	Calidad en el Servicio Alto() Medio() Bajo()			
Observación Generales:				

ELABORADO POR: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Anexo N° 3. Diagnóstico de la situación del estado actual de la Hostería Flor de Canela, Provincia de Pastaza.

Resultados obtenidos en las fichas de información.

<p style="text-align: center;">HOSTERIA FLOR DE CANELA DIAGNOSTICO DEL ESTADO ACTUAL</p>																					
ÁREA	Personal capacitado			Comunicación adecuada			Trabajo en equipo			Empoderamiento con el puesto de trabajo			Empoderamiento con la empresa			Motivación por parte de la Dirección			Trabajo por Procesos		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Recepción y Ama de llaves																					
Cocina																					
Mantenimiento																					
Marketing y Ventas																					
Salones de eventos																					
Camarería																					
Restauración																					

ELABORADO POR: Robinson Aurelio Sando Sanchima

Anexo N° 4

Imagen N° 3. Camas rústicas en el área de alojamiento de la Hostería Flor de Canela



Anexo N° 5

Imagen N° 4. Área de Restaurante.



Anexo N° 6

Imagen N° 5. Área de recreación en la “Hostería Flor de Canela”



Anexo N° 7

Imagen N° 6. Salón de eventos

