



*Extensión Bahía de Caráquez*

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**  
**Extensión Bahía de Caráquez**  
**Campus Universitario Doctor Héctor Uscocovich Balda**

**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**TEMA**

**MANUAL DE SERVICIOS AL CLIENTE PARA LA ATENCIÓN A**  
**PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA EN HOSTALES Y**  
**RESTAURANTES DE LEONIDAS PLAZA**

**AUTORA**

**KATHERINE JOHANNA MORA MOREIRA**

**TUTOR**

**LIC. CARLOS CHICA MEDRANDA. MG**

**BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR**

**2018**

## **CERTIFICACIÓN**

**LIC. CARLOS CHICA MEDRANDA. MG.** CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

### **CERTIFICA:**

Que el trabajo de investigación titulado **“Manual de servicios al cliente para la atención a personas con movilidad reducida en hostales y restaurantes de Leónidas Plaza”**, elaborado por la estudiante **Katherine Johanna Mora Moreira**, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de hotelería y turismo.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, 1 Febrero del 2018

**Lic. Carlos Chica Medranda. Mg**  
**TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

La autora

---

**Katherine Johanna Mora Moreira**

## **APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO**

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de Grado  
otorga la calificación de:

---

<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
-----------------------------	---------------------

---

<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
-----------------------------	---------------------

---

<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
-----------------------------	---------------------

---

**S. E. Ana Isabel Zambrano Loor**  
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero de expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica **“Eloy Alfaro” de Manabí**, Extensión Bahía de Caráquez Dr. Héctor Usocovich Balda y a la Facultad de hotelería y turismo, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de ingeniera en administración de empresas hoteleras.

Al Decano **Ing. Saed Reascos Pinchao. Msc.** Por su apoyo para la finalización de esta carrera profesional.

De la misma manera al Director de Tesis, **Lic. Carlos Chica Medranda. Mg. Eds.** La misma que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A todos los catedráticos de la Extensión Bahía de Caráquez en especial al coordinador de la carrera, por compartir sus sabios conocimientos que permitieron llegar a alcanzar esta meta.

A mi familia y compañeros de carrera que durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo para lograr este título profesional.

**Katherine Johanna Mora Moreira**

## DEDICATORIA

Este triunfo obtenido se lo dedico primero a Dios que fue el que me permitió culminar con éxito esta hermosa etapa de mi vida, etapa en la cual pude entender y valorar cada una de las bendiciones con las cuales él me rodea, de manera especial le dedico esta tesis a mis padres **Stalin Mora y Anita Moreira** por ser mi mayor motor más fiel y confiable de motivación para superarme día a día y luchar contra las adversidades permitiéndome soñar con un mejor futuro.

Mi hermana **Alexia Mora**, que siempre ha estado ayudándome y con su buen sentido del humor ha logrado arrancarme una sonrisa en momentos difíciles. Mis amigas, las que hice durante esta etapa de mi vida, gracias por tantas experiencias mis queridas niñas, **Sura, Beatriz, Victoria, Ismenia, Karlita y Karina**. Las llevare siempre en mi corazón.

A una bella familia que se han ganado todo mi cariño y se han convertido como una segunda familia para mí. Gracias a las señoras **Holinda Vera y Leonor Zambrano**, así mismo a **Darwin, Roque y Rosa Elena** que han sido excelentes personas y han estado pendientes de mí, de la misma forma brindándome sus consejos.

**Katherine Johanna Mora Moreira**

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de evaluar el servicio al cliente en cuanto atención a personas con discapacidad o capacidades especiales, por lo tanto se presenta un manual de servicios al cliente para la atención a personas con movilidad reducida en hostales y restaurantes de Leónidas Plaza.

El capítulo I, se enfoca a todo documento que tenga teoría y concepto que ayudan a fortalecer las dos variables planteadas en el documento, y con esto tener un amplio debate sobre la importancia de la atención al cliente para personas con movilidad reducida, pues para esto se plantea todo lo referente a este segmento importante del mercado.

El capítulo II, presenta el trabajo de campo, donde se realizó dos encuestas en los principales hostales y restaurantes de Leónidas Plaza que pertenecen al Cantón Sucre de la provincia de Manabí, se extrae las principales dificultades a la hora de atender a este grupo humano.

En el capítulo III, se presenta un manual que está diseñado para los negocios de alimentos y bebidas en Leónidas plaza y con esto mejorar de forma significativa la atención a un grupo considerado prioritario por el estado ecuatoriano y que representa excelentes ingresos para el turismo del país. Finalmente el trabajo expone las principales conclusiones y recomendaciones.

### **Descriptores:**

Variable independiente – **Manual de servicio al cliente**

Variable dependiente – **Persona con movilidad reducida**

## **ABSTRACT**

The present investigation was carried out with the objective of evaluating the service to the client regarding attention to people with special disability or disability, therefore a manual of services to the client is presented for the attention to people with reduced mobility in hostels and restaurants of Leonidas Plaza.

Chapter I, focuses on any document that has theory and concept that help strengthen the two variables raised in the document, and with this have a wide debate on the importance of customer service for people with reduced mobility, because for this Everything related to this important segment of the market is considered.

Chapter II, presents the field work, where two surveys were conducted in the main hostels and restaurants of Leonidas Plaza that belongs to the Canton Sucre of the province of Manabí, it is extracted the main difficulties when it comes to serving this human group.

In chapter III, a manual is presented that is designed for the food and beverage businesses in Leónidas plaza and with this, significantly improve the attention to a group considered a priority by the Ecuadorian state and that represents excellent income for the country's tourism. . Finally, the work exposes the main conclusions and recommendations.

Descriptors:

Independent variable - Customer service manual

Dependent variable - Person with reduced mobility



# ÍNDICE

Portada	i
Certificación del tutor	ii
Autoría	iii
Aprobación del tribunal	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen ejecutivo	vii
Abstract	ix
Índice	xi
Introducción	1
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>6</b>
1.- Marco teórico	6
1.1. Variable independiente	6
1.1.1. Servicio al cliente	6
1.1.2. Barreras contra el buen servicio	8
1.1.2.1. Determinación de las necesidades que satisfacen	9
1.1.3. Elementos de servicios al cliente	9
1.1.4. Importancia del servicio al cliente	10
1.1.4.1. Ventajas del servicio	10
1.1.4.2. Punto de vista del cliente	10
1.1.4.3. Lealtad del cliente	11
1.1.4.4. Esquemas de servicios	11
1.1.5. Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero	12
1.1.5.1. Ventajas competitivas	12
1.1.6. Concepto de calidad	14
1.1.6.1. Definición de calidad de servicio hotelero	16
1.1.6.2. Concepto de calidad de servicios	17
1.1.7. Turismo para todos	18
1.2. Persona con movilidad reducida	19

1.2.1. Los clientes con discapacidad y otras necesidades especiales	19
1.2.1.1. Ley orgánica de discapacidades	20
1.2.1.2. Estos principios son los siguientes	21
1.3. Pautas generales de atención al cliente con discapacidad	21
1.4. Límites de acceso en áreas recreativas	22
1.5. Pautas a tener en cuenta en la atención al cliente	23
1.6. Pautas de atención al cliente con capacidades restringidas	24
1.7. El turismo accesible	26
CAPITULO II	28
2.- Trabajo de campo	28
2.1. Diseño metodológico	28
2.1.1. Población y muestra	28
2.1.2. Muestra	28
2.2. Análisis de los resultados encuesta clientes	28
2.3. Encuesta aplicada locales de hoteles y restaurantes	31
2.4. Triangulación de la información	33
CAPITULO III	35
3.1. Título de la propuesta	35
3.2. Justificación	35
3.3. Objetivos	35
3.4. Sustento teórico	36
3.4.1. Diseño del manual de atención a clientes para personas	37
3.4.1.2. Seguridad	37
3.4.1.3. Principales áreas que deben ser acondicionadas	38
3.4.1.4. En los dormitorios	38
3.4.1.5. Las rampas y las escaleras	39
3.4.1.6. Pasamos en rampas	41
3.4.1.7. Pavimento y señalización de las rampas	42
3.4.1.8. El mobiliario destinado a la atención de personas	43
3.4.1.9. Circulaciones interiores	45
3.4.1.10. Medidas generales	46
3.4.1.11. Área de sombra	46

3.4.1.12. Pasamanos en escaleras	47
3.4.1.13. Puertas	47
3.4.1.14. Ventanas	48
3.4.1.15. Baños	49
3.4.1.16. Dimensiones	50
3.4.1.17. Duchas	51
3.4.1.18. Elementos relativos a la señalización de los baños	52
3.4.1.19. Dormitorios	52
3.4.1.20. Instalaciones de restauración	54
3.4.1.21. Servicios básicos	55
Conclusiones	57
Recomendaciones	58
Bibliografía	59
Anexos	63
Anexo A	63
Anexo B	68
Anexo C	70

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se justifica por la falta de un manual de servicios al cliente para la atención a personas con movilidad reducida, se ha observado que en el destino de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales la infraestructura hotelera y de alimentación no tienen señaléticas y los accesos necesarios para las personas con movilidad reducida, del cual se lo considera como un grupo vulnerable de la población nacional e internacional, el personal que labora en estas empresas no tiene entrenamiento para la atención prioritaria que necesita las personas con estas limitaciones.

Un estudio de Epsilon y Wylei Research. 2014. realizado entre más de 1.000 consumidores estadounidenses, la calidad de la atención al cliente es la segunda razón de fidelidad a una marca. El 37% de los encuestados la considera relevante, sólo superado por la calidad de los productos (55%). (Casado, Luis. 2016).

En el mismo estudio se señala que cuando un cliente entra por la puerta, empieza el “momento de la verdad”. Dispone de unos minutos en donde no sólo se decidirá una compra, sino que también están en juego las futuras compras del cliente, ya que si éste queda satisfecho - repetirá en 2 de cada 3 casos.

En cambio, si los clientes no quedan satisfechos, no tendrán ningún problema en cambiarle por uno de sus competidores. Es más, si quedan satisfechos de las compras, se lo contarán a todos sus amigos y seguidores en las redes sociales, e incluso en tu propia página.

Se deduce que en la interacción con el cliente hay mucho más que palabras, hay gestos, actitudes, un ambiente, un entorno, están tu empatía y simpatía, la diversidad y características de los clientes, las necesidades y deseos que logres detectar y satisfacer. (Islam, Naheed. 2017)

En un negocio de comida u hospedaje el cliente puede ser una persona con diversidad funcional (nada raro ya que el 10% de la población menor de 65 años tiene alguna, y el 20% ha superado esa edad y comienza a tener también necesidades especiales), se añade más complejidad a una interacción ya de por sí repleta de detalles importantes. Hay que pensar que cuantas más variables o componentes tenga esta interacción, más oportunidades tienes de sorprender resolviendo satisfactoriamente las necesidades del cliente con el que interactúas. (Casado, Luis. 2016)

Ante un cliente con diversidad funcional no debes de agobiarte, ni hacer como si nada. Sólo hay que tener tres cosas claras:

1. El cliente con discapacidad es un cliente, y por lo tanto, al entrar en el establecimiento busca resolver necesidades y colmar deseos exactamente igual que el resto de clientes.
2. Su forma diferente de hacer las cosas (por ejemplo no ve pero toca los productos y te pregunta sobre ellos, o no oye pero te lee los labios) es simplemente una de las características que debemos tener en cuenta a la hora de interactuar con él. (GreenWays. 2017)
3. El primer objetivo con él ha de ser ofrecerle una experiencia de compra accesible; es decir, que tenga la máxima información (racional y emocional) para poder tomar una decisión del modo más autónomo posible, libre, cómodo y seguro, con independencia de sus capacidades físicas, psíquicas o sensoriales.

Según Greenways, 2017. Las características de accesibilidad de los establecimientos junto con el servicio ofrecido por su personal, de atención al cliente con o sin discapacidad, son determinantes para valorar el nivel de satisfacción final y contribuir a su fidelidad

Por eso, es importante que el personal de atención al público reciba la formación que le permita conocer en profundidad las necesidades de las personas con discapacidad y con necesidades de accesibilidad y desarrollar las destrezas y habilidades para ofrecerles el trato y servicio adecuado.

El **Diseño teórico** se manifiesta de la siguiente manera: Limitados servicios al cliente para personas con movilidad reducida

El **Objeto** de estudio es: Hotelería y turismo

El **Campo**: Manual de servicio al cliente

El **Objetivo**: Elaborar un manual de servicios al cliente para la atención a personas con movilidad reducida en hostales y restaurantes de Leónidas Plaza mejorando el ingreso económico en estos negocios.

Las variables conceptuales se dividen en: **Variable independiente**.- Manual de servicio al cliente.- Un Manual de Servicio al cliente es la elaboración de un plan que garantice satisfacer las necesidades concretas de los clientes de la empresa tanto actuales como potenciales, este plan constituye la base para el resto de los planes de la empresa ya que todos estos siempre deben ir encaminados a los objetivos de la empresa. Para poder elaborar un Manual de Servicio al cliente es necesario llevar a cabo un estudio de mercado que permita determinar cuáles son las verdaderas necesidades, demandas y deseos de los clientes. Resulta importante comunicarse con los clientes antes de proporcionarles o diseñar el servicio ya que esto permite ser más competitivo y diferenciarse de las demás empresas. (Kaizen. 2013)

La segunda **variable dependiente**.- Personas con movilidad reducida.- El Pasajero con Movilidad Reducida (PMR) es aquél cuya movilidad esté limitada a efectos de la utilización de un medio de transporte debido a cualquier

discapacidad física (sensorial o de locomoción, permanente o temporal) o mental, a su edad o a cualquier otra causa que necesite una atención especial y la adaptación a sus necesidades de los servicios que se ponen a disposición de todos los pasajeros.

Con carácter general, se considera PMR a aquel pasajero que necesita ayuda de otra persona para dirigirse a la salida de un hotel o restaurante con la adecuada rapidez en caso de una evacuación de emergencia. Esto también incluye a clientes que tienen serias dificultades para recibir o comprender las instrucciones de emergencia.

Para atender a personas que caminan despacio y/o que utilizan muletas, hay que ajustar el paso de su caminante al paso del suyo, cuando se les acompaña, y si piden ayuda, ofrecer el brazo; también estar atentos a cualquier obstáculo que pueda haber en el itinerario, hay que ayudar con los objetos o paquetes. (Predif. 2017)

Las **Tareas científicas** son:

- Investigar el estado del arte del servicio al cliente en la industria del turismo y la hotelería
- Analizar la calidad de servicio para personas con movilidad reducida entre los restaurantes de Leónidas Plaza
- Desarrollar un manual de procedimiento de servicio al cliente para personas con movilidad reducida en Leónidas Plaza.

Los **Métodos de investigación** fueron los siguientes en el orden de los tres capítulos que se presenta el trabajo:

Investigación Histórica lógica que permitió conocer antecedentes de otros manuales de servicio al cliente para personas con movilidad reducida en el espectro nacional.

El tipo de investigación a realizar fue correlacional ya que relaciona las variables causas – efectos como es un manual de servicio al cliente para personas con movilidad reducida

En el presente proyecto se utilizaron las siguientes **técnicas e instrumentos**:

Lectura científica.- Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.

Encuesta.- Se aplicó a los usuarios consumidores y dueños de los restaurantes de la parroquia de Leónidas Plaza.

Instrumento.- Se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para valorar el servicio que se entrega a una persona con movilidad reducida en los restaurantes y hostales de la localidad.



# **CAPITULO I**

## **1.- Marco teórico**

### **1.1. Variable independiente: Manual de servicio al cliente**

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambió porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias, luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos.

Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos. (Serna, H. 2006)

#### **1.1.1. Servicio al cliente.- concepto**

Según el autor Humberto Serna Gómez (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. ((Serna, H. 2006)

El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sean la venta pre activa, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional. Lovelock, Christopher (1997)

Hoy en día existen otros conceptos sobre la satisfacción del cliente y sus necesidades, la era moderna y de la tecnología ha permitido que los productos lleguen hasta el consumidor de manera rápida y oportuna, pues para esto los clientes se volvieron también exigentes por la competencia que cada día es mayor que hace 20 años.

Humberto Serna Gómez (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención.

En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. (Pereira, J. 2008)

Para poner en marcha una experiencia de este tipo, lo primero que se debe hacer es reunir un equipo de personas y diseñar el cuestionario. Hay que realizar una lista de todas las características que se van a someter a la opinión de los clientes. Hay que identificar todo aquello que puede ser de interés para el consumidor. Lo más difícil es identificar las futuras características de

deleite, porque ni el mismo consumidor las espera. Diagramas de pescado y sesiones de Braimstorming son herramientas idóneas para realizar esta etapa. Al final, la opinión más frecuente será la que decida la clasificación de cada característica. (Pereira, J. 2008).

En su texto, Gómez, E. (2009) afirma que para conservar más clientes es fundamental que tratemos muy bien al cliente entre esto se encuentra como punto central la amabilidad con el propósito de satisfacer la expectativas del cliente.

El cliente en los negocios de hospedajes y alimentación son los que hay que cuidar, ya que si el producto consumido no le satisface, pues es un cliente perdido que no regresara, le contara a otros amigos de su experiencia, pues es necesario cuidar la fidelidad de los mismos para que realicen compras repetitivas.

### **1.1.2. Barreras contra el buen servicio**

Gómez Escobar (2009) afirma que: Las principales barreras que están en contra de un buen servicio son las siguientes:

- Cuando las políticas de la compañía no han sido diseñadas pensando en el cliente, sino en la propia conveniencia y en los entes de control.
- Cuando no existe una estrategia clara de servicio y no existe coordinación en todo el proceso de servicio.
- Cuando las personas que tienen el poder de tomar decisiones están muy lejos de los clientes.
- Alta prioridad en las rebajas de costos
- Personal indiferente, sin motivación, sin autoridad ni empoderamiento.
- No se escucha la voz del consumidor
- La gente de primera línea no tiene autoridad para solucionar los problemas. (p.9)

### **1.1.2.1. Determinación de las necesidades que satisfacen a los clientes**

Para Nuñez, H. (2003). El cliente habitual acude a un centro de alojamiento por una necesidad mayoritaria y fácilmente identificada: alimentación, sed, salud, recreación, etc. En el caso del cliente interno, para mayoría de las personas, incluso en los mismos clientes internos, solo acude a las organizaciones para adquirir dinero ; cuando en realidad buscan satisfacer las necesidades de afiliación, autoestima, seguridad, poder y autorrealización.

Puede darse el caso en que el cliente interno priorice las necesidades pero no de forma independiente. En ambos clientes al recibir un producto no solo satisface una necesidad personal sino también necesidades en conjunto. En el caso del cliente externo la amplitud con mayor frecuencia resulta conocida; si bien un jugo satisface la sed como necesidad primaria y notable, también se puede estar satisfaciendo una necesidad social y de afiliación si este acto se realiza en una necesidad de estatus por la marca o caro o en un renombrado establecimiento y hasta de autorrealización si el cliente desde hace tiempo no podía tomar ese jugo que ahora degusta.

### **1.1.3. Elementos de servicio al cliente**

Para Gómez Escobar (2009) El servicio al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición. El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. Con estos cuatro elementos mencionados interactúan de una manera simultánea: el sistema de organización interna y los demás clientes.

El cliente, ya lo hemos mencionado, es el consumidor objetivo del servicio. Es el elemento primordial, si no hay cliente no hay servicio, y debemos indicar

que su presencia es absolutamente indispensable. El soporte físico, se refiere al soporte material necesario para la prestación del servicio. De este soporte físico se sirven, el personal de contacto, el cliente y ambos a la vez. Se divide en los instrumentos necesarios para la prestación del servicio como son los muebles, las maquinas, los exhibidores, las exhibiciones, etc.

#### **1.1.4. Importancia del servicio al cliente**

Núñez (2009) afirma que: En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio al cliente. A continuación detallaremos los factores importantes que los clientes requieren en una buena atención al cliente.

##### **1.1.4.1. Ventajas del Servicio**

- Los representantes de servicio al cliente deben desempeñar tanto una función reactiva como proactiva para conservar a los clientes. En su función reactiva resuelven problemas para satisfacer al cliente. En su función proactiva se anticipan a los deseos y necesidades de los clientes y determinan como su empresa puede satisfacerlos.
- Los estudios demuestran que los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor servicio al cliente. (Alan, Pedro. 2015)

##### **1.1.4.2. Punto de vista del cliente**

- A los ojos del cliente, todo empleado representa a la empresa. Por esta razón, en cada experiencia que el consumidor tiene con un

representante de ventas se determina la continuidad o cancelación de las negociaciones.

- Cuando un cliente tiene una mala experiencia con una empresa, se lo contara, en promedio, a entre 8 y 16 personas. De hecho, son muy contados los clientes que se quejan ante la compañía, sencillamente se van a otra parte. (Miller, D. 2015)

#### **1.1.4.3. Lealtad del cliente**

- La mayor parte de las ventas de un negocio proviene de sus clientes leales, ya que estos repiten sus compras, recomiendan la empresa a otros clientes, compran diversos artículos y se resisten al atractivo de los competidores.
- Cuesta de 5 a 10 veces más atraer clientes que conservar a los existentes. (Hartmann, Patrick. 2002)

#### **1.1.4.4. Esquema de servicios**

Evidencias físicas	
Acciones del cliente	Línea de interacción
Acciones viables del empleado/puntos de contactos visibles	Línea de visibilidad
Acciones tras bastidores/acciones invisibles del empleado	Línea de interacción interna
Proceso de soporte	

Fuente: Bitner, Ostrom y Morgan (2008)

### **1.1.5. Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero**

La calidad, en sentido general, se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, un elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector. Desde hace algunos años el sector turístico se halla inmerso en un proceso de cambio que ha convertido a la calidad en uno de los elementos máspreciados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas. (Chase, R. 2008)

En este contexto la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial, asociado a los cambios que se vienen operando en la vida de la sociedad, transformándose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar la calidad lo que solo se puede conseguir en forma estable, sistemática y continua a través de su adecuada gestión.

#### **1.1.5.1. Ventajas competitivas.**

Resultan de la identificación y consideración de las tendencias que inciden sobre la Gestión del Alojamiento., entre las cuales y en relación a la demanda turística, se destacan las siguientes para los principales países emisores:

- Muy diversificada.
- Se eleva la edad media de los viajeros.
- Turistas más cultos.
- Más exigentes con respecto a la calidad de los servicios que demandan
- Turistas más inquietos y activos. Turistas más deportistas y sanos.
- Más personalizado el servicio en el área de alojamiento
- Partidaria de conocer lo genuino, lo auténtico.
- Polimotivacional (“un cliente son muchos clientes”).
- Sensible al precio.

La gestión de la calidad en el proceso de Alojamiento es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes los cuales sienten un conjunto de sensaciones, expectativas y experiencias personales; que requiere coordinar a múltiples personas que están implicadas directas o indirectamente a prestar un servicio a un cliente que cada vez exige más y sobre todo donde pernocta. (Del Toro, Maite. 2011)

Los clientes internacionales exigen cada vez más calidad de los servicios turísticos, y el proceso de alojamiento, como un macro proceso clave dentro de la hotelería, deben tenerlo muy en cuenta y asegurar la calidad de todos los elementos del producto turístico. (Incluyendo las áreas de recepción, ama de llaves, mantenimiento, servicios técnicos, entre otros). (Escobar, Eduardo. 2010)

Las nuevas tendencias en los mercados turísticos junto con la mayor exigencia por parte de los consumidores, las innovaciones tecnológicas y las últimas investigaciones relacionadas con la calidad en los servicios, hacen necesario un esfuerzo constante en el planteamiento de nuevos enfoques y soluciones imaginativas para las empresas del sector. Las empresas hoteleras son un claro ejemplo de esta necesidad de continuo desarrollo de nuevos servicios y productos centrados en la calidad y la satisfacción del cliente.

Una correcta gestión de alojamiento debidamente organizada, orientada al cliente y que gestione la calidad de sus servicios conforme a alguna norma de reconocidos resultados, conseguirá aumentar la imagen respecto de los clientes, fomentando un aumento de los resultados empresariales.

La mayoría de expertos en el sector Calidad para la Gestión de Alojamiento, sin pretender ser doctrina, señalan algunas acciones base para la prestación de un servicio de esta naturaleza, esto es, de un servicio de calidad. Estas acciones son:



Determinación correcta de los requisitos del cliente, que supone un conocimiento de las expectativas de los viajeros y de los factores que las determinan en ámbitos como:

- Expectativas sobre el servicio esperado de la gestión de Alojamiento.
- Expectativas sobre el producto que se va adquirir.
- Expectativas sobre el desarrollo y estancia del cliente.

### **1.1.6. Concepto de calidad**

Para iniciar la investigación es necesario postularse respecto a la definición de la calidad. En este capítulo se hace una breve revisión del tema tanto desde un punto de vista histórico como conceptual.

El concepto de calidad ha ido evolucionando a la par que lo ha hecho la economía desde la aplicación de la idea a conceptos industriales hasta su aplicación a empresas de servicios en general (Albacete, C. 2004).

Según Sarmiento, José Manuel. 2015. analiza el proceso de la evolución de las actividades relacionadas con la calidad e indica las cuatro etapas en la evolución del concepto:

- Etapa 1ª Calidad mediante inspección. Idea primitiva de calidad en la que al final del proceso se comparaba el producto con un estándar determinado. Esta etapa coincide con la revolución industrial.
- Etapa 2ª Control estadístico de la calidad. El precursor de esta etapa fue Shewhart. Demuestran que mayores controles y la investigación final de toda la producción no era sinónimo de una mejor calidad, lo óptimo es establecer un control a muestras planificadas.
- Etapa 3ª Aseguramiento de la calidad. Autores como Juran (1951) o Feigenbaum afirman que la calidad no sólo puede limitarse a la

inspección y medición sino que debía planificarse y contemplarla sistémicamente en toda la organización.

- Etapa 4ª La calidad como estrategia competitiva. En esta etapa la calidad pasa a ser de interés para la dirección, se relaciona con rentabilidad, se la define desde el punto de vista del cliente y se la incluye dentro de la planificación estratégica. Se convierte en un factor clave de competitividad.

#### **1.1.6.1. Concepto de servicio**

La mayoría de empresas compiten en el área de los servicios. Difícilmente puede encontrarse un sector en el que no aparezcan los servicios para poder completar el producto ofrecido. En el ámbito industrial el servicio se presenta como una parte del producto. De hecho Grönroos, C (2001) indica que se debería hablar de gestión de servicios o del factor servicios en los negocios, con independencia de si la organización pertenece a lo que se conoce como sector servicios o sector industrial. Indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio, y más aún, la calidad de servicio.

Existen unas claras diferencias entre la fabricación de un producto y la prestación de un servicio que tienen una influencia clara en el enfoque de la gestión de la calidad (Albacete, 2004). Según Kotler, P (2004) un producto es “todo aquello que se ofrece en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer un deseo o necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”. Los autores indican tres maneras de clasificar los productos:

- Bienes de consumo perecederos: productos que se consumen en uno o varios usos, siempre durante un tiempo corto.
- Bienes de consumo duradero: productos que se utilizan durante un largo período de tiempo y pueden utilizarse varias veces.

- Servicios: actividades, beneficios y satisfacciones que se venden. Los servicios tienen la característica de la intangibilidad y su posesión no es acumulativa.

### **1.1.6.2. Definición de calidad de servicio hotelero**

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje. (Sandoval, Cinthia. 2017)

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

Hoteles: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.

El sector turístico se configura como uno de los sectores más relevantes de la economía española (Albacete, 2004) y se ha enmarcado tradicionalmente dentro del sector servicios (García, 2001). Por tanto una adecuada gestión de los servicios turísticos debe tener en cuenta las características específicas de los servicios. En el sector turístico, el servicio hotelero puede denominarse producto-servicio ya que comparte las características propias tanto de los productos como de los servicios. El servicio hotelero se apoya tanto en elementos tangibles como en aspectos intangibles.

Reisinger, Y (2001) afirma que hay un claro reconocimiento de que los servicios relacionados con el turismo y la hotelería requieren unos puntos de

vista de marketing y gestión diferentes a los productos físicos. Estos servicios tienen características únicas y criterios diferentes de evaluación, distribución, establecimiento de procesos, establecimiento de precios, determinación de políticas de comunicación y estructuras de costes. Los servicios turísticos y hoteleros tienen una alta dependencia de la satisfacción del cliente. Para poder ser rentables necesitan desarrollar estrategias efectivas y que comprendan las propias características.

### **1.1.6.3. Concepto de calidad de servicio**

Oliver (1981) introdujo el modelo “expectancy-disconfirmation” para estudiar la satisfacción del cliente. Su teoría reside en que los clientes se sienten satisfechos con el consumo de un producto o servicio como resultado de una comparación subjetiva entre las expectativas previas al consumo y la percepción posterior a éste. La calidad de servicio surge a partir de esta concepción ya que la satisfacción del consumidor es una consecuencia de ésta. Dos autores, Oh (1999) y Olorunniwo, (2006), realizaron un estudio buscando la correlación entre calidad de servicio, satisfacción e intencionalidad de compra. Los resultados que obtuvieron fueron que existía una correlación entre los tres conceptos pero manteniendo el orden: calidad de servicio implica satisfacción y ésta implica intencionalidad de compra. Grönroos (1984) apunta que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que “es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido”.

El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente. Parasuraman, (1993) definen el concepto de calidad de servicio a partir de los hallazgos aportados por las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Afirman que “todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar

las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio”. Buzzell y Gale (1987 en Lloréns y Fuentes, 2005) afirman que “la calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es”. Por tanto, un primer enfoque sobre la calidad de servicio es su naturaleza subjetiva ya que depende de las percepciones propias del consumidor.

### **1.1.7. Turismo para Todos**

Para ofrecer cualquier tipo de servicio con ciertos parámetros de calidad, es fundamental conocer previamente cuales son las necesidades del turista con el fin de satisfacer sus expectativas. Actualmente existe un grupo de personas que tiene unas discapacidades y otras necesidades especiales por tener unas capacidades, habilidades o destrezas diferentes al ciudadano estándar. Estos no pueden gozar en igualdad de condiciones de los diferentes entornos, productos y servicios que constituyen la oferta turística española.

Dentro de este grupo de personas con discapacidad y otras necesidades especiales, están las personas con discapacidad. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS 2017) son aquellas, que por la discapacidad que presentan, tienen alguna deficiencia, limitación en la actividad o restricción en la participación social. En este sentido, el Foro Europeo de la Discapacidad<sup>1</sup> estima que en Europa más de 50 millones de personas se encuentran en esta situación.

A la hora de hablar de los turistas con discapacidad y otras necesidades especiales, a pesar de los múltiples estereotipos que existen, se hace alusión a todas las personas que por circunstancias transitorias (embarazo, escayola en un miembro corporal) o permanentes (envejecimiento, discapacidad física o sensorial, etc.) se encuentran en una situación que precisa de una atención especial adecuada a las nuevas necesidades que presenta. Esto pone de manifiesto que cualquiera de nosotros puede formar parte de este grupo.

Estas necesidades diferentes en múltiples ocasiones generan situaciones de desigualdad social, ya que la atención ofrecida, las infraestructuras y equipamientos existentes, no reúnen unas condiciones adecuadas e impiden o dificultan el disfrute de estos.

## **1.2. Persona con movilidad reducida.- concepto**

Según OMS 2017. Discapacidad es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales.

Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive

### **1.2.1. Los clientes con discapacidad y otras necesidades especiales**

Las personas con discapacidad tienen reconocidos los mismos derechos que el resto de ciudadanos, pero se enfrentan a diario con múltiples situaciones que dificultan que estos sean garantizados.

A nivel internacional, europeo y nacional, existen diferentes documentos normativos que velan por la garantía de la igualdad de todos los ciudadanos y en especial, de las personas con discapacidad. Concretamente en España existen referencias normativas en este ámbito, en la Constitución Española y en dos leyes específicas: (Riberdis, 2016)

La Ley 51/2003 surge por la persistencia en la sociedad de desigualdades y por los cambios operados en la manera de entender el fenómeno de la

“discapacidad”. Aparece un nuevo enfoque que pone de relieve la necesidad de diseñar estrategias de intervención que operen simultáneamente sobre las condiciones sociales y ambientales de las personas con discapacidad. Se trata de una estrategia de “lucha contra la discriminación” y de aplicación de la “accesibilidad universal”.

El concepto de accesibilidad tiene su génesis unida al movimiento asociativo de personas con discapacidad que fomenta el modelo de “vida independiente”. Este defiende una participación más activa de este grupo en la comunidad, como ciudadanos con plenos derechos, mediante el ejercicio de su propia toma de decisiones.

#### **1.2.1.1. Ley orgánica de discapacidades**

##### TÍTULO I PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES FUNDAMENTALES CAPÍTULO PRIMERO DEL OBJETO, ÁMBITO Y FINES

Artículo 1.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto asegurar la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantizar la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, establecidos en la Constitución de la República, los tratados e instrumentos internacionales; así como, aquellos que se derivaren de leyes conexas, con enfoque de género, generacional e intercultural.

Artículo 2.- Ámbito.- Esta Ley ampara a las personas con discapacidad ecuatorianas o extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano; así como, a las y los ecuatorianos en el exterior; sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, su cónyuge, pareja en unión de hecho y/o representante legal y las personas jurídicas públicas, semipúblicas y privadas sin fines de lucro, dedicadas a la atención, protección y cuidado de las personas con discapacidad. (Constitución del Ecuador. 2008)

### **1.2.1.2. Estos principios son los siguientes:**

**Diversidad:** Hay que considerar y respetar las situaciones y las necesidades personales de los clientes; no todas ni siempre son iguales.

**Autonomía:** Cada cliente debe ser autónomo en el uso de las instalaciones y de los espacios, y no depender de terceras personas.

**Dignidad:** Las soluciones de accesibilidad deben de garantizar el respeto a las personas con discapacidad.

**Seguridad:** Cualquier solución debe velar por la integridad de quienes las utilizan. (Asamblea nacional del Ecuador. 2012)

**Integración:** Debe garantizar la integración de todos los clientes y evitar la creación de guetos de personas con discapacidad.

### **1.3. Pautas generales de atención al cliente con discapacidad y otras necesidades especiales**

De la misma manera, existen unas pautas generales que hay que tener en cuenta a la hora de atender a cualquier persona con discapacidad y otras necesidades especiales:

- Hay que prestar atención a la persona, no a la discapacidad.
- Es fundamental conocer cuáles son las necesidades y dificultades de las personas con discapacidad
- Hablar directamente a la persona con discapacidad no a su acompañante, guía o intérprete de lengua de signos.
- No existen palabras tabú. Se le puede decir a una persona ciega “nos vemos luego”, o a una persona con silla de ruedas “anda más deprisa”.



- La información correcta y veraz es fundamental. Se debe conocer el nivel de accesibilidad del establecimiento para poder ofrecer datos ajustados a la realidad.
- Además, debe aprender y saber describir su establecimiento para transmitirlo con precisión y claridad.
- Confidencialidad, a pesar de su curiosidad o preocupación debe esperar a que la persona le hable de su situación si desea hacerlo.
- Evitar la sobre protección a personas con discapacidad adultas, hay que tratarlas en correspondencia a la edad que presentan, y nunca tomar decisiones sin consultárselo.
- Prudencia con el contacto físico. Evite tocar a las personas y a sus ayudas técnicas (bastón, silla de ruedas) sin su consentimiento ya que para ellos estas herramientas forman parte de su espacio personal.
- SIEMPRE, antes de ayudar debe preguntarle a la persona:
- Si necesitan ayuda, nunca debe imponerla ¿Cómo quieren que les ayudemos? (Reglamento general a la ley de discapacidades. 2012)

#### **1.4. Límites de acceso en áreas recreativas**

Empujar una silla de ruedas o coger por el brazo a una persona ciega sin avisarle puede entrañar un grave peligro ya que la persona en silla puede perder el equilibrio y caerse y la persona ciega desorientarse y asustarse.

- Habitualmente cuando una persona con discapacidad le solicita algún servicio extraordinario, lo hace porque lo necesita. Respóndale de manera positiva. Evite términos anticuados como son “discapacitado” “inválido”, “minusválido”, etc. Ponga siempre a la persona delante y diga “PERSONA CON DISCAPACIDAD...”
- No hay que mostrar impaciencia cuando una persona por sus necesidades específicas requieran más tiempo para llevar a cabo cualquier acción o proceso comunicativo.

- Es importante que los espacios estén ordenados y que no haya obstáculos que dificulten la estancia en su establecimiento.
- Debe concretar y simplificar la información para no inducir al error. Evite metáforas o jergas locales. (Huerta, Peralta, Jaime. 2012)

### **1.5. Pautas a tener en cuenta en la atención al cliente con discapacidad física**

Es fundamental conocer los requisitos de accesibilidad que reúne su establecimiento. Una puerta estrecha o escalones aislados pueden impedir que accedan a su establecimiento. Mantenga las zonas de paso despejadas para que los clientes puedan deambular fácilmente.

Habitualmente se recomienda que cada establecimiento tenga una zona del mostrador a menor altura para las personas con silla de ruedas o de baja estatura. Pero si el existente en su establecimiento es alto (>110 cm.), acérquese a la persona en silla de ruedas para atenderla. Si la consulta se va a prolongar, siéntese para que el cliente esté más cómodo ya que estará a su misma altura. (Diario El país. 2016)

Si el cliente lleva un perro de asistencia, debe dejarle acceder a este a las mismas estancias que dicho cliente. Si le ofrece asiento a un cliente con movilidad reducida, es recomendable que este sea lo más alto posible y con reposabrazos para que pueda levantarse fácilmente.

Si es necesario utilizar una mesa, procure asignarle la que esté más cerca de la puerta principal para que caminen lo menos posible. Las mesas donde se van a ubicar, además deben permitir que la persona con silla de ruedas pueda introducir sus piernas debajo de esta sin encontrar ningún obstáculo (travesaño, patacentral, etc.). Además debe haber suficiente espacio entre las patas para que pueda incorporarse fácilmente. Entre las mesas debe haber

un pasillo central que deje un espacio libre superior a 90 cms. para que puedan desplazarse fácilmente.

Debe previamente a la llegada del cliente retirar las sillas de la mesa que no vayan a utilizarse. Es necesario colocar el mayor número de elementos posibles (folletos, tarjetas, obsequios, etc.) a una altura aproximada de 120 cms. para que las personas en silla puedan alcanzarlos de forma autónoma.

### **1.6. Pautas de Atención al cliente con capacidades restringidas**

Para atender correctamente a las personas con capacidades restringidas, la cuestión clave es hacerlo con naturalidad. Se debe evitar los prejuicios y dejarse llevar por las indicaciones que la persona haga, ya que ningún individuo es igual a otro y cada uno conoce mejor que nadie sus propias necesidades. Según la Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos, se exponen a nivel general una serie de principios que es preciso tener en cuenta cuando atendemos a clientes con capacidades restringidas:

- **Diversidad:** las situaciones y necesidades personales de los clientes son múltiples.
- **Autonomía:** favorecer la máxima autonomía posible de los clientes en el uso de instalaciones y servicios, especialmente de aquellos que tengan alguna limitación en su movilidad y/o comunicación, evitando así que dependan de otras personas.
- **Dignidad:** en ningún caso debe atentarse contra la dignidad de la persona y su derecho a la privacidad.
- **Seguridad:** el uso de las instalaciones y servicios turísticos deberán ser seguros para todos los clientes, por tanto cualquier ayuda técnica que se brinde o solución de accesibilidad debe velar por la integridad de quienes las utilizan y de quienes no las necesiten.
- **Compatibilidad:** la accesibilidad ha de ser una cualidad integrada en los servicios e instalaciones turísticas, que garantice la posibilidad de

uso y disfrute de todo tipo de clientes, sin perder la esencia propia o naturaleza de las mismas. De la misma manera, existen pautas generales que hay que tener en cuenta y que pasamos a enumerar: -

- **Preguntar antes de ayudar.** No dar por sentado que una persona necesita ayuda sólo porque tenga una capacidad restringida. Si el entorno es accesible, las personas con capacidades restringidas se suelen manejar sin dificultad. Por ejemplo los adultos mayores desean ser tratados como personas independientes. Ofrecer ayuda sólo si la persona parece necesitarla. Y si acepta la ayuda, preguntar cómo ayudar antes de actuar. (DNPS. 2016)
- **Ser cauto con el contacto físico.** Algunas personas con capacidades restringidas dependen de sus brazos para mantener el equilibrio. Tomarlas del brazo -incluso si la intención es ayudar- podría hacerles perder el equilibrio. Evitar dar palmadas a las personas en la cabeza o tocar su silla de ruedas, escúter o bastón ya que éstas consideran que los elementos son parte de su espacio personal.
- **Pensar antes de hablar.** Siempre dirigirse directamente a la persona con alguna capacidad restringida, no a su acompañante, ni a su ayudante o intérprete de lenguaje de señas.
- **No dar nada por sentado.** Las personas con capacidades restringidas saben mejor que nadie lo que pueden o no hacer. No decidir por ellas acerca de su participación en cualquier actividad.
- **Responder con gentileza a las solicitudes.** Cuando las personas con capacidades restringidas piden un lugar o una adaptación en el establecimiento o destino, no se están quejando. Demuestran que se sienten lo suficientemente cómodas como para pedir lo que necesitan. Y si se les responde de manera positiva, es probable que vuelvan y comenten a sus amigos el buen servicio que recibieron.
- **Brindar información veraz.** La información correcta y veraz es fundamental. Se debe conocer el nivel de accesibilidad del establecimiento para poder ofrecer datos ajustados a la realidad. Además, debe aprender y saber describir el establecimiento o destino

para transmitirlo con precisión y claridad. Estas son algunas de las indicaciones para que su comunicación con personas con capacidades restringidas sea fluida.

- Recordar su condición de **PERSONA** por encima de su situación, respetando su dignidad. Ahora bien, la Convención Internacional de Derechos de Personas con Discapacidad aprobada en 2006 en su artículo primero expone que “las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”.

### **1.7. El turismo accesible**

Según Agueda, Fernandez. 2017. Se entiende el ocio como una experiencia integral de la persona y un derecho humano fundamental. Hoy el turismo tiene un peso notable en la economía de muchos países y es uno de los primeros capítulos del comercio internacional. En este sentido, se propone desarrollar y promover el Turismo Accesible, que se entiende como "el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre orientado al turismo y la recreación que posibilitan la plena integración desde la óptica funcional y psicológica de aquellas personas con capacidades restringidas, obteniendo durante las mismas una plena satisfacción individual y social del visitante del destino turístico

Algunas de las razones por las cuales se fomenta el turismo accesible para las personas con capacidades restringidas son según la Organización Mundial del Turismo OMT (2017) es un segmento emergente de la demanda turística. Hay un amplio consenso en que es una demanda que se caracteriza por ser: creciente, multiciente ya que cada persona discapacitada suele viajar acompañada. Este segmento es potenciadora de la imagen del destino, no

estacional especialmente en el turismo de playa, y capaz de generar ingresos por encima de la media del turismo convencional".

Asimismo es un derecho básico que garantiza la no discriminación por razones de edad, discapacidad o características funcionales, favorece la participación social y económica en igualdad de oportunidades y es un elemento básico de calidad de la oferta turística. El turismo accesible considera variables de gran significación como son en primer lugar, la accesibilidad al medio físico entendida bajo el enfoque de que "cualquier persona debe poder disponer y utilizar las edificaciones, servicios o productos en igualdad de condiciones que los demás. Y esto implica algo más que eliminar u ofrecer una alternativa a un escalón en la entrada de un edificio, implica tener las mismas oportunidades y beneficios y disfrutar de los mismos programas o servicios que los demás".

## **CAPITULO II**

### **2.- TRABAJO DE CAMPO**

En este capítulo se presenta un diagnóstico de campo donde se realizó dos encuestas, una para los dueños de los restaurantes y hostales y otra para los usuarios y clientes que acuden con frecuencias a estos negocios, se presenta tablas con datos, porcentajes que fueron analizados según sus resultados.

#### **2.1. Diseño metodológico**

La modalidad de investigación fue de carácter bibliográfico.

Las fuentes de información fueron las documentales. Se utilizaron como instrumentos los antecedentes de otros manuales de servicio al cliente para personas con movilidad reducida en empresas de alimentos y hospedajes.

##### **2.1.1. Población y Muestra**

Población.- La población para la presente investigación la constituyeron todos los usuarios que consumen en restaurantes de Leónidas Plaza y de manera frecuente, pues se tomó datos del mismo lugar a donde acuden de forma frecuente

##### **2.1.2. Muestra.-**

- 80 Consumidores
- 20 Restaurantes

#### **2.2. Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a clientes a hostales y restaurantes de Leónidas Plaza. 80 clientes**

### **1.- ¿Cómo califica el servicio de restaurantes y hostales de la parroquia de Leónidas Plaza?**

Revisando la pregunta número 1, se aprecia que en Leónidas Plaza el 20% de los encuestados califica de excelente el servicio en estos lugares, el 7% afirma que es bueno, el 45% regular y el 27% opina que es malo.

Esto permite analizar que el servicio en restaurantes y hostales es relativamente bueno, pero que hay más quejas por mal servicio o pésimo servicio en estos negocios de comida y hospedaje.

### **2.- ¿Considera usted que los restaurantes brindan una buena atención al cliente?**

Investigando la pregunta número 2, se observa que el 37% de los encuestados afirman que en los restaurantes si brindan una buena atención, el 50% dice no lo contrario que la atención no es buena y el 12% no lo sabe.

En su mayoría los negocios de comida llamados restaurantes por los datos observados no son buena, por lo que tiene a ser negativo la opinión de la ciudadanía por la atención recibida

### **3.- ¿Considera que las hostales de Leónidas Plaza brindan una buena atención al cliente?**

Observando la pregunta número 3, se aprecia que el 43% de los encuestados afirma que la atención a clientes en hostales si es buena, mientras que el 56% de los encuestados considera que no es buena

La opinión para medir la calidad de servicio en hostales tampoco es buena, por lo que hay que brindar algún tipo de apoyo para cambiar la percepción que tiene los usuarios frente al negocio del hospedaje.



**4.- ¿Considera usted que los hostales y restaurantes cuentan con medios y protocolos para atención a clientes con movilidad reducida?**

Analizando la pregunta número 4, el 12% de los encuestados afirma que los hostales y restaurante cuentan con medios y protocolos para atención de clientes con movilidad reducida, mientras que el 82% afirma que no cuenta con este tipo de medios o información en su local, el 5% no lo sabe.

Dejando claro que los hostales y restaurantes de Leónidas Plaza, no cuentan con medios o protocolos para atender a una parte importante de la población como es las personas con movilidad reducida.

**5.- ¿Qué medios de seguridad para personas con movilidad reducida identifica en los restaurantes de Leónidas Plaza?**

Considerando la pregunta número 5, observamos que el 20% afirma que tiene un rampa en su local, el 15% algún tipo de señalética, y el resto de condiciones como sillas especiales, baños con accesibilidad que son fundamentales para este grupo, no los tiene, por lo que se hace urgente la implementación de este tipo de norma para personas con movilidad reducida.

**6.- ¿Estima correcto que los restaurantes y hostales de Leónidas Plaza incorporen un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?**

Investigando la pregunta número 6, se estima que un 97% de los encuestados que los restaurantes y hostales de Leónidas Plaza incorporen un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida, ya que es una norma técnica que es impulsada desde el gobierno para este segmento de la población.

**7.- ¿Considera que los dueños y personal de servicio de restaurantes y hostales de Leónidas Plaza deben ser capacitados en atención para personas con movilidad reducida?**

Observando la pregunta número 7, se analiza que el 100% de los encuestados considera que su personal requiere de un proceso de capacitación para atender a personas con movilidad reducida, ya que mejorar la atención e información de las facilidades para este grupo importante de la población nacional e internacional hablando como turistas.

**2.3. Encuesta aplicada a locales como hostales y restaurantes de Leónidas Plaza. 20 locales.**

**1.- ¿Cuenta usted con un manual de atención a clientes con movilidad reducida?**

**Análisis e interpretación de la pregunta #1.-** El 90% opina que su establecimiento no tiene un manual de atención a clientes para personas con movilidad reducida, mientras que el 10% afirma que si tiene un documento que lo guía o ayuda en atender a este segmento de la población.

Como se observa la mayoría de negocios de restaurantes y hostales no cuentan con un manual de atención de personas con movilidad reducida, por lo que es fundamental su implementación en estos locales.

**2.- ¿Qué medios de seguridad aplicaría en su restaurante u hostel para la atención a personas con movilidad reducida?**

**Análisis e interpretación de la pregunta #2.-** El 40% de los encuestados afirma que el medio más importante para ayudar a las personas con movilidad reducida son las rampas de acceso, seguida de señalética con 40%, luego

está el tener una silla especial 10% y finalmente los baños con accesibilidad que representa el otro 10% de necesidades.

**3.- ¿Considera usted importante contar con un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?**

**Análisis e interpretación de resultados de pregunta #3.-** el 100% de los encuestados considera fundamental contar con un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida, el mismo que les guiara a entrenar a su personal en las condiciones de servicios que se les presta a este importante grupo de la población civil.

**4.- ¿Estima usted que un buen servicio al cliente para personas con movilidad reducida mejorará la demanda de sus servicios?**

**Análisis e interpretación de resultados de la pregunta #4.-** De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de los encuestados consideran que un buen servicio al cliente para personas con movilidad reducida, mejorar de alguna manera la demanda de esos servicios y sus compradores son repetitivos del servicio adquirido.

**5.- ¿Sus empleados tienen entrenamiento para atender a personas con discapacidad?**

**Análisis e interpretación de resultados de la pregunta #5.-** El 80% de sus empleados están en nivel medio de preparación para atender a personas con discapacidad pero al momento de atenderlos tratan de ser claros y auténticos aceptando sus necesidades, aspiraciones y respetar sus emociones permitiendo un trato confiable pero un 20% dice tener una alta capacidad de entrenamiento donde les transmiten un perfil de seguridad y confianza aceptando de forma profesional y madura cualquier tipo de incapacidad que tenga la persona.

## **6.- ¿Su negocio tiene señalética que facilite información a personas con discapacidad?**

**Análisis e interpretación de resultados de la pregunta #6.-** El 30% de entre hostales y restaurantes si tiene este tipo de información que responde a las necesidades de individuos con discapacidad ayudando a mejorar y facilitar la orientación de la ruta de los mismos procurando asegurar también el acceso a distintos servicios y entornos.

El 55% de los negocios no tienen señalética que facilite información a personas con discapacidad por lo tanto se les debe inculcar desarrollar dicho tema para adquirir conocimiento del mismo, siendo necesario para personas con discapacidades y encontrar una solución a la falta de publicación de los discapacitados en los espacios públicos mientras que un 15% aún están en proceso.

### **2.4. Triangulación de la información**

Analizando las preguntas que se aplicó a los usuarios que acuden con frecuencia a restaurantes y hostales, se pudo notar que no existe información, señalética o rampas de acceso para personas con movilidad reducida, por lo que es importante la elaboración de un manual que mejore la atención a clientes con este tipo de discapacidad

Las personas que atienden en los restaurantes y hostales son abiertos y amables, pero no tienen el entrenamiento necesario para atender a un grupo importante de la población con movilidad reducida, en los hostales de Leónidas Plaza solo el 10% cuenta por lo menos con información o algún tipo de rampa, el resto carece de facilidades para cuando este tipo de turista lo exige por sus condiciones, Los empleados no tienen capacitación para atender a este tipo de usuario y falta entrenamiento para su debida atención.

También se pudo notar que no todos los lugares tienen acceso para personas con movilidad reducida y esto se transforma en rampas de acceso, baños con el ancho suficiente, sistemas de conexión para teléfonos, señalización entre otros factores fundamentales.

## **CAPITULO III**

### **3.1. Título de la propuesta**

**Manual de servicio al cliente para atención a personas con movilidad reducida en restaurantes y hoteles.**

### **3.2. Justificación**

El presente manual está estructurado en módulos que hacen referencia a los cuidados que deben tenerse en el diseño y construcción de instalaciones hoteleras y de restauración para permitir el ofrecimiento de un buen servicio al cliente con movilidad reducida, donde las instalaciones deben incluir por lo menos en sus diferentes áreas como la recepción, pasillos, escaleras, dormitorios, señalética.

La ley que se aprobó para personas con discapacidades por parte de la asamblea nacional del Ecuador en el año 2012, exige una atención adecuada y prioritaria para este grupo importante de la población civil, el mismo que en lugares remotos de la zona costera del Ecuador, aun no recibe entrenamiento para su adopción según necesidades de cada persona con movilidad reducida.

El presente manual es una herramienta de apoyo que puede servir a gerentes y propietarios de hostales y restaurantes de Leónidas Plaza, a su vez cada uno de ellos pueden incorporar el manual para que sus empleados se informen sobre la calidad de servicios que hay que brindar a personas con movilidad reducida, el manual incorpora la normativa de seguridad tales como importancia de rampas de acceso a los locales, señalética de entradas y salidas de emergencias, lo mismo para hostales donde tienen medidas específicas de las puertas, baños, conexiones, etc.

### **3.3. Objetivo general**

- Orientar y capacitar al personal implicado en la hotelería y restauración de la parroquia de Leónidas Plaza, de manera que se pueda ofrecer un servicio adecuado desde las disponibilidades de las instalaciones y atención a las diferencias.

#### **3.3.1. Objetivos específicos**

- Elaborar un diagrama de servicios para personas con movilidad reducida para restaurantes y hostales de Leónidas Plaza
- Determinar el número de restaurantes y hostales que aplican un manual de servicio al cliente para personas con movilidad reducida

### **3.4. Sustento teórico**

La EDF. 2017. Afirma que la accesibilidad se refiere a las condiciones que permitan a todas las personas hacer uso de sus instalaciones y servicios ofrecidos. El acceso y circulación son las condiciones mínimas, otros deben disponer además de servicios higiénicos para personas con discapacidad. En numerosas ocasiones encontramos elementos o situaciones que rompen la cadena de accesibilidad, anulando todo esfuerzo por lograr un buen resultado en el uso de los espacios. ¿Qué beneficios reporta a las empresas un buen diseño accesible?

- Aumenta el número de usuarios y consumidores de los productos y servicios, resultando en un incremento de las ventas.
- Aumenta la satisfacción del usuario y del consumidor, incrementando la fidelidad de éste a la empresa.
- Se anticipa a los cambios en referencia a la competencia, detectando anticipadamente las oportunidades del mercado y convirtiéndolas en negocio.

- Sin grandes transformaciones se consigue formar parte de un mercado poco trabajado pero muy importante.
- Aumenta el prestigio de la empresa al demostrar que, además de sus metas económicas, persigue también finalidades sociales.

### **3.4.1. Diseño del manual de atención a clientes para personas con movilidad reducida.**

#### **3.4.1.2. Seguridad**

Se debe garantizar al menos una vía de evacuación accesible en caso de emergencia, desde la habitación hasta la puerta de salida. El itinerario de evacuación no debe presentar desniveles ni escalones aislados. La habitación debe disponer de la información gráfica adecuada para casos de evacuación y contar con alarmas auditiva y visual.

La entrada principal a un establecimiento hotelero debe ser preferentemente a nivel con el exterior, a través de un pavimento continuo y desde los estacionamientos subterráneos o de superficie. Si es necesaria una rampa, su pendiente no debe ser superior al 10%. En casos de adaptaciones, donde no exista suficiente espacio para desarrollar una rampa, será necesario la implementación de un elemento mecánico tipo plataforma elevadora de uso autónomo.

En casos de edificaciones antiguas con características de acceso difícil de adaptar, debe existir un acceso secundario con circuito peatonal y vehicular debidamente señalizado en el acceso principal. (Galindo, Gómez, Martha. 2016)



### **3.4.1.3. Principales áreas que deben ser acondicionadas para personas con movilidad reducida**

Existen muchas áreas dentro de un restaurante u hostel que debe ser condicionada para el desarrollo normal de actividades de una persona con movilidad reducida.

La recepción debe contar con un espacio mínimo para que una silla de ruedas pueda circular con normalidad, como también una recepción accesible. Este mobiliario debe contar con dos niveles de atención para facilitar la aproximación a personas en silla de ruedas. Bajo el mostrador debe considerarse un espacio libre de 40 cm de profundidad para permitir la aproximación de frente de una silla de ruedas circulares



Todas las circulaciones interiores que conducen espacios comunes como ascensores, restaurantes, salas de eventos, salas de ejercicios, etc. Deben contemplar itinerarios libres de peldaños y de objetos que puedan causar accidentes en personas de baja visión o niños.

### **3.4.1.4. En los dormitorios**

El o los dormitorios acondicionados para personas con movilidad reducida, deberán contar con una circulación accesible, libre de peldaños y obstáculos.

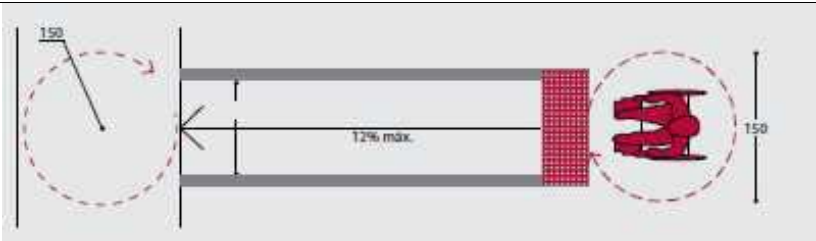


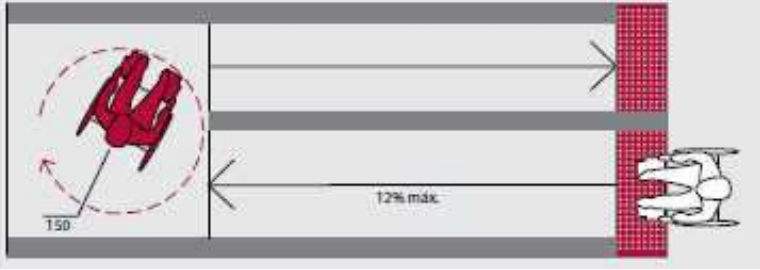

Debe asegurarse que las medidas del ascensor sean las adecuadas para permitir su uso por una silla de ruedas. Intervienen también en la accesibilidad del ascensor la altura adecuada de botoneras e información para las discapacidades sensoriales, como botoneras en braille y en casos especiales, un sintetizador de voz anunciando el piso.

Seguidamente se detallan los estándares universales a respetar para el logro de una accesibilidad adecuada para personas con movilidad reducida. Un elemento fundamental a considerar en el análisis son las **escaleras** como barrera esencial al desplazamiento, con lo que se relaciona el uso de las **rampas**. (Ver tabla # 1)

### 3.4.1.5. Las rampas y las escaleras.

Tabla 1. Recomendaciones para el uso de rampas

<p><b>Rampa – Escalera</b></p> <p>Las escaleras son elementos inaccesibles que pueden transformarse en una excelente solución de acceso universal. Cuando se dan las condiciones de dimensiones adecuadas, es posible generar una rampa en combinación con una escalera.</p>	
<p><b>Espacios de maniobra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un espacio libre y sin pendiente de 150 cm x 150 cm al inicio y al final de la rampa para maniobrar la silla de ruedas</li> </ul>	 <p>Rampa simple</p>

<p>y poder girar sobre su eje.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la rampa finaliza su recorrido frente una puerta, dicho espacio debe ser plano, sin pendiente y tener una longitud mínima de 150 cm más la longitud del barrido de la puerta, lo que permitirá efectuar la maniobra de apertura de ésta e ingreso en silla de ruedas</li> </ul>	 <p style="text-align: center;">Rampa doble</p>
<p>La rampa – escalera necesita una diferenciación en color entre los peldaños y la superficie de la rampa, para detectar los cambios de nivel</p>	

Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

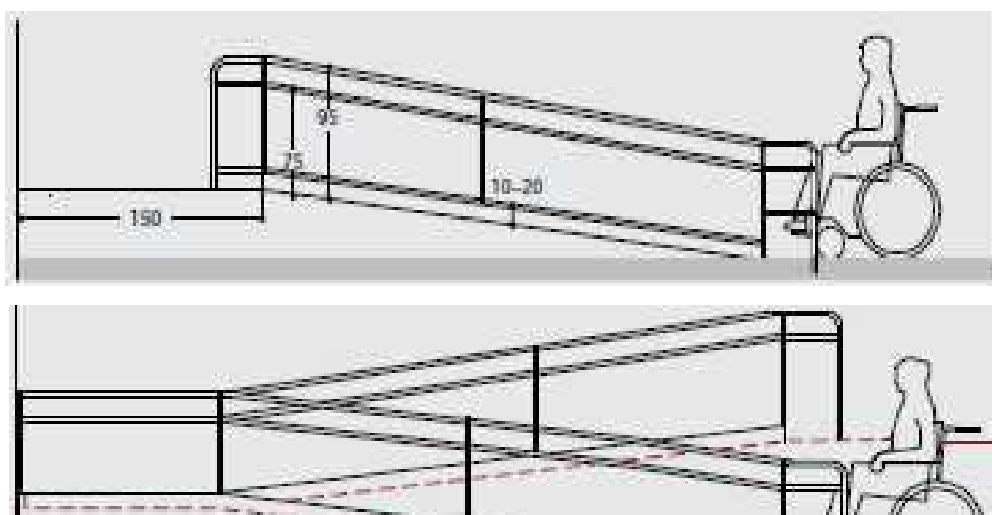
No solo es importante cuidar en el diseño las rampas, también es necesaria la consideración de los pasamanos a utilizar aparejados a las mismas.

### 3.4.1.6. Pasamanos en rampas

Para seguridad del usuario, especialmente cuando la longitud de la rampa supera 1 metro, deberá estar provista de pasamanos continuos en todo el recorrido, sin excepción.

- El pasamanos no podrá partir después de comenzada la pendiente ni terminar antes.
- El pasamano debe tener tres alturas: 95 cm para adultos, 75 cm para usuarios de silla de ruedas y entre 10 a 20 cm como guía para personas ciegas o de protección para las ruedas de una silla. Como se aprecia en la figura 2.
- Los pasamanos deberán estar firmemente sujetos al suelo o muro y permitir el deslizamiento de las manos sin interrupción.
- El diámetro de los pasamanos debe ser entre 3,5 a 4,5 cm y separado 5 cm del muro.
- La superficie de los pasamanos debe ser continua, sin resaltos, cantos filosos, ni superficies ásperas que interrumpan el desplazamiento de la mano sobre él hasta el final del recorrido. (Manual de buenas prácticas para PMR. 2016)
- Deben evitarse los materiales fríos o absorbentes de temperatura.

Figura 1 Dimensiones de las rampas



### 3.4.1.7. Pavimento y señalización de las rampas

Pavimentos en rampa • La superficie de la rampa debe ser antideslizante en seco y en mojado y su textura será rugosa.

- Debe diferenciarse el pavimento con cambio de color y/o textura al inicio y término de la rampa, con el fin de ser detectadas por personas ciegas.
- La franja de detección será perpendicular a la circulación, de 80 cm de profundidad como máximo.

Una buena rampa no requiere de señalizaciones, salvo en casos donde se pretenda mejorar su visibilidad. En tal caso se utilizará la señalización 2. En caso de que la inclinación sea en un ángulo superior al 12 % entonces deberá utilizarse la identificación de la figura 3.



Figura 2



Figura 3

Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

- Es conveniente contar con un mínimo de asientos de altura terminada de 45 cm con apoya brazos, que permite levantarse con facilidad a personas mayores.

Deben utilizarse elementos visuales que favorezcan la orientación de personas con dificultades auditivas. La iluminación debe ser la adecuada sobre los espacios que sean usados para leer o rellenar documentos.

- El piso deberá ser antideslizante y cuando exista alfombra, ésta deberá estar adherida al suelo.

### **3.4.1.8. El mobiliario destinado a la atención de personas**

El mismo deberá cumplir:

La zona más alta, para personas de pie, debe tener una altura máxima de 110 cm y la zona baja, para niños y usuarios de silla de ruedas, una altura máxima de 80 cm.

- El área de aproximación al mostrador deberá estar libre de obstáculos y contar con un espacio de 150 cm x 150 cm que lo enfrente.
- Bajo el mostrador debe considerarse un espacio libre de 40 cm de profundidad para permitir la aproximación de frente de una silla de ruedas.
- Debe considerarse una iluminación y contraste adecuados para poder ser detectados con facilidad por personas con limitaciones visuales.



Los elementos para manejo del público como dispensadores, timbres, cajeros, etc, deberán estar colocados a una altura no superior a 120 cm y fuera del área de circulación.

Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

## Pasillos



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

- Los pasillos son básicamente lugares de paso, por lo que debe evitarse cualquier obstáculo como mobiliario, adornos o plantas. Cuando sea necesario colocar este tipo de elementos, deberán ubicarse todos al mismo costado, dando prioridad al paso de las personas.
- Los pasillos que conduzcan a recintos de uso o de atención al público deben tener un ancho mínimo de 150 cm.
- Evitar elementos adosados a los muros que sobresalgan. Ellos no pueden sobresalir más de 20 cm cuando su altura de instalación sea menor a 210 cm y su presencia debe ser detectable visual o táctilmente con facilidad.
- Pueden empotrarse en el muro o instalar prolongaciones del objeto hasta el suelo o colocar debajo del objeto algún elemento de decoración que sea detectable con un bastón.
- En pasillos donde circulan muchas personas con movilidad reducida es conveniente colocar un pasamanos continuo de color contrastante con el muro.

### 3.4.1.9. Circulaciones interiores

- Las áreas de circulación deben contemplar recorridos libres de peldaños, de tal manera que permitan el desplazamiento en silla de ruedas por todos sus espacios.
- Si existen desniveles en circulaciones o pasillos en edificaciones antiguas, éstos deben transformarse a rampas en todo el ancho de la circulación o pasillo. Si esto no es posible debe ofrecerse un circuito alternativo accesible.
- En los accesos principales, espacios de distribución y pasillos, las alfombras o cubrepisos deben estar adheridos al piso y los desniveles entre los pisos terminados no podrán ser superiores a un centímetro.

Como se puede apreciar en las figuras 4 y 5 el giro en pasillos exige medidas mínimas de 100 cm por 100 cm, en el caso del pasillo ancho continuo, o de 120 cm por 95 cm en el caso del pasillo ancho variable.

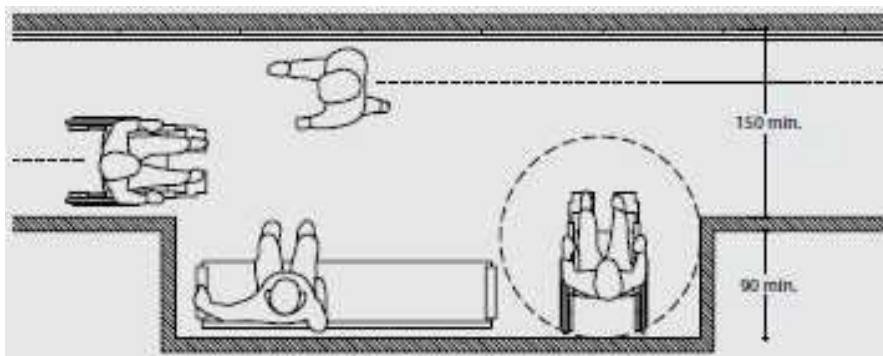


Figura 4

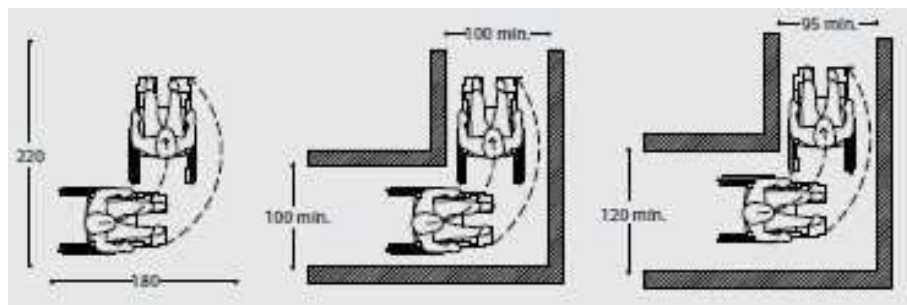


Figura 5

Fuente: Manual para discapacidad. 2016

Elaborado por: Katherine Mora



## Escaleras

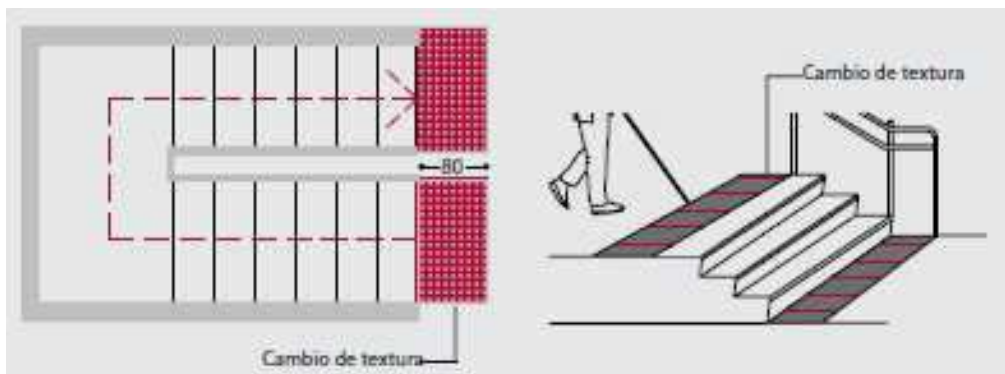


Figura 6

Fuente: Manual para discapacidad. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

### 3.4.1.10. Medidas generales

- La huella de la escalera no debe ser menor que 28 cm y la contrahuella como máximo 18 cm.
- No se aconseja el uso de escaleras con contrahuella “abierta” (es decir, cuando se ve el piso inferior), dado que las personas con movilidad reducida “guían su pie” por ella.
- La nariz del peldaño no debe sobresalir de la contrahuella ya que puede ocasionar tropiezos. El ángulo entre la huella y contrahuella no debe ser menor que  $60^\circ$  ni mayor que  $90^\circ$ .

### 3.4.1.11. Área de sombra

- En las áreas de sombra de la escalera, debajo de éstas, se debe considerar proteger hasta una altura mínima de piso a cielo de 210 cm, con el fin de que las personas con discapacidad visual no se golpeen la cabeza.
- El área de sombra puede protegerse con maceteros, muebles, o algún elemento que impida el paso.

### 3.4.1.12. Pasamanos en escalera

- Por seguridad del usuario y aun cuando sólo sean un par de escalones (como en el caso de accesos a edificios), debe tener al menos un pasamanos.
- Cuando las escaleras de acceso a edificios o en áreas públicas tengan más de 3 metros de ancho, deben estar provistas de pasamanos intermedios en toda la extensión de la escalera.
- El pasamano debe comenzar en el primer escalón y terminar en el último. Es decir, debe ser equivalente y continuo.

### 3.4.1.13. Puertas

Las puertas de acceso a edificaciones de uso público deben tener un ancho mínimo de 90 cm (vano de 100 cm). En puertas interiores se recomienda mantener un ancho libre mínimo de 80 cm (vano de 90 cm). Esta medida es considerada universal.

- La puerta debe abrirse en 90° como mínimo.
- En todos los casos, la manilla debe ser anatómica, con mecanismos de presión o de palanca y estar situada a 95 cm de altura. Ver figura 7.

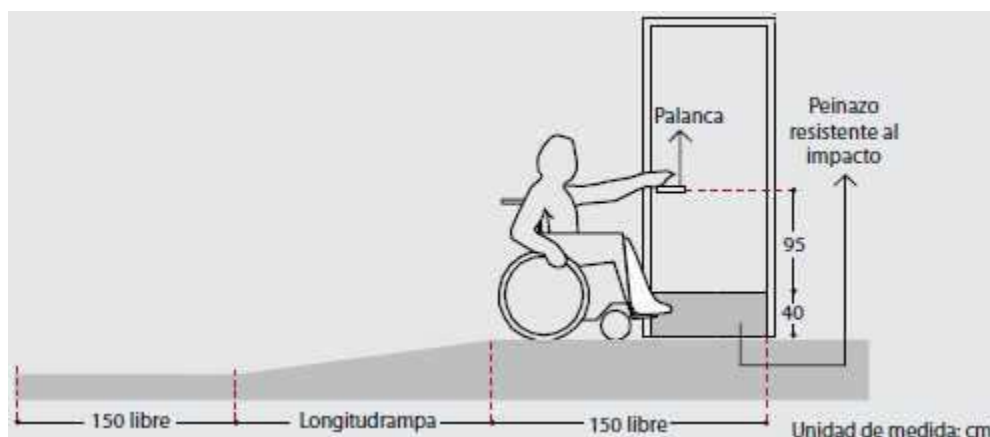


Figura 7 Fuente: Manual para discapacidad. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

Es importante destacar que en baños, la puerta debe tener un ancho mínimo de 80 cm libre (vano de 90 cm), y abrir hacia afuera para poder acceder con facilidad.

#### **3.4.1.14. Ventanas**

El diseño y disposición de las ventanas debe considerar las medidas de alcance visual y manual de personas en sillas de ruedas o personas de baja estatura.

- Los tipos de ventana que se recomiendan, condicionados a que estén equipados de herrajes adecuados y que permitan ser alcanzados y asidos por una persona en silla de ruedas, son:

- a.- Abatible hacia interior, a menos que se encuentren en un pasillo.
- b.- Corredera horizontal.
- c.- Pivote vertical.
- d.- Pivote horizontal.
- e.- Abisagrado inferior hacia interior.

En la elección de la cerrajería debe buscarse el modelo en el que la mano pueda agarrarse o apoyarse con facilidad y que al accionarlo permita la colaboración de otros músculos del brazo, así como la utilización de otros miembros del cuerpo. Son recomendados los herrajes que se accionan mediante mecanismos de presión o palanca.

	
<p>Las ventanas que se sitúen a un costado o sobre una rampa deben abrir hacia adentro o ser de corredera.</p>	<p>Cerrajería que permite un buen apoyo de la mano para efectuar maniobras de apertura o cierre.</p>

Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

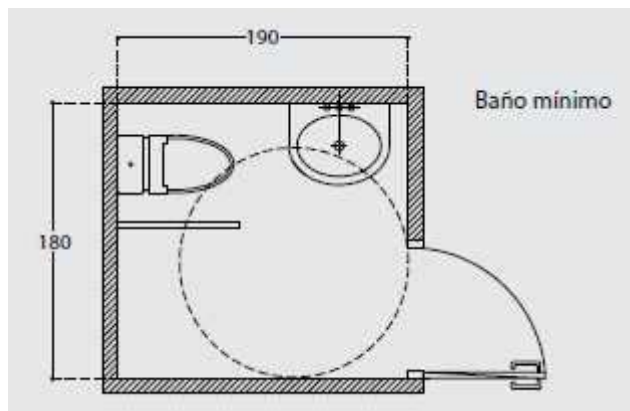
### 3.4.1.15. Baños

Los aspectos fundamentales de diseño de un baño son las dimensiones y distribución.

- La silla de ruedas debe poder girar y maniobrar en un diámetro de 150 cm en el interior del recinto. Este espacio libre se considera entre los 0 y 70 cm de altura
- Las áreas de aseo y baño deben tener pisos antideslizantes.
- Junto a los sanitarios deberán instalarse barras de apoyo y soportes para colgar muletas o bastones.
- Los muebles sanitarios deben tener alturas adecuadas, las que se irán especificando en cada caso particular.

### 3.4.1.16. Dimensiones

- Las dimensiones del recinto están condicionadas por el sistema y sentido de apertura de la puerta, la cual, por razones de seguridad, debe abrir hacia afuera o bien que sea de tipo corredera.
- El ancho libre mínimo de la puerta será de 80 cm (vano de 90 cm).
- El mecanismo de apertura de la puerta y pestillos de seguridad serán de fácil accionamiento y manipulación. Seguidamente se muestran las dimensiones y ubicación a considerar en un baño mínimo, donde la unidad de medida es el cm.



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

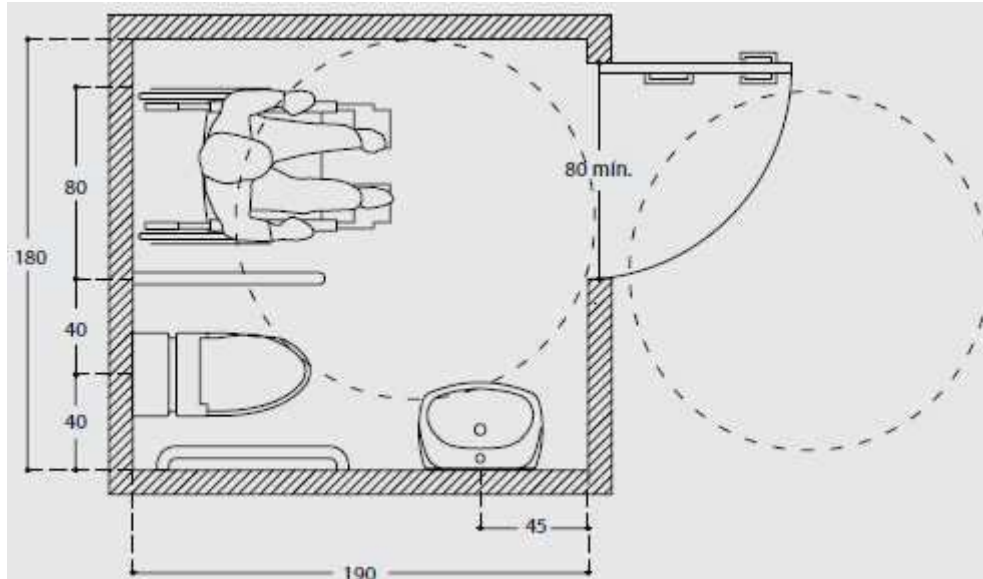
Elaborado por: Katherine Mora

La altura terminada del inodoro debe ser de 46 a 48 cm como máximo.

El objetivo es equiparar las alturas del inodoro con la silla de ruedas para facilitar la transferencia. En el mercado existen varios modelos que cumplen con esa medida. Si la altura estándar es menor, se montará sobre una base ceñida a la forma de la base del inodoro para no interferir con la aproximación de la silla de ruedas.

- El mecanismo de descarga debe poderse accionar con la mano empuñada o codo.
- Las áreas de aseo y baño deben tener pisos antideslizantes.

- Se recomienda utilizar dos barras de apoyo. La barra situada en el muro debe ser recta y fija y la otra abatible. Ambas debe ser ubicadas a 40 cm máximo del eje del inodoro y a una altura de 75 cm.



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

### 3.4.1.17. Duchas



- Cuando el receptáculo de ducha sea utilizado por personas usuarias de silla de ruedas, el ingreso debe ser plano.

- Un diseño cómodo de receptáculo de ducha tendrá dimensiones de 90 x 120 cm.

Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

- El asiento puede ser fijo, abatible o movable, de 45 x 45 cm, en lo posible con brazos laterales de apoyo y a una altura terminada de 46 cm.
- Un desnivel de 0,5 cm en el ingreso y un 2% de pendiente hacia el desagüe serán suficientes para impedir que el agua escurra hacia afuera.
- El piso debe ser antideslizante en seco y mojado.
- Las rejillas de desagüe no deberán tener ranuras de más de 1,5 cm de separación.

#### 3.4.1.18. Elementos relativos a la señalización de los baños.



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

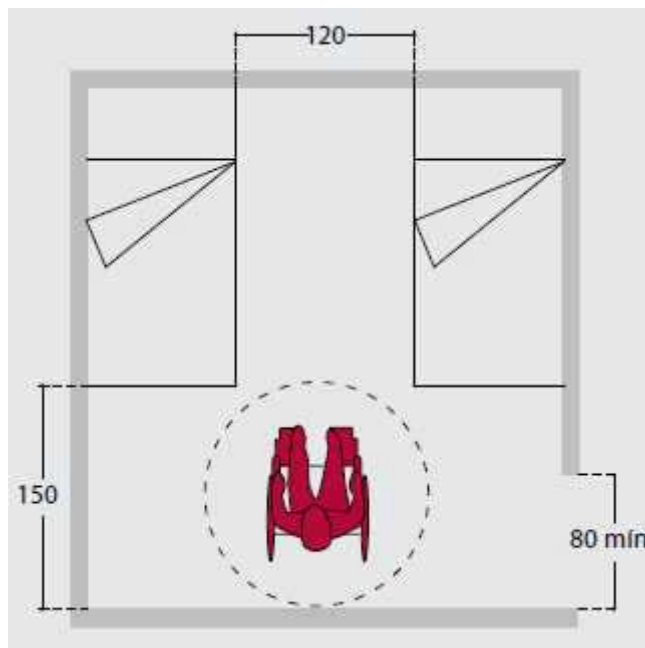
Elaborado por: Katherine Mora

#### 3.4.1.19. Dormitorios

La cama debe estar levantada del suelo al menos 20 cm para permitir la correcta posición de los pies de quien asiste a la persona.

- Para el clóset se recomienda utilizar puertas de corredera con tirador. La barra para colgar ropa y cajones deben ubicarse a una altura máxima de 120 cm.
- Si existen alfombras, éstas deben estar adheridas al suelo.

- Para las ventanas y balcones debe considerarse el campo visual desde una silla de ruedas. La altura de los mecanismos de cierre y apertura no debe superar los 120 cm.
- Los interruptores y enchufes deberán estar también dentro del alcance de la persona y ser de color contrastante. Es conveniente que cuenten con luz piloto para localizarlos fácilmente en la oscuridad.
- El baño integrado en la habitación será accesible.



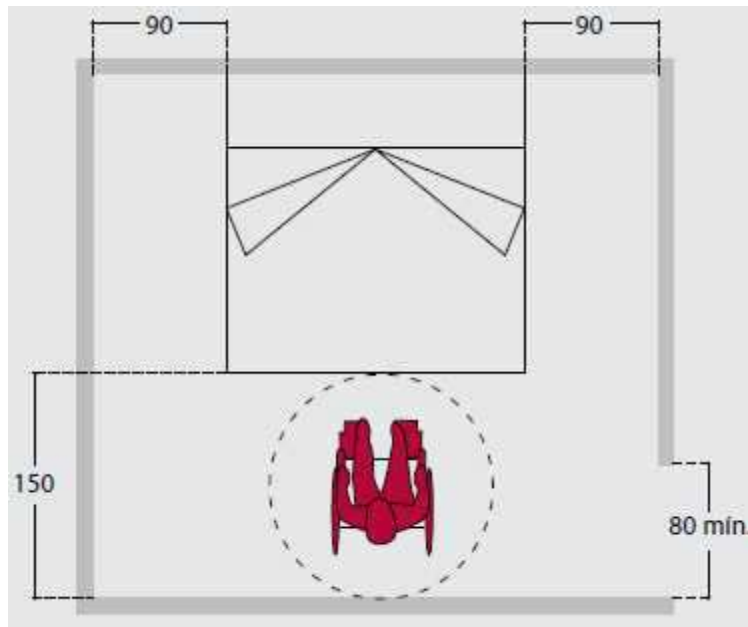
Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

- Las dimensiones mínimas de una habitación accesible deberán contemplar un área circular de rotación de 150 cm y pasillos de 90 cm mínimo alrededor de la cama para la transferencia.
- La puerta debe tener un ancho mínimo libre de 80 cm (vano de 90 cm) y poseer una manilla de tipo palanca.
- La altura de la cama debe ser de 48 cm para facilitar la transferencia desde una silla de ruedas
- La cama debe estar levantada del suelo al menos 20 cm para permitir la correcta posición de los pies de quien asiste a la persona.



- Para el clóset se recomienda utilizar puertas de corredera con tirador. La barra para colgar ropa y cajones deben ubicarse a una altura máxima de 120 cm.
- Si existen alfombras, éstas deben estar adheridas al suelo.



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

### 3.4.1.20. Instalaciones de restauración

Un comedor con accesibilidad universal debe contar con un pasillo de circulación que permita la aproximación de una silla de ruedas hasta las mesas, recomendándose al menos un circuito de 120 cm de ancho.

- La altura de la mesa estará comprendida entre 75 cm y 80 cm, con un espacio libre inferior de 70 cm, fondo libre de 60 cm para acomodar los apoyos de pies bajo la mesa y ancho de 80 cm.
- Una silla que se acomoda a las necesidades de usuarios con movilidad reducida debe tener una altura de asiento en torno a los 45 cm, con respaldo y apoyo de brazos.
- Las barras y mostradores deben considerar una zona destinada a personas que utilicen silla de ruedas. Esto significa que en ese espacio

la barra tendrá una altura de entre 80 y 85 cm, una longitud mínima de 80 cm y una altura libre inferior de entre 70 y 80 cm.

Deben considerarse medidas de uso universal especialmente en autoservicios de comida, donde los rangos de alturas mínimas y máximas de alcance corresponden a 40 y 120 cm.

Existe una línea de mesas que sobrepasa los 100 cm de altura; estos modelos no pueden ser usados por personas en silla de ruedas, se recomienda que exista la alternativa de al menos una mesa de altura tradicional.

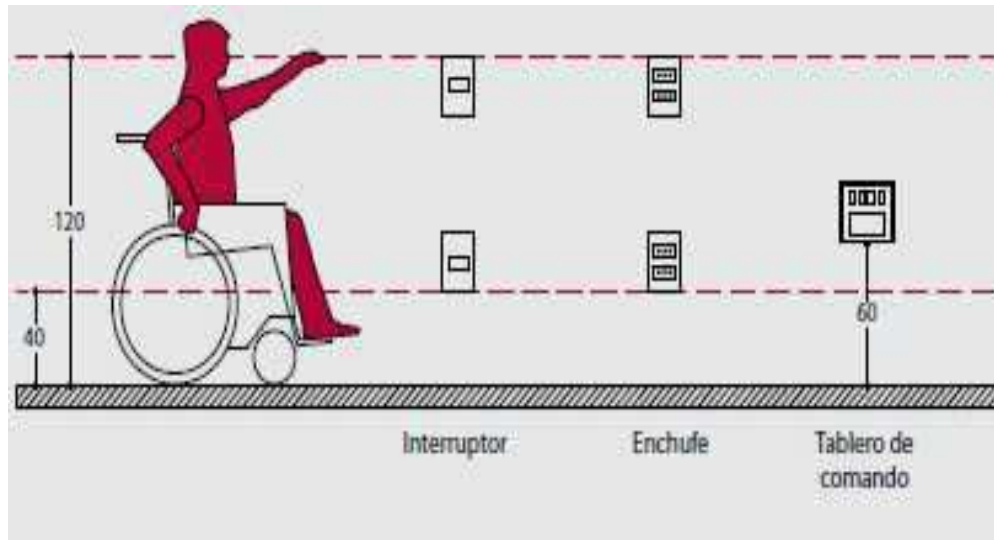
### **3.6.1. Servicios básicos**

#### Instalaciones eléctricas

La instalación de interruptores y enchufes en que contemplan un uso universal deben ser ubicados en los accesos a los distintos espacios, de manera que el accionamiento de éstos no implique desplazamientos innecesarios. Ejemplo: a ambos extremos de un pasillo, junto a las camas, cercano a los aparatos eléctricos, etc. Nunca detrás de los muebles y puertas.

- Para su ubicación tendrán que considerarse las alturas de alcance, mínima de 40 cm y máxima de 120 cm.
- Los tableros de comando, desde los cuales se protege y opera toda la instalación, deberán considerar dentro del rango universal aceptable una altura mínima de los dispositivos de accionamiento de 60 cm respecto del nivel de piso terminado
- En el diseño, preferir aquellos que ofrezcan contraste de color con la pared y luz piloto para ser detectados fácilmente en la oscuridad.
- El tipo de interruptores tiene que ser fácil de accionar, como por ejemplo de presión, tirador o cordón. Evitar los de deslizamiento, giro o palanca.

- Los enchufes deben ser de fácil ajuste macho–hembra.
- Considerar también la posición de los interruptores de sistemas de ventilación y extracción de humo, que generalmente se encuentran ubicados en alturas inaccesibles para personas en silla de ruedas.



Fuente: Manual de buenas prácticas. 2016

Elaborado por: Katherine Mora

## **Conclusiones:**

- Por los resultados obtenidos en el trabajo de campo la mayoría de restaurantes y hostales de Leónidas Plaza no cuentan con un manual para atención de clientes con movilidad reducida.
- Un porcentaje muy elevado de hostales y restaurantes indican que sus empleados no tienen capacitación para atender a una persona con movilidad reducida, por lo que se requiere entrenamiento en el corto plazo
- Las instituciones del estado no están regulando las empresas de hospedaje y restaurantes, para que en su diseño cuenten con elementos básicos de accesibilidad para personas con movilidad reducida.
- La constitución de la república del Ecuador y la ley de discapacidades aprobada año 2012, protege y garantiza la atención adecuada para este segmento importante de la población nacional.
- La falta de información y espacios para las personas con movilidad reducida, hace que estos clientes no sean frecuente, perdiendo de alguna manera ventas por falta de espacios para clientes con movilidad reducida.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda la utilización de este Manual para el diseño, construcción, remodelación, decoración y arreglo de instalaciones hoteleras y de restauración; así como la debida información a los clientes con movilidad reducida de los beneficios que poseen las mismas.
- Se recomienda la difusión y divulgación del presente manual entre los administradores y empleados de las instalaciones hoteleras y de restauración con el fin de mejorar la prestación de servicios.
- Chequear el estado de los estándares incluidos en este manual con periodicidad, con el objetivo de incluir en el plan de mantenimiento de los hoteles y restaurantes las acciones necesarias para su adecuada conservación y con la frecuencia requerida.
- Se recomienda la capacitación del personal que tiene contacto directo con los clientes, de manera que puedan dar información completa y oportuna a los visitantes con movilidad reducida del uso de las facilidades que brinda la instalación.
- Incluir en las promociones realizadas por los hoteles y restaurantes los elementos relacionados a la accesibilidad, para atraer a este significativo grupo de clientes, en compañía de sus familiares.

## BIBLIOGRAFIA

- Agueda, Fernández. 2017. Turismo accesible, atención al cliente con capacidades restringidas

---

- Alan, Pedro. 2015. Importancia del servicio al cliente documento en html.

---

- Asamblea nacional del Ecuador. 2012. Debate de la ley orgánica de discapacidades

---

- Bitner, Ostrom y Morgan (2008) presentan el siguiente esquema para diseñar el diagrama de la prestación

---

- Casado, Luis. 2016. ¿Cómo atender a los clientes con discapacidad en tu punto de venta?

---

- Casado, Luis. 2016. Aproximaciones del perfil demográfico de la villa de Santander. España

---

- Chase R., Aquilano N. y Jacobs R. 2008. Administración de producción y operaciones. Octava edición. McGraw Hill. Santa Fé de Bogotá

---

- Del Toro, Maite. 2011. Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero

---

- Diario El país. 2016. Un manual da pautas de trato y atención al público para las personas con discapacidad

---

- DNPS. 2016. manual de buenas prácticas para el trato y la atención al público de personas con discapacidad

- EDF. 2017. European Disability Forum. Servicio de excelencia para personas con movilidad reducida. Documento html
- Epsilon y Wylei Research. 2014. Which Types of Brand Communications Most Influence Purchase Decisions?
- Escobar, Eduardo. 2010. Eduardo Felipe. La limpieza como una importante dimensión de la calidad en la hotelería.
- Galindo, Gómez, Martha. 2016. Propuesta y evaluación de un restaurante temático atendido por personas con discapacidad auditiva y vocal. Colombia
- Gómez, E. (2009). ¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes la amabilidad es la clave. Doc pdf.
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor
- GreenWays. 2017. Atención al cliente con necesidades de accesibilidad
- Grönroos, C (2001. The perceived service quality concept - a mistake?". Managing Service Quality 11(3), 150-152
- Hartmann, Patrick. 2002. El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso de Iberdrola
- Huerta, Peralta, Jaime. 2012. Discapacidad y accesibilidad la dimensión desconocida.

- Islam, Naheed. 2017. La empatía y la gestión de relaciones documento en pdf

---

- Kaizen. 2013. Método de mejora continua en la industria de la construcción. México

---

- Ley orgánica de discapacidades, registro oficial 2012.

---

- Miller, D. 2015. El servicio de calidad. Punto de vista del cliente

---

- Nuñez, H. (2003). Servicio al cliente. México: Edamsa impresiones

---

- Pereira, J. 2008. La satisfacción del cliente en ISO 9001 Colombia:

---

- Predif. 2017. Atención a clientes con necesidades especiales y reducidas

---

- Reglamento general a la ley de discapacidades. 2012. Tomado del Registro Oficial N° 27

---

- Riberdis, 2016. Atención al cliente con discapacidad y otras necesidades especiales. España

---

- Sandoval, Cinthia. 2017. Definición de hotelería publicación de blog
- Sarmiento, José Manuel. 2015. El concepto de calidad en ISO 9000:2015

---

- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.

---



- Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
-

## ANEXOS

### ANEXO A.

#### Encuesta a usuarios de hostales y restaurantes

##### 1.- ¿Cómo califica el servicio de restaurantes y hostales de la parroquia de Leónidas Plaza?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	16	20,00%
Bueno	6	7,50%
Regular	36	45,00%
Malo	22	27,50%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

##### 2.- ¿Considera usted que los restaurantes brindan una buena atención al cliente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	37,50%
No	40	50,00%
No lo sabe	10	12,50%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

##### 3.- ¿Considera que las hostales de Leónidas Plaza brindan una buena atención al cliente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	43,75%
No	45	56,25%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**4.- ¿Considera usted que los hostales y restaurantes cuentan con medios y protocolos para atención a clientes con movilidad reducida?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	12,50%
No	66	82,50%
No lo Sabe	4	5,00%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**5.- ¿Qué medios de seguridad para personas con movilidad reducida identifica en los restaurantes de Leónidas Plaza?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Rampla	16	20,00%
Señalética	12	15,00%
Sillas especiales	0	0,00%
Baños con accesibilidad	0	0,00%
Ninguno	52	65,00%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**6.- ¿Estima correcto que los restaurantes y hostales de Leónidas Plaza incorporen un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	97,50%
No	2	2,50%
Total	80	100,00%

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**7.- ¿Considera que los dueños y personal de servicio de restaurantes y hostales de Leónidas Plaza deben ser capacitados en atención para personas con movilidad reducida?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100,00%

No	0	0,00%
No lo se	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

## **ANEXO B**

Encuesta aplicada a locales como hostales y restaurantes de Leónidas Plaza.  
20 locales.

### **1.- ¿Cuenta usted con un manual de atención a clientes con movilidad reducida?**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	2	10,00%
No	18	90,00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

### **2.- ¿Qué medios de seguridad aplicaría en su restaurante u hostel para la atención a personas con movilidad reducida?**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Rampla	8	40,00%
Señalética	8	40,00%
Sillas especiales	2	10,00%
Baños con accesibilidad	2	10,00%
Ninguno	0	0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

### **3.- ¿Considera usted importante contar con un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	20	100,00%
No	0	0,00%
No lo sabe	0	0,00%

Total	20	100,00%
-------	----	---------

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**4.- ¿Estima usted que un buen servicio al cliente para personas con movilidad reducida mejorará la demanda de sus servicios?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**5.- ¿Sus empleados tienen entrenamiento para atender a personas con discapacidad?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	4	20%
Medio	16	80%
Bajo	0	0%
Ninguno	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

**6.- ¿Su negocio tiene señalética que facilite información a personas con discapacidad?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	30%
No	11	55%
Está en proceso	3	15%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Resultado de la investigación.*

*Elaborado por: Katherine Mora*

## **ANEXO B**

### **MODELO DE ENCUESTA**

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

EXTENSION BAHIA DE CARAQUEZ

Encuesta aplicada a clientes que acuden a hostales y restaurantes de Leónidas Plaza. 80 clientes

**Estimado cliente**, con el fin de mejorar la calidad de nuestros servicios para la atención a personas con movilidad reducida en hostales y restaurantes de Leónidas Plaza conteste marcando con una X la opción:

1.- ¿Cómo califica el servicio de restaurantes y hostales de la parroquia de Leónidas Plaza?

Excelente
Bueno
Regular
Malo

2.- ¿Considera usted que los restaurantes brindan una buena atención al cliente?

Si
No
No lo sabe

3.- ¿Considera que las hostales de Leónidas Plaza brindan una buena atención al cliente?

Si
No

4.- ¿Considera usted que los hostales y restaurantes cuentan con medios y protocolos para atención a clientes con movilidad reducida?

Si
No
No lo Sabe

5.- ¿Qué medios de seguridad para personas con movilidad reducida identifica en los restaurantes de Leónidas Plaza?

Rampla
Señalética
Sillas especiales
Baños con accesibilidad
Ninguno

6.- ¿Estima correcto que los restaurantes y hostales de Leónidas Plaza incorporen un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?

Si
No

7.- ¿Considera que los dueños y personal de servicio de restaurantes y hostales de Leónidas Plaza deben ser capacitados en atención para personas con movilidad reducida?

Si
No
No lo se

Muchas Gracias!!!

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI  
EXTENSION BAHIA DE CARAQUEZ**

**Encuesta aplicada a locales como hostales y restaurantes de Leónidas Plaza. 20 locales**

**Estimado cliente**, con el fin de mejorar la calidad de nuestros servicios para la atención a personas con movilidad reducida en hostales y restaurantes de Leónidas Plaza conteste marcando con una X la opción:

1.- ¿Cuenta usted con un manual de atención a clientes con movilidad reducida?

Si
----

No
----

2.- ¿Qué medios de seguridad aplicaría en su restaurante u hostel para la atención a personas con movilidad reducida?

Rampla
Señalética
Sillas especiales
Baños con accesibilidad
Ninguno

3.- ¿Considera usted importante contar con un manual de atención al cliente para personas con movilidad reducida?

Si
No
No lo sabe

4.- ¿Estima usted que un buen servicio al cliente para personas con movilidad reducida mejorará la demanda de sus servicios?

Si
No

5.- ¿Sus empleados tienen entrenamiento para atender a personas con discapacidad?

Alto
Medio
Bajo
Ninguno

6.- ¿Su negocio tiene señalética que facilite información a personas con discapacidad?

Si
No
Está en proceso



**ANEXO C**  
**FOTOS DE ENCUESTA**

