UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

TEMA:

GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS HOTELERAS DEL CANTÓN MONTECRISTI, 2021.

Autor:

Jeniffer Letisia Anchundia Palacio

Tutor:

Caballero Mero Daniel Rafael

Manta, 2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante **ANCHUNDIA PALACIO JENIFFER LETISIA**, legalmente matriculada en la carrera de **HOTELERÍA**, período académico 2021-2022(2), cumpliendo el total de 383 horas, bajo la opción de titulación de **Proyecto de Investigación**, cuyo tema del proyecto es "Gestión Integral de la calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi, 2021".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 28 de diciembre de 2021.

Lo certifico,

Ing. Daniel Caballero Mero
Docente Tutor(a)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

YO, JENIFFER ANCHUNDIA PALACIO, ante las autoridades de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito:

GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS HOTELERAS DEL CANTÓN MONTECRISTI, 2021.

Es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

APROBACIÓN

El tribunal Evaluador certifica:

Los suscritos, declaran que han aprobado el proyecto de investigación cuyo tema es: **"GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS HOTELERAS DEL CANTÓN MONTECRISTI, 2021",** que ha sido propuesto, desarrollado y sustentado por: Jeniffer Letisia Anchundia Palacio, previa la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras, de acuerdo con el Reglamento para la elaboración de proyecto de investigación de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí ULEAM.

_____

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg.

Presidente del tribunal de titulación

_____

Lic. Gabriela Sión Saltos, Mg.

Delegada del presidente Tribunal

_____

Ing. Mauricio Becerra Avila, Mg.

Miembro del tribunal

_____

Ing. Claudia Loor Caicedo, Mg.

Miembro del tribunal

_____

Ing. Daniel Caballero Mero, Mg.

Docente Tutor de Titulación

_____

Srta. Jeniffer Anchundia Palacio

Graduada

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación, con mucho amor, a una mujer que hace 20 años viajo fuera de su País para brindarme un mejor futuro, mi madre una mujer valiente, luchadora y única, solo queda decir gracias por todo tu apoyo y amor incondicional.

A Jehová ya que él me da la fuerza y la voluntad para seguir adelante con mis estudios y en mi vida diaria.

Y a mi querida hija, quien es mi mayor motivación para no rendirme en mis estudios, en mi vida diaria y ser un ejemplo de perseverancia, el camino no fue fácil, pero es satisfactorio ver que con esfuerzo, fe y voluntad todo es posible.

Jeniffer Letisia Anchundia Palacio

RECONOCIMIENTO

Agradezco a mis docentes de la facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por haber compartido sus conocimientos en todos estos años universitarios.

A mi querido docente el Ing. Caballero Mero Daniel Rafael, por la confianza, esfuerzo, paciencia para enseñarme y guiarme, en todo este proceso, permitiéndome estar un paso más cerca a la obtención de mi título universitario.

Mis más sinceros agradecimiento y gratitud a la Ing. Carmen Luca, por todo el apoyo, dedicación, profesionalismo, y su ayuda brindada en todo momento.

Expreso mi gratitud a Jehová quien con su bendición llena siempre mi vida.

Sobre todo, mi más profundo agradecimiento a todas los dueños o gerente de los establecimientos hoteleros que me brindaron apertura para poder llevar a cabo esta investigación.

A mis compañeros y amigos que esta carrera me permitió conocer y ser parte de ellos y compartir dentro y fuera de las aulas.

Gracias por todo su apoyo.

Jeniffer Letisia Anchundia Palacio

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA ii
APROBACIÓN iii
DEDICATORIA iv
RECONOCIMIENTO v
RESUMEN ix
ABSTRACT x
INTRODUCCIÓN 1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 4
FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA 6
OBJETIVOS 7
OBJETIVO GENERAL 7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 7
CAPÍTULO I 8
MARCO TEÓRICO 8
1.1. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD 8
1.1.2. GESTIÓN INTEGRAL DE CALIDAD 9
1.1.3. GESTIÓN DE CALIDAD 9
1.2. SERVICIOS HOTELEROS 10
1.2.1. PRESTACIÓN DE SERVICIOS HOTELEROS 10
1.2.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 11
1.2.3. PAUTAS DE LA GESTIÓN HOTELERA 11
1.2.4. EL FACTOR HUMANO Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD 12
1.2.5. BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS HOTELES 14
1.2.6. CALIDAD DE SERVICIO PARA LA INDUSTRIA HOTELERA 15
1.3. ÍNDICARORES DE CALIDAD 15
1.3.1. LAS CERTIFICACIONES DE CALIDAD, NORMAS ISO 16
1.3.2 REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO, MINISTERIO DEL TURISMO 17
CAPÍTULO II. 20
DISEÑO METODOLÓGICO 20
2.1. METODOS DE INVESTIGACIÓN 21
2.1.1. DE CAMPO 21
2.1.2. BIBLIOGRAFÍA 21
2.1.3. ANALÍTICO – SINTÉTICO 21
2.1.4. HIPOTÉTICO - DEDUCTIVO 21
2.1.5. MÉTODO INDUCTIVO 22

2.2. TECNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN. 22
2.2.1. LA METODOLOGÍA DE LA NETNOGRAFÏA: 22
2.2.2. ENCUESTA: 23
2.2.3. ENTREVISTA: 23
2.2.4. OBSERVACIÓN: 23
2.2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA 24
2.2.6. ORGANIGRAMA DE ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO 25
2.2.7. ENTREVISTA, ENCUESTAS Y FICHA DE OBSERVACIONES 26
CAPÍTULO III. 27
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 27
Interpretación de los resultados 27
CONCLUSIONES 42
RECOMENDACIONES 43
BIBLIOGRAFÍA 44
ANEXOS ..... A

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 **REGLAMENTO (MINTUR).** 17
TABLA 2 **CATASTRO**..... 24
TABLA 3 **ESTABLECIMIENTOS** 25
TABLA 4 27
TABLA 5 28
TABLA 6 29
TABLA 7 32
TABLA 8 33
TABLA 9 34

INDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1. ORGANIGRAMA..... 26

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1..... 27
GRÁFICO 2..... 28
GRÁFICO 3..... 31
GRÁFICO 4..... 32
GRÁFICO 5..... 33
GRÁFICO 6..... 34

RESUMEN

El sistema de gestión integral de la calidad en los servicios hoteleros es un factor determinante que nos permite organizar, planear, ejecutar y controlar las acciones necesarias para la prestación de servicios con adecuados estándares de calidad, con el objetivo de incrementar la satisfacción del cliente y el cumplimiento de sus expectativas, logrando además beneficios tangibles e intangibles de esta gestión reflejados en la fidelización de los clientes y sus referencias hacia el establecimiento, cumpliendo así con el desarrollo de la misión del negocio.

La presente investigación tiene como objetivo diagnosticar la importancia de la gestión integral de calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi, durante el año 2021, para lo cual se emplearon los métodos de investigación de campo, bibliográficos, analítico-sintético, hipotético-deductivo, método inductivo, además de las herramientas de la investigación de metodología de la netnografía, entrevista, encuestas y observaciones, usando el modelo Hotelqual. Mediante lo cual podemos evidenciar que los alojamientos entrevistados del cantón Montecristi no cuentan con certificaciones de calidad, o un modelo de gestión de calidad hotelera, además de las capacitaciones adecuadas al personal, para una mejor experiencia para el cliente y su satisfacción.

Pero igual los establecimientos encuestados, aunque no cuenten con certificaciones tienen algún conocimiento sobre normas de calidad como las normas ISO y brindan seguridad a sus huéspedes, también para ellos sus componentes básicos de la calidad del servicio es la buena actitud, cordialidad, seguridad, respeto.

Palabras claves: Gestión integral, Satisfacción, Calidad, Hotelqual, Normas.

ABSTRACT

The comprehensive quality management system in hotel services is a determining factor that allows us to organize, plan, execute and control the actions necessary to provide services with adequate quality standards, with the aim of increasing customer satisfaction and the fulfillment of their expectations, also achieving tangible and intangible benefits of this management reflected in the loyalty of the clients and their references towards the establishment, thus fulfilling the development of the business mission.

The objective of this research is to diagnose the importance of comprehensive quality management in the hotel companies of the Montecristi canton, during the year 2021, for which field research methods, bibliographic, analytical-synthetic, hypothetical-deductive, were used. inductive method, in addition to the research tools of netnography methodology, interviews, surveys and observations, using the Hotelqual model. Through which we can show that the accommodations interviewed in the Montecristi canton do not have quality certifications, or a hotel quality management model, in addition to adequate training for the staff, for a better experience for the client and their satisfaction.

But the establishments surveyed, even though they do not have certifications, have some knowledge about quality standards such as ISO standards and provide security to their guests, also for them their basic components of service quality are a good attitude, cordiality, security, respect.

Keywords: Comprehensive management, Satisfaction, Quality, Hotelqual, Standards.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador (Mintur): ¨El sector turístico es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo, juega un papel importante en la creación de empleo, generación de divisas y actividad económica en general.

La historia de la industria hotelera en Ecuador se originó a partir de la sociedad preincaica y la sociedad ancestral, por supuesto que existía una gran diferencia entre entonces y la actualidad, pero desde esa época existían alojamientos que servía de refugio para alojar a chasquis y emisarios, posteriormente pasó por varias etapas y siglos, evolucionando constantemente, hasta el año 1850 donde el señor suizo César Jean Ritz, apareció y se convirtió en el padre de la hotelería moderna, en Ecuador el primer hotel surgió en Quito, y era el Hotel Plaza Grande o Plaza de la Independencia, a inicios del siglo pasado, y a finales del siglo aparecieron los hoteles en la provincia de Manabí, pero no fue hasta el año de 1955 donde un grupo de empresario hoteleros decidió unirse como organización nacional y junto al Ministerio de Economía y Turismo, establecer las bases de la industria hotelera nacional, posteriormente en 1987 se consolidó el gremio hotelero, desde esa fecha se ha logrado incrementar, mejorar y diversificar los servicios hoteleros, que se desenvuelven en un cambiante entorno, donde la evolución ha demostrado que para ser competitivos no hay mejor herramienta que la gestión de calidad integral de los servicios que se ofrezcan. (Ecuador H. , 2021) .

El país busca constantemente posicionarse como un destino turístico mundial, potenciando la economía y aumentando los ingresos, buscando la optimización y la mejora continua, impulsando a la industria hotelera a capacitarse e implantar modelos de gestión de calidad que ayuden a lograr ese objetivo.

El concepto calidad, existe desde hace mucho tiempo, se empezó usando a nivel industrial, hoy en día se aplica en el sector de servicios turísticos, midiendo así la satisfacción

del cliente, referente a lo que esperaba para cubrir sus necesidades de ocio y descanso, en un establecimiento turístico, estos criterios u opiniones formadas entre lo esperado por ellos y lo recibido, afecta fuertemente a la imagen de la empresa o negocio de servicio turístico, por tanto el concepto calidad, toma vital importancia en la dinámica comercial actual de los sectores : turísticos y hoteleros, convirtiéndose en un factor diferenciador, dentro de una tan industria competitiva, que además de lidiar con la gran diversificación de productos y los nuevos destinos emergentes, también es muy sensible a las expectativas económicas globales (R Santomà Vicens, 2007), como se ha observado desde el año 2020 ante situaciones mundiales como la pandemia del covid-19 y sus efectos, siendo un reto adaptarse constantemente a estos cambios en el mercado, debiendo generar estrategias, controles y procedimientos, que les permitan seguir en el mercado, logrando crecimiento y rentabilidad en sus negocios, adaptándose con éxito a un mundo cambiante sin desfallecer en el intento.

En Ecuador, durante los últimos años ha tomado fuerza el argumento de la calidad en los servicios, implementando normas y modelos de calidad, creando procesos y protocolos de formación para el sector, fomentando así la calidad turística del país, buscando además la excelencia del sector hotelero del Ecuador. (Calderón Calderón, 2014).

Los servicios de alojamiento utilizan una serie de sistemas reguladores de la calidad de servicio y establecen estándares para lograr certificaciones, además de las indicaciones sugeridas en el reglamento de alojamiento Turístico del Mintur Ecuador (Ecuador M. d., 2016), las cuales se seleccionarán dependiendo de las características de cada establecimiento hotelero, además de indicadores que permiten monitorear, controlar y analizar la gestión de ocupación y rendimiento financiero así como todas las operaciones que se ejecutan para alcanzar los objetivos del alojamiento, tiene una relación intrínseca con ellos, se les denomina KPI, Key performance indicator, o indicadores

claves de rendimiento, convirtiéndose en una arma de comunicación, siendo la información obtenida clara, concisa, relevante y entendible, entre estos indicadores tenemos las

de experiencia del huésped que están ligadas a la calidad que percibió el cliente durante la estadía, hoy en día estamos en una era digital y debemos saber manejar adecuadamente las redes y los comentarios dentro de ellas sobre el establecimiento, con ello se presenta un problema muy usual, las calificaciones del cliente, en el internet se hacen a posteriori de haber abandonado el hotel y no deja un margen de acción en aquellos comentarios negativos, siendo muy complicado revertir la situación, salvo que el gerente tenga habilidades para tratarlo, aquí entran los indicadores y las herramientas para tratar la calidad desde antes, solucionándolo por ejemplo mediante encuestas de satisfacción después de realizar el check out antes de abandonar el establecimiento, también tenemos otro indicador relacionado a la calidad, el de fidelización del cliente, o llamado NPS net promoter score. (Joubert, 2015).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La organización Mundial del Turismo, y su informe de la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés, United Nations Conference on trade and Development), publicado el 30 de junio del 2021, donde indica que el ausentismo de una vacunación generalizada contra el COVID-19, mantiene alejados a los turistas, y ahonda más la caída del turismo internacional, generando aumento de las pérdidas económicas, especialmente en países en vías de desarrollo, también pronostican que la economía mundial, podría perder por efectos de la pandemia del coronavirus, más de cuatro billones de dólares en el PIB global entre el año 2020-2021, en el sector turismo; y su efecto dominó en los sectores relacionados a la hotelería.

A pesar de que el Ecuador a nivel de país y mediante el Ministerio De Turismo, tiene como misión desarrollar mecanismos y herramientas que promuevan la gestión de calidad en las actividades, modalidades y destinos turísticos y hotelería, con el fin de incrementar el nivel de satisfacción y fidelidad del turista, no siempre se cumple la norma, muchas veces por falta de preparación y capacitación adecuada, ya que existen alojamientos de carácter empresa familiar donde el conocimiento del manejo del negocio pasa de generación en generación, y aquí radica el problema, de la falta de capacitación y certificaciones adecuadas, pues el conocimiento empírico ancestral debe mejorarse, mediante la continua actualización y capacitación de las normativas que nos permitan brindar un servicio de calidad.

El turismo en la actualidad es más exigente con la relación calidad – precio del producto o servicio consumido, así como con el medio ambiente y el equilibrio entre la naturaleza y el ser humano, el proveer un servicio de calidad es un rasgo diferenciador e intangible, del sector turístico ecuatoriano y del mundo, es una estrategia de desarrollo y una herramienta de competitividad dentro de un modelo de desarrollo sostenible.

Los establecimientos de alojamientos del cantón Montecristi, de la Provincia de Manabí, con los establecimientos que se efectuó la investigación mediante encuestas y observaciones

realizadas se pudo evidenciar los siguientes problemas, tales como, la mayoría de sus establecimientos no cuentan con certificaciones de calidad, o un modelo de gestión y calidad hotelera, además de las capacitaciones adecuadas al personal, para una mejor experiencia para el cliente y su satisfacción.

Razón por la cual la investigación plantea un estudio de los modelos de gestión de calidad del servicio, incorporando como pieza clave en el desarrollo de estos y en la fidelización y satisfacción de los clientes, al empleado y su importante rol dentro de la gestión, ayudando a las empresas del sector a conseguir un servicio de calidad diferenciador y mejor, logrando incrementos en la productividad y por ende en los resultados económicos-financieros del establecimiento.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

EFECTOS

Los establecimientos de hospedaje del Cantón Montecristi, no posee en su mayoría un modelo de gestión integral de calidad en los establecimientos hoteleros.

En su mayoría los establecimientos no cuentan con certificaciones de calidad, y personal capacitado.

La mayoría de los establecimientos de hospedajes existentes en el cantón Montecristi no tienen categorías hoteleras altas, y no existen establecimientos de cuatro o cinco estrellas

PROBLEMA

La falta de una gestión integral de la calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi.

CAUSAS

A falta de un modelo de gestión de calidad se evidencia el desconocimiento en los temas del sector hotelero debido a la poca información que tienen por la utilización de lo empírico o siendo administrado por miembros de sus familia o personal sin conocimiento sobre información del sector hotelero.

Gerentes o dueños de hoteles no se encuentran motivados en aplicar modelos de gestión de calidad. Para si obtener certificaciones y brindar un servicio de calidad a sus huéspedes.

No cuentan con los métodos de procedimiento para brindar un servicio de calidad que satisfaga al cliente al momento de hospedarse, los cuales generan la falta de correctivos necesarios en la toma de decisiones, para obtener una mejor categorización.

FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera favorece la gestión integral de la calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi y como la desarrollan?

OBJETO DE INVESTIGACIÓN.

El propósito del estudio de la Gestión Integral de la Calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi, es conocer, diagnosticar y determinar la situación actual del sector hotelero en Montecristi 2021, evidenciando la existencia o no, de los modelos de gestión de calidad en los establecimientos.

Campo de acción: Cantón Montecristi, provincia de Manabí.

HIPÓTESIS

¿La Gestión Integral influye en la calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi?

VARIABLES

- **Dependiente:** GESTIÓN INTEGRAL
- **Independiente:** DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS HOTELERAS

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar la Gestión Integral de la Calidad en las empresas hoteleras del cantón Montecristi, 2021.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Distinguir los modelos de gestión de calidad que se aplican dentro de los establecimientos para satisfacer las necesidades de los huéspedes y brindar un servicio de calidad.
- Definir las estrategias que contribuirá a la mejora de la calidad de los servicios brindados en los establecimientos del cantón Montecristi con la finalidad de aumentar la competitividad en el mercado turístico y de alojamiento.
- Especificar los factores que indicen en el progreso continuo del sistema integral de calidad.

JUSTIFICACIÓN

- La ejecución de este proyecto proporcionara información importante para los establecimientos hoteleros del cantón Montecristi.
- La investigación aportara información teórica presente sobre las problemáticas, del cantón Montecristi, las necesidades u oportunidades en el ámbito, permitiendo la toma de elecciones de todos los relacionados en el asunto, de tal forma que ellos logren planear y utilizar resoluciones apropiadas que impliquen mejorar el manejo de los establecimientos, por medio de su capital humano, incrementos en la productividad y por ende en los resultados económicos-financieros de los establecimientos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

El marco teórico revela los conceptos básicos y la indagación del tema de investigación, y la evidencia literaria demuestra una investigación de calidad desde diferentes perspectivas.

1.1. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

La industria hotelera es un servicio integral que genera fuentes de ingresos y empleo a escala global. Cadenas hoteleras reconocidas brindan una variedad de atractivos para que los turistas decidan hospedarse en estas instalaciones, generalmente ubicadas en destinos turísticos con buena imagen internacional.

La gestión de la calidad hotelera es un asunto importante de la gestión hotelera, de alojamiento, y se ha convertido en un tema importante para tratar de incrementar la industria del turismo. La razón por la cual la satisfacción y la expectativa de las necesidades sociales se relacionan con los turistas depende de los factores de los requisitos de calidad, y la mejora continua es la herramienta fundamental.

El uso de la tecnología de la información y las telecomunicaciones genera mayores resultados y cooperación con clientes y proveedores, así como mejoras en la innovación de productos. Apoyan la gestión empresarial mejorando las operaciones, la eficiencia, la productividad, la rentabilidad, la calidad y las innovaciones que aportan una ventaja competitiva.

Para seguir siendo competitivo en el mercado, es necesario distinguirse a través de una propuesta de valor (una combinación de atributos tangibles e intangibles que crea una percepción del valor total recibido por los clientes), que consiste en atributos de valor determinados para cada grupo de clientes, en el desarrollo de procesos internos, capaces de entregar los atributos esperados (Carlos Hugo Millán-García, 2017).

1.1.2. GESTIÓN INTEGRAL DE CALIDAD

Se menciona a la gestión integral de calidad, como la calidad total o TQM por sus siglas en ingles Total Quality Management, es aquella que va más allá de cumplir con una gestión de calidad, por tanto la gestión integrada es una forma de encaminar las actividades de una organización para gestionar integralmente la variable calidad, ambiente, seguridad, salud y responsabilidad social, corporativa, teniendo como intención el objetivo de lograr de una política integrada de gestión, respondiendo a las nuevas exigencias técnicas a nivel nacional e internacional dentro de un mundo de constantes cambios.

Por lo expuesto resumimos que la gestión integral de calidad es una exigencia técnica que deben cumplir las organizaciones y que a su vez mejora su imagen corporativa, para lo cual es importante obtener certificaciones como las de las normas ISO que avalen este proceder, sim embargo su éxito no está garantizado por la certificación en sí, sino más bien en el manejo del negocio siendo consciente todo el equipo del porque se la certifica y actuando de acuerdo a ello, y esto va de la mano de las estrategias que tome el establecimiento (Luis Cuatrecasas, Jesus Gonzalez Babón, 2017).

1.1.3. GESTIÓN DE CALIDAD

La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas diseñadas para evitar errores o desviaciones que puedan ocurrir en el proceso productivo y en los productos o servicios obtenidos a través del proceso productivo.

Cabe destacar que no desea identificar errores cuando ya han ocurrido, aunque sí desea evitarlos antes de que ocurran, por lo que son importantes en el sistema de gestión de su organización. Si no se esfuerza por predecir la aparición de errores, es inútil corregirlos constantemente. La gestión de la calidad aglutina una serie de acciones y procedimientos encaminados a asegurar la calidad, no la calidad del producto en sí, sino la calidad del proceso mediante el cual se obtienen estos productos. (Centro, Santa Lucía Santiago, 2018).

1.2. SERVICIOS HOTELEROS

El servicio hotelero se refiere a una serie de descuentos de calidad, característicos y condicionales que brinda el hotel a sus huéspedes. La calidad comercial y la calidad técnica dependen la una de la otra. La particularidad se refiere a las características físicas que le dan al hotel sus propias características, como estilo arquitectónico, mobiliario, decoración, tamaño de la habitación, etc.

Estos elementos que componen la estructura de servicios del hotel son cruciales porque pueden proyectar su imagen empresarial y responder al mercado, dotándoles de individualidad.

El hotel brinda diversos servicios de acuerdo con su ubicación, categoría, precio y sus especiales característicos, con el objetivo principal de ocupar el mayor número posible de segmentos de mercado diferentes.

Con referencia a algunos servicios clásicos, podemos hablar de servicios de catering y banquetes; servicios de hospedaje, servicio a la habitación, teléfono, servicios de red, etc..; el hotel también puede brindar u ofrecer salas especialmente acondicionadas para fiestas, conferencias, reuniones, etc. (Max-TD Travel , 2019).

1.2.1. PRESTACIÓN DE SERVICIOS HOTELEROS

consta de tres elementos, los cuales son:

- Calidad.
- Funciones especiales(particularidad).
- Beneficios condicionales.

La calidad es la confianza que inspira el servicio, ya sea por experiencias pasadas o promover el desarrollo efectivo de sus servicios.

La particularidad son las características físicas y operativas del hotel, tales como por ejemplo: su decoración, distribución, estilo arquitectónico, tamaño de la habitación, el mobiliario, el tipo de cafetería, etc., son aspectos y conceptos importantes que hacen un hotel diferente.

Los beneficios condicionales son la esencia de los servicios, porque se entienden como la satisfacción que realmente brinda el hotel a huéspedes y cumpla con sus expectativas a la hora de adquirir servicios. (CEUPE, 2021).

1.2.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente es fundamental para las empresas porque pueden seguir consumiendo los productos y servicios de la marca y pueden recomendarlos a otro tipo de usuarios. El resultado de esta satisfacción puede ser una de las claves para incrementar las ventas comerciales.

En la actualidad, los consumidores tienen una gran cantidad de marcas que venden los mismos productos o servicios, y le resulta difícil decidir qué marca es la mejor para él. Ahora, si tiene una experiencia de compra positiva, la satisfacción que sigue puede hacer que la empresa ascienda en el mercado. (Rosario Peiro, 2018).

1.2.3. PAUTAS DE LA GESTIÓN HOTELERA

- Brindar acciones para que los propios clientes puedan probar el producto antes de lanzarlo al mercado, y considerar estas opiniones para mejorar el producto desarrollado.
- Mejorar continuamente la experiencia del usuario en cuanto a facilitar las compras online, contactar con el servicio de atención al cliente, realizar envíos y dar respuesta inmediata a posibles problemas.
- El valor percibido de un producto nunca lo determina la empresa, sino el consumidor.
- Mantenga siempre la amabilidad de los empleados hacia los clientes.

- Nunca debe ponerse en práctica discutir el término con los consumidores corporativos. Por el contrario, cuando hay problemas obvios, deben tomar decisiones.
- No prometa cosas que no se pueden lograr y se convierta en un fiasco público después del incidente.

La función principal de la industria hotelera es controlar los costos de producción, administrar y organizar correctamente la venta de recursos (habitaciones), y determinar precios según temporadas.

Además de hacer que todos los involucrados en el hotel se conviertan en clientes, trabajadores, proveedores y los socios están todos satisfechos. En otras palabras, una buena gestión empresarial depende de la satisfacción de los clientes, de favorecer a los empleados, de establecer objetivos comunes, de trabajar juntos, de saber actuar en situaciones adversas y de ganar dinero. (Rabat Barcelona, 2021).

1.2.4. EL FACTOR HUMANO Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD

La problemática del turismo y la calidad requieren plantearse la gestión de la actividad desde el contexto socio cultural actual, si revisamos el marco histórico, podemos aseverar que la evolución ha continuado el proceso de implantación de los sistemas de calidad en la mayoría de los países del mundo.

En el sector turístico y hotelero, predominan los elementos intangibles, las empresas prometen fundamentalmente a sus clientes un producto intangible o servicio que constituye su prestación principal. Esta intangibilidad introduce un mayor riesgo percibido para los consumidores y hace más difícil que la empresa establezca determinaciones precisas para su elaboración que consientan estandarizar su calidad, así como dificultades en su medición y evaluación.

Por lo expuesto, afirmamos en este apartado como una importante variable que interviene en la calidad del servicio y es transcendental para el sector turístico al factor humano, mismo que se considera una pieza clave que forma parte del servicio prestado, por el recursos humano es un valor intangible, que proporciona de mejor manera la experiencia turística que demanda el usuario, ahí radica la importancia de trabajadores cualificados y profesionales en el área. (María Amalia Lorda, 2017).

El liderazgo centrado en principios muestra cuatro niveles concéntricos de soluciones, que muestran cómo una persona debe desarrollarse para alcanzar su potencial de manera más efectiva. Lo primero a considerar es:

1. Problemas personales (relación contigo mismo).
2. Relación interpersonal (relación e interacción con otros).
3. Gestión (responsable de dejar que otros realicen determinadas tareas).
4. Organización (requiere organizador). (Ortega, Eduardo, 2017).

En el primer nivel, el énfasis en la tarea comienza con la confiabilidad del individuo, es decir, el carácter de una persona (carácter) y el comportamiento de una persona.

La calidad del servicio turístico tiene tres caras, y son:

1. Humana.
2. Física.
3. Ambiental.

Donde la cara humana, es el personal que brinda el servicio, y tiene dos expresiones, una visible y otra invisible para el cliente, en la primera es todo aquel personal que tiene un trato directo con el usuario, mientras que la segunda es el tras cámara de los servicios, como son el área de cocina, lavandería, administración, entre otros; en ambos para evitar que se den errores en este aspecto, dicho personal debe contar con las siguientes cualidades:

- Flexibilidad y versatilidad.

- Amabilidad.
- Actitud siempre positiva.
- Idoneidad en la presentación.
- Disciplina.

El visitante/cliente es quien valora el servicio recibido, utilizando regularmente los siguientes aspectos según indica Boullón:

- La atención que brindó el personal.
- La coincidencia entre las satisfacciones, hábitos de los usuarios y el ambiente en el que se encuentra.
- El mantenimiento y limpieza.
- Los elementos del confort.
- Las instalaciones de apoyo que facilitan la visita a los atractivos turísticos.

1.2.5. BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS HOTELES

Como objetivo hacer un uso eficaz de los recursos naturales y lograr un equilibrio entre la rentabilidad y la minimización del impacto ambiental. Si se une a estos dos estándares, obtendrá un sistema de gestión integrado que puede lograr la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

El análisis de puntos críticos, también conocido como HACCP, se basa en la norma ISO 22001. Está relacionado con la gestión de alimentos para garantizar que controle los riesgos físicos, químicos o microbiológicos inherentes al almacenamiento, preparación y exhibición de alimentos. Servicio en el hotel.

Mystery shopper: Persona que se hace pasar por cliente y evalúa directamente la calidad del servicio, el proceso de venta y la actitud y formación de los empleados. (CESAE, 2019).

1.2.6. CALIDAD DE SERVICIO PARA LA INDUSTRIA HOTELERA

Está diseñado para medir las expectativas de los clientes de las agencias hoteleras. El punto de partida del modelo es que, debido a las características de los servicios, la calidad del servicio en la industria hotelera es difícil de medir. El modelo identifica las cinco dimensiones básicas de caracterizar los servicios en el siguiente orden de importancia, el primero es la confiabilidad, el segundo es la seguridad, el tercero es la capacidad de respuesta, el cuarto es el elemento tangible del establecimiento y el último es la empatía.

La calidad del servicio en la industria hotelera está determinada por tres factores, el primero se denomina empleados e incluye aspectos relacionados con su comportamiento y apariencia. El segundo factor son los elementos tangibles, como la imagen de la instalación, la decoración, los materiales de construcción y la limpieza. El tercer factor es la confiabilidad, que se refiere al cumplimiento de las promesas y la prestación de servicios precisos y oportunos. Los aspectos que determinan la satisfacción global del cliente son los relacionados con los empleados. (Carolina Monsalve Castro, 2016).

1.3. ÍNDICARORES DE CALIDAD

En términos de indicadores de calidad, las empresas turísticas deben competir para ofrecer productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores. Esto significa tener un sistema de gestión de la calidad para controlar todo el proceso de prestación de servicios, desde la obtención de la materia prima hasta el servicio posventa. El mecanismo común para incorporar la gestión de la calidad en las empresas turísticas es el sistema de calidad, y el más popular es el sistema Q de ICTE. Para verificar la eficiencia de la implementación del sistema de calidad ICTE Q, seleccionamos aleatoriamente los resultados económicos de dos organizaciones hoteleras: una ha implementado Q y la otra no lo ha implementado. Y probando la diferencia entre los dos métodos. (GlobalSuite Solutions, 2020).

Los puntos clave del proceso de gestión de la calidad que la empresa debe implementar son:

• Garantía de calidad en la etapa de diseño

• Producción

• Inspección final y prueba de productos terminados.

• Servicio postventa.

Los estándares que deben cumplir las empresas durante el proceso de auditoría administrativa, los estándares de calificación de los auditores y la gestión del plan de auditoría. Estos estándares enfatizan los aspectos administrativos, legales y de control interno. También son importantes los documentos que la empresa debe tener sobre todos los procesos de trabajo, políticas y lineamientos. Además, también nos proporciona un listado de tareas de control de calidad que la organización realiza de acuerdo con estos estándares, como se describe a continuación:

1.3.1. Las certificaciones de calidad, normas ISO.

Para la norma ISO para la industria hotelera, en este título, podemos hacer referencia a ISO 14000, que cubre aspectos ambientales y se refiere a cuando una organización reconoce los impactos ambientales y los minimiza. Y de acuerdo con ISO 9001, se centra en la capacidad de satisfacer las necesidades del cliente.

ISO 22001, es decir, la gestión de los alimentos, controlando los riesgos fisicoquímicos o microbiológicos, asumiendo que la empresa cumple verdaderamente con su responsabilidad social corporativa. (Esther Expósito Peláez, 2017).

Según (Ecuatoriano, 2018), Los hoteles y organizaciones turísticas de Ecuador necesitan implementar un sistema de gestión de la calidad de acuerdo con la norma ISO 9001 para lograr importantes estándares de calidad; la planificación, implementación y aseguramiento del sistema de gestión de la calidad es un proceso completo que involucra un período de tiempo

determinado en función del tamaño y la escala. del hotel u organización turística La complejidad de sus subprocesos se formula en varias etapas.

Los procedimientos de gestión de la calidad deben cumplir con los requisitos básicos establecidos por la norma ISO 9001, en la que los métodos de gestión de procesos, el enfoque en el cliente, la mejora continua y el compromiso de la alta dirección con los procedimientos adecuados son destacados y el sistema funciona de forma eficaz. Los principales pilares del sistema son las políticas de calidad y los objetivos de calidad coherentes con la actividad hotelera o turística. Los hoteles y organizaciones turísticas están acreditados por instituciones acreditadas por la SAE dentro del alcance de un sistema de gestión de calidad que cumple con los estándares internacionales, lo que significa que la acreditación también les otorga competitividad, eficiencia y calidad. (Naq , 2018).

1.3.2 REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO, MINISTERIO DEL TURISMO

Clasificación de los establecimientos de alojamientos, categoría y servicios según el Ministerio de Turismo del Ecuador año 2015.

Tabla 1 ***Reglamento (Mintur).***

ALOJAMIENTO	CATEGORÍA	SERVICIO
Hotel (H)	De 2 a 5 estrellas	Ofrece servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuartos de baños y aseo privado, cuenta con servicio de alimentos y bebidas en un área específica llamada restaurante o cafetería, ocupa una totalidad de un edificio, debe contar como mínimo 5 habitaciones.
Hostal (HS)	De 1 a 3 estrellas	Ofrece servicios de habitaciones, cuarto de baño, aseo, estos pueden ser privados o compartidos, dependiendo de su categoría puede prestar servicio de alimentos y bebidas y otros servicios complementarios. Mínimo 5 habitaciones.

Hostería (HT)	De 3 a 5 estrellas	Servicio de hospedajes en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, presta servicios de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios, cuenta con áreas verdes, jardines, zona de recreación y deportes, estacionamiento. Mínimo de 5 habitaciones.
Hacienda Turística (HA)	De 3 a 5 estrellas	Ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado o compartido conforme a sus categorías, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Sus construcciones pueden tener valores culturales, históricos y patrimoniales, mantienen actividades propias del campo permitiendo el disfrute en contacto con la naturaleza, cuenta con estacionamiento servicios propios de alimentos y bebidas deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.
Lodge (L)	De 3 a 5 estrellas	Ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado o compartido conforme a su categoría. Ubicado en el entorno natural, sirve de enclave para realizar excursiones organizadas de flora, fauna, culturas locales, caminatas por senderos. Presta servicios de alimentos y bebidas. Mínimo 5 habitaciones.
Resort (RS)	De 4 a 5 estrellas	Servicios de habitación privadas con cuarto de baño y aseo privado, actividades principales ofrece recreación, diversión, deportivas y de descanso se privilegia el entorno natural, posee diversas instalaciones, equipamiento, variedad de servicios, presta servicios de alimentos y bebidas. Ubicación en montañas, bosques, playas etc. Minino 5 habitaciones.
Refugio (RF)	Categoría única	Brinda servicio a la habitación, baños, baños privados o compartidos, sala, comedor y cocina, pudiendo brindar otros servicios de apoyo. Se ubican en áreas montañosas y reservas naturales, y su propósito es proteger

		las actividades activas de las personas que realizan actividades turísticas.
Campamento turístico (CT)	Categoría única	Ofrece instalaciones de hospedaje para pernoctar en tiendas de campañas, dispone de cuarto de baño y aseo compartidos cerca del área del campamento, sus condiciones ofreces actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida, ofrece seguridad y señaléticas interna en todas sus áreas.
Casa de Huésped (CH)	Categoría única	Ofrece en la vivienda en donde reside el prestador de servicio; cuenta con habitaciones privadas, baños y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayunos y cenas). Capacidad mínima de 2 y máxima de 4 habitaciones.

Elaboración: propia. Fuente: Mintur (2015)

CAPÍTULO II.

DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo, describiremos las formas, modelos, técnicas y métodos de investigación. Primero, definimos qué es la investigación. Se describe como el proceso de búsqueda de soluciones confiables a través de la adquisición, análisis planificado y sistemático y análisis de los problemas planteados. Interpretación de los datos.

Y dentro de los modelos recomendados que analizan y valorizan la realización de una gestión integral de calidad, para el sector hotelero, tenemos al Modelo HOTELQUAL, derivado a su vez del Servqual, cuyo objetivo es medir la calidad percibida por clientes de servicios de alojamiento.

En este modelo se analizó las cosas tangibles que los hoteles pueden proporcionarle a los huéspedes, como:

- Productos de calidad (instalaciones).
- Ambiente (espacio, privacidad, limpieza).
- Productos consumibles (en buenas condiciones de calidad, aptos para consumo, y un plus si tienen algún empaque innovador relacionado al hotel).
- Tecnología (desde la entrega de información, recepción, facturación, seguimiento y comodidad tecnológica que ofrezca el establecimiento y las cinco intangibles, que se demuestran básicamente con el comportamiento del personal contratado.
- Actitud y compromiso.
- Entusiasmo para transmitir al huésped buenas energías y paz.
- Atención, cordialidad, y resolución de problemas.
- Anticipación a las necesidades del huésped.
- Aspecto del personal agradable y pulcro.

2.1. METODOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. DE CAMPO

La investigación de campo consiste en extraer información mediante la recopilación de datos o la observación directa en el entorno natural de personas u objetos de investigación. En otras palabras, investiga a partir de datos brutos o datos brutos.

Por medio de la visita a los establecimientos turísticos de la muestra, para realizar la entrevista conocer la situación actual, poder observar y llenar la ficha en base a esa observación del modelo Hotelqual. (Fomento cultural Banamex, 2018).

2.1.2. BIBLIOGRAFÍA

Incluye una revisión del material bibliográfico existente sobre el tema a estudiar. Este es uno de los pasos principales de cualquier investigación, incluida la selección de fuentes de información.

Por la investigación literaria contante para la formación del presente documento investigativo y su respectivo respaldo literario. (Danelly Salas Ocampo, 2019).

2.1.3. ANALÍTICO – SINTÉTICO

Utiliza el análisis como un medio para lograr metas. De esta forma, utiliza un método que le permite proceder de manera ordenada y protocolaria. Por lo tanto, cuando la ciencia es refutable y, lo más importante, repetible, es ciencia.

Se determinó como una toda la muestra de los tres establecimientos turísticos, se delimito el problema, los efectos, y sus causas, y se evidencío, los diferentes niveles de satisfacción del cliente. (Plaza, Marcos, 2017).

2.1.4. HIPOTÉTICO - DEDUCTIVO

Se basa en un procedimiento metodológico que permite ejecutar premisas como hipótesis. Este tipo de investigación es un procedimiento, es parte de la metodología científica.

Este es un procedimiento metodológico, responsable de tomar premisas, establecer hipótesis, verificarlas y luego sacar las conclusiones correspondientes sobre los hechos.

Mediante la observación, basados en las interrogantes e hipótesis, se permitió verificar el nivel de gestión integral de calidad, basados en el modelo de calidad Hotelqual, y con este levantamiento de información analizar los resultados obtenidos. (Reply, 2017).

2.1.5. MÉTODO INDUCTIVO

La inducción es una estrategia de razonamiento basada en la inducción, por lo que parte de premisas específicas y extrae conclusiones generales.

En este sentido, la inducción funciona generalizando a partir de observaciones específicas. La razón de esto es que, en el razonamiento inductivo, la premisa es la premisa para proporcionar evidencia veraz para la conclusión.

La investigación se cimentó en un proceso inductivo, procurando las, opiniones y puntos de vista de los involucrados. De esta manera, se establece la reconstrucción de la realidad a través de sus percepciones, para comprender cómo sienten, piensan y actúan respecto de situaciones, personas y comportamientos observables. (UNKNOWN, 2017).

2.2. TECNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN.

Se han utilizado: entrevistas, encuestas, observación, e investigación u observación de las opiniones de clientes en internet, en páginas donde los hoteles ofrecen sus servicios y son calificados por sus usuarios. (Cruz, luz Molina Ventura de la, 2017).

2.2.1. LA METODOLOGÍA DE LA NETNOGRAFÏA:

Que no es más que la investigación on line o en el ciberespacio para la recolección de datos, utilizándola para obtener los comentarios y puntuación que se visualizan en Google, y mediante las plataformas virtuales de servicios hoteleros on line como Tripadvisor, Booking, Vymas y similares, donde se encuentran las opiniones de los huéspedes que alguna vez se han alojado en el establecimiento, así como la calificación de las instalaciones, servicios y personal

de atención al cliente, ubicación y zonas cercanas, sugerencias de mejoras emitidas por clientes e información valiosa para una retroalimentación del proceso, y con la cual hemos podido responder la encuesta dirigida a los clientes del hotel para conocer su percepción, además de realizar las encuestas al establecimiento, así como fichas de observación basadas en la visita física a los hospedajes seleccionados en la muestra. (Agustí Casas-Romeo, 2017).

2.2.2. ENCUESTA:

La encuesta es una herramienta de investigación que sirve para conocer las características de un grupo de personas. Pueden ser características económicas que van sujetas a variables cualitativas y cuantitativas.

Para realizar una investigación, el investigador debe desarrollar un cuestionario. Esto va a depender del objetivo de la investigación. (Guillermo Westreicher, 2018).

2.2.3. ENTREVISTA:

Las entrevistas se denominan conversaciones entre dos o más personas que desempeñan los roles de entrevistador y entrevistado, de modo que el primero obtiene información sobre un tema específico del segundo.

En toda entrevista hay dos roles: el entrevistador es el encargado de la formulación de las preguntas él hace toda la recolección de datos brinda el entrevistado. (unknown, 2021).

2.2.4. OBSERVACIÓN:

Implica utilizar los sentidos, de manera consciente e inmediata, para obtener los datos que nos brindan los elementos de nuestra investigación. Constituye el primer paso en el método científico, que nos permite formular una hipótesis a partir de él, y luego volver a aplicar observaciones para comprobar que la hipótesis se cumple.

2.2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Los hoteles, hosterías y hospedajes en general, del catastro a continuación, ubicados en el cantón Montecristi de la provincia de Manabí, en Ecuador, donde se evidencian nueve alojamientos, cabe recalcar que realizando la investigación algunos se encuentras cerrados a partir de la pandemia del coronavirus y su afectación al sector.

CATASTRO TURISTICO DEL CANTON MONTECRISTI, PROVINCIA DE MANABI				
NOMBRES Y APELLIDOS	**ACTIVIDAD**	**NOMBRE COMERCIAL**	**DIRECCION**	**TELEFONO**
HAPPE CEDEÑO FREDERIKA GIOCONDA	BALCONES DEL CERRO	BALCONES DEL CERRO	PRINCIPAL CDLA ELOY ALFARO Y 4ª TRANSVERSAL	2310-135 084-151-566
CARLOS PARRA	HOSTAL ALFARO	HOSTAL ALFARO	CALLE MANTA	231-1836
	HOSTAL CEIBO REAL	HOSTAL CEIBO REAL	VÍA CIRCUNVALACIÓN (520,25 KM) FRENTE A LA HIUNDAY	0999669984
LUIS TOBAR	HOTEL	MONTESITO	CALLE BOLIVAR CERCA AL ESTADIO METROPOLITANO	2310-364
JUAN CARLOS MOREIRA MACIAS	COMPLEJO SINAI S.A.	COMPLEJO SINAI S.A.	VIA CIRCUNVALACION II S/N DIAGONAL COMPAÑIA HYUNDAY	2318636
	CENTRO HOTELERO TURISTICO DOLPHING	CENTRO HOTELERO TURISTICO DOLPHING	KM 4 1/2 CDLA. LOS CEIBOS	2579343 - 0991687417
	LA QUINTA DE RODOLFO	LA QUINTA DE RODOLFO	TRAMO 3 DE LA VÍA CIRCUNVALACIÓN, A 800 METROS DEL REDONDEL DE LA TEJEDORA MANABITA, DIAGONAL AL TORREON	099 568 3355
GABRIELA SETTY	Restaurante	Tratoria De Grabriele	Ciudadela Eloy Alfaro	2310350
CARLOS GONZALES ARTIGAS DIAZ	Restaurante	GOLF CLUB MONTECRISTI & VILLAS	KM. 15 VIA MONTECRISTI-MANTA	2590020

Tabla 2 Catastro

Elaboración: Propia. Fuente: catastro turístico del cantón Montecristi

En cuanto a la población, basada en el catastro de alojamientos ubicados en Montecristi que nos indican que son nueve establecimientos hoteleros, y algunos estaban cerrados por la pandemia, se realizó el cálculo de la muestra, tomando en consideración a tres establecimientos para la investigación.

A continuación, los establecimientos de objeto de estudio:

Cantón Montecristi			
Nombre del establecimiento	**Tipología**	**Categorización**	**Logo principal**
Ceibo Real	Hostal	3 estrellas	
Centro Turístico Dolphin	Hostería	2 estrellas	
Complejo Sinaí S. A	Hostería	2 estrellas	

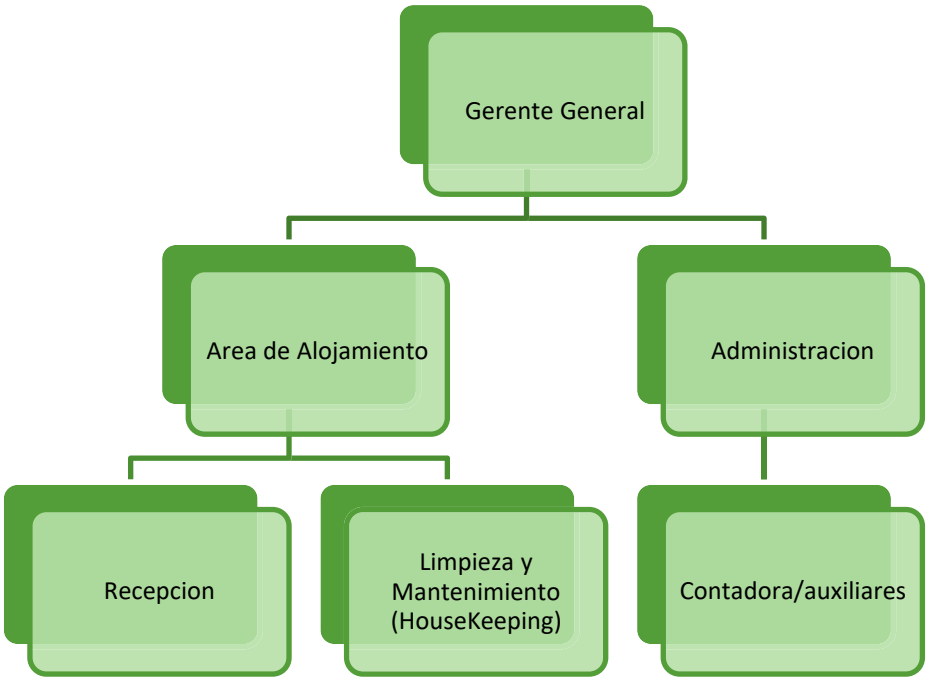
Tabla 3 Establecimientos

Elaboración: Propia

2.2.6. ORGANIGRAMA DE ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO

Los establecimientos de hospedaje seleccionados en la muestra, en el cantón Montecristi cabe indicar que son de categoría 2 y 3 estrellas, con buenas puntaciones, por lo cual estos alojamientos cuentas con una organización pequeña, que se puede resumir en el siguiente organigrama:

Ilustración 1. Organigrama



2.2.7. ENTREVISTA, ENCUESTAS Y FICHA DE OBSERVACIONES

- Entrevista Dirigida Al Sector Hotelero Del Cantón Montecristi (Anexo 1).
- Encuesta Dirigida a huéspedes de los establecimientos del cantón Montecristi (Anexo2).
- Observación Sobre el hotel e Instalaciones, Modelo Hotelqual en base a lo explicado en el capítulo dos, sobre el modelo Servqual, del cual se deriva para la industria hotelera el Hotelqual, que es una escala instaurada por Falces, Sierra, Becerra y Briñol (1999), que mide la calidad percibida por clientes de servicios de alojamiento, se ha realizado las Observaciones.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo se presentará los resultados de mi investigación, antes de analizar y discutir la información obtenida, se trata de presentarla de la manera más objetiva y sencilla, pues el propósito de este apartado es informar que no existe interpretación de la realidad subjetiva de ningún tipo, destacando la información relevante, incluidos los resultados de la encuesta.

Para que se pueda brindar una visión clara de la investigación, mostrar si la hipótesis se sustenta en el análisis estadístico, a través de explicaciones concisas y objetivas, demostrar que se cumplen las preguntas y metas de la investigación y socializar los resultados.

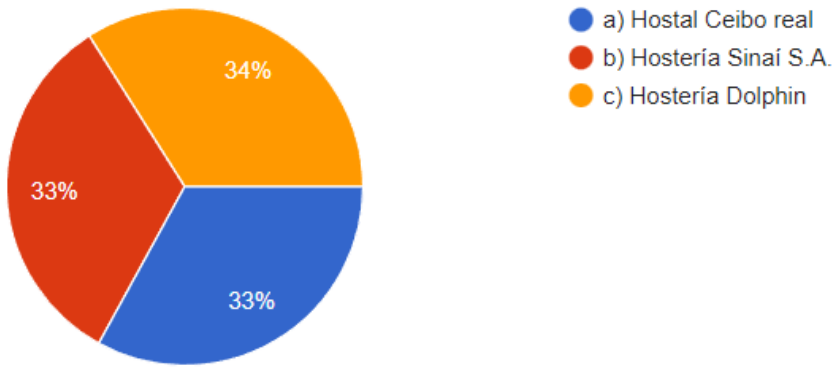
Interpretación de los resultados

1. ¿En qué establecimiento hotelero del cantón de Montecristi se hospedo?

Tabla 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Hostal Ceibo real	33	33%
Hostería Sinaí S.A.	33	33%
Hostería Dolphin	34	34%
Total	**100%**	**100%**

Gráfico 1



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 4, se puede visualizar, que la mayoría de las personas encuestadas El 34% se hospedado en la Hostería Dolphin; el 33% se hospedo en la Hostería Sinaí S.A; el 33% Se hospedo en el Hostal Ceibo Real.

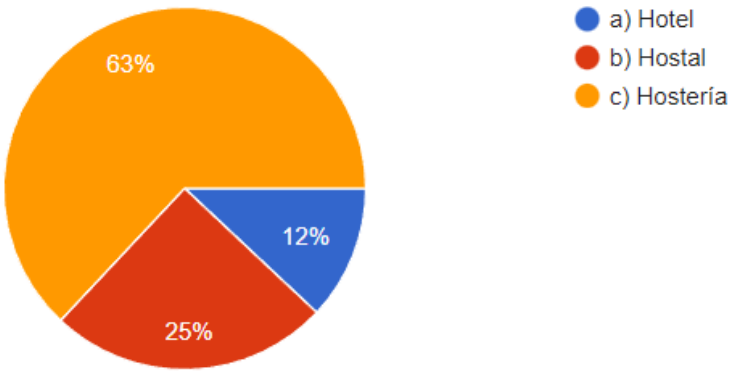
Esto quiere decir que la mayoría de las personas encuestadas se hospedaron en la hostería Dolphin, en la vía Manta Montecristi, dándoles la facilidad de hacer turismo tanto de la zonas, de Manta como de Montecristi esto lo hace más llamativo mientas que los otros establecimiento se encuentra en una zona donde la poca iluminación afecta a dichos establecimientos, Una calle mal iluminada es sinónimo de inseguridad.

2. En el cantón de Montecristi, de la provincia de Manabí. ¿En dónde acostumbra a hospedarse?

Tabla 5

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	12	12%
Hostal	25	25%
Hostería	63	63%
Total	**100**	**100%**

Gráfico 2



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 5, se puede visualizar, que la mayoría de las personas encuestadas el 63%

de personas se alojaron en una hostería, el 25% se alojaron en un hostal, mientras el 12% se alojaron en un hotel.

Esto indica que la mayoría de las personas prefieren hospedarse en una hostería por sus módicos precios, también prefieren los hostales por su precio, y cuando no hay otra opción se hospedan en un hotel que es un poco más costoso.

3. ¿Como calificaría los siguientes servicios en los establecimientos de hospedaje?

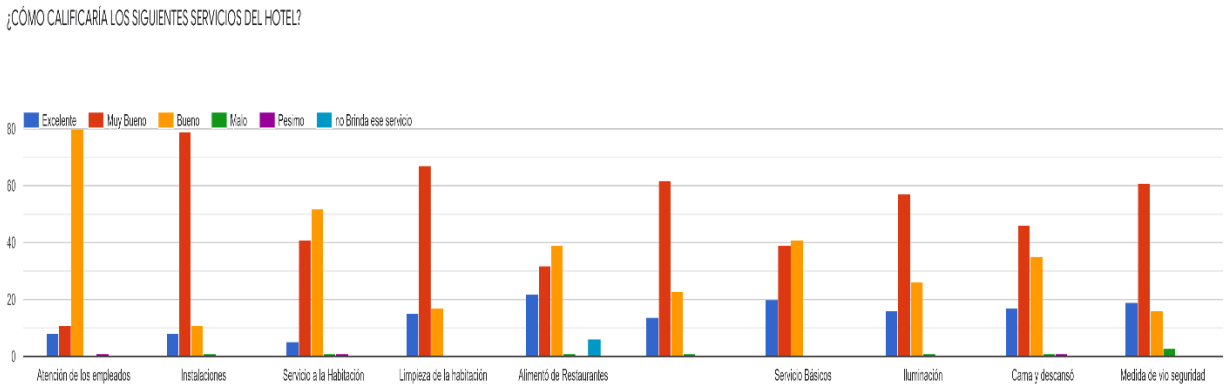
Tabla 6

	Variables	**Frecuencia**
	Excelente	8
	Bueno	11
Atención de los empleados	Normal	80
	Malo	
	Pésimo	1
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	8
	Bueno	79
Instalaciones	Normal	11
	Malo	1
	Pésimo	1
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	5
	Bueno	41
Servicio a la Habitación	Normal	52
	Malo	1
	Pésimo	1
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	15

	Bueno	67
Limpieza de la habitación	Normal	17
	Malo	
	Pésimo	1
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	22
	Bueno	32
Restaurante	Regular	39
	Malo	1
	Pésimo	
	no Brinda ese servicio	6
	Excelente	14
	Bueno	62
Estado general de las habitaciones del Hotel	Regular	23
	Malo	1
	Pésimo	
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	20
	Bueno	39
Servicio Básicos	Regular	41
	Malo	
	Pésimo	
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	16
	Bueno	57
Iluminación	Regular	26
	Malo	1
	Pésimo	

	no Brinda ese servicio	
	Excelente	17
	Bueno	46
Cama	Normal	35
	Malo	1
	Pésimo	1
	no Brinda ese servicio	
	Excelente	19
	Bueno	61
Medida de bioseguridad	Normal	16
	Malo	3
	Pésimo	
	no Brinda ese servicio	

Gráfico 3



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 6, se puede visualizar, en cuanto **atención a empleados** el 80% le parece solo buena la atención de los empleados, un 11% le pareció muy buena la atención, 8% excelente, solo 1% le pareció pésimo la atención de los empleados. **Instalaciones** un 79% le pareció muy buenas condiciones las instalaciones, 10% solo buenas condiciones, 8% les pareció excelente, solo un 2% de los encuestados le pareció malas y pésimas condiciones las

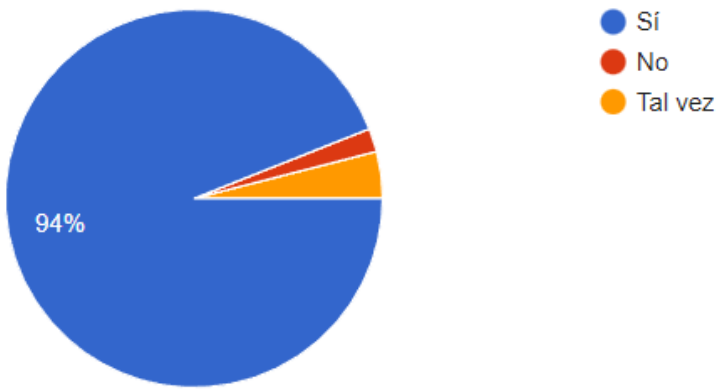
instalaciones. **Servicio de habitación** 52% les pareció bueno, 41% le pareció el servicio de la habitación muy bueno, 5% excelente, 2% el servicio le pareció pésimo y malo. **Limpieza de habitación** 67% le pareció muy buen servicio, el 17% pareció solo bueno,15% excelente, 1% le pareció pésimo la limpieza. **Restaurante** 39%les pareció bueno el área de restaurante 32%le pareció muy bueno, 22% les pareció excelente, 1% le pareció malo el servicio de restaurante. **Estado general de las habitaciones del hotel** 62% pareció muy bueno, 23% bueno, 14%excelente, 1% malo. **Servició básico** 41%les pareció muy buenos, 39% pareció solo bueno, 20% pareció excelente. **Iluminación** 57% considero que estaba muy bien, 26% les pareció buena, 16% considero que esta excelente, 1% estuvo mala la iluminación. **Cama** 46% servicio de la cama está muy bueno para ellos, 35% estuvo solo bueno, 17% excelente, 2% pareció que estuvo pésimo y malo. **Medida de bioseguridad** 61% esta para ellos muy bueno, 19% pareció excelente, 16 estuvo solo bueno, 3% pareció malo la medida de bioseguridad.

4. ¿Volvería a hospedarse en algún establecimiento hotelero, del cantón Montecristi?

Tabla 7

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	94	94%
No	2	2%
Tal Vez	4	4%
Total	**100**	**100%**

Gráfico 4



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 7, se puede visualizar, que la mayoría de las personas encuestadas el 94% de las personas respondieron que, si volvieran a hospedarse, un 2% indico que tal vez se volverían a hospedar no obstante un 4% respondieron que tal vez.

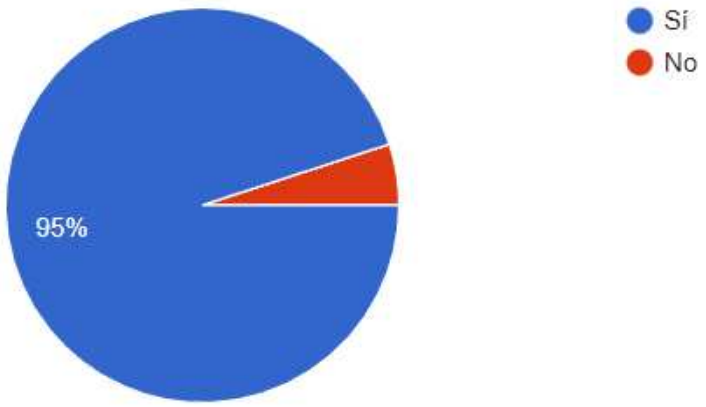
La mayoría de las personas hospedadas volvería a hospedarse, con esto se asume que el trato de le dan al huésped es muy bueno, precios módicos, buena comida, medidas de seguridad y atención. Como se vio relejado en la pregunta de la tabla 4.

5. ¿Recomendaría el establecimiento hotelero?

Tabla 8

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	95
No	5	5
Total	**100**	**100**

Gráfico 5



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 8, se puede visualizar, que la mayoría de las personas encuestadas. El 95% de las personas respondió de una manera muy positiva, si recomendaran los establecimientos no obstante un 5% de las personas respondieron que no lo recomendaría.

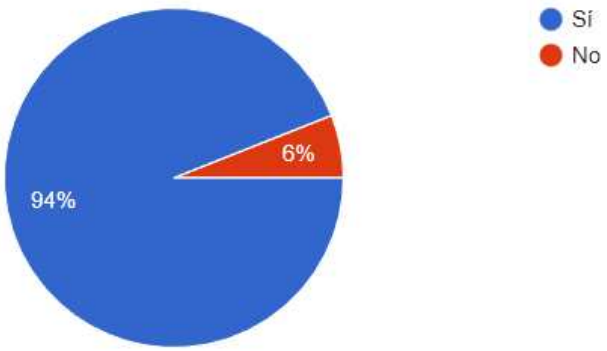
Los resultados son positivos por que los clientes quedaron satisfechos por lo tanto recomendara estos hospedajes y esto ayudara mucho a la economía del cantón de Montecristi.

6. ¿El servicio del establecimiento en cuanto a costo y beneficio, le parece aceptable?

Tabla 9

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	94	94
No	6	6
Total	**100**	**100**

Gráfico 6



Análisis: Se utiliza los datos recopilados para poder validar esta investigación como se observa en la tabla 9, se puede visualizar, que la mayoría de las personas encuestadas. El 94% de las personas respondieron que, si el establecimiento dio un buen servicio, no obstante, un 6% respondieron que no.

La mayoría de las personas están de acuerdo con el costo y beneficio del servicio obtenido es muy bueno, con esto se entiende por qué recomienda estos hospedajes.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DEL SECTOR HOTELERO DEL CANTÓN MONTECRISTI

Puesto laboral: Administradora

Nivel académico

A) Bachiller b) Superior ■ c) Técnico

Tipo de alojamiento

A) Hotel b) Hostería c) Hostal ■

1 ¿Qué servicios ofrece el establecimiento hotelero?

Habitaciones ■ Recepción ■

Restaurant Otros especifique: chancha de futbol

2. ¿A qué categoría pertenece?

Hostal

3. ¿Conoce usted sobre normas de calidad?, ¿Cuáles?

Si ■ No

Norma Iso ■ Otras, indique

4. ¿Qué opina sobre la calidad del servicio y atención al cliente que ofrece su establecimiento hotelero?

El servicio es el principal factor que es la venta de hospedaje, ya que como es intangible es difícil de medir.

5. ¿Conoce usted los componentes básicos de la calidad del servicio que tiene que aplicar cuando se está frente a un cliente? Si/No, ¿Cuáles?

Los principales componentes para mí son: la actitud, cordialidad, seguridad y respeto.

6. ¿Cree usted que un modelo de gestión hotelera es necesario para los establecimientos? Si /No y Por qué?

Si, ya que mediante este modelo podemos estandarizar los servicios.

7. ¿Aplican algún modelo de gestión de calidad e indicadores de rendimiento y satisfacción del cliente, indique cuáles?

Si **No** ■

No, pero estamos en proyectos de aplicar un manual de procedimientos basados en el modelo Servqual.

8. ¿Considera usted que es necesario aplicar una estrategia para mejorar el servicio que ofrece el establecimiento hotelero y por qué?

Si, ya que por medio de las estrategias de ventas podemos fidelizar la clientela.

9. **¿El establecimiento hotelero tiene algún tipo de estrategias de calidad del servicio al cliente?**

Si. La principal estrategia es la cordialidad.

10. ¿Hay personal profesional o certificado en turismo y hotelería?

Si, Magister en hospitalidad y hotelería, gerente del hostal y propietaria.

11. ¿Qué impactos ha tenido la pandemia en el servicio al cliente?

El impacto ha sido muy fuerte ya que son otras políticas que se deben utilizar al momento de atenderlo, se aprendió a sonreír con los ojos.

Puesto laboral: Vendedor

Nivel académico

B) Bachiller b) Superior ■ c) Técnico

Tipo de alojamiento

A) Hotel b) Hostería ■ c) Hostal

1 ¿Qué servicios ofrece el establecimiento hotelero?

Habitaciones ■ Recepción ■

Restaurant Otros especifique: Piscina, cancha de futbol.

2. ¿A qué categoría pertenece?

Turismo

3. ¿Conoce usted sobre normas de calidad?, ¿Cuáles?

Si ■ No

Norma Iso ■ Otras, indique

4. ¿Qué opina sobre la calidad del servicio y atención al cliente que ofrece su establecimiento hotelero?

Por el momento si cumple los estatus para la atención al cliente, aunque si creemos que el futuro se necesita mejorar la calidad del servicio.

5. ¿Conoce usted los componentes básicos de la calidad del servicio que tiene que aplicar cuando se está frente a un cliente? Si/No, ¿Cuáles?

Si, es mi opinión, que la satisfacción del cliente y ofrecerá mejor servicio.

6. ¿Cree usted que un modelo de gestión hotelera es necesario para los establecimientos? Si /No y Por qué?

Si, por que el mismo permite dirigir las operaciones de diferentes áreas.

7. ¿Aplican algún modelo de gestión de calidad e indicadores de rendimiento y satisfacción del cliente, indique cuáles?

Si ■ **No**

Matrices de riesgo.

8. ¿Considera usted que es necesario aplicar una estrategia para mejorar el servicio que ofrece el establecimiento hotelero y por qué?

Si, implementación de tecnología para facilitar el cliente a la hora de vender.

9. **¿El hotel tiene algún tipo de estrategias de calidad del servicio al cliente?**

Si la estrategia principal es la de valor agregado.

10. ¿Hay personal profesional o certificado en turismo y hotelería?

No.

11. ¿Qué impactos ha tenido la pandemia en el servicio al cliente?

El impacto principal ha sido un bajo de clientela

Puesto laboral: Encargado General

Nivel académico

C) Bachiller ■ b) Superior c) Técnico

Tipo de alojamiento

A) Hotel b) Hostería ■ c) Hostal

1 ¿Qué servicios ofrece el establecimiento hotelero?

Habitaciones ■ Recepción ■

Restaurant ■ Otros especifique: Piscina, cancha de futbol

2. ¿A qué categoría pertenece?

Hostelería

3. ¿Conoce usted sobre normas de calidad, ¿cuáles?

Si ■ No

Norma Iso Otras, indique

4. ¿Qué opina sobre la calidad del servicio y atención al cliente que ofrece su establecimiento de hospedaje?

la calidad que ofrecemos es buena y tenemos buena atención.

5. ¿Conoce usted los componentes básicos de la calidad del servicio que tiene que aplicar cuando se está frente a un cliente? Si/No, ¿Cuáles?

Si, un buen trato al cliente.

6. ¿Cree usted que un modelo de gestión hotelera es necesario para los establecimientos? Si /No y Por qué?

Si, por que atrae más al cliente.

7. ¿Aplican algún modelo de gestión de calidad e indicadores de rendimiento y satisfacción del cliente, indique cuáles?

Si **No**

8. ¿Considera usted que es necesario aplicar una estrategia para mejorar el servicio que ofrece el establecimiento hotelero y por qué?

Si para mejorar la calidad del hotel.

9. **¿El establecimiento hotelero tiene algún tipo de estrategias de calidad del servicio al cliente?**

En este momento no tiene ninguna estrategia.

10. ¿Hay personal profesional o certificado en turismo y hotelería?

No

11. ¿Qué impactos ha tenido la pandemia en el servicio al cliente?

Actualmente no se encuentra en funcionamiento, solo alquilamos las canchas a personas conocidas.

CONCLUSIONES

El propósito de la presente investigación es Diagnosticar, distinguir, Definir y Especificar la situación actual del sector hotelero del cantón Montecristi, 2021, demostrando la existencia o no de modelos de gestión integral de calidad, en sus establecimientos. Con los datos recopilados mediante las entrevistas, encuestas y observaciones se puede expresar la situación actual del sector hotelero.

- La investigación mediante la entrevista a los dueños y encargado de los establecimientos hoteleros del cantón de Montecristi, provincia de Manabí, se pudo constatar que no cuentan con un modelo o manual de gestión integral de calidad, ni cuentan con certificaciones de calidad, pero de igual no ignoran la calidad, ellos brindan un buen trato a sus clientes, brindan un valor agregado, son cordiales, brindan seguridad, tienen una buena actitud, son respetuosos y como comento una de las entrevistadas en tiempo de pandemia ahora sonríen con los ojos.
- Gracias a las encuestas realizadas se pudieron obtener datos positivos el 94% de los encuestados si regresaran a hospedarse a los establecimientos hoteleros. Comprobando que el servicio que recibieron les pareció agradable.
- Se comprobó que el 95% de los encuestados si, recomendaran los establecimientos. El 94% están satisfecho en cuanto a costo y beneficios de los establecimientos hoteleros.
- Con las encuestas se logra determinar que los hoteles poseen un buen trato de atención al cliente por lo que denota una buena experiencia, esto da un impacto positivo y moverá un poco más la economía del cantón.
- Para concluir los establecimientos hoteleros del cantón Montecristi, que, aunque no tengas certificaciones de calidad, si están cumpliendo con brindar calidad.

RECOMENDACIONES

Mediante la investigación realizada sobre la gestión integral de la calidad en las empresas hoteleras del cantón de Montecristi 2021, a continuación, se recomiendan:

- Conocer e investigar más sobre la gestión de calidad hotelera para los establecimientos hospedajes, como el modelo Hotelqual, basado en el SERVQUAL, normas ISO, entre otras, para así lograr una efectiva gestión hotelera, profesional e innovadora.
- Implementar un sistema de Gestión Integral de Calidad, con procedimientos escrito de manera formal en las empresas hoteleras del cantón Montecristi, que permita mejorar la satisfacción de los huéspedes no obstante también se podrán actualizar procesos obsoletos de gestión, con esto se marcara un antes y después del establecimiento.
- Se propone que los establecimientos hoteleros del cantón de Montecristi, un plan de capacitaciones anualmente a sus trabajadores, con el único fin de mejorar el servicio y puedan seguir brindando calidad a sus huéspedes y por ende conseguir la fidelización de los clientes.
- Se recomienda tomar en cuentas los comentarios, quejas, sugerencia, que dejan los huéspedes en la paginas de internet, con el fin de mejorar la calidad de sus servicios.
- Para concluir se recomienda siempre llevar las medidas sanitarias para tener en alto los nombres de estos establecimientos hoteleros y así hacer crecer la economía de este cantón en crecimiento.

BIBLIOGRAFÍA

1. CESAE. (24 de 05 de 2019). *Gestión de calidad en el hotel*. Obtenido de https://www.cesae.es/blog/gestion-de-calidad-en-el-hotel
2. Guillermo Westreicher. (2018). *Encuesta*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html
3. Max-TD Travel . (2019). *Servicios hoteleros*. Obtenido de https://www.city-of-hotels.es/165/servicios-hoteleros.html
4. Aguiló, E. (1996). *Introducción a la economía del turismo en España, evolucion y expectativas de la actividad turistica.* Madrid: Citivis.
5. Agustí Casas-Romeo. (2017). *La netnografía como herramienta de investigación en contextos on-line: una aplicación al análisis de la imagen de los servicios públicos de transporte*. Obtenido de https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/42525/44077#:~:text=La%20netnograf%C3%ADa%20es%20una%20nueva,y%20al%20creciente%20n%C3%BAmero%20de
6. Calderón Calderón, F. B. (2014). *La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa.* baños de agua santa: UniAndes, tesis de pregrado.
7. Carlos Hugo Millán-García. (2017). *Factores e indicadores de competitividad hotelera*. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/880/88055200021/html/
8. Carolina Monsalve Castro. (2016). *Análisis de la calidad del servicio de los hoteles*. Obtenido de https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/4687/5654
9. Centro, Santa Lucía Santiago. (16 de 10 de 2018). *¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?* Obtenido de https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad,servicios%20obtenidos%20mediante%20el%20mismo.
10. CESAE. (08 de 06 de 2021). *Gestión de Calidad en Hoteles*. Obtenido de https://www.cesae.es/blog/gestion-de-la-calidad-en-hoteles
11. CEUPE. (24 de 12 de 2021). *Qué servicios presta un hotel*. Obtenido de https://www.ceupe.com/blog/servicios-que-presta-un-hotel.html
12. Cruz, luz Molina Ventura de la. (2017). *metodos y tecnicas : herramientas de investigacion*. Obtenido de https://es.slideshare.net/LuzVenturadelaCruz/metodos-y-tecnicas-herramientas-de-investigacion-54150075
13. Danelly Salas Ocampo. (03 de 12 de 2019). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/

14. Ecuador, H. (10 de 06 de 2021). *Hoteles Ecuador, federacion hotelera*. Obtenido de Origen reseña historica: https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=7&idiom=1

15. Ecuador, M. d. (2016). *Reglamento de alojamiento turistico.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

16. Ecuatoriano, S. d. (22 de 08 de 2018). *Servicio de Acreditación Ecuatoriano* . Obtenido de Establecimientos hoteleros y turísticos con estándares de calidad: https://www.acreditacion.gob.ec/hoteles-con-estandares-de-calidad/

17. Esther Expósito Peláez. (2017). *Concepto de calidad en las empresas turísticas*. Obtenido de https://www.efdeportes.com/efd135/calidad-para-el-producto-turistico-deportivo.htm

18. Fomento cultural Banamex. (2018). *Investigacion de campo*. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/21CAPITULO15.pdf

19. Getty, J., & Thompson. (1994). The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decisions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 2(3), 3-22.

20. GlobalSuite Solutions. (5 de 03 de 2020). *normas ISO*. Obtenido de https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso/

21. Hotel consulting. (2017). *Objetivos De La Gestión Hotelera*. Obtenido de https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/gestion-hotelera/

22. Ingram, H., & Daskalakis, G. (1999). Measuring quality gaps in hotels: the case of Crete. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(1), 24-30.

23. Joubert, E. G. (2015). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos.* Obtenido de https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/tesis%20joubert.pdf?sequence=1&isallowed=y

24. Luis Cuatrecasas, Jesus Gonzalez Babón. (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación.* Barcelona: Profit Sl, ebook.

25. Maithé Del Toro Soto. (2017). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/

26. María Amalia Lorda. (1 de 02 de 2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html

27. Mintur. (s.f.). *Ministerio de turismo del Ecuador Mintur.* Obtenido de Ministerio de turismo del Ecuador Mintur: https://www.turismo.gob.ec/

28. Naq . (2018). *GESTIÓN DE LA CALIDAD*. Obtenido de ISO 9001: Sistemas de gestión de la calidad (SGC): https://www.nqa.com/es-es/certification/standards/iso-9001

29. Ortega, Eduardo. (2017). *El liderazgo*. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/792/mod_resource/content/0/07._Liderazgo_Centrado_en_principios.pdf

30. Perez, M. (2021). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/comunidad/004792_de-que-hablamos-cuando-nos-referimos-a-kpi.html

31. Plaza, Marcos. (2017). *metodo sintetico*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/metodo-sintetico.html

32. R Santomà Vicens, G. C. (2007). calidad de servicio en la industria hotelera. *Revista de Análisis Turístico*, 3.

33. Rabat Barcelona. (02 de 10 de 2021). *gestión hotelera y cuál es su importancia en el sector hotelero*. Obtenido de https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/direccion-hotelera/que-es-la-gestion-hotelera-y-cual-es-su-importancia-en-el-sector-hotelero

34. Reply. (2017). *Investigación de método hipotético – deductivo: qué es, características y ejemplos*. Obtenido de https://tiposdeinvestigacion.org/hipotetico-deductivo/

35. Rosario Peiro. (10 de 11 de 2018). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html

36. Santa Lucía Santiago Centro. (25 de 6 de 2017). *Cuáles son los principios de la gestión de calidad*. Obtenido de https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/

37. UNKNOWN. (2017). *Investigación de método inductivo: qué es, características y ejemplos*. Obtenido de https://tiposdeinvestigacion.org/inductivo/

38. unknown. (22 de 12 de 2021). *Enyrevista*. Obtenido de https://www.significados.com/entrevista/

ANEXOS

ANEXO N 1. FORMATO DE ENCUESTA.

ENCUESTA DIRIGIDA A LA SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES DEL CANTÓN MONTECRISTI

Sus respuestas contribuyen con la realización exitosa del proceso de investigación-: Gestión integral de la calidad en las empresas Hoteleras del cantón Montecristi,2021. La información obtenida en esta encuesta es de carácter anónimo.

1. **¿En qué establecimiento hotelero del cantón de Montecristi se hospedo?**
   a) Hostal Ceibo real.
   b) Hostería Sinaí S.A.
   c) Hostería Dolphin.
2. **En el cantón de Montecristi, de la provincia de Manabí. ¿En dónde acostumbra a hospedarse?**
   a) Hotel
   b) Hostal
   c) Hostería
3. **¿Como calificaría los siguientes servicios en los establecimientos de hospedaje?**

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Malo	Pésimo	No Brinda ese servicio
Atención de los empleados						
Instalaciones						
Servicio a la Habitación						
Limpieza de la habitación						
Alimentó de Restaurantes						
Estado general de las habitaciones del Hotel						
Servicio Básicos						
Iluminación						
Cama y descansó						
Medida de vio seguridad						

4. **¿Volverías a hospedarte en algún establecimiento hotelero, del cantón Montecristi?**
   a. Sí
   b. No
   c. Tal vez
5. **¿Recomendarías el establecimiento?**
   a. Si
   b. No
6. **¿El servicio del establecimiento en cuanto a costo y beneficio, te parece aceptable?**
   a. Si
   b. No

ANEXO N 2. FORMATO DE LA ENTREVISTA

Carrera de Hotelería

Entrevista dirigida al sector Hotelero del cantón Montecristi

Introducciones: Se invita a ser muy sinceros en sus respuestas.

Sus respuestas contribuyen con la realización exitosa del proceso de investigación: **Gestión integral de la calidad en las empresas Hoteleras del cantón Montecristi,2021.**

La información obtenida en esta encuesta es de carácter anónimo.

PUESTO LABORAL: _____

NIVEL ACADEMICO: a) Bachiller ☐ **b)** superior ☐ **c)** técnico ☐

TIPO DE ALOJAMIENTO: a) Hotel ☐ **b)** Hostería ☐ **b)** Apart-Hotel ☐

1. **¿Qué servicios ofrece el establecimiento hotelero?**

Habitaciones	☐	Recepción	☐
Restaurant	☐	Otros	☐

2. **¿A qué categoría pertenece?**

_____

3. **¿Conoce usted sobre normas de calidad, cuales?**

SI	☐	**NO**	☐
Norma ISO	☐	**Otras, Indique**	☐

4. **¿Qué opina sobre la calidad del servicio y atención al cliente que ofrece su establecimiento hotelero?**

_____

_____

_____

5. **¿Conoce usted los componentes básicos de la calidad del servicio que tiene que aplicar cuando esta frente a un cliente?, Si/No, Cuáles?**

_____

_____

6. **¿Cree usted que un modelo de gestión hotelera es necesario para los establecimientos? Si/No y Por qué?**

_____

_____

7. **¿Considera usted qué es necesario aplicar una estrategia para mejorar el servicio que ofrece el hotel y por qué?**

_____

_____

8. **¿El establecimiento hotelero tiene algún tipo de estrategias de calidad del servicio al cliente?**

_____

9. **¿Hay personal profesional o certificado en turismo y hotelería?**

_____

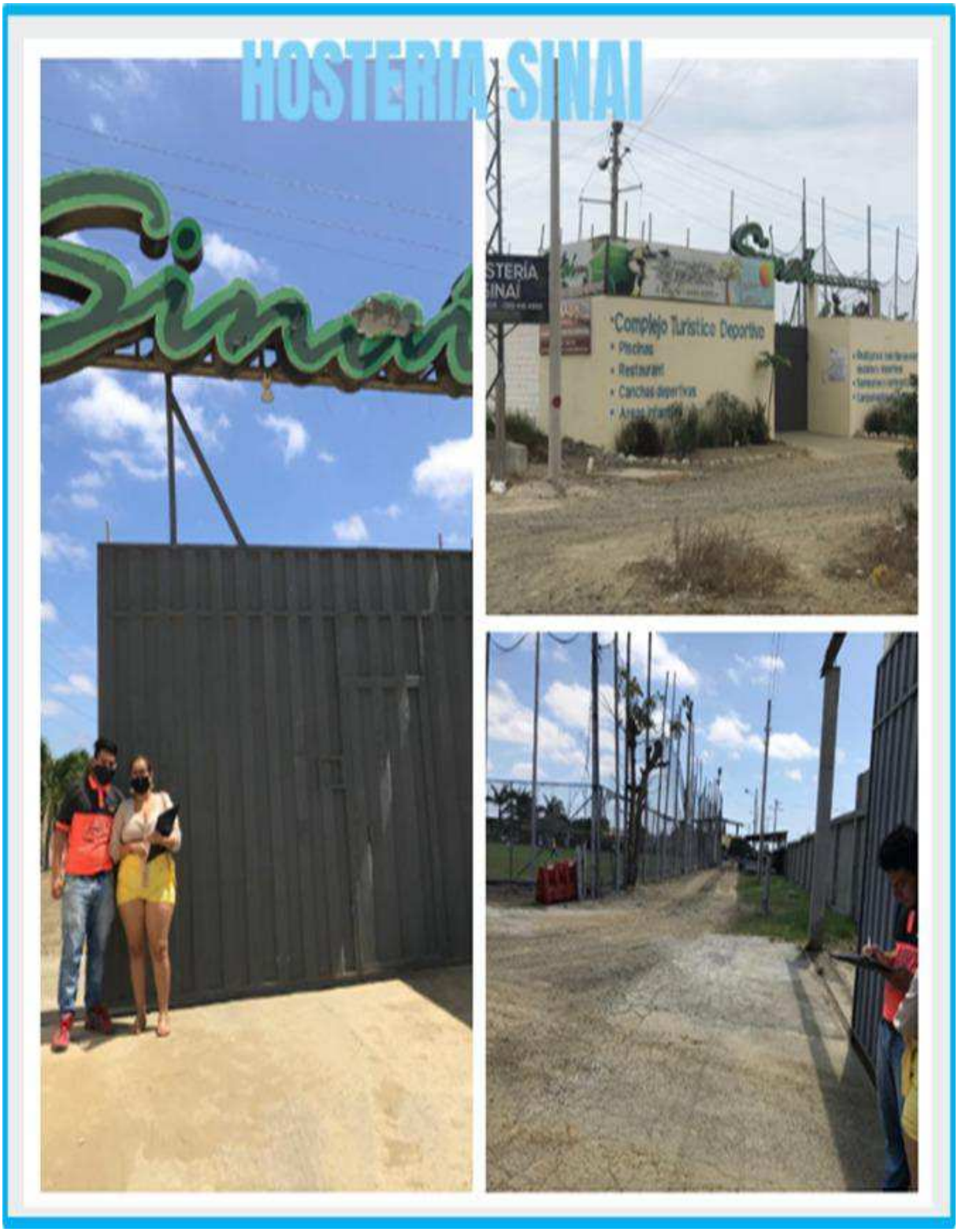
10. **¿Qué impactos ha tenido la pandemia en el servicio al cliente?**

_____

ANEXO N 3.

ANEXO N 4.

ANEXO N 5.


HOSTERIA SINAI
Complejo Turistico Deportivo
• Piscinas
• Restaurant
• Canchas deportivas

IDENTIFICACIÓN FISCAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS, COMPROBADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS DE ECUADOR.

1.- Hostal Ceibo Real: Su identificación.

Consulta de RUC

RUC	Razón social
1304919671001	CEDEÑO MEJIA CARMITA ENCARNACION
Estado contribuyente en el RUC	**Nombre comercial**
ACTIVO	HOSTAL GREEN CEIBO

Actividad económica principal	OTROS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS POR CORTO TIEMPO EN HOSTALES JUVENILES Y REFUGIOS DE MONTAÑA.

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
17/09/2007	21/01/2019		

2.- Centro Hotelero Dolphin:

Consulta de RUC

RUC	Razón social
0602115198001	CUÑEZ YUNGAN MARIA MERCEDES
Estado contribuyente en el RUC	**Nombre comercial**
ACTIVO	DOLPHIN HOTEL

Actividad económica principal	OTROS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS POR CORTO TIEMPO EN HOSTALES JUVENILES Y REFUGIOS DE MONTAÑA.

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
30/11/2011	19/12/2017		

3.- Centro Recreacional Sinaí:

Consulta de RUC

RUC	Razón social
1391795742001	COMPLEJO SINAI S.A. SINAIRESORT

Estado contribuyente en el RUC	Nombre comercial
ACTIVO	

Representante legal

Nombre:	MOREIRA PICO MANUEL VICENTE
Cédula/RUC:	1300929138

Actividad económica principal	
	ACTIVIDADES DE PARQUES RECREATIVOS Y PLAYAS, INCLUIDO EL ALQUILER DE CASETAS, CASILLEROS, SILLAS, HAMACAS; LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DE TRANSPORTE RECREATIVO; POR EJEMPLO, PUERTOS DEPORTIVOS, Y EL ALQUILER DE EQUIPO DE ESPARCIMIENTO Y RECREO COMO PARTE INTEGRAL DE LOS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO, B

Tipo contribuyente	Subtipo contribuyente
SOCIEDAD	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
OTROS	SI

Información de actividad económica de la superintendencia de compañías.

ACTIVIDAD ECONÓMICA

OBJETO SOCIAL:	Uno) Podrá dedicarse a la instalación y administración de: Centros Recreativos y Turísticos, hoteles, residenciales, restaurantes, clubes, spas, salas de masajes, cafeterías, centros comerciales, bares, discotecas, salas de bailes, agencias de viajes,....	
CIIU Actividad Nivel 2:	I55	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO.
CIIU Operación Principal:	I5510.09	OTROS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS POR CORTO TIEMPO: CASAS DE HUÉSPEDES; CABAÑAS, CHALETS, CABAÑAS CON SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA, HOSTALES JUVENILES Y REFUGIOS DE MONTAÑA.