



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

TEMA:

**FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE
LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA
CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR**

AUTORA: MALES MALDONADO LAURA VERÓNICA

DIRECTOR: MSc. GALO OSWALDO ECHEVERRÍA CACHIPUENDO

IBARRA, 2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040154063-8		
APellidos y Nombres:	Males Maldonado Laura Verónica		
DIRECCIÓN:	Ibarra, barrio El Olivo		
EMAIL:	verito4d@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062982779	TELÉFONO MÓVIL:	0985923138

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR
AUTOR (ES):	Males Maldonado Laura Verónica
FECHA: DD/MM/AAAA	21/05/2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en turismo.
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipiendo

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de mayo del 2018.

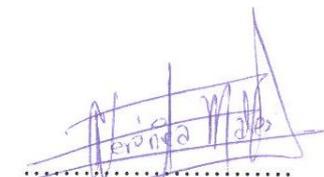
LA AUTORA:

Males Maldonado Laura Verónica

AUTORÍA

Yo, Laura Verónica Males Maldonado, con cédula N° 040154063-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR”** es de mi autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra el 21 de mayo del 2018.



Verónica Males
C.I 040154063-8

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Laura Verónica Males Maldonado, para optar por el Título de Ingeniera en Turismo, cuyo tema es **“FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN-ECUADOR”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra el 21 de mayo del 2018.



MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo.
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Dedico este trabajo aquellas personas que contribuyeron al desarrollo y elaboración de mi investigación, principalmente a los propietarios y empleados de los diferentes establecimientos prestadores de servicio de alojamiento de la ciudad de Tulcán, ya que me permitieron realizar un estudio a fondo para cumplir con mi investigación.

Verónica Males

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento es principalmente a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante y poder culminar con éxito una etapa más en el gran camino que debo recorrer.

A mis padres, Agustín Males y María Maldonado por brindarme un apoyo incondicional, ya que sin su sacrificio y amor no podría haber llegado hasta donde ahora me encuentro los amo mucho gracias por estar siempre conmigo.

A mis profesores de esta maravillosa institución, quienes han sido mi guía durante toda mi carrera estudiantil brindándome la confianza necesaria para triunfar en la vida y transmitir sabiduría para mi formación profesional.

A mi tutor, Israel Espinoza, MSc. por haber contribuido con sus conocimientos y enseñanzas, lo cual, ha sido muy indispensable para el desarrollo de mi investigación.

Verónica Males

ÍNDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AUTORÍA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
ABSTRACT.....	XVI
CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Enunciación del problema	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.3 Preguntas de investigación	3
1.4 Objeto de estudio.....	4
1.5 Descripción del área de estudio	4
1.6 Objetivos	4
1.6.1 Objetivo general.....	4
1.6.2 Objetivos específicos.....	4
1.7 Justificación.....	5

CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Sistema de administración de la calidad en los servicios.....	7
2.1.1 Mejoramiento continuo.....	8
2.1.2 Concepto de formación de personal	9
2.1.2.1 Importancia de la formación de personal	10
2.1.2.2 Objetivos de la formación de personal.....	10
2.1.2.3 Principales tipos y métodos de formación.....	11
2.1.3 El plan de formación	12
2.1.3.1 Análisis de la empresa.....	12
2.1.3.2 Detección de las necesidades formativas	12
2.1.4 Clientes satisfechos	13
2.1.5 Protocolo de atención	15
2.1.5.1 Definición de protocolo	15
2.2 Los servicios	16
2.2.1 Características propias del producto hotelero.....	17
2.2.2 La Productividad en la prestación de servicios turísticos	18
2.2.3 Producto Hotelero	19
2.2.4 Tipos de alojamientos turísticos	20
2.2.4.1 Hostería.....	21
2.2.4.3 Hoteles apartamento o apart-hotel	22
2.2.4.4. Hostal.....	22
2.2.4.5 Pensión.....	22
2.2.4.6 Motel.....	23
2.2.4.7 Cabañas.....	23
2.2.4.8 Complejos vacacionales	23
2.3 Norma técnica.....	24
2.4 Matriz EFI	25
2.5 Normas ISO	26
2.6 La ciudad de Tulcán	27
2.6.1 Descripción del sector turístico	27
2.6.3 Ubicación	27
2.6.4 Población.....	28
2.6.5 Límites.....	28
2.6.6 División política	28
2.6.7 Relieve.....	28
2.6.8 Clima.....	28
2.6.9 Flora y fauna	29
2.6.10 Turismo	29
<input type="checkbox"/> Fiestas de cantonización	30
<input type="checkbox"/> Pregón, desfile cívico y militar.....	30
<input type="checkbox"/> Elección de la reina	30
<input type="checkbox"/> Feria exposición.....	30
<input type="checkbox"/> Cuy asado	30
<input type="checkbox"/> Hornado pastuso. (ECURED, 2017).....	30

CAPÍTULO III.....	31
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.1. Tipo de investigación.....	31
3.1.1 Investigación de campo	32
3.1.2 Investigación fue la descriptiva-explicativa	32
3.2. Métodos	32
3.2.1. Analítico-Sintético	32
3.2.2. Inductivo-Deductivo.....	33
3.3. Técnicas e instrumentos.....	33
3.4. Población	34
3.5. Muestra	36
CAPÍTULO IV.....	40
4 ANÁLISIS RESULTADOS	40
4.1 Introducción.....	40
4.2. Análisis e interpretación de la clase y categoría de establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán	41
4.2.1. Clase y categoría técnica de los centros de alojamiento en la ciudad de Tulcán	42
4.2.1.1 Hoteles de 4 estrellas.....	46
4.2.1.2 Hoteles de 2 estrellas.....	47
4.2.1.3 Hoteles de 1 estrellas.....	49
4.3. Análisis e interpretación de resultados dirigido al personal que labora en los establecimientos hoteleros.	50
4.3.1. Encuesta dirigida al personal de servicio del establecimiento de alojamiento de la ciudad de Tulcán. .	51
4.4 Percepción de satisfacción de los clientes sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento.	63
4.4.1. Análisis e interpretación de la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento	66
4.4.2. Encuesta dirigida a clientes para medir la satisfacción del servicio de alojamiento de la ciudad de Tulcán.....	67
4.5. Análisis e interpretación de la matriz de estrategias de factores internos sustentados en fundamentos teóricos y prácticos.....	77
4.5.1. Matriz de evaluación de factores internos de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán	79
4.5.2 Metodología de diagnóstico FODA.....	81
4.5.3 Cuadro Matriz FODA.....	82
Tabla 9.....	82
Cuadro Matriz FODA	82
4.5.4. Identificación de estrategias	86

CAPÍTULO V	87
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1. Conclusiones.....	87
5.2. Recomendaciones	88
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	90
Bibliografía.....	93
Linkografía	97
ANEXOS	99
ANEXO 1. ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	100
ANEXO 2. MATRIZ GENERAL DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	101
ANEXO 3. F1. FICHA DE OBSERVACIÓN TÉCNICA	102
ANEXO 4. F2. ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.....	104
ANEXO 5. ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.....	108
ANEXO 6. F4. MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE FACTORES INTERNOS (EFI).....	110
ANEXO 7. ESTABLECIMIENTOS PROVINCIA DEL CARCHI CANTÓN TULCÁN...	112
ANEXO 8. OFICIO REALIZADO POR EL MCS. GABRIEL TAPIA COORDINADOR ACADÉMICO DE LA ESCUELA DE TURISMO.	113
ANEXO 9. OFICIOS RECIBIDOS POR ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN.	114
ANEXO 10. RESULTADO URKUND.....	118

ANEXO 11. TRABAJO DE CAMPO DE RECOPIACIÓN DE DATOS EN LOS DIFERENTES ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE TULCÁN.	119
---	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de la oferta	35
Tabla 2 Población de la demanda	36
Tabla 3 Muestra poblacional de la oferta.....	38
Tabla 4 Muestra poblacional.....	39
Tabla 5 Clase y categoría de establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán.....	43
Tabla 6 Resultados de la ficha de observación	44
Tabla 7 Información genérica	53
Tabla 8 Matriz de estrategias de fuerzas internas (EFI)	80
Tabla 9 Matriz FODA.....	85
Tabla 10 Variables de los cuatro cuadrantes.....	83
Tabla 11 Cruce de fortalezas y debilidades	84
Tabla 12 Cálculo de factores de riesgo	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Categoría 4 estrellas.....	46
Gráfico 2	Categoría 2 estrellas.....	47
Gráfico 3	Categoría 1 estrellas.....	49
Gráfico 4	Género:	51
Gráfico 5	Edad	52
Gráfico 6	Qué actividad desempeña	55
Gráfico 7	Tiempo de trabajo	56
Gráfico 8	Última vez de capacitación	57
Gráfico 9	Ha recibido capacitación.....	58
Gráfico 10	Plan de capacitación	59
Gráfico 11	Convenios con otras instituciones	60
Gráfico 12	Área de trabajo.....	61
Gráfico 13	Mejoramiento profesional.....	62
Gráfico 14	Capacitación de servicios	63
Gráfico 15	Factores de percepción	64
Gráfico 16	Factores de percepción	65
Gráfico 17	El personal dispuesto ayudar	67
Gráfico 18	Cortesía del personal.....	68
Gráfico 19	Personal cuenta con uniforme.....	69
Gráfico 20	Personal limpio y aseado	70
Gráfico 21	Cumplió con sus expectativas.....	71
Gráfico 22	Grado de satisfacción.....	72

Gráfico 23 Imagen del personal	73
Gráfico 24 Atención al cliente	74
Gráfico 25 Pregunta de clientes	75
Gráfico 26 Mejoras en el servicio	76
Gráfico 27 Aplicación de la encuesta	119
Gráfico 28 Encuesta a empleados del hotel	119
Gráfico 29 Encuesta a diferentes empleados	120
Gráfico 30 Encuesta a un cocinero de un establecimiento de alojamiento.....	120
Gráfico 31 Encuesta recepcionista del hotel.....	121

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tiene como propósito conocer el nivel de formación del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán- Ecuador y la relación existente entre la capacitación permanente de mejoramiento profesional y la satisfacción a los requerimientos de los clientes. Para alcanzar los objetivos fue necesario la concurrencia de técnicas y métodos sustentados por el enfoque cuantitativo y los tipos de investigación como: bibliográfica, de campo y descriptiva. Los resultados fueron obtenidos con la aplicación de encuestas, fichas de observación y la elaboración de la Matriz de Fuerzas Internas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, alcanzando identificar la situación actual del sector hotelero, determinar los niveles de formación profesional del personal que labora en esos establecimientos y analizar la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal que labora en el sector. Las conclusiones obtenidas fueron: Los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán están clasificados en cuatro categorías asignadas con un número de estrella. Existen cuatro categorías: 4, 3, 2 y 1. No existen establecimientos categorizados de 5 estrellas y esta clasificación tiende a confundir. Otro aspecto que se identificó es la falta de preparación académica del personal cuyo efecto incide en la baja calidad de atención en los hoteles y hostales. Un tercer tema es el escaso programa de capacitación que además se muestra descontextualizada. Finalmente se analizó la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal que la califican de medianamente aceptable. Con estos resultados se elaboró la Matriz EFI. Este instrumento determinó factores de fuerza tales como: la predisposición para ayudar a los clientes, la limpieza en su presentación personal y la imagen de confianza que reflejan en los lugares de trabajo; y factores de debilidad estratégica como:

falta de distintivos que diferencien las funciones de los empleados, el desconocimiento real de sus responsabilidades específicas al realizar múltiples labores y el inexistente plan de mejoras.

Palabras clave: formación técnica, Matriz de Fuerzas, satisfacción de los turistas, categorías.

ABSTRACT

To know the level of formation of people who work in the service of accommodation in establishment in Tulcán city in Ecuador and the relationship that exists among the permanent capacitation, professional development, and the satisfaction of customers it has been made this investigation. To achieve the objectives, it was necessary the concurrence of techniques and methods with a quantitative approach and the types of research such as: bibliographical, field and descriptive. The results had a relation with the application of the surveys, the observation and the elaboration of the Matrix of Internal Forces of the services of Tulcán, located in Carchi, reaching the current situation of the hotel sector, determining the levels of training Professional staff working in these groups and analysis of the satisfaction of tourists on the personal attention that works in the sector. The conclusions are detailed in the categories assigned with a star number. There are four categories: 4, 3, 2 and 1. There are no 5-star classification criteria and this classification tends to confuse. Another aspect that is identified is the lack of academic or personal preparation. A third issue is the training program that is also decontextualized. Finally, the perception of tourists' satisfaction regarding personal attention was analyzed, which results in the acceptable. With these results the Matrix EFI was elaborated. This instrument determines strength factors such as: willingness to help clients, cleanliness in their personal presentation and the image of trust in workplaces; and weakness factors such as the lack of distinctive features that differentiate employees' functions, ignorance of employee rights and the lack of an improvement plan.

Keywords: Technical training, Matrix of Forces, satisfaction of tourists, categories.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Enunciación del problema

La ciudad de Tulcán se halla situada al norte del Ecuador, en la frontera con Colombia y se constituye en el paso obligado del tráfico vehicular y tránsito humano tanto para ingresar al país como para salir de él. Su cercanía con el vecino país de Colombia lo convierte en un centro comercial importante. Un aspecto que le hace atractiva a la ciudad es el turismo. Muchos visitantes llegan al cementerio “José María Azaél Franco Guerrero”, más conocido como el “Cementerio de Tulcán” por su variedad de diseños en jardinería bien cuidados del campo santo. A este lugar se integran los paraderos naturales como el Complejo Eco turístico Aguas Hediondas, ubicado a 27 kilómetros de la urbe y a 3450 msnm; Lagunas Verdes a 38 kilómetros en las estribaciones del Volcán Chiles; y la zona caliente de Chical que provoca una modificación brusca del paisaje. (Viajando, 2017).

Tulcán ha desarrollado una iniciativa de empresa hotelera y ofrece a visitantes nacionales y extranjeros alojamiento de distintas categorías. El 80% de la oferta hotelera de la provincia está concentrado en esta ciudad incluyendo dos hoteles y una hostería de primera categoría, 15 hoteles de segunda y unos 15 entre hoteles y residenciales de tercera categoría. En restaurantes, existen tres de primera categoría, 15 de segunda entre bares-restaurantes y una treintena de restaurantes y comedores populares. (“Provincia de Carchi - EcuRed,” n.d.)

La problemática del sector turístico en Tulcán permite conocer la relación existente entre comercio y turismo. Para el presidente de la Cámara de Turismo de la provincia del Carchi el problema está en las restricciones que se les pone a los colombianos para ingresar al Ecuador.

Existen restricciones que nos perjudican. “Todos piensan que la dolarización es el problema, pero se equivocan, porque los colombianos hacen un presupuesto anual para vacacionar y les gusta pasarla bien. Ahora por los problemas para entrar al país escogen otros destinos turísticos” (LA HORA, 2014)

Debido a las políticas económicas del Gobierno Nacional en la presidencia del economista Rafael Correa (2007-2017) para proteger la producción del país, se introdujo al sistema recaudatorio las conocidas como “salvaguardias” que no eran otra cosa que impuestos gravados a los bienes de producción extranjera. Estos aranceles encarecieron los productos importados (equipos de tecnología, electrodomésticos, vehículos) y consecuentemente afectó el comercio nacional pero benefició de manera considerable al vecino país en el comercio y esta coyuntura no ha sido debidamente aprovechada por el sector turístico de la ciudad de Tulcán pese a ser la ciudad fronteriza y la que mejor debería beneficiarse por el incremento de la afluencia de visitas que recibe desde el centro y sur Occidente del Ecuador hacia el municipio de Ipiales, perteneciente al Departamento de Nariño de Colombia que sólo en el último trimestre del año 2017 se reportaron ventas semanales promedio de 400 mil dólares de alrededor de 200 compradores (El Comercio, 2017) , divisas que engrosaron la economía del vecino país .

Como puede notarse, la capacidad adquisitiva del dólar americano, moneda utilizada en el Ecuador como oficial, incide en los precios de los bienes de consumo y de hogar ofertados en la ciudad de Ipiales, por lo que le vuelve atractiva a los ecuatorianos, pero el sector hotelero no lo aprovecha como debería y los visitantes se devuelven a sus ciudades de origen y apenas un 3% (LA HORA, 2014) de ellas lo hacen en Tulcán perdiendo aproximadamente entre 12.000 a 18.000 dólares semanales.

Según (Diario Expreso, 2015) las ventas diarias en Ipiales fueron de 420.000 dólares lo que, multiplicado a los cuatro días del feriado de agosto de 2017, “los ecuatorianos gastaron alrededor de 1,6 millones de dólares, según la Cámara de Comercio de Ipiales”. Con los antecedentes anteriores, se identifica como problema principal la insuficiente formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán.

Las causas del problema y los efectos que genera son:

- Preparación académica descontextualizada en temas relacionados al manejo operativo de servicio al usuario. El efecto más notorio es la insatisfacción por parte de los usuarios de este servicio con la consecuente disminución de la afluencia de clientes.
- Escaso impulso a la capacitación permanente del personal por parte de los diferentes niveles de gobierno. El resultado es el desconocimiento de los protocolos de atención.
- La aplicación de la Norma Técnica Hotelera actual está basada en el Reglamento General de Actividades Turísticas del año 2011, y es la causa por la que los hoteles presenten falencias de competitividad y necesidad de estándares adecuados con la consecuencia de que no se ha desarrollado un rol laboral de los empleados orientado a mejorar el servicio.
- Desarrollo empírico de las actividades encargadas al personal en los establecimientos de alojamiento. El resultado es la deficiente calidad del servicio.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán- Ecuador satisface los requerimientos de sus clientes?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la categoría técnica establecida por el Ministerio de Turismo, sobre los establecimientos de alojamiento que posee la ciudad de Tulcán?
- ¿Cómo se determina los niveles de formación académica del personal que labora en los establecimientos de alojamiento identificados?
- ¿Cuál es la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento?
- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos y prácticos de la Matriz de Estrategias de factores internos de los hoteles y hostales?

1.4 Objeto de estudio

Formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.

1.5 Descripción del área de estudio

El estudio se realizó en el área urbana de la ciudad de Tulcán, donde se ubican los establecimientos de alojamiento.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Elaborar un análisis crítico de la formación técnica del personal de servicios de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán.

1.6.2 Objetivos específicos

- Identificar la categoría técnica establecida por el Ministerio de Turismo sobre los establecimientos de alojamiento que posee la ciudad de Tulcán.
- Determinar los niveles de formación académica del personal que labora en los establecimientos hoteleros identificados.

- Analizar la percepción de satisfacción de los clientes sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento.
- Elaborar la matriz de estrategias de factores internos de los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán, sustentado en fundamentos teóricos y prácticos.

1.7 Justificación

En los últimos años se está dando mucha importancia a la formación en la empresa, tanto desde el ámbito académico, como desde las instituciones y la práctica empresarial. Y no es una excepción en la provincia del Carchi y particularmente en su capital, la ciudad de Tulcán.

Los turistas que viajan a Tulcán y de paso a Colombia lo hacen por la actividad turística y comercial que la zona fronteriza ofrece. Ipiales ha sido por años sitio de visita de los ecuatorianos que visitan el Santuario de Las Lajas y en los últimos 5 años (2012-2017) por el comercio de consumo debido al poder adquisitivo de la moneda usada en Ecuador (el dólar norteamericano) cuyo valor de cambio en relación al peso colombiano es casi tres veces mayor.

Estas visitas obligan a los turistas nacionales quedarse en la ciudad de Tulcán y por ende buscan establecimientos que brinden alojamientos y servicios complementarios de alimentación, transporte y otros. Si se considera que una población superior a 20.000 personas (LA HORA, 2014) de tránsito atraviesan la frontera y de ellos 3.000 se quedan en Tulcán, los establecimientos de alojamiento pueden aprovechar esta oportunidad que garantice el parámetro de calidad en los servicios con la formación en competencias hoteleras que permita desempeñar los servicios de alojamiento de calidad sujetos a normativas, reglas y políticas de los establecimientos hoteleros.

Por tanto, este trabajo diagnosticó el nivel actual de formación del personal de los hoteles y las hostales de Tulcán y con esos insumos determinar, mediante la elaboración de la matriz EFI, las conclusiones y las recomendaciones técnicas que contribuya a fortalecer la capacidad competitiva de los individuos y sus niveles de eficacia y eficiencia en el mejoramiento de las habilidades que satisfagan las exigencias del turista.

El proyecto es factible de realizar al contar con infraestructura hotelera y obra pública con servicios básicos, señalización vial en la ciudad de Tulcán y es regentada por instituciones legalmente reconocidas de derecho público y de derecho privado, con capacidad de mejorar y otorgar satisfacción al cliente. El perfeccionamiento profesional del personal le representará a este sector un incremento en sus ventas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Sistema de administración de la calidad en los servicios

Para Publicaciones (Vértice, 2011). Un sistema de calidad permite a cada integrante de la plantilla de una empresa saber qué se espera de su trabajo, cómo realizar sus tareas y cuándo hacer su trabajo y esto, a su vez, permite obtener un resultado predecible, y por tanto controlable. (p. 129)

El sistema da confianza a los clientes. Además, (Armendáriz, 2014) menciona que las ventajas de implantar un sistema de gestión de calidad son:

- “Oportunidades mayores de negocio.
- Oportunidad de competir con organizaciones más grandes.
- Aumento de la satisfacción y lealtad de los clientes.
- Mejora en los procesos”. (p.23)

Cueva (2017) afirma que “el sistema de Administración de la Calidad en los Servicios está dado en los siguientes puntos:

- Necesidad de los usuarios.
- Responsabilidad de la gerencia.
- Proceso para la elaboración del servicio.
- Proyecto de Mejoramiento Continuo.
- Mejoramiento Continuo.
- Evaluación.
- Revisión” (p. 52)

(Fontalvo, 2016, pág. 66) Sugiere los siguientes pasos para implementar un sistema:

- 1) Establecer las necesidades y ventajas;
- 2) Organizar la dirección;
- 3) Establecer una estructura;
- 4) Modificar el ajuste y diseño del sistema;
- 5) Diseñar el sistema de gestión de calidad;
- 6) Documentar el sistema de gestión de calidad;
- 7) Revisar el cumplimiento y ventajas de implementar el sistema de gestión de la calidad por áreas;
- 8) Establecer el compromiso y revisión periódica de los resultados del sistema; y,
- 9) Planear y ejecutar el sistema de gestión de calidad.

Un sistema de calidad, en un servicio turístico, está dado por la calidad, entendida como lo que perciben los clientes y que ésta se produce “in situ” (UPEC, Repositorio , 2014).

2.1.1 Mejoramiento continuo

“Por mejoramiento continuo se entiende la política de mejorar constantemente y en forma gradual el producto, estandarizando los resultados de cada mejoría lograda en la operación de la empresa”. (Gutiérrez, 2016, pág. 24). En este sentido, hablar de mejoramiento continuo implica palabras como: innovación, cambio, constancia.

Si bien, los procesos que se utilizan en las empresas para prestar un servicio de hospedaje son repetitivos, el mejoramiento no trata de hacer de éstos una rutina, sino que en cada repetición exista un progreso de los mismos. Para alcanzar el mejoramiento en una empresa hotelera, los indicadores deben estar comprometidos con la modificación del pensamiento conformista permitiendo a la organización realizar sus fines al 100% de sus capacidades, habilidades y destrezas.

El conocimiento que tienen de sus clientes se convierte en el factor más importante para las personas que laboran en los establecimientos de alojamiento, porque les permite identificar las necesidades y expectativas que éstos desean y satisfacer sus exigencias. Para ello se han creado herramientas que pueden ayudar a mejorar continuamente, entre ellas “El ciclo PHVA, también conocido como "Círculo de Deming o círculo de Gabo" que es una estrategia de mejora continua de la calidad en cuatro pasos, denominada también espiral de mejora continua.” (Pérez, 2010, pág. 131)

2.1.2 Concepto de formación de personal

La formación de los recursos humanos consiste en la inversión empresarial destinada a reducir o eliminar la diferencia entre el actual desempeño del personal y los objetivos propuestos. (Porret Gelabert, 2014, pág. 208)

La formación en la empresa (Gestiopolis) es :Un proceso de reflexión amplio, que implica, una actividad progresiva, sistemática, planificada y permanente”. El fin es integrar y optimizar todos los recursos “adaptándolos a las exigencias de un entorno cambiante.” (p.208)

Hoy en día, la empresa mira a la formación como un puente entre el éxito o el fracaso de sus objetivos y no en el objetivo en si mismo. La formación no debe ser una serie de actividades aislada, sino una herramienta del cambio; y por tanto “debe depender de una estrategia y una visión clara del punto de destino, tanto a largo como a corto plazo”. (Vértice, 2011, pág. 26)

Entendida así, la formación profesional puede considerarse como un grupo ordenado de acciones concatenadas unas con otras (Gestiopolis) que le dan a la persona la posibilidad de alcanzar y potenciar habilidades indispensables para desempeñar vacantes laborales que serán de utilidad a la empresa u organización. (Barquero Corrales, 2015)

2.1.2.1 Importancia de la formación de personal

De acuerdo con Baquero (p.99) existe una relación proporcional en la administración de recursos y se evidencia en que a mayor grado de formación y preparación, mayor su nivel de productividad, cualitativa y cuantitativamente y estos programas se constituyen en una inversión muy rentable. (Gestiopolis, 2017)

Sin embargo de lo expresado en el párrafo anterior, cualquier tipo de capacitación, formal o no, su finalidad no debe orientarse exclusivamente a las funciones tecnológicas, sino que el fin será también la obtención de utilidades si atiende al hombre-trabajador como un todo.

(Berbel Giménez, 2011) presenta una explicación que, al interno de la organización, la formación se une con dos tipos de prioridades:

- 1) Políticas de la empresa; y,
- 2) Percepción del personal.

En cualquiera de los casos, la visión de la formación entendida “como una inversión obligada e indispensable para la supervivencia y el progreso de la organización”, supone la única opción adecuada a la hora de diseñar, implementar y valorar su proceso gestor.

2.1.2.2 Objetivos de la formación de personal

La finalidad de la formación del recurso humano consiste en:

- 1) **“Mejorar aptitudes** para la ejecución inmediata de las diversas tareas específicas de la organización.
- 2) **Facilitar oportunidades** tanto en sus puestos de trabajo actuales como para otros de superior nivel.

- 3) **Cambiar actitudes** que incidirá en el clima laboral, incentivará la motivación y formará unas mentalidades más receptivas hacia los nuevos métodos, tecnologías y cambios organizativos.
- 4) **Incrementar la polivalencia** de las personas y la facilitación de la movilidad tanto horizontal como la vertical” (Gestiopolis, 2017, pág. 254)

2.1.2.3 Principales tipos y métodos de formación

Existen cuatro tipos de formación que con más frecuencia utilizan las empresas hoy en día: formación en habilidades, de reciclaje, interdisciplinaria y en creatividad.

Muchas empresas necesitan trabajadores que puedan cambiar rápidamente de cometidos en su puesto, ayudar donde sea necesario y responder con rapidez a los cambios de situación. La formación de trabajadores en diferentes funciones o disciplinas está, por tanto, convirtiéndose en algo extendido. La formación interdisciplinaria consiste en formar a los empleados para que puedan realizar tareas en áreas diferentes a las del puesto de trabajo asignado. Existen varias posibilidades de enfocar la formación interdisciplinaria. Por ejemplo:

- La rotación de puestos de trabajo.
- Los departamentos pueden intercambiarse personal durante algunos períodos de tiempo.
- Los compañeros instructores, trabajadores con un nivel muy alto de rendimiento que se desdoblan como instructores en el puesto de trabajo dentro de la empresa.

Con el fin de reconocer el potencial innovador de los trabajadores, las empresas han dirigido su atención a la creatividad. Existen diferentes formas de enfocarla, todas ellas intentando ayudar a las personas a resolver los problemas de nuevas formas. Por lo general, se ve a la creatividad compuesta de dos fases, una imaginativa y otra práctica. (Yolanda, 2014)

2.1.3 El plan de formación

Un plan de formación es un documento que detalla todas y cada una de las acciones formativas, programadas y secuenciadas, mediante las que se asegura la formación de los recursos humanos para un período determinado, inscribiéndose dentro de la estrategia de formación profesional, de recursos humanos o/y la estrategia de la empresa. Este plan debe ser dinámico y flexible, debe permitir la inclusión de acciones formativas precisas en cada momento, aunque no estén previamente planificadas, ha de ser realista y tendrá que ajustarse a las exigencias y necesidades de los grupos o personas afectados. Las etapas que hay que seguir son las siguientes.

2.1.3.1 Análisis de la empresa

Conocimiento de la situación actual: interna y externa. La formación debe encaminarse a la resolución de problemas concretos, actuales y futuros. Con este análisis se trata de obtener una visión de los problemas generales de la organización, sus fortalezas y debilidades, así como establecer los objetivos y estrategias futuras que permitan a la empresa determinar dónde debe y puede darse el énfasis de la formación. El establecimiento de un plan de formación exige: a) conocimiento y previsión de la evolución externa a la empresa, un análisis político económico y social, los competidores; y b) diagnóstico actual internos: situación económica financiera, la cultura, el capital humano.

2.1.3.2 Detección de las necesidades formativas

La formación responde a una necesidad que necesita encontrar su justificación económica, la cual puede variar mucho de una a otra debido a su dimensión, estructura, posición en el mercado. Por tanto, la formación, como un instrumento para la resolución de problemas en el seno de las organizaciones, puede adoptar dos enfoques diferentes: 1. Formación preventiva: trata de corregir aquellas situaciones de riesgo que provocan los problemas para que el empleado sepa lo que debe hacer, cuándo y cómo hacerlo. 2. Formación periódica: Trata de adecuar en todo momento de la vida de la empresa los hechos relativos al rendimiento con los niveles teóricos o ideales de rendimiento. (Yolanda, Docencia, 2015, pág. 125)

2.1.4 Clientes satisfechos

Cuando los clientes no se sienten satisfechos con los productos y/o servicios que adquieren o reciben, tienen dos opciones: pueden quejarse, o pueden hacer como si no hubiera pasado nada, en venta directa por respuesta está asegurado sin dar opción apenas al vendedor de alguna al menos somera explicación, si el cliente no comunica los motivos de su queja, de su decepción o desagrado, prácticamente no deja a la empresa la oportunidad de estar al corriente de su insatisfacción.

La fidelización va a marcar las políticas de crecimiento, financieras y humanas de la empresa de venta directa, pero para que el cliente repita, antes debe probar nuestro producto y experimentar una satisfacción, démosle, pues, oportunidad de que nos exprese su opinión (mediante mecanismos adecuados para recabar información), y todos saldremos ganando. (Ongallo, 2013, pág. 184)

La mayoría de la gente que trabaja en la atención de personas no está consciente de que podrían hacerlo de mejor manera y exactamente por desconocerlas, muchos clientes reciben mala atención en empresas y organizaciones todo el tiempo, es muy difícil que un cliente se sienta bien atendido por una persona que está escribiendo mensajes de texto en su teléfono celular o interactuando con la computadora, sin quitar nunca los ojos del aparato para establecer

contacto visual con el cliente, atender no es suficiente se relaciona con la cantidad y calidad de atención verdadera que les das a tus clientes, la mayoría de las personas que logran comprender lo que implica una buena atención alcanzan una gran satisfacción personal por su trabajo.

En este sentido Jiménez (2011) expresa: Generalmente los conocimientos que no se refrescan de manera periódica se olvidan, y que las actividades repetitivas, si se vuelven rutinas inconscientes, te "robotizan", en atención al cliente es indispensable tener conciencia de esto, porque atender bien a la gente requiere de una gran inversión de energía, lo cual se traduce en mucho desgaste emocional, de manera que refrescar diariamente las prácticas de buena atención es el método más eficaz de recargar la batería del ánimo y mantenerse en forma. (Jimenez, 2011, pág. 16)

Los turistas son cada vez más numerosos y exigentes, los cambios sociológicos que han experimentado las familias como consecuencia de la incorporación de la mujer al mundo laboral con lleva no sólo el aumento de una mayor renta y un más alto poder adquisitivo, sino también la mayor valoración del tiempo libre.

Campos (2012) manifiesta: Los nuevos viajeros demandan el servicio todo incluido para evitar preocupaciones como tener que buscar ellos mismos sus entretenimientos. Y, desde luego, buscan la mejor relación calidad-precio. Los destinos que tendrán más éxito serán los que destaquen por su calidad, por el entorno natural en que se encuentren y por satisfacer los gustos de un segmento de población concreto. La clave estará en saber presentar una oferta diversificada y adecuada a cada cliente (Campos, 2012, pág. 20).

Por otro lado, no hay que olvidar el crecimiento progresivo del que se ha dado en llamar «turismo de negocios», referido a congresos, simposios, convenciones, ferias, etc. que arrastra un importantísimo número de visitantes que esperan poder aunar a su actividad profesional el respiro y la recompensa de un programa complementario de actividades turísticas y quienes, potencialmente, podrían llegar a ser turistas de la zona en un futuro si se les hace suficientemente atractiva su visita de negocios y descubren, al menos en parte, el atractivo de la zona.

El sector turístico está abocado a trascendentales cambios, el mayor de los cuales ha de ser sin duda el de la profesionalización de sus trabajadores, quienes habrán de ser capaces de atender diligente y perfectamente las exigencias de los turistas.

2.1.5 Protocolo de atención

El protocolo no es, como normalmente se cree, algo nuevo o que está de moda, por el contrario, se ha relacionado siempre con actitudes de educación y cortesía, de ahí que actualmente se vincule a conceptos tales como ceremonia, etiqueta, urbanidad, relaciones públicas, entre algunos usos. Hay muchos ejemplos de la vida cotidiana, incluso histórica, en donde se aprecia la práctica del protocolo, tales como el cuidado de las formas, el respeto hacia las autoridades, el comportamiento en grupo, las formas de vestir, los discursos, los actos y todo lo que esto conlleva.

Actualmente, el protocolo ocupa un puesto muy importante, ya que, a través de él y sus técnicas, se mejora la calidad de la comunicación entre personas, por eso, el protocolo abarca cada vez más campos de la sociedad y aparece el protocolo empresarial y se van creando instituciones y asociaciones que regulan, estudian y analizan el ámbito del protocolo, la organización de actos y la atención al cliente.

2.1.5.1 Definición de protocolo

Han sido muchas las definiciones que a este término se le han dado desde hace años, pero quizás nunca nadie se ha dado cuenta de que es una tarea mucho más sencilla de lo que en muchos casos se pretende.

El Diccionario de la Real Academia Española define protocolo como "la regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o costumbre". José Antonio de Urbina, considerado uno de los mayores expertos en materia de protocolo, lo caracteriza como "aquella

disciplina que con realismo, técnica y arte (pues tiene las tres cosas) determina las estructuras o formas bajo las cuales se realiza una actividad humana importante". Pero, en resumidas cuentas, el protocolo es sencillamente un conjunto de normas lógicas.

El origen de la palabra 'protocolo' está en el término griego "proto-kolom" (primera hoja o tapa de un manuscrito importante), aunque el texto más antiguo que se conoce que pueda relacionarse con un código protocolario es el Código de Hammurabi (aprox. 1750 a.C.), que establecía las normas para la convivencia de los ciudadanos y los esclavos (Regueira, 2008, págs. 1-2)

2.2 Los servicios

Los esfuerzos de las organizaciones han estado dirigidos hacia las actividades de dirección y administración de los recursos económicos, humanos y materiales para cumplir sus objetivos económicos. Actualmente, en un mercado tan competitivo, las empresas reconocen la dificultad que encuentran para cumplir sus metas y diferenciarse de sus competidores.

En muchos sectores, los productos y servicios son tan similares que los clientes tienen dificultad para distinguir a qué empresa pertenecen. La competencia que caracteriza a los mercados dificulta que los consumidores puedan establecer diferencias entre los numerosos productos ofrecidos. Así, la única manera de encontrar que los clientes sigan comprando los productos y servicios ofrecidos por la empresa reside en presentarles algo más, relacionado con la atención brindada.

Los clientes suelen darle mayor importancia a los componentes o atributos intangibles de los productos que consumen, es decir, a los servicios, esto ha contribuido a que las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los usuarios como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante.

En la mayoría de los casos, el cliente de un servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume, así, el servicio recibido se convierte en el elemento diferenciador de las empresas con respecto a su competencia. La calidad del servicio forma parte de la estrategia y es una de las cualidades más difíciles de imitar o copiar por empresas rivales.

2.2.1 Características propias del producto hotelero

El sector hotelero constituye un sector fundamental en la economía de la mayoría de los países. Las previsiones de la Organización Mundial del Turismo a largo plazo, desde el año 2011 hasta el año 2020, cifran el crecimiento medio anual en el 4 %, superior a la media del crecimiento económico mundial de los últimos veinte años. (ONWTO, 2015)

Asimismo, el sector hotelero presenta algunas características que entendemos justifican enfoques específicos en finanzas y contabilidad de gestión, entre las cuales cabe destacar las siguientes:

- El producto o servicio ofrecido es perecedero.
- La calidad en la prestación del servicio al cliente es un atributo clave, donde las interrelaciones entre los recursos humanos de la empresa y los consumidores suelen ser, más participativas e intensas que en el resto de sectores.
- Existe una gran variedad de productos y servicios que son prestados u ofrecidos de forma conjunta y sobre pedido, lo cual da lugar a diversos centros de resultados existentes en la empresa hotelera (habitaciones, restaurantes, tiendas, etc.).
- El producto se consume en el mismo lugar de producción, con simultaneidad en el consumo y en la producción.
- La empresa ha de satisfacer las necesidades de los clientes 24 horas al día y 7 días por semana, lo cual hace indispensable información en tiempo real sobre el estado

de las habitaciones y otras dependencias, así como de los diversos negocios ofertados por la empresa hotelera.

- Los costos fijos (sueldos y salarios, amortización del inmovilizado, financieros, etc.) son importantes, y es complejo el ajuste de dicha estructura de costes a oscilaciones de la demanda.
- En aquellos casos en los que la empresa operadora coincide con la propietaria del hotel, el activo no corriente (terrenos, edificios, instalaciones, mobiliario, etc.) representa la mayor parte de la inversión y tiene, generalmente, un valor muy significativo.
- Se venden experiencias y cada consumidor las valora de forma diferente.
- Es un sector muy atomizado.
- Presenta una gran facilidad para sustituir proveedores,
- El sector es estacional, la fijación de precios se realiza con mucha anticipación y la peculiar estructura comisionista provoca que un precio se vea alterado de forma muy sensible.
- Dependencia de variables climáticas y del entorno, desde el propio emplazamiento hasta otras variables económicas como el tipo de cambio, la política fiscal, la inflación, el precio de combustibles, etc. (Amat & Campa, 2011, pág. 17)

El conocimiento de estas características es imprescindible para el desarrollo e implantación de un modelo de gestión del servicio que se adapte a las peculiaridades de este negocio.

2.2.2 La Productividad en la prestación de servicios turísticos

La garantía de la supervivencia de la empresa turística reside en la satisfacción de las necesidades del cliente.

Las empresas turísticas se crean con el objetivo básico de generar unos beneficios que garanticen su supervivencia, la administración de operaciones se plantea como objetivo el incremento de la productividad de la empresa mediante una mejora de la eficiencia de los procesos que desarrolla, la productividad relaciona los factores productivos con el producto-servicio de tal suerte que a través de sus diversas acepciones se puede tener una primera aproximación a la intensidad de uso y aprovechamiento de los recursos (Rivas, 2014, pág. 54).

Si se parte de esta premisa de orientación al cliente, hay que definir la productividad en la empresa turística como la satisfacción de las necesidades de los clientes haciendo un uso óptimo de los recursos de los que dispone la empresa.

2.2.3 Producto Hotelero

La mayoría de los establecimientos que se dedican al alojamiento tienen sus instalaciones preparadas para poder prestar servicio a los diferentes eventos que puedan generarse. Existen diferentes salones acondicionados para los diferentes eventos que deban albergar. Los eventos más comunes que tienen lugar en este tipo de establecimientos son:

- **Banquetes:** Son eventos en los cuales la comida ocupa un importante lugar: Son celebrados de forma pública o privada y normalmente se ofrecen grandes cantidades de comida a los invitados en torno a una mesa para celebrar algún acto. Actualmente, los banquetes suelen estar vinculados a celebraciones familiares o festivas, siendo los más comunes las bodas, bautizos, comuniones, aniversarios y comidas de empresa.
- **Reuniones/conferencias:** Son actos que se celebran periódicamente en los que los integrantes de una asociación, colectivo, profesión, etc., se unen para exponer y/o debatir distintos aspectos fijados anteriormente. Suelen asistir personas con un nivel profesional alto con unos intereses comunes, como presentación de

nuevos avances, futuras técnicas a utilizar en la empresa, etc., Si estas reuniones o conferencias duran entre 3 y 5 días se les puede catalogar como congreso.

- **Cócteles/copas de bienvenida:** Se trata de un tipo de evento que se puede celebrar de forma independiente o como paso previo a un banquete. En él se ofrecen bebidas de tipo aperitivo, como vinos, cervezas, etc. e incluso en la mayoría de los casos ya se ofrece también una degustación de diferentes aperitivos.
- **Ferias de muestras:** Son actos periódicos en el que se exponen y promocionan diferentes productos o servicios al público en general. Se concentran un gran número de expositores de un mismo sector que constituyen un punto de encuentro entre clientes y fabricantes. (Morales, 2014, pág. 145)

La posibilidad de celebrar un determinado evento siempre irá en función de:

- Las instalaciones del establecimiento.
- Las dimensiones de los salones.
- La facilidad de acceso.
- El número de habitaciones que facilite el hospedaje de los asistentes.

2.2.4 Tipos de alojamientos turísticos

López, 2013, señala: Se denominan alojamientos a aquellas empresas o establecimientos que facilitan de forma habitual, específica y profesional, en contraprestación de un precio, el servicio de habitaciones, con la posibilidad de ampliar el servicio de manutención, así como otros complementarios y, generalmente, existe una relación directa entre la cantidad y calidad de los mismos con la clasificación del establecimiento (López, 2013, pág. 11)

Normalmente los hoteles de ciudad son aquellos establecimientos turísticos, donde la estancia media por cliente oscila entre 24-48 horas, están orientados a profesionales, representantes, ejecutivos, personas que llegan a la ciudad a realizar algún tipo de negocio o a

asistir a congresos, ferias o convenciones y, por tanto, cuentan entre sus instalaciones salones (dotados con equipos técnicos audiovisuales), salas para reuniones de empresa, salón de actos, etc., y también a personas interesadas en ir de compras o asistir a algún acontecimiento lúdico-cultural, con características más destacadas, en cuanto a su estética, es la funcionalidad, sus habitaciones suelen contar con conexión para módems y amplias mesas de trabajo. Recepción normalmente cuenta con el servicio de secretariado, traductor, envío de faxes y otros servicios administrativos.

Los hoteles por su ubicación y servicios son muy diversos, algunos ejemplos de éstos son; metropolitanos (de ciudad), de aeropuertos, de tipo vacacional resorts, de negocios comerciales o ejecutivos, de congresos y convenciones, de suites apartamentos,, de playa, de montaña, de lagos, de atracciones (parques temáticos, casinos, animación, juegos, deportes, etc.) etc. También los hoteles se pueden clasificar por su tamaño (número de habitaciones), tipo de operación (independientes, cadena o franquicia), modalidad de tarifas, categoría (de 1 a 5 estrellas), etcétera.

Los otros establecimientos de hospedaje ofrecen de acuerdo con su denominación y tipología, características distintivas como son: hoteles de carreteras, hosterías, posadas y pensiones (ambiente familiar); apartoteles (apartamentos amueblados); condohoteles (tiempo compartido); albergues (servicios rústicos); tráiler parks (casas rodantes); campings (alojamiento al aire libre); camas en casas de familia (bed and breakfast). (Quesada, 2010, pág. 199)

2.2.4.1 Hostería

Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y

alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Ibid, pág.199)

Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas. (Ibid, pág. 199)

2.2.4.3 Hoteles apartamento o apart-hotel

Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería. (Ibid, pág.199)

2.2.4.4. Hostal

Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones. (Ibid, pág. 200)

2.2.4.5 Pensión

Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis. (Ibid, pág. 200)

2.2.4.6 Motel

Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximos a las carreteras, en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día. (Ibid, pág. 200)

2.2.4.7 Cabañas

Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas. (Ibid, pág. 200)

2.2.4.8 Complejos vacacionales

Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial. (Ibid, pág. 200)

2.3 Norma técnica

(TURISMO, 2016) El Reglamento de Alojamiento Turístico (RAT) se define como actividad turística de alojamiento a:

Una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente Reglamento (Reglamento de Turismo)

El numeral 8 del (Reglamento de Turismo) considera como Categoría a:

Un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.

Y el numeral 14 determina como Establecimiento de alojamiento turístico a la:

Unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento (Reglamento de Turismo).

El Art. 5 del mencionado cuerpo legal describe los derechos de los huéspedes, entre los que constan: la información clara y precisa (literales a y b); recibir el servicio contratado (literales c, d y e); denunciar las irregularidades notadas en el establecimiento (literales f y g); y, asumir las responsabilidades contraídas como usuario (literales h, i, j y k).

El Art.12 dispone la clasificación de alojamiento turístico y su nomenclatura en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT

i) Casa de Huéspedes CH (Reglamento de Turismo)

El artículo 13 del RAT, clarifica las categorías como:

- “Categorías asignadas Hotel:
- estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio Categoría única
- Campamento turístico Categoría única
- Casa de huéspedes Categoría única” (Reglamento de Turismo).

El Art. 18, determina las políticas de comercialización que dispone el uso de herramientas tecnológicas de información con todos los datos posibles y claros para que el usuario del servicio los conozca, dirección, valores y reservas.

2.4 Matriz EFI

Se la conoce también como Matriz de Evaluación de Factores Interno o Matriz de Fortalezas Internas, la EFI tiene como objeto resumir una auditoría de la administración estratégica. Es un instrumento que resume y evalúa las fortalezas y puntos débiles más relevantes de un área, negocio o propuesta.

La elaboración de la matriz EFI sigue un procedimiento ordenado que se va construyendo en un diagrama de doble entrada como se muestra en el anexo N° 6.

- a. se enlista los factores positivos o fortalezas que la auditoría interna arroja.
- b. se enlista las debilidades observadas.
- c. se asigna un valor (peso) por la importancia. El puntaje va desde 0 a 1 según el grado de importancia. El valor que se considera relevante para el estudio tendrá un nivel mayor de importancia.
- d. se suman los valores de fuerza y debilidad y el resultado debe, necesariamente, dar 1.0.
- e. se asigna una calificación a la siguiente columna otorgándole un valor en la escala del 1 al 4, siendo el 1 la mayor debilidad y el 4 la mayor fortaleza. El 2 y 3 equivalen a una debilidad menor y a una fuerza menor, respectivamente.
- f. se multiplican los valores de las columnas numeradas y resulta un producto que se registra en la última columna y es la calificación ponderada de cada una de las variables enlistadas.

- g. se suman los valores ponderados de la última columna y se divide para el número ponderado de variables de todo el análisis. El resultado determina la posición de la organización o propuesta.

Si el resultado tiene un promedio superior a 2.5 indica una posición interna de fuerza; pero, si el resultado es menor al promedio mencionado, determinan que las organizaciones o propuestas son débiles (Planeación Estratégica, 2009).

2.5 Normas ISO

En 1947 se crea el Organismo Internacional de Normalización (ISO siglas en inglés). Esta entidad tiene como fin alcanzar una forma común de conseguir un sistema de calidad común en el planeta dirigido a la satisfacción de consumidores según sus expectativas y requerimientos.

En este sentido, las normas ISO son todas aquellas que están orientadas a ordenar la gestión en distintos ámbitos. Estas normas se crearon con la finalidad de (<https://www.isotools.org/normas/>, 2015):

- Proporcionar elementos para mantener niveles de calidad;
- Satisfacer necesidades del cliente;
- Reducir costos y aumentar la rentabilidad;
- Reducir incidencias en la productividad o servicios;
- Implementar procesos de mejoramiento de la organización o propuesta;
- Obtener mayores accesos a clientes y administradores, entre otros beneficios.

Existen una gama de normas ISO (ISOtools, s.f.). A continuación, se enlistan las siguientes:

- Gestión de calidad (ISO 9000) está direccionada a homogeneizar los estándares de calidad.
- Gestión del medio ambiente (ISO 14000) tiene como objeto organizar las actividades de respeto al entorno.
- Gestión de riesgos y seguridad (ISO 22000, OSHAS 18001, ISO 27001, ISO 22301) el propósito es minimizar riesgos de la actividad industrial.
- Gestión de responsabilidad (ISO 26000) Regula el comportamiento ético.

2.6 La ciudad de Tulcán

2.6.1 Descripción del sector turístico

Tulcán es la capital de Carchi. Se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia (Viajandox, 2017). Posee infraestructura de servicios turísticos con aeropuerto, hoteles, restaurantes, discotecas, desde donde es posible visitar los atractivos turísticos de la provincia.

En los sectores rurales se conservan importantes remanentes de áreas naturales con bosque húmedo primario, manchas de bosques andinos, especialmente alrededor de quebradas y vertientes, entre ellos se distingue el bosque de los Arrayanes en la parroquia de Santa Martha de Cuba, la zona de Bellavista, Maldonado y Chical (Viajandox, 2017).

Tulcán posee una variedad de pequeños sistemas lacustres, los principales están en los páramos del volcán Chiles, que dan origen a muchos ríos y riachuelos que bañan la región y que se convierten en el reservorio natural de agua para el cantón y provincia, en donde se destaca la presencia de los frailejones como planta característica del ecosistema de páramo en el Carchi (Viajandox, 2017)

La actividad de la ciudad de Tulcán es el comercio y una de las razones para los visitantes y turistas son las compras y las relaciones de negocios. Al ser una ciudad fronteriza, el intercambio internacional con la vecina República de Colombia le ha convertido a este sector en el sitio de intercambio comercial obligado entre los dos países, por lo que el flujo de personas ha sido constante (ECURED, 2017).

:/

Se conoce que Tulcán es una población milenaria, sus orígenes se encuentra en la prehistoria según vestigios arqueológicos encontrados en la loma de Tulcanquer (ECURED, 2017). El 11 de abril de 1851, se crea el Cantón Tulcán.

2.6.3 Ubicación

Actualmente, la ciudad norteña del Ecuador, llamada Tulcán se encuentra en los Andes ecuatorianos a los 2.980 msnm, por lo que influye en su clima considerado frío de páramo.

2.6.4 Población

Su población es de 60.403 habitantes. Según estimaciones para el 2012 la población metropolitana de Tulcán e Ipiales es alrededor de 220.000 de habitantes, y es por tanto el área fronteriza metropolitana fronteriza más poblada del lado ecuatoriano y la segunda más poblada del lado colombiano (INEC, 2016).

2.6.5 Límites

Casi está bordeado por el país de Colombia al norte, al este y al oeste; al sur con los cantones de Huaca, Montufar, Espejo y Mira.

2.6.6 División política

Está conformado por las parroquias: González Suárez, Tulcán y Julio Andrade, El Carmelo (Pun), Tufiño, Maldonado, Pioter, Tobar Donoso, Chical y Santa Martha de Cuba (ECURED, 2017).

2.6.7 Relieve

Tulcán se encuentra rodeado de elevaciones montañosas como el Chiles (4768 msnm). Las zonas subtropicales al occidente del Cantón. En la zona baja son parte de la biorregión del Chocó colombiano, una de las más diversas y húmedas del mundo.

2.6.8 Clima

Posee un clima templado-frío con temperaturas promedio de 12°C. Debido a que está a 2980 metros de altura y a que está ubicada en una zona andina con corrientes frías (ECURED, 2017).

2.6.9 Flora y fauna

La flora versátil son los frailejones y predomina la vegetación de páramo. En cuanto a los animales, se han adaptado al clima colibríes, curiungues, cóndores, venados, lobos, truchas, guanta, osos y culebras.

2.6.10 Turismo

Los lugares de turismo en Tulcán se clasifican según la categorización del Ministerio de Turismo:

2.6.1.11 Sitios naturales

- Reserva Bioantropológica Awá
- Sitios naturales
- Volcán Chiles
- Lagunas verdes
- Aguas Hediondas
- Cascada el Pulpito
- Cascada La Comadre
- Cascada Guaypambi
- Cascada La Humeadora
- Cementerio Municipal José María Azaél Franco
- Parroquia Maldonado
- Parroquia Tufiño
- Parroquia Chical
- Parroquia Julio Andrade

2.6.1.12 Manifestaciones Culturales

- Iglesia San Francisco
- Museo Arqueológico Germán Bastidas Vaca
- Museo Instituto Superior Bolívar
- Fiestas de cantonización
- Pregón, desfile cívico y militar
- Elección de la reina
- Feria exposición
- Cuy asado
- Hornado pastuso. (**ECURED, 2017**)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Este trabajo es cuantitativo, porque determinó el porcentaje promedio del nivel de formación profesional del personal que trabaja en los centros de alojamiento considerando su instrucción formal, la frecuencia de capacitaciones recibidas, las habilidades adquiridas y puestas en ejecución en el desenvolvimiento de las funciones de cada integrante de los hoteles y hostales.

Una vez identificado el problema y formulados los objetivos, se procedió a elaborar tres instrumentos con los que se recogió la información requerida para construir la matriz de Fortalezas o Fuerzas Internas del conjunto de establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán. Los instrumentos fueron dos cuestionarios de encuestas, uno dirigido al personal de servicio de los hoteles y hostales y otro a los clientes de estos establecimientos.

Mediante este enfoque se cuantificó los resultados obtenidos de la recolección de datos y se identificó las falencias que presentan los centros de alojamiento debido a la preparación académica formal del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán y estos datos fueron los elementos para la elaboración de un análisis amplio y exhaustivo de los instrumentos aplicados tanto a los empleados como a los visitantes hospedados. Con estos datos se construyó una matriz de Estrategias de Fortalezas Internas (EFI) que sirvió como insumo para el análisis de la metodología del FODA cuyo resultado arrojó un factor de riesgo en -6% para los hoteles y hostales de este sector.

3.1.1 Investigación de campo

Porque se realizó en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán. En cada uno de estos centros de hospedaje se aplicaron dos encuestas y una ficha de observación para luego elaborar la matriz EFI. La ficha tuvo como objetivo identificar el número de establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán y los servicios que ofertan cada uno de ellos. Luego se procedió a aplicar los cuestionarios de las encuestas. Una, fue aplicada al personal de servicio de los establecimientos de alojamiento y la encuesta de la demanda, destinada a medir las exigencias de los usuarios de los servicios de los hoteles.

3.1.2 Investigación fue la descriptiva-explicativa

Con este tipo de estudio se identificaron las causas que estaban motivando la deficiente formación del personal de servicio y con los resultados obtenidos se explicó las razones que motivan el problema que ha sido formulado en este trabajo orientado a la proyección de la posible solución. Esta investigación permitió identificar la categoría técnica establecida por el Ministerio de Turismo sobre los establecimientos de alojamiento que posee la ciudad de Tulcán y para conocer la clasificación de hoteles y hostales se utilizó la ficha de observación. Las encuestas facilitaron el conocimiento de los niveles de formación profesional del personal y la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal de esos establecimientos. Con estos insumos se elaboró la matriz de estrategias de atención y servicio al visitante como alternativa de solución al problema de investigación.

3.2. Métodos

3.2.1. Analítico-Sintético

La investigación partió del supuesto de que la formación del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán no es lo suficientemente preparada en

el área académica turística y hotelera. Este factor fue analizado en relación a la aplicación de los instrumentos, es importante gracias a las facilidades prestadas por los propietarios y encargados de los centros de alojamiento y las personas que en el momento se encontraban como huéspedes de estos lugares.

3.2.2. Inductivo-Deductivo

Los métodos escogidos para alcanzar los objetivos permitieron a la investigación realizar las abstracciones de la situación por la que atraviesa el sector de hospedaje turístico en Tulcán. Con este método, la ficha de observación jugó un papel importante al particularizar cada uno de los factores que intervienen en la búsqueda de las causas del problema y su estructura fue diseñada partiendo de características particulares como espacio, oferta, demanda de servicios, y los cuestionarios desde una visión general de la formación profesional del personal de servicio que labora en estos establecimientos. Al final se obtuvieron las conclusiones particulares de la investigación.

3.3. Técnicas e instrumentos

Se utilizaron dos técnicas para la recogida de la información en cada uno de los centros de alojamiento de la ciudad de Tulcán:

- El fichaje y su instrumento fue la ficha de observación; y,
- La encuesta con su instrumento el cuestionario.

Para la técnica de la observación, se utilizó como instrumento la Ficha de Observación, que tuvo como finalidad identificar la tipología de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán y medir los parámetros de los servicios que éstos ofertan. Se verificó cada ambiente de los establecimientos con el apoyo de sus representantes, propietarios y encargados oficiales.

Para las encuestas se hizo uso de los Cuestionarios. Uno de ellos fue enfocado a determinar los niveles de formación del personal que labora en los establecimientos de alojamiento; y otro analizó la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en estos establecimientos. El planteamiento de las preguntas de investigación fueron cerradas con opciones de respuesta. El cuestionario de la oferta se aplicó al personal de servicio en cada establecimiento; y el de demanda fue respondido por los huéspedes de estos lugares que se encontraban alojados.

Una vez interpretados los resultados se elaboró la matriz de Estrategias de Fortalezas Internas (EFI) que tuvo la misión determinar las estrategias de mejoramiento de atención al huésped sustentado en fundamentos teóricos y prácticos de la administración hotelera. La construcción de la matriz es consecuencia de los resultados obtenidos en los instrumentos anteriores.

El proceso de recolección de datos, fue tabulado a través del programa informático estadístico conocido como SPSS para elaborar el correspondiente análisis de resultados y su interpretación.

3.4. Población

Es necesario indicar que, al existir tres instrumentos para la recolección de la información, se requiere distinguir la población objeto de la investigación:

- La Ficha de Observación, fue aplicada a los 19 establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.
- La Encuesta de la Oferta, fue aplicada a todo el personal del servicio de los 19 hoteles y hostales según se muestra en el cuadro que viene a continuación.

Tabla 1***Población de la oferta***

ALOJAMIENTO	CATEGORÍA	Nº EMPLEADOS
HOTELES	4 estrellas	10
FLOR DE LOS ANDES		
PALACIO IMPERIAL	4 estrellas	27
LUMAR	2 estrellas	19
COMFORT	2 estrellas	11
TORRES DE ORO	2 estrellas	5
ESPÍNDOLA	2 estrellas	5
SAN MIGUEL DE TULCÁN	2 estrellas	3
PARK	2 estrellas	4
<u>HOSTALES</u>		
SAENZ	1 estrella	5
LAS ACACIAS	2 estrellas	15
LOS ALPES	2 estrellas	15
JUNIN	1 estrella	2
ALEJANDRA	2 estrellas	7
KARINA	1 estrella	3
MACHADO	2 estrellas	5
ROYAL PLAZA	2 estrellas	2
QUITO	1 estrella	2
MI MADRIGAL	1 estrella	4
CASANOVA	1 estrella	2
TOTAL		146

Elaborado por: Males Verónica
Fuente: Investigación de campo

Para la encuesta de la demanda se ha tomado en consideración los 8 hoteles y 11 hostales de la ciudad de Tulcán; identificándose las plazas ofertadas descritas en el cuadro siguiente:

Tabla 2***Población de la demanda***

	ALOJAMIENTO		PREC.	No.	
	CATEG.	N° HAB.	N° PLAZAS	OCUP. SIMPL	PERS. OCUP.
FLOR DE LOS ANDES	4 estrellas	33	66	36,64	10
PALACIO IMPERIAL	4 estrellas	38	76	45,6	27
LUMAR	2 estrellas	51	147	16,96	7
COMFORT	2 estrellas	30	58	40	15
TORRES DE ORO	2 estrellas	15	24	20	9
ESPÍNDOLA	2 estrellas	28	63	20	11
SAN MIGUEL DE TULCÁN	2 estrellas	33	75	12	3
PARK	2 estrellas	23	45	10	9
<u>HOSTALES</u>					
SAENZ	1 estrella	32	88	10	5
LAS ACACIAS	2 estrellas	22	35	8	5
LOS ALPES	2 estrellas	23	52	11,4	9
JUNIN	1 estrella	12	23	8	3
ALEJANDRA	2 estrella	29	63	11,4	8
KARINA	1 estrella	17	32	8	5
MACHADO	2 estrella	12	24	25	4
ROYAL PLAZA	2 estrellas	50	50	8	2
QUITO	1 estrella	21	52	12	3
MI MADRIGAL	1 estrella	15	26	10	5
CASANOVA	1 estrella	16	26	8	2
TOTAL			1025		

Fuente: Investigación de campo

3.5. Muestra

Para la encuesta de la demanda, se consideró el número de plazas disponibles en cada centro de alojamiento de la ciudad de Tulcán y la muestra representativa se obtuvo al reemplazar la fórmula con los datos existentes.

El instrumento fue aplicado a los huéspedes de los hoteles y hostales que se encontraban registrados en ese momento, en base a los cálculos extraídos de la fórmula que se encuentra más abajo y aplicando el índice de porcentajes por cada establecimiento.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

(N-1)= Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E= Margen de error estadísticamente aceptable: 0.05 = 5%

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

A continuación, se desarrollan las muestras:

h. Muestra de la oferta

$$n = \frac{0,25 * 146}{(146-1) * \frac{(0,05)^2}{1.96} + 0,25}$$

$$(146-1) * \frac{(0,05)^2}{1.96} + 0,25$$

1.96

$$n = 106$$

La muestra representa el 73% de la población extraída mediante la regla de 3 simple directa donde 146 equivale al 100% de la población objeto de estudio.

Tabla 3***Muestra poblacional de la oferta***

ALOJAMIENTO	CATEGORÍA	N° EMPLEADOS	
<u>HOTELES</u>	4 estrellas	10	9
FLOR DE LOS ANDES			
PALACIO IMPERIAL	4 estrellas	27	15
LUMAR	2 estrellas	19	8
COMFORT	2 estrellas	11	5
TORRES DE ORO	2 estrellas	5	2
ESPÍNDOLA	2 estrellas	5	2
SAN MIGUEL DE TULCÁN	2 estrellas	3	2
PARK	2 estrellas	4	2
<u>HOSTALES</u>			
SAENZ	1 estrella	5	2
LAS ACACIAS	2 estrellas	15	8
LOS ALPES	2 estrellas	15	2
JUNIN	1 estrella	2	2
ALEJANDRA	2 estrellas	7	4
KARINA	1 estrella	3	1
MACHADO	2 estrellas	5	1
ROYAL PLAZA	2 estrellas	2	1
QUITO	1 estrella	2	1
MI MADRIGAL	1 estrella	4	1
CASANOVA	1 estrella	2	1
TOTAL		146	106

Elaborado por: Males Verónica

Fuente: Dirección de Turismo del Carchi

a. Muestra de la demanda

$$n = \frac{0,25 * 1025}{(1025-1) * \frac{(0,05)^2}{1,96^2} + 0,25}$$

n= 279,75

Para la encuesta de la demanda, se consideró el número de plazas disponibles en cada centro de alojamiento de la ciudad de Tulcán y la muestra representativa se obtuvo al reemplazar la fórmula con los datos existentes. El instrumento fue aplicado a los huéspedes de los hoteles y hostales que se encontraban registrados en ese momento en base a los cálculos extraídos de la fórmula que se encuentra más abajo y aplicando el índice de porcentajes por cada establecimiento.

Tabla 4

Muestra poblacional

HOTEL	CATEGORÍA	PLAZAS	MUESTRA
FLOR DE LOS ANDES	4 estrellas	66	10
PALACIO IMPERIAL	4 estrellas	76	46
LUMAR	2 estrellas	147	92
COMFORT	2 estrellas	58	9
TORRES DE ORO	2 estrellas	24	6
ESPÍNDOLA	2 estrellas	63	10
SAN MIGUEL DE TULCÁN	2 estrellas	75	11
PARK	2 estrellas	45	8
<u>HOSTALES</u>			
SAENZ	1 estrella	88	12
LAS ACACIAS	2 estrellas	35	7
LOS ALPES	2 estrellas	52	9
JUNIN	1 estrella	23	6
ALEJANDRA	2 estrellas	63	10
KARINA	1 estrella	32	7
MACHADO	2 estrellas	24	6
ROYAL PLAZA	2 estrellas	50	9
QUITO	1 estrella	52	9
MI MADRIGAL	1 estrella	26	6
CASANOVA	1 estrella	26	6

Elaborado por: Males Verónica

Fuente: Dirección de Turismo del Carchi

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS RESULTADOS

4.1 Introducción

Este trabajo se propuso elaborar un análisis objetivo sobre el nivel de preparación académica y formación técnica del personal de servicios de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán en relación directa con el grado de incidencia en la atención que ofrecen a los huéspedes.

El análisis de resultados tabulados estadísticamente constituye una de las partes fundamentales en la interpretación de los datos recogidos para obtener la información que se presenta en este capítulo de la investigación.

En relación con el primer objetivo específico se busca identificar la categoría técnica establecida por el Ministerio de Turismo sobre los establecimientos de alojamiento que posee la ciudad de Tulcán, para ello se aplicó una ficha de observación a cada uno de los 19 establecimientos que se encuentran en funcionamiento en el sector. Con esta ficha se obtuvo la información general, su categoría, los servicios que ofrece y el número de plazas por número de habitación.

En el segundo punto se analizó los niveles de formación profesional del personal que labora en los establecimientos de alojamiento identificados en el anterior apartado; Con esta información se logró determinar el número de profesionales que laboran en los establecimientos según su nivel de instrucción y las capacitaciones recibidas en los últimos dos años (2016_2017), así como el perfeccionamiento académico recibido del personal. Este análisis también relaciona la incidencia entre las variables, grado profesional y eficiencia en el servicio.

El tercer punto analiza la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento. Para conocer esta variable se aplicó la encuesta de la demanda en la cual se pudo identificar las exigencias de los usuarios de los centros de alojamientos.

En el cuarto punto se desarrolla la matriz de estrategias de atención y servicio al visitante, sustentada en fundamentos teóricos y prácticos del turismo hotelero. La matriz determina las ventajas competitivas internas en el ámbito de la capacitación y formación del personal en relación a su oferta frente a las exigencias de los usuarios. Los insumos para su elaboración surgen de la aplicación de los instrumentos de investigación aplicados a los establecimientos de alojamiento, a su personal de servicio y a los clientes que hacen uso de los mismos, para ello se considera tres ámbitos: geográfico, legal y académico formativo.

4.2. Análisis e interpretación de la clase y categoría de establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán

A pesar de que existe una clasificación para los establecimientos de alojamiento, circunscritas a una categorización denominada “estrellas”, el servicio en los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán presenta deficiencias en aspectos como: falta de distintivos que diferencien las funciones de los empleados, el desconocimiento real de sus responsabilidades específicas al realizar múltiples labores y el inexistente plan de mejoras y sugerencias. A este respecto, la información que se desprende de dicha clasificación, configuró la imagen del hotel ideal a partir de elementos o servicios que pueden de hecho no estar presentes en todas las categorías, lo que dificulta el establecimiento de parámetros comunes y medibles y del que trata la matriz EFI.

La clasificación, según la categoría del establecimiento, es la más importante, se realizó en función de la presencia de determinados servicios ofrecidos, así como requisitos técnicos y

de equipamiento. Aunque la categorización asignada después de un informe técnico de la entidad reguladora del turismo, todavía existe confusión en los límites que poseen cada uno de ellos, notándose, en esta investigación, que los servicios que oferta un hotel de una categoría más alta no tienen los servicios de un alojamiento de una categoría inferior que sí lo oferta.

“La peculiaridad de los servicios, perceptible especialmente en los servicios hoteleros, estribaría en que los principales flujos de comunicación tienen lugar en el propio proceso de prestación del servicio en cuestión, es decir, discurren por canales directos entre la empresa y el consumidor, entre el público interno que produce los servicios y la clientela externa que los recibe y coadyuva a su producción” (Cueva, 2017). La anterior afirmación involucra dos aristas que cobran relevancia: la imagen poco predecible del factor humano y el producto que se ofrece.

La primera arista tiene que ver con la percepción que tienen los clientes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán cuyos resultados fueron tomados de la encuesta de la demanda (de los clientes o usuarios).

La segunda arista es el servicio que está ofertando al mercado la empresa hotelera de Tulcán considerado, éste, como un conjunto interrelacionado de productos que son la suma de valores añadidos en todas las etapas del proceso de distribución-consumo.

4.2.1. Clase y categoría técnica de los centros de alojamiento en la ciudad de Tulcán

La normativa determina que los establecimientos hoteleros se clasificaran en grupos y categorías como se muestra en el cuadro signado con el número 5 que, para el caso del sector urbano de la ciudad de Tulcán está constituida por 4 categorías denominadas “estrellas” según el servicio que ofertan y la disposición física de los ambientes. En la ciudad de Tulcán, no hay hoteles de 5 estrellas, por lo que no se hace análisis de esta categoría. A continuación, se

presentan los resultados obtenidos en la investigación una vez aplicados los instrumentos y tabulados los datos uno a uno.

Tabla 5

Clase y categoría de establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORÍA
<u>HOTELES</u>	
FLOR DE LOS ANDES	4 estrellas
PALACIO IMPERIAL	4 estrellas
LUMAR2	2 estrellas
COMFORT	2 estrellas
TORRES DE ORO	2 estrellas
ESPÍNDOLA	2 estrellas
SAN MIGUEL DE TULCÁN	2 estrellas
PARK	2 estrellas
<u>HOSTALES</u>	
SAENZ	1 estrella
LAS ACACIAS	2 estrellas
LOS ALPES	2 estrellas
JUNIN	1 estrella
ALEJANDRA	2 estrellas
KARINA	1 estrella
MACHADO	2 estrellas
ROYAL PLAZA	2 estrellas
QUITO	1 estrella
BELLA VENECIA	3 estrellas
MI MADRIGAL	1 estrella
CASANOVA	1 estrella

Elaborado por: Verónica Males
Fuente: Catastro Ministerio de Turismo

En Ecuador, el organismo competente que concede las categorías de los hoteles es el Ministerio de Turismo, mismo que han regulado los diferentes criterios de clasificación dentro de sus competencias, por lo que actualmente existen diferentes reglamentos sobre los requisitos exigidos a los hoteles para obtener una clasificación determinada.

Para la clasificación de las categorías los países han basado su criterio en la estructura del hotel, las instalaciones y servicios ofrecidos (Cueva, 2017). A continuación, se detalla los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán según la categoría y clase. Existen 4 categorías en Tulcán. La de 5 estrellas no está presente. Los de 4 estrellas son usados por comerciantes y ejecutivos de negocios. Las de 3 estrellas no hubo información. Las de dos estrellas son consumidas y lo hacen variedad heterogénea de viajeros de Colombia (por ser ciudad limítrofe en el norte de Ecuador) y de tránsito. Los establecimientos de una estrella los usan los grupos de bajos recursos y muchos de ellos se han convertido en sitios de horas.

En el siguiente cuadro se presenta el resumen general de la observación realizada en los 19 establecimientos de alojamiento según su categoría (C) y los servicios ofertados, así como la planta laboral que atiende este tipo de negocios en la ciudad de Tulcán.

Tabla 6**Resultados de la Ficha de Observación**

	C1	C2	C4	C5	TOTALES
CATEGORÍAS	6	11	2	0	19
Nº Habitaciones	123	300	38	0	461
Nº Plazas	241	278	76	0	595
Nº Empleados	17	66	58	0	141
Salones	2	7	1	0	10
Sala de reuniones	0	7	1	0	8
Sala de conferencias	0	0	1	0	1
Salón de TV	7	11	1	0	19
Terrazas	4	11	1	0	16
Parqueaderos interiores	0	1	1	0	2
Audiovisuales	0	0	1	0	1
Lavandería	1	3	1	0	5
Servicio a habitación	6	9	1	0	16
Bar / Cafetería	0	4	1	0	5
Restaurante	4	11	1	0	16
Tiendas	0	0	0	0	0
Ascensor	1	5	1	0	7
Piscina	0	1	0	0	1
Agua caliente	7	10	1	0	18
Servicio de botones	1	1	1	0	3
Animación	0	0	0	0	0
Servicio de SPA	0	0	0	0	0
Médico	0	0	0	0	0
Peluquería	0	0	0	0	0
Gimnasio	0	0	1	0	1
Teléfono	7	11	1	0	19
Mascotas admitidas	0	0	0	0	0
Juegos infantiles	0	0	0	0	0

Elaborado por: Verónica Males

El gráfico N° 3 expone los dos aspectos que se han analizado en los párrafos anteriores:
 número de establecimientos y oferta de servicios:

4.2.1.1 Hoteles de 4 estrellas

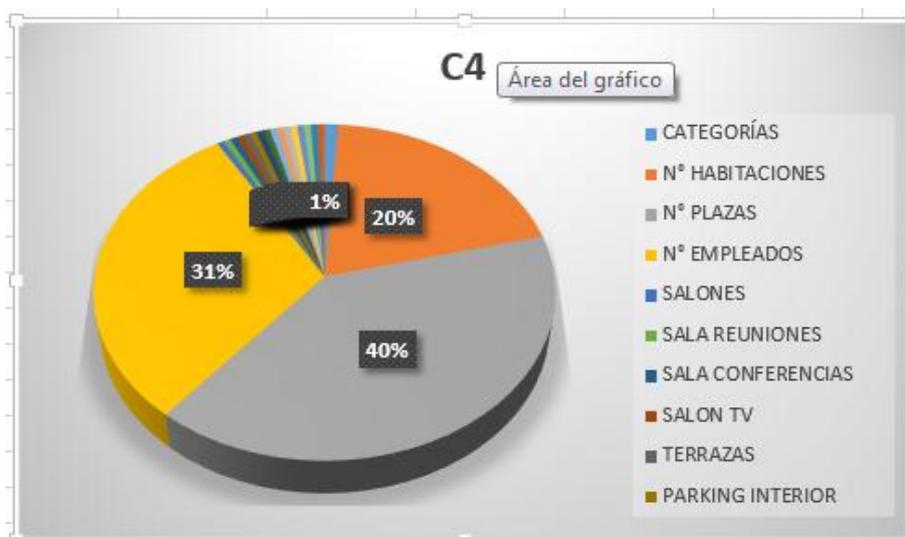


Gráfico 1 Categoría 4 estrellas

Elaborado por: Verónica Males

Se identifican dos hoteles en la ciudad de Tulcán bajo esta categoría y tienen una planta laboral administrativa y operativa de 37 empleados en total. Han sido 44 los huéspedes que han hecho la valoración en función de su experiencia de los hoteles de cuatro estrellas, lo que significa que cerca del 66 % de los clientes de la muestra, han estado alguna vez alojados en hoteles de cuatro estrellas en Tulcán. También, los clientes que se han englobado en el llamado alojamiento esporádico valoran mejor este aspecto de los hoteles de cuatro estrellas, mientras que los clientes muy frecuentes y los de la estancia menor lo valoran como no conveniente.

Otro de los aspectos mejor valorados en los hoteles de cuatro estrellas es la amabilidad de los empleados, principalmente por los clientes de paso a otras zonas, frente a los alojados por motivos de negocios que lo valoran menos. Es entre los clientes de alojamiento ocasional y aquellos en que su estancia es de más de cinco noches donde la amabilidad de los empleados alcanza mayor nivel de satisfacción, mientras que los clientes muy frecuentes y los que permanecen menos de dos noches vuelven a ser los más críticos en sus valoraciones.

La dotación de servicios externos es el parámetro de los hoteles de cuatro estrellas que alcanza menor valoración. Los alojados por actividades culturales y aquellos cuya estancia tiene una duración mayor de cinco noches tienen mayor satisfacción, mientras que los alojados por motivos de negocios o trabajo y aquellos que su estancia en el hotel es de tres o cuatro noches son los menos satisfechos

La relación calidad-precio es el único aspecto de los hoteles de cuatro estrellas valorado por encima de los de cinco estrellas, aunque la diferencia es mínima, este aspecto es principalmente valorado por los alojados por actividades culturales y los clientes cuya estancia es de tres o cuatro noches, mientras que los clientes de paso a otras zonas y aquellos cuya estancia es menor lo valoran peor.

4.2.1.2 Hoteles de 2 estrellas

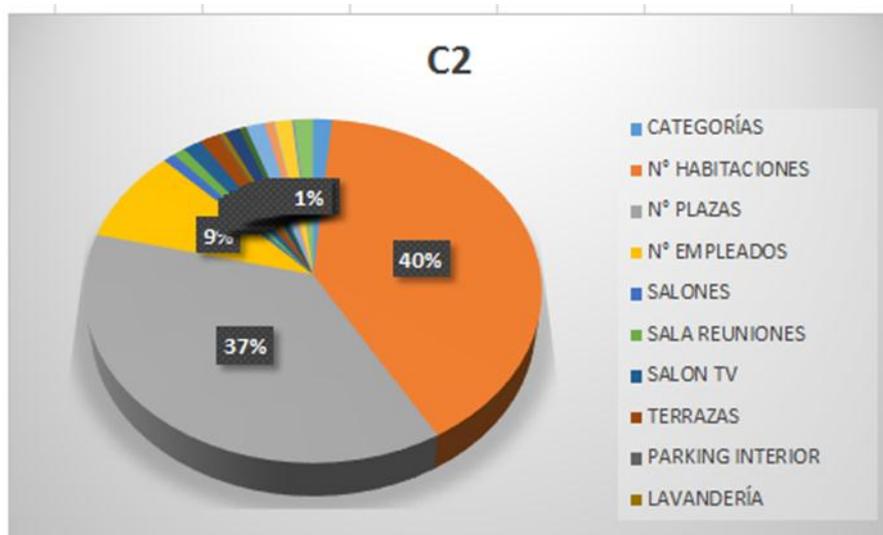


Gráfico 2 Categoría 2 estrellas

Elaborado por: Verónica Males

Once hoteles conforman el grupo de la categoría 2 estrellas y son los establecimientos de mayor afluencia, laboran en total 91 personas. Han sido 71 los entrevistados que en función de su experiencia han valorado los hoteles de dos estrellas, lo que representa el 81,8% del total de huéspedes preguntados. El aspecto del producto que mejor valoración obtiene en los hoteles de

dos estrellas es la amabilidad de los empleados, elemento valorado incluso mejor que en los hoteles de tres y cuatro estrellas. Los clientes por actividades culturales, los que se han alojado tan sólo una vez y los que permanecen en el hotel más de cinco noches han concedido mejor puntuación a este aspecto, mientras que los alojados por motivos de trabajo o negocios, los clientes de alojamiento muy frecuente y los clientes que están en el hotel una o dos noches le dan menor valoración en la categoría de dos estrellas. La profesionalización de los empleados también alcanza una alta puntuación en los hoteles de dos estrellas, siendo su puntuación igual en los hoteles de tres estrellas y tan sólo una décima menor que en los hoteles de cuatro.

Los clientes por motivos de asistencia a congresos, los clientes que se alojan una vez y los que tienen una estancia entre tres y cuatro noches, lo valoran mejor; mientras que los alojados por motivos de actividades culturales, los clientes de alojamiento muy frecuente y los clientes cuya estancia es menor, entre una o dos noches, hacen peor valoración. La rapidez de los empleados es también un aspecto que en los hoteles de dos estrellas es mejor valorado que en los hoteles de tres estrellas.

La dotación de servicios externos y servicios complementarios son los aspectos del producto de los hoteles de dos estrellas que menor puntuación alcanzan, en ambos casos tan sólo 1,64, que en una escala de 1 a 5 representa una puntuación muy baja. Los clientes por motivos de negocios o trabajo puntúan peor ambos aspectos, mientras los clientes por actividades culturales son los más satisfechos. Con respecto a la duración del viaje, los clientes cuya estancia es de una o dos noches otorgan peor valoración a ambos elementos, mientras que los clientes que prolongan su estancia entre tres y cuatro noches son los que mejor valoración conceden a ambos aspecto del producto de dos estrellas.

4.2.1.3 Hoteles de 1 estrellas

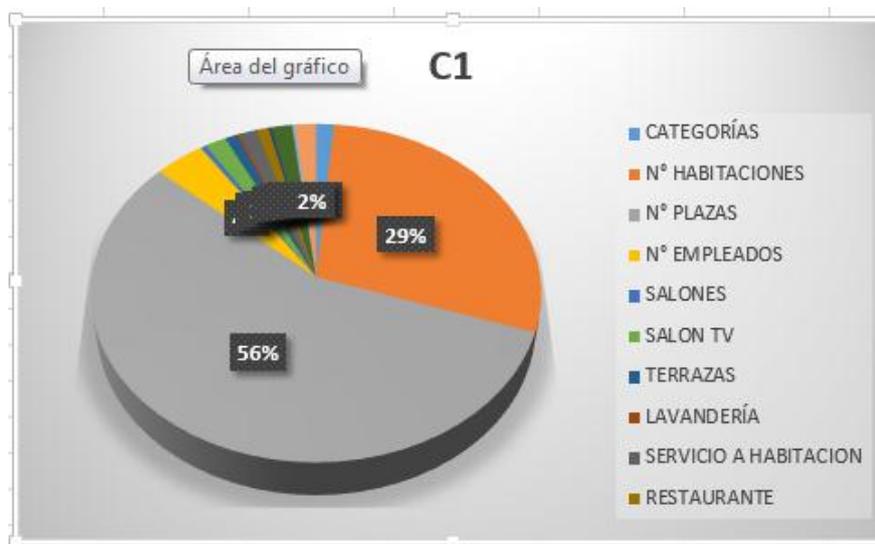


Gráfico 3 Categoría 1 estrellas

Elaborado por: Verónica Males

Esta categoría es la segunda en los establecimientos que se aloja la gente por el factor precio; 6 hostales lo conforman y no hay ningún hotel clasificado en esta categoría. Con un total de 18 empleados laboran para 123 habitaciones con 241 plazas. La amabilidad de los empleados es el aspecto de los hoteles de una estrella que mejor valoración alcanza, mientras que la dotación de servicios externos es el aspecto de los hoteles de una estrella que menor valoración obtuvo. El precio es atractivo para viajeros de paso y en ciertos establecimientos hasta de horas.

En el gráfico se puede apreciar cada uno de los servicios que oferta a los usuarios los establecimientos asignados a esta categoría y son estas características las que determinan su calificación. Pero hay una particularidad en la clasificación. Teniendo los mismos servicios que un establecimiento de mayor categoría, los hoteles de 1 estrella se muestran más reducidos en extensión y lujo.

4.3. Análisis e interpretación de resultados dirigido al personal que labora en los establecimientos hoteleros.

Este párrafo constituye el segundo objetivo de la investigación, requirió la elaboración y aplicación de un instrumento para la recolección de información de los sujetos de estudio. El instrumento empleado fue la técnica de la encuesta con preguntas estructuradas cerradas de elección discreta. En la ciudad de Tulcán existen 19 hoteles registrados según el Catastro del Ministerio de Turismo, los centros hoteleros ofrecen diferencias competentes significativas respecto a otras, existen dos factores que cobran relevancia: la gran participación que tiene en la comunicación y generación de la imagen el poco predecible y estandarízale factor humano y también la difícil definición material del producto que se ofrece.

Las respuestas permitieron determinar el nivel de preparación académico del personal que trabaja en los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán en relación con las competencias laborales del personal manifestadas en la gestión del desempeño del personal, en el que se logre identificar que las competencias establecidas han permitido que el personal sepa que se espera que haga en su puesto de trabajo, establece como, cuando, donde debe hacerlo y bajo que estándares va a ser evaluado. Para determinar que esa persona es competente, es tener la evidencia de que es capaz de realizar el trabajo en forma segura y eficiente, es decir, de lograr el resultado esperado. Una persona se considera competente para hacer, cuando demuestra que lo sabe hacer y los criterios de desempeño definen la calidad del trabajo realizado.

En base a la encuesta realizada de formación del personal de servicio se logró identificar, por medio de los resultados obtenidos que el agente de servicio no se encuentra capacitado para brindar un excelente servicio y atención de calidad con profesionalismo y competitividad.

4.3.1. Encuesta dirigida al personal de servicio del establecimiento de alojamiento de la ciudad de Tulcán.

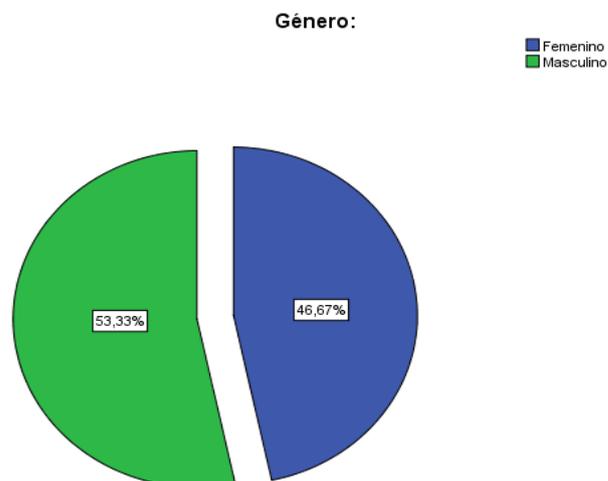
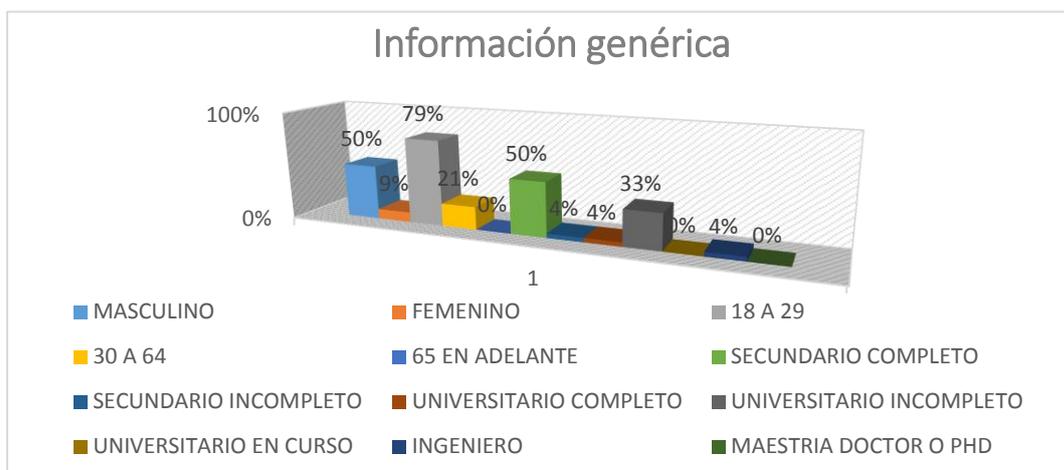


Gráfico 4

Género:

Elaborado por: Verónica Males

Respecto al género, en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán, hay más hombres que mujeres. Los 7 puntos porcentuales de diferencia se muestran en la contratación laboral de los hoteles y hostales. Una de las razones para que se encuentre esta realidad es el trabajo nocturno. Las actividades extraordinarias de horarios de la noche y primeras horas de la madrugada obligan incorporar personal masculino por seguridad en su integridad como se muestra en el gráfico.

Edad:**Gráfico 5 edad**

Elaborado por: Verónica Males

Según los resultados obtenidos más de la mitad del personal está constituido por personas en adolescentes que oscilan los 18 a 29 años y una cuarta parte por los que tienen entre 30 a 64 años de edad. Este resultado establece que la edad que requieren los establecimientos de alojamiento se encuentra en los niveles de 18 a 29 años de edad que es biológicamente la mejor etapa para desempeñar con mayor eficiencia las labores operativas (camareros, botones, meseros) y de mandos medios (supervisión, recepción).

Datos del informante:**Tabla 7****Información genérica**

PUESTOS DE TRABAJO	
Mesero (12)	abogado
Mesero (12)	salonera
Recepcionista (10)	promocionista
Camarera (8)	mucama
Camarera (7)	mucama
Ayudante de cocina (6)	guardianía
Promocionista (6)	gerente de alimentos y bebidas
Cocinero (5)	jefe de salón
Limpieza (4)	maître de banquetes
Recepcionista (4)	seguridad
Salonero (4)	lavandería
Botones (4)	departamento de bodega
Administrador (3)	jefe de producción
Cocinera (3)	servicios de Catering
Limpieza (3)	consejería
Salonera (3)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Seguridad (2)	jefe de recursos humanos
Seguridad (2)	Departamento Compras
Administración (2)	gerente de operaciones
Recepcionista (2)	Chef
Mantenimiento (2)	cocinero
Recepcionista de sauna	contabilidad
Maquinista de sauna	botones
Mesero	bodega
Ayudante de cocina	domicilio
Seguridad	ayudante de cocina
Salonera	administrador
Botones	limpieza
Cocinera	
Guardianía	
Atención al cliente	
Poli funcional	
Personal de limpieza	
Cajera	
Recepción y telefonía	

Elaborado por: Verónica Males

Fuente: investigación de campo

Los empleos más frecuentes en estos centros son cocineros, administradores de hoteles y hostales, camareros, recepcionistas y botones, meseros, saloneros. Los recepcionistas alcanzan el mayor número de empleados entre todos los alojamientos investigados, concluyendo que todos los establecimientos poseen por lo menos un recepcionista en su planta.

La preparación académica del personal, las funciones a ellos asignadas y la experiencia laboral son factores interrelacionados que inciden directamente en la calidad de servicio. Estos factores poseen otras variables que son, por orden de mayor a menor saturación, incluidas todas: la rapidez de los empleados, la amabilidad de los empleados, la profesionalización de los empleados, el ambiente general del establecimiento, la limpieza del hotel, la conservación de las habitaciones, las comidas del restaurante y, por último, la relación calidad-precio, es decir, aspectos subjetivos valorables en la experimentación del servicio relacionados con: cómo se presta el servicio y la presentación, no valorándose estos parámetros en la concesión de la categoría oficial. De todas ellas las más correlacionadas son las tres primeras: rapidez de los empleados, amabilidad de los empleados y profesionalización de los empleados, que corresponden con la satisfacción de los usuarios siendo parte de su componente intangible. Por lo que se podría decir que estas variables, junto con el ambiente general del establecimiento, limpieza del hotel y conservación de las habitaciones, definen bien. Éstas últimas, corresponden con el aspecto externo y físico del hotel, o bien, la presentación del producto. Las variables con mayor correlación por orden de mayor a menor incluidas todas son: dotación de servicios complementarios (salón de convenciones, fax, internet, etc.), dotación de servicios exteriores, el equipamiento de las habitaciones y el servicio del bar, es decir, variables que constituyen la oferta en sí del producto, siendo aspectos objetivos.

Pregunta 1:

¿Qué actividad desempeña en este establecimiento?

1) ¿Qué actividad desempeña en este establecimiento?

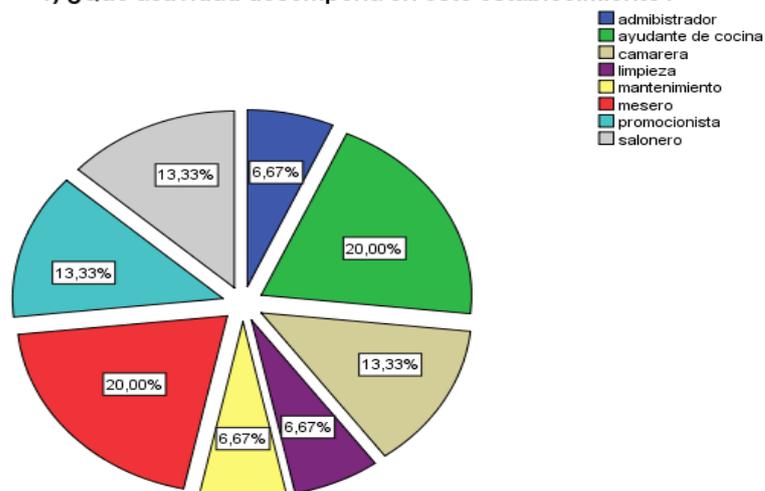


Gráfico 6 Qué actividad desempeña

Elaborado por: Verónica Males

El estudio realizado comienza con el diagnóstico de la actividad actual de los empleados de los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán. El desarrollo del análisis da como resultado que el 20% son meseros y otro porcentaje igual ayudantes de cocina; el 13% trabajan como camareras, de igual valor saloneros y del mismo porcentaje promotores. Con casi el 7% en tres labores están el administrador, personal de limpieza y mantenimiento de las instalaciones como se muestra en el gráfico.

La mayoría de los empleados son de base y apoyo (operativos) cumplen funciones específicas que no requieren profesionalización. Un bajo porcentaje de empleados desempeñan las funciones administrativas que exigen preparación académica.

Pregunta 2:

¿Cuánto tiempo se encuentra trabajando en este establecimiento?

3)¿Cuánto tiempo se encuentra trabajando en este establecimiento?

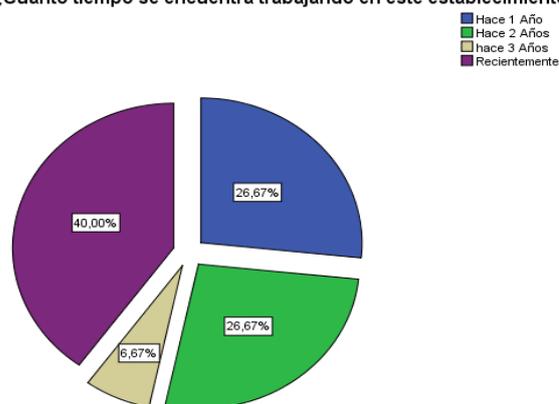


Gráfico 7 Tiempo de trabajo

Elaborado por: Verónica Males

Los empleados de los centros de alojamiento en la ciudad de Tulcán tienen un promedio de 3 a 4 años de experiencia en trabajo hotelero notándose que fueron incorporados recientemente (menos de un año). El personal que posee de 1 a 2 años de experiencia corresponde por separado al 26%. Apenas un casi 7% tiene experiencia laboral superior a los 3 años.

El grado de experiencia de los trabajadores en estos alojamientos oscila entre los 1.5 años y han sido incorporado hace 3 años y medio notándose inestabilidad laboral en una relación de 2 empleados por cada 12 meses.

Pregunta 3:

¿Cuándo fue la última vez que recibió capacitación en materia de turismo, hotelería o afines?

4) ¿Cuándo fue la última vez que recibió capacitación en materia de turismo, hotelería o afines?

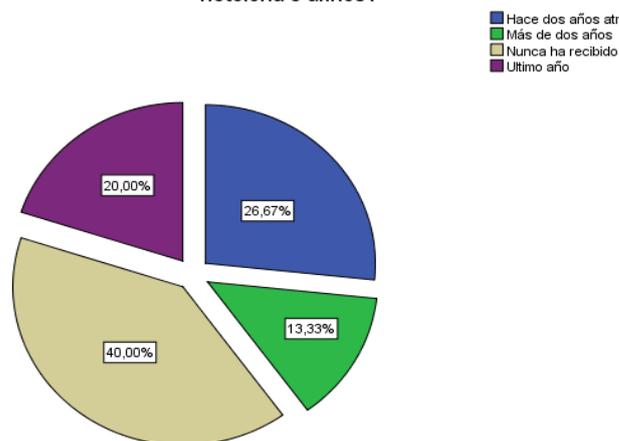


Gráfico 8 Última vez de capacitación

Elaborado por: Verónica Males

Como se muestra en el gráfico, casi la mitad de los empleados de los establecimientos hoteleros en la ciudad de Tulcán jamás han recibido capacitación en el área de turismo o afines, lo que demuestra el bajo nivel de calidad que ofrece a los clientes que se alojan y se alimentan en sus instalaciones. Más de la cuarta parte de ellos lo recibieron hace dos años y apenas un 20% lo ha hecho en el último año.

Este resultado lleva a concluir que los hoteles y hostales no planifican para el fortalecimiento de sus negocios y descuidan aspectos funcionales de atención directa y control. La administración no se actualiza y solo los hoteles de la categoría superior realizan capacitaciones periódicas.

Pregunta 4:

¿En el establecimiento donde usted ahora trabaja ha recibido capacitación en relación a su trabajo?

5) ¿En el establecimiento donde usted ahora trabaja ha recibido capacitación en relación a su trabajo?

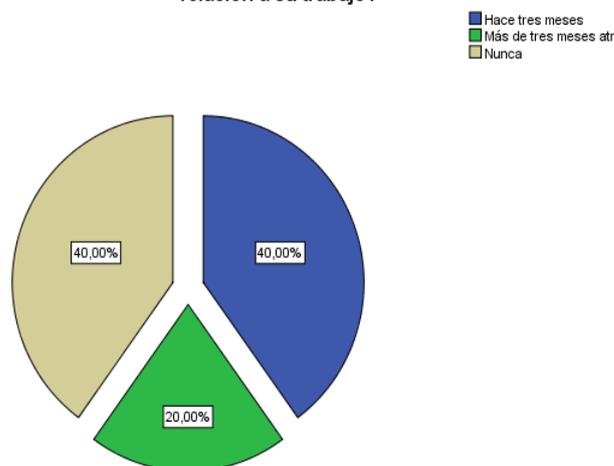


Gráfico 9 Ha recibido capacitación.

Elaborado por: Verónica Males

El 40% nunca ha sido patrocinado por sus empleadores para realizar una capacitación que les permita mejorar sus capacidades laborales en el área del turismo. El otro 40% tuvo una capacitación hace tres meses y el 20% hace un trimestre como se ve en el gráfico.

En los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán no existe la política de capacitación y esta afirmación se corrobora con el resultado obtenido en la encuesta aplicada al personal que trabaja en éstos.

Pregunta 5:

¿Este establecimiento tiene un plan de capacitación permanente para sus empleados?

9) ¿Este establecimiento tiene un plan de capacitación permanente para sus empleados?

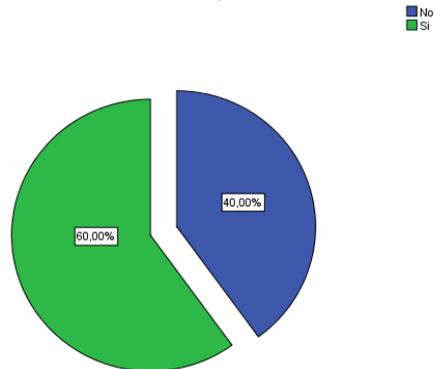


Gráfico 10 Plan de capacitación

Elaborado por: Verónica Males

Los establecimientos de alojamiento poseen por cuenta propia un programa de capacitación. Se notó que el plan de mejoramiento profesional y laboral es común en los hoteles de 4 estrellas y casi nulo en los de 2. No existe programa alguno de capacitación en los hoteles de 1 estrella.

Se puede afirmar que el prestigio de los establecimientos de mayor número de estrellas (3 y 4 en Tulcán) presenta mejores niveles de calidad en la atención al cliente. Aspectos como la administración, el servicio al cliente y marketing se ven asegurados con la capacitación permanente y la innovación que surge de este proceso. Con estos resultados se pudo determinar que el personal activo tiene conocimientos del mejoramiento de la calidad del servicio y es apreciado por estos establecimientos al someter a sus empleados a procesos de capacitación.

Pregunta 6:

¿Propicia la administración del establecimiento convenios con otras instituciones para realizar capacitación para sus empleados?

10) ¿Propicia la administración del establecimiento convenios con otras instituciones para realizar capacitación para sus empleados?

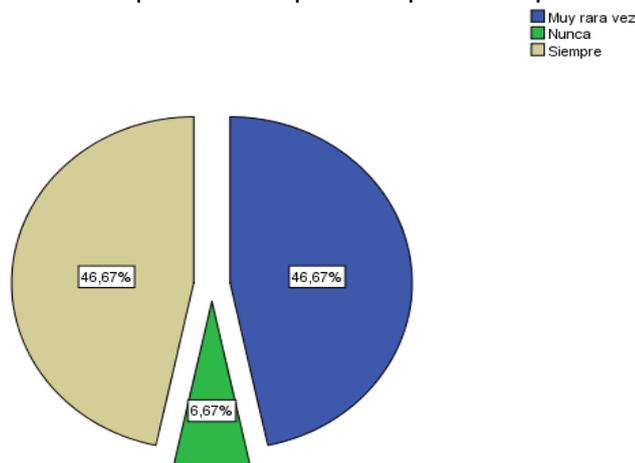


Gráfico 11 Convenios con otras instituciones

Elaborado por: Verónica Males

En esta pregunta existe una curiosa coincidencia que obliga realizar un análisis más amplio. Los encuestados señalan que la administración propicia convenios interinstitucionales para realizar capacitación con miras a mejorar las habilidades de sus empleados. Pero al mismo tiempo, señala en el mismo porcentaje (47%) que los convenios suceden muy raramente. Estas dos respuestas solo pueden entenderse como un programa escaso e insuficiente aunque planificado que tienen las empresas hoteleras para capacitar a sus empleados. La empresa turística y en particular la hotelera es poco generosa en materia de capacitación debido a que sus actividades demandan la presencia de sus empleados las 24 horas del día y dedicar dos o más horas diarias para la capacitación significa o dejar abandonados los puestos de trabajo o invertir en personal de reemplazo temporal con el consiguiente egreso de recursos económicos

Pregunta 7:

Puede tomar decisiones propias en su área de trabajo



Gráfico 12 Área de trabajo

Elaborado por: Verónica Males

Los empleados de los hoteles tienen la libertad de tomar decisiones en su ámbito de trabajo y esta realidad es entendida como parte de los procesos de formación profesional en la que se ha confiado la responsabilidad de las funciones de trabajo. La capacidad en la toma de decisiones por parte del personal de servicio le permite generar propuestas innovadoras para mejorar el servicio y a la vez es un parámetro de ascenso en la jerarquía laboral de los establecimientos de alojamiento.

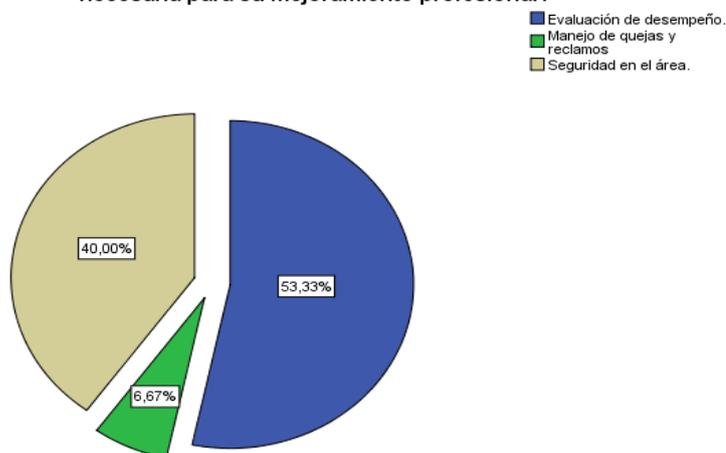
La toma de decisiones en su área ha abierto dos vertientes: una, a la confusión en la línea de mando porque los empleados arrogan funciones ajenas a su responsabilidad; y otra, la generación de propuestas que pueden motivar mejoramiento en la calidad de servicio.

Pregunta 8:

De las temáticas que se muestran a continuación, ¿Cuál considera la más necesaria para su mejoramiento profesional?

Gráfico 13 Mejoramiento profesional

14) De las temáticas que se muestran a continuación, ¿Cuál considera la más necesaria para su mejoramiento profesional?



Elaborado por: Verónica Males

En este sentido, los empleados requieren como muy importante recibir capacitación en el tema de evaluación del desempeño con el propósito de conocer su nivel de trabajo en un período determinado. Requieren conocer ¿Qué se evalúa? Cuya respuesta es, entre otros factores, las características del individuo: su personalidad y el comportamiento y la contribución al trabajo encomendado para alcanzar estándares óptimos de desempeño.

Otro tema en el que buscan capacitarse es la seguridad en el ámbito laboral (40%). Esto se debe a que este trabajo exige altos niveles de protección debido a la inseguridad al tratar con extraños que se alojan en sus hoteles y el riesgo está presente en todo momento.

Pregunta 9:

¿Cada qué tiempo considera que debe realizar una capacitación en servicios hoteleros?

16) ¿Cada qué tiempo considera que debe realizar una capacitación en servicios hoteleros?

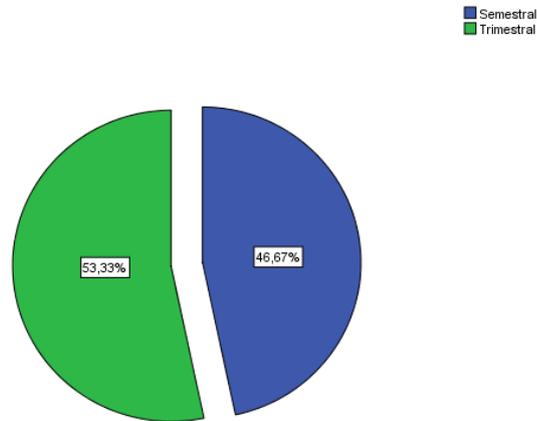


Gráfico 14 Capacitación de servicios
Elaborado por: Verónica Males

Los encuestados consideran que la frecuencia para llevar adelante los procesos de capacitación en los hoteles y hostales debería ser cada tres meses, de tal manera que al año los empleados tendrían cuatro capacitaciones que les darían las herramientas necesarias para desarrollar sus actividades con mayores elementos técnicos e informáticos que les permitan hacer frente a los retos de la competitividad internacional en esta área que requiere actualización permanente en búsqueda de la excelencia de los servicios de alojamiento y atención alimentaria de los usuarios.

4.4 Percepción de satisfacción de los clientes sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento.

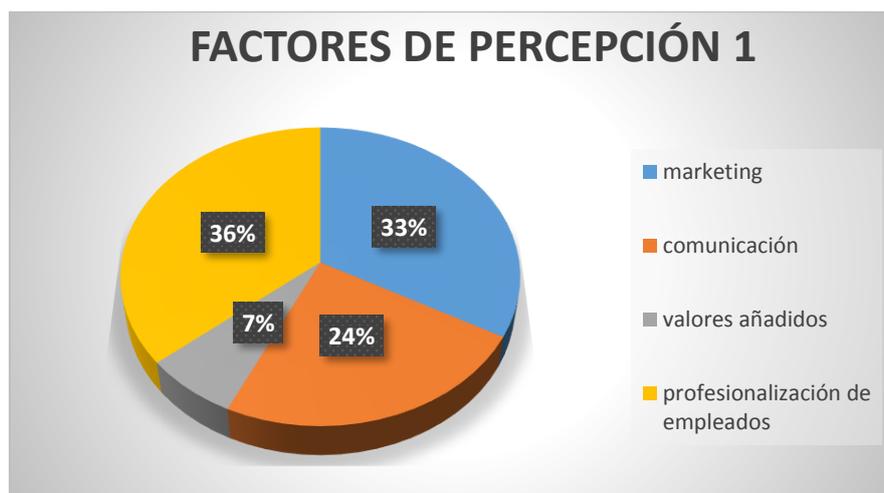


Gráfico 15 Factores de percepción
Elaborado por: Males Verónica

Estos parámetros hacen referencia a las variables del marketing, comunicación, distribución, valores añadidos del producto y por último, profesionalización de los empleados, siendo una variable exclusiva del factor de percepción. El segundo factor de visibilización, recoge un 15,2% de la información y tiene que ver con la presencia en el hotel de los siguientes elementos, de mayor a menor incidencia: equipamiento de habitaciones, calidad-precio, amabilidad de los empleados, rapidez de los empleados, seguridad del hotel.

Del mismo modo que el factor anterior, las mayores contribuciones son el equipamiento de habitaciones y la relación calidad-precio, es decir el factor material del producto base condicionada a la calidad ofertada. Esta afirmación está representada en el gráfico.

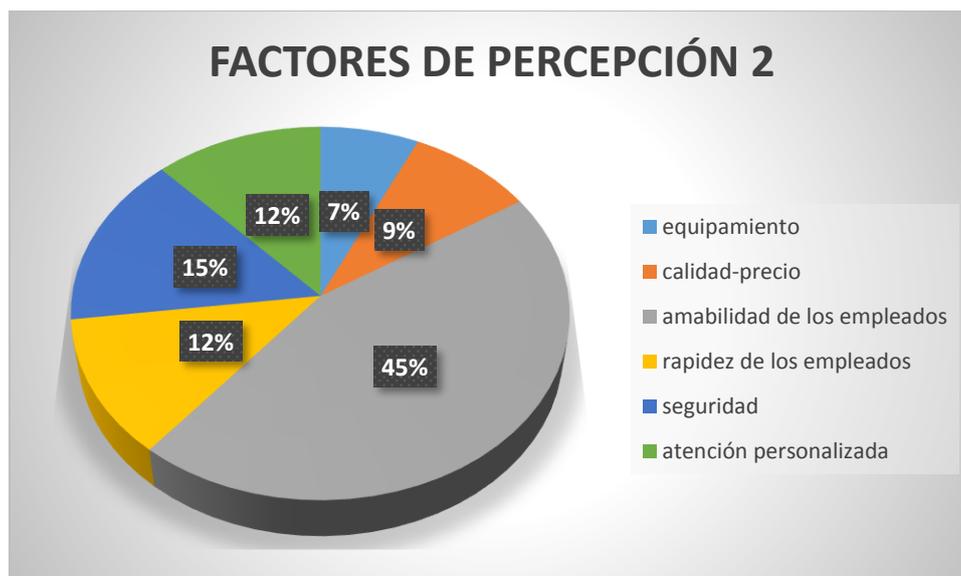


Gráfico 16 Factores de percepción
Elaborado por: Males Verónica

De ese análisis se desprende la afirmación de que, los establecimientos de alojamiento - cualquiera sea la denominación- se configura a través de la presencia de elementos que implican la comunicación -tangibles e intangibles- del producto base, además de la correspondencia entre el equipamiento, el precio del producto, la amabilidad de los empleados, la rapidez en responder a los requerimientos del cliente, la seguridad existente en las instalaciones externas e internas de la infraestructura hotelera y la calidad de atención ofertada (Formación de servidores hoteleros, 2014)

La clasificación, según la categoría del establecimiento, es la más importante, Se realiza en función de la presencia de determinados servicios ofrecidos, así como requisitos técnicos y de equipamiento. Aunque la categorización asignada por la entidad reguladora del turismo, todavía es oscura e índice a confusión en los límites que poseen cada uno de ellos, notándose, en esta investigación, que los servicios que oferta un hotel de una categoría más alta no tiene los servicios de un alojamiento de una categoría inferior que sí lo oferta.

4.4.1. Análisis e interpretación de la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento

El presente capítulo de investigación requirió una aplicación de un instrumento para la recolección de información de los sujetos de estudio de investigación, el instrumento empleado fue la técnica de encuesta.

La actividad turística pervive gracias al factor de la calidad, la satisfacción al cliente, el excelente servicio ya que si este recibe una buena prestación quedara satisfecho, y de esta forma regresara al lugar donde se le atendió y así también lo recomendará, ganando así la publicidad voz a voz. Entendiendo lo anterior es de vital importancia tener en cuenta que el buen servicio se debe prestar en todos los momentos al cliente, elemento que la convierte en la diferencia entre una empresa con éxito y otra fracasada. En este contexto, no puede existir calidad de servicio sin la concurrencia del personal, es decir, el factor humano quien planifica los instrumentos que garanticen de forma sistemática y permanente la gestión.

En los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán, se presentó una escala de 5 opciones de aceptación de satisfacción o no satisfacción de los servicios que ofrecen estos establecimientos percibidos por los usuarios como solución a sus necesidades y expectativas considerando, además, las exigencias que demandan cada vez los clientes nacionales e internacionales por lo que habrá que considerar la integralidad de los servicios que favorecen la imagen, confort y satisfacción que le permitan volver a utilizar sus instalaciones.

4.4.2. Encuesta dirigida a clientes para medir la satisfacción del servicio de alojamiento de la ciudad de Tulcán

Pregunta 1:

El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios.



Gráfico 17 El personal dispuesto ayudar

Elaborado por: Verónica Males

Los usuarios consideran de manera general (43%) que el personal de servicio de los hoteles y hostales están de acuerdo a los requerimientos propios del desarrollo de hospedaje e información; pero existe también un porcentaje muy notorio (24,65%) que ve con indiferencia la actividad del personal en relación a su satisfacción. Apenas un 7,99% manifiesta su inconformidad frente a la colaboración del personal.

El personal de servicio al mostrarse dispuesto a cumplir con su labor en relación a los clientes genera una imagen positiva que resulta en el retorno frecuente de los usuarios y la consiguiente utilidad para este tipo de establecimientos de manera directa y otros ingresos que se producen de forma indirecta a negocios que se circunscriben a su alrededor.

Pregunta 2:

Cómo calificaría la cortesía del personal de atención al cliente.

2) Cómo calificaría la cortesía del personal de atención al cliente.

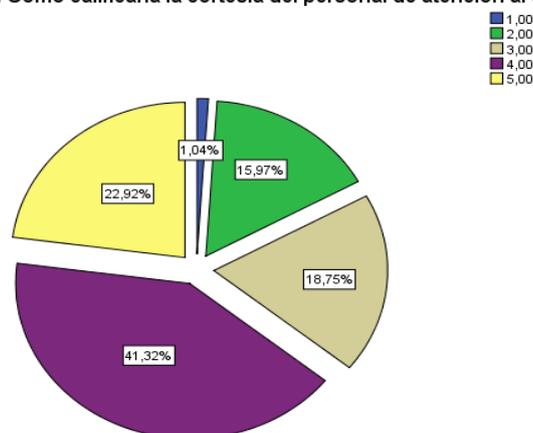


Gráfico 18 Cortesía del personal

Elaborado por: Verónica Males

Existe una relación directa entre el comportamiento cortés y el nivel de ingresos en cualquier negocio. El sector hotelero al estar inmerso en el área de los servicios no puede escapar de la anterior afirmación. Los elementos que intervienen en la atención al cliente son: la cortesía, la predisposición y el seguimiento. En los establecimientos hoteleros de Tulcán el primer elemento no ha llegado a su máxima expresión pero hay una percepción del cliente que es moderada. Falta aún capacitación sobre protocolo y relaciones humanas a los empleados. La exigencia de estándares de calidad obliga, en estos momentos, la incorporación de estrategias que viabilicen actitudes cortésas entre los empleados y hacia los usuarios del servicio. Como puede notarse, la cortesía es uno de los elementos que requiere un establecimiento de alojamiento de calidad y, en la pregunta planteada, este factor está presente en los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán si se toma en cuenta que los usuarios afirman estar “de acuerdo” y “muy de acuerdo” como se puede apreciar en el gráfico.

Pregunta 3:

El personal de servicio cuenta con un uniforme que esté acorde con las tareas que debe realizar.

3) El personal de servicio cuenta con un uniforme que este acorde con las tareas que debe realizar.

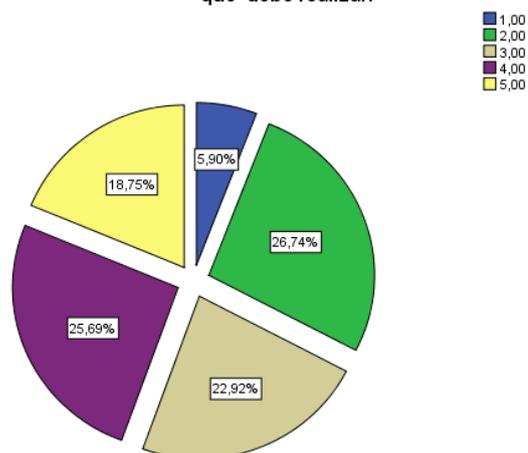


Gráfico 19
Personal cuenta

con uniforme

Elaborado por: Verónica Males

Los distintivos del personal se identifica por medio de colores y los uniformes son los distintivos que comunican al usuario a quien debe dirigirse para satisfacer sus necesidades. El uniforme es, además, la etiqueta del establecimiento donde se encuentra el logotipo artístico del hotel u hostel, el nombre del empleado como distintivo de responsabilidad y, el color representa la división de funciones entre el personal.

En el estudio que se realizó al personal de servicio se pudo conocer que los usuarios pueden percibir el desacuerdo de la presentación física de los empleados (55.56%). Solo en un 3% de los hoteles utilizan uniformes selectivos que representa el 44.44% de los encuestados y en la mayoría de los establecimientos, el personal no usa uniforme. Esta omisión ha provocado confusión por parte de los clientes y genera molestias al interior de los lugares de alojamiento.

Pregunta 4:

El personal tenía un aspecto limpio y aseado

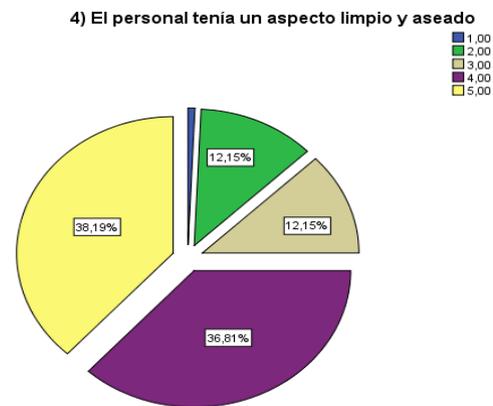
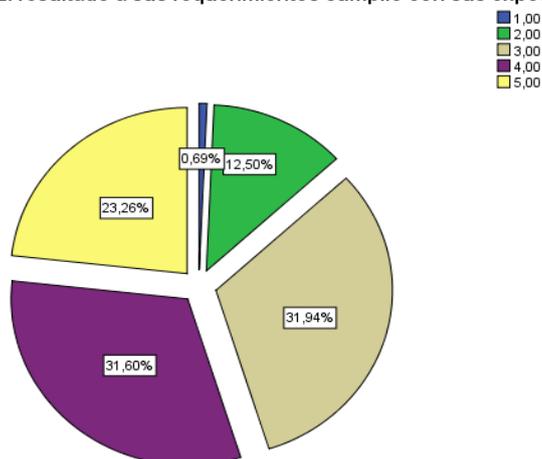


Gráfico 20 Personal limpio y aseado

Elaborado por: Verónica Males

Parte de las acciones de la administración hotelera está el cuidado de la limpieza e higiene tanto de las instalaciones y equipos como del personal humano que labora en estos establecimientos. La presentación de una imagen aseada determina en gran medida la permanencia o no de los usuarios del servicio de alojamiento. Para los encuestados, la presentación es bien vista porque determina la decisión de quedarse o no en un hotel u hostel. El confort que requiere el cliente es bien visto por los clientes.

Pregunta 5:**El resultado a sus requerimientos cumplió con sus expectativas.****5) El resultado a sus requerimientos cumplió con sus expectativas.****Gráfico 21 Cumplió con sus expectativas**

Elaborado por: Verónica Males

Los clientes de los hostales y hoteles de la ciudad de Tulcán se sienten muy satisfechos con la atención brindada por el personal de estos establecimientos. Esta declaración de los usuarios del servicio presenta un panorama halagador para este sector económico porque los clientes tienen una percepción positiva y los resultados se deben a la planificación administrativa de los establecimientos y a las normas legales que exigen estándares de calidad para cada categoría

Pregunta 6:

¿Cuál es el grado de satisfacción de servicio que le brindaron?

6) ¿Cuál es el grado de satisfacción de servicio que le brindaron.?

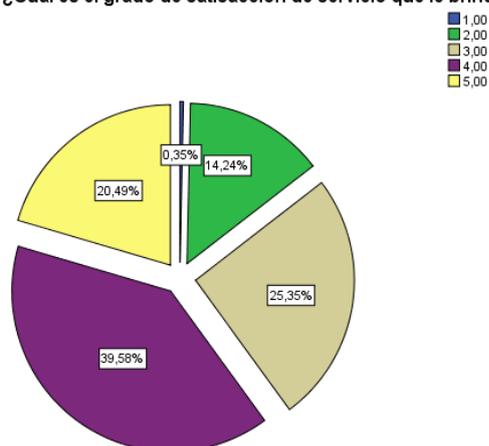


Gráfico 22 Grado de satisfacción

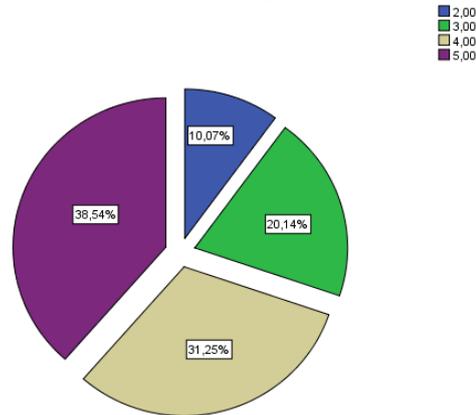
Elaborado por: Verónica Males

Si se considera a las escalas 4 y 5, que suman el 60%, se interpreta como satisfactorio el servicio entendiendo que los procesos de atención por parte de los empleados y los ambientes que poseen los establecimientos confluyen en beneficio de los clientes bajo una planificada preparación de la oferta que genera una ventaja competitiva.

Con los datos extraídos puede aseverarse que los usuarios de los hoteles y hostales califican de medianamente satisfactorio el servicio brindado por el personal que trabaja en los centros de alojamiento. Factores como la preparación académica y la oferta determinan la calificación expuesta en el gráfico No 22.

Pregunta 7:**El personal presenta una imagen de honestidad y confianza.**

7) El personal presenta una imagen de honestidad y confianza.

**Gráfico 23 Imagen del personal**

Elaborado por: Verónica Males

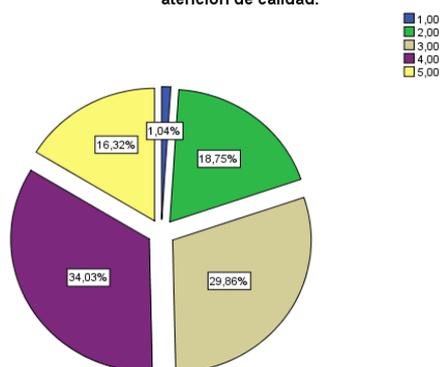
El manejo de una imagen es parte de la administración de la marca y según lo investigado, los hoteles y hostales de la ciudad de Tulcán generan mucha confianza de la que los usuarios declaran estar muy de acuerdo.

Los niveles de confianza que expresan los empleados ante el usuario del servicio es además un valor agregado para la permanencia del negocio instalado. En Tulcán, al ser una ciudad fronteriza, este elemento es de suma importancia por el intercambio comercial y la consecuente visita de extranjeros quienes manifiestan tranquilidad al alojarse en sus hoteles y hostales.

Pregunta 8:

El personal de servicio que labora en el hotel está preparado para brindar una atención de calidad.

8) El personal de servicio que labora en el hotel está preparado para brindar una atención de calidad.

**Gráfico 24 Atención al cliente**

Elaborado por. Verónica Males

Para efectos de la presente investigación, el personal de servicio, objeto de observación, no alcanza aún la calificación que debería tener para que los servicios sean considerados de calidad. Solo si se considera a las escalas numeradas de 4 estrellas que alcanza un 50% de satisfacción. Eso se traduce en la mitad de establecimientos de alojamiento necesita gestión de calidad en los servicios hoteleros como se aprecia en el gráfico.

Pregunta 9:

Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.

9) Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.

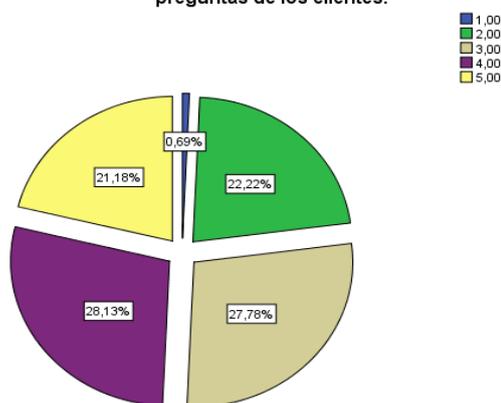


Gráfico 25 Pregunta de clientes

Elaborado por. Verónica Males

En la investigación más de la cuarta parte del personal responde a los requerimientos del cliente y otro porcentaje que bordea el 50% no está satisfecho con la información que requiere el cliente lo que determina la calidad del servicio.

En los hoteles y hostales investigadas la comunicación no es satisfactoria porque se omiten aspectos como: preguntar frecuentemente los requerimientos que pudiera tener los clientes, los buzones de sugerencias colocados en las habitaciones, así como la hoja de evaluación de la calidad del servicio al terminar la estadía. A esto se debe considerar todas las llamadas de teléfono, chat o conversación física que pueda realizar el cliente al personal del establecimiento. El cliente puede necesitar información veraz de la situación del entorno local y el personal debe estar preparado para darle respuestas. Así también, deberá conocer el lugar para sugerir la visita de esas localidades con las empresas más seguras del sector.

Pregunta 10:

Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al establecimiento

10) Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al establecimiento.

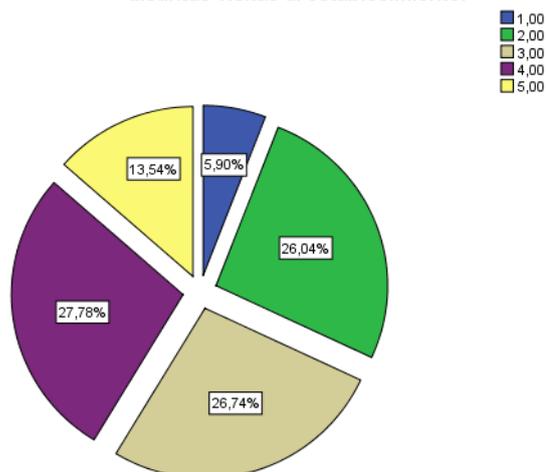


Gráfico 26 Mejoras en el servicio

Elaborado por. Verónica Males

Se debería considerar importante que los centros de alojamiento y alimentación lleven un registro cuidadoso de las sugerencias que dejan los usuarios del servicio recibido para que se ajuste a las necesidades sugeridas. Solo la evaluación del servicio permitirá el mejoramiento de los mismos que se verá en el aumento de la productividad (mayores ventas).

Los clientes de esta investigación no ven mejoras en el servicio del personal de los hoteles y hostales en las ocasiones que han hecho uso de los mismos. Las opciones propuestas en el cuestionario de la encuesta (3 y 4) tienen casi la misma valoración y un grupo de igual valor manifiesta que no le importa si existe o no mejoría en el servicio.

4.5. Análisis e interpretación de la matriz de estrategias de factores internos sustentados en fundamentos teóricos y prácticos.

Una vez recogida la información en los tres instrumentos anteriores: la ficha de observación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán, las dos encuestas, una de la oferta hotelera aplicada al personal de servicio, y otra, de la demanda aplicada a los clientes o usuarios de esta actividad, se procede a elaborar la Matriz de Estrategias de Fortalezas (fuerzas) Internas.

Los clientes de los establecimientos de alojamiento en sus diferentes categorías son personas que llegan a la ciudad de Tulcán por comercio o turismo. Los visitantes son nacionales en su mayoría y provienen de la ciudad de Quito y en menor afluencia de Esmeraldas, Ambato, Ibarra, Guayaquil y Cuenca, en ese orden.

Factores positivos se dejan notar en el personal de servicio por parte de los usuarios al observar la predisposición de los empleados en atender con cordialidad y rapidez a los clientes. La limpieza de los ambientes y la presentación higiénica del personal son también características que han sido consideradas como favorables para que los clientes se sientan a gusto en las instalaciones.

Existe deficiencias también que se dejan notar en los hoteles y hostales. El escaso uso de ropa distintiva entre los empleados, particularmente de las categorías inferiores, desconcierta y confunde al cliente porque no sabe a quién dirigirse específicamente para satisfacer su necesidad de servicio. Los parámetros de calidad más altos se notan en los establecimientos de 4 estrellas.

Hay falencia en los medios de seguimiento a clientes como sugerencias, intercomunicación post-uso o sea, después de la visita. Algunos de los clientes regresan a los mismos

establecimientos pero en un número muy reducido y al volver pueden darse cuenta que no ha mejorado el servicio desde la última vez.

En este sentido, el plan de mejoras es desatendido o no existe en la mayoría de establecimientos sumado a la inestabilidad laboral de los empleados. La empresa hotelera está gastando muchos recursos económicos al no tener una planta estable por cuestiones salariales y políticas de Estado en el ámbito laboral.

La relación: preparación técnica especializada del personal de servicio con la satisfacción del cliente es aún baja y este resultado se analiza en el siguiente apartado reservado para la Matriz de Fuerzas y Debilidades (EFI).

El promedio ponderado de la matriz EFI resultó inferior a los 2.5 lo que significa que la posición estratégica de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán está bajo la media y las debilidades no pueden ser contrarrestadas con sus fortalezas.

Los aspectos fuertes se determinan por la normativa legal vigente considerada como no muy importante; la predisposición actitudinal valorada como medianamente importante; las facultades del personal de servicio, la frecuencia en la capacitación y la formación académica tienen una valoración de muy importante en la escala de la matriz. En tanto que las debilidades valoradas como no importantes se encuentran la falta de servicios según la categoría hotelera asignada por el Ministerio de Turismo, la insuficiente identificación visible del personal de acuerdo a la distribución de labores al interior de los centros de alojamiento y el inexistente plan de mejoras. La valoración que se reconoce como absolutamente importante tiene que ver con el nivel de preparación académica, la frecuencia de capacitación en el área de servicios hoteleros y el desconocimiento de sus funciones, resultado de la deficiente formación técnica que requiere el trabajo en los hoteles y hostales.

La calificación otorgada a los 12 ítems extraídos en la Matriz EFI va en directa relación a los valores asignados en el casillero de junto. A las debilidades se las asigna dos números, el 1 y el 2. El número 1 comprendido como mayor debilidad se nota un personal sin formación académica formal completa en el nivel superior o de profesionalización, una escueta frecuencia en la capacitación de su personal y el deficiente grado de conocimientos de sus funciones y responsabilidades en el trabajo a ellos encomendados.

Esta matriz puede realizarse por cada establecimiento, pero para la investigación presente, se consideró a todos por la naturaleza de los objetivos.

4.5.1. Matriz de evaluación de factores internos de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán

Se presenta los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta de la demanda orientada a conocer la percepción del usuario o cliente del servicio hotelero.

Para que el análisis de la matriz tenga los resultados que se esperan es necesario y obligatorio seguir los siguientes pasos:

- a. Enlistar las fuerzas o fortalezas y las debilidades observadas en los establecimientos de alojamiento investigados;
- b. Asignarles un valor a cada fuerza y debilidad. En este caso se les otorgó 0.0 como no importante a 1.0 que es absolutamente importante;
- c. Otorgarles una calificación ente 1 a 4 a cada factor en el siguiente parámetro:
 - Debilidad mayor = 1
 - Debilidad menor = 2
 - Fuerza menor = 3
 - Fuerza mayor = 4;

- d. se multiplica el peso de cada factor por su calificación que dará como resultado una calificación ponderada para cada variable; y,
- e. Se suma las calificaciones ponderadas para determinar la posición en que se encuentran los establecimientos.

Tabla 8***Matriz de Evaluación de Fuerzas Internas (EFI)***

Fortalezas	Valor	Calificación	Valor ponderado
01 Establecimientos ordenados en diversas categorías.	0.02	3	0.06
02 El personal de servicio puede tomar decisiones.	0.10	3	0.30
03 Existe predisposición del personal para recibir capacitación.	0.10	4	0.40
04 El personal se muestra dispuesto a ayudar a los clientes.	0.10	3	0.30
05 El personal posee educación formal hasta bachillerato	0.10	4	0.40
Debilidades			
01 Falta de servicios en hoteles de 4 estrellas.	0.08	2	0.16
02 Personal sin formación hotelera de tercer nivel	0.10	1	0.10
03 Escasa capacitación hotelera para el personal	0.10	1	0.10
04 El personal de servicio no se identifica con uniformes o distintivos para identificar su responsabilidad.	0.05	2	0.10
05 El personal de servicio de hoteles y hostales no cumple las expectativas de los clientes.	0.10	2	0.20
06 Los empleados no tienen suficiente conocimiento de sus funciones.	0.10	1	0.10
07 No existen mejoras en el servicio hotelero.	0.05	2	0.10
TOTAL	1.0		
TOTAL PROMEDIO PONDERADO			2.32

Elaborado por: Verónica Males

4.5.2 Metodología de diagnóstico FODA

A través de esta herramienta se identificaron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán con el fin de detectar los aspectos positivos y los negativos que se evidencian tanto al interior de estos negocios como desde la percepción externa de sus clientes. Estos elementos permitieron realizar correctivos a las falencias encontradas

a. Consolidación del FODA

Para realizar el proceso del FODA, se ha tomado en cuenta el análisis del ambiente interno, como son la fortaleza y debilidades de las diversas variables e indicadores objeto de estudio, los cuales se describen en la matriz a presentarse más adelante. Así mismo, se realiza un diagnóstico del ambiente externo como es el análisis de las oportunidades y amenazas que tienen los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán, los cuales se presentan en la matriz.

4.5.3 Cuadro Matriz FODA

Tabla 9

Cuadro Matriz FODA

Análisis Interno	Análisis Externo
Fortalezas	Oportunidades
Establecimientos ordenados por niveles de categoría.	Apertura al mejoramiento de la calidad de servicio de los establecimientos de alojamiento
Personal de servicio con facultad de poder tomar decisiones.	Presencia de talento humano con formación hotelera de tercer nivel.
Existe predisposición del personal para recibir capacitación.	Capacitación particular para mejorar la imagen del personal del servicio.
El personal se muestra dispuesto a ayudar a clientes	Existencia de modelos de manuales de funciones.
Personal posee educación formal hasta el bachillerato	Fomento del Estado con políticas de calidad de servicio.
	Presencia de infraestructura, instalaciones y servicios de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.
Debilidades	Amenazas
Falta de servicios en hoteles de 4 estrellas.	Cambios repentinos en las normativas laborales.
Personal sin formación hotelera de tercer nivel.	Baja percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes
Escasa capacitación hotelera para el personal.	Políticas comerciales restrictivas entre los países limítrofes.
El personal de servicio no se identifica con uniformes o distintivos para identificar su responsabilidad.	Escaso fomento a la preparación técnica en materia de turismo hotelero.
El personal de servicio de hoteles y hostales no cumple las expectativas de los clientes.	Sueldos bajos
Los empleados no tienen suficiente conocimiento de sus funciones.	
No existen mejoras en el servicio hotelero.	

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Verónica Males.

5 priorización

Se asignó a cada variable un valor ponderable asignándose la siguiente escala:

3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Con estos valores se los asigna a las variables de los cuatro cuadrantes:

Tabla 10

Variables de los cuatro cuadrantes

Fortalezas	Oportunidades
(2) Establecimientos ordenados por niveles de categoría.	(3) Presencia de talento humano con formación hotelera de tercer nivel.
(3) Personal posee educación formal hasta el bachillerato	(2) Capacitación particular para mejorar la imagen del personal del servicio.
(2) Personal de servicio con facultad de poder tomar decisiones.	(1) Existencia de modelos de manuales de funciones.
(1) Existe predisposición del personal para recibir capacitación.	(2) Fomento del Estado con políticas de calidad de servicio.
(1) El personal se muestra dispuesto a ayudar a clientes	(1) Apertura al mejoramiento de la calidad de servicio de los establecimientos de alojamiento.
	(2) Presencia de infraestructura, instalaciones y servicios de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.
Debilidades	Amenazas
(3) Personal sin formación hotelera de tercer nivel.	(3) Baja percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes. (3) Escaso fomento a la preparación técnica en materia de turismo hotelero.
(3) Escasa capacitación hotelera para el personal.	(2) Cambios repentinos en las normativas laborales.
(3) Los empleados no tienen suficiente conocimiento de sus funciones.	(2) Políticas comerciales restrictivas entre los países limítrofes.
(2) El personal de servicio no se identifica con uniformes o distintivos para identificar su responsabilidad.	(1) Sueldos bajos
(2) El personal de servicio de hoteles y hostales no cumple las expectativas de los clientes.	

(1)No existen mejoras en el servicio hotelero.

(1)Falta de servicios en hoteles de 4 estrellas.

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Verónica Males.

(1) Cruce de fortalezas y debilidades

Tabla 11

Cruce de fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Total
(2)Establecimientos ordenados por niveles de categoría.	(1)Falta de servicios en hoteles de 4 estrellas.	(2)Fomento del Estado con políticas de calidad de servicio.	(2)Cambios repentinos en las normativas laborales.	7
(3) Personal posee educación formal hasta el bachillerato	(3)Personal sin formación hotelera de tercer nivel.	(3)Presencia de talento humano con formación hotelera de tercer nivel.	(3)Escaso fomento a la preparación técnica en materia de turismo hotelero.	12
(2) Personal de servicio con facultad de poder tomar decisiones.	(1)No existen mejoras en el servicio hotelero.	(1)Existencia de modelos manuales de funciones.	(2)Políticas de comerciales restrictivas entre los países limítrofes.	6
(1) Existe predisposición del personal para recibir capacitación.	(3)Escasa capacitación hotelera para el personal.	(2)Capacitación particular para mejorar la imagen del personal del servicio.	(3)Baja percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes.	9
(1)El personal se muestra dispuesto a ayudar a clientes	(3)Los empleados no tienen suficiente conocimiento de sus funciones.	(1)Apertura al mejoramiento de la calidad de servicio de los establecimientos de alojamiento.	(1)Bajos sueldos.	6
	(2)El personal de servicio no se identifica con uniformes o distintivos para identificar su responsabilidad.	(2)Presencia de infraestructura, instalaciones y servicios de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.		4
	(2)El personal de servicio de hoteles y hostales no cumple las expectativas de los clientes.			2
9	15	11	11	46

19,57%	32,61%	23,91%	23,91%	100%
--------	--------	--------	--------	------

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Verónica Males.

Factor de optimización (F + O)

Expresa la posición favorable en relación directa a los activos competitivos y las circunstancias para adquirir ventajas competitivas en el futuro.

$$9 + 11 = 20 \text{ (43,48\%)}$$

Factor de riesgo (D + A)

El factor de riesgo, por el contrario, muestra un pasivo competitivo y aquellas condiciones que limitan el desarrollo futuro para cualquier organización.

$$15 + 11 = 26 \text{ (56,52\%)}$$

Tabla 12

Cálculo de factores de riesgo

F+O	D+A	
43,48%	56,52%	100%

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Verónica Males.

El diagnóstico buscó determinar el nivel de preparación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán y en este estudio es negativo si se considera que al realizar el cruce entre fortalezas y oportunidades (factor positivo) con las debilidades y amenazas (factor negativo). El resultado es -13,04% (-6 puntos), lo que supone un factor de riesgo muy alto en conjunto, y por tanto se deberá centrar más la atención en la

capacitación y formación de los servidores de los hoteles y hostales para que las medidas que se propongan contribuyan a su modificación en el corto plazo.

4.5.4. Identificación de estrategias

- Para alcanzar una mejor formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de servicio se debe medir los objetivos alcanzados y comparar con los resultados obtenidos y emitir los correctivos correspondientes, con el fin de mejorar la calidad de servicio ofrecida a los clientes, esto debe realizarse trimestralmente.
- Es necesario actualizar las categorías técnicas establecida por el Ministerio de Turismo con el objeto de diferenciar el nivel de servicio de cada establecimiento de alojamiento, esto debe realizarse cada comienzo de año. Realizar anualmente.
- Establecer alianzas con universidades o institutos tecnológicos especializados en turismo con el fin capacitar al talento humano del personal de servicio, de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.
- Medir la percepción de satisfacción de los clientes sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento, mediante encuestas, entrevistas a personas inmiscuidas en la rama de turismo. Estas deben hacerse cada comienzo de año.
- Establecer diagnósticos sobre la atención y servicio al visitante con el objeto de detectar debilidades y plantear alternativas con el objeto de fortalecer la formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán. Estas deben hacerse cada comienzo de año.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán están clasificados en cuatro categorías signadas con un número de estrella. Se ha calificado con cuatro categorías: de 4, 3, 2 y 1 estrellas. No existen establecimientos categorizados con 5 estrellas. Hay confusión en la asignación de categorías porque se alejan de las disposiciones emanadas del Reglamento de Alojamientos Turísticos. Bajo esta reglamentación, la clasificación de hotel y hostel en Tulcán no cumple con la anterior disposición y menos aun cuando se trata de la categoría de hostales que según el catastro provincial se encuentran dentro de la clasificación (véase anexo final).

Los niveles de formación profesional del personal que labora en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán están ubicados entre el bachillerato y el título profesional de tercer nivel. No existen profesionales con maestría menos aún PhD o equivalente. Los bachilleratos son generales y en un menor porcentaje (15%) no han terminado una carrera universitaria. La falta de preparación académica incide en la baja calidad en el servicio de los hoteles y hostales. La capacitación es irregular, escasa y es descontextualizada. Los empelados requieren frecuencia en la capacitación y en temas de evaluación del desempeño y seguridad en el área hotelera.

La percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán es medianamente aceptable. Los factores positivos son: la predisposición para ayudar a los clientes, la limpieza en su

presentación personal y la imagen de confianza que reflejan en los lugares de trabajo. Entre los aspectos negativos pueden notarse: falta de distintivos que diferencien las funciones de los empleados, el desconocimiento real de sus responsabilidades específicas al realizar múltiples labores y el inexistente plan de mejoras y sugerencias.

La Matriz de Estrategias de Fortalezas (Fuerzas) Internas elaborado para las empresas hoteleras de la ciudad de Tulcán con los datos tomados de la investigación dio como resultado un bajo posicionamiento estratégico de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán causado por la incompleta formación académica de su personal de servicio y la incumplida ejecución del programa de capacitación que, pese a estar dentro de los planes operativos anuales de estos negocios, se omite al momento de efectivizarlos. Esta media en las debilidades no puede ser contrarrestada con sus fortalezas.

5.2. Recomendaciones

El Ministerio de Turismo realice un plan de capacitación que se aliene a las necesidades internas para una nueva re categorización, con el fin de fijar con claridad las categorías de cada uno de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.

Los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán deben responder a los requerimientos de la ciudadanía que hace uso de estos servicios y para ello es necesario realizar convenios interinstitucionales con universidades, cámaras de turismo o afines que permitan a los hoteles y hostales, mantener un vínculo permanente de actualización, práctica de protocolos y conocimiento de la normativa legal vigente así como la facilidad de obtener personal preparado en el área para un eficiente desempeño laboral y una óptima atención al usuario.

Se requiere la implementación de un Plan de Mejoras de la Calidad (PMC) en todos los hoteles y hostales de esta ciudad apoyado de un registro anecdótico manejado por la Comisión

de Mejoras de la Calidad del Servicio. El PMC nace del análisis de la Matriz de Fuerzas Internas (EFI) y aspectos como: capacitación, seguimiento a la calidad de servicios, publicidad, conocimiento de legislación turística, seguimiento a los clientes, selección del personal según su preparación académica y experiencia.

Mantener actualizada la Matriz EFI por cada establecimiento de alojamiento para procurar el mejoramiento de sus servicios. Los beneficios que brinda la elaboración de la matriz EFI se expresa en el fortalecimiento de la calidad integral de los hoteles y hostales. El manejo correcto de la matriz aporta a la empresa turística de hospedaje el conocimiento de su relación entre el personal y sus activos como puente de oferta hacia los usuarios externos. Es el insumo técnico para la toma de decisiones y el logro de objetivos en medio de la competitividad del mercado.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Catastro turístico. Contiene información de toda la planta turística del Ecuador según el nivel de gobierno y actividad.

Categorización técnica. Es el intento progresivo de agrupar la información recogida en base a ciertos criterios, perfilados de antemano, susceptibles de revisión.

Ciclo PHVA, Círculo de Deming o círculo de Gabo. Estrategia de mejora continua de la calidad en cuatro pasos, denominada también espiral de mejora continua.

Establecimientos de alojamiento. Entidad que proporciona hospedaje a cambio de un precio, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios como alimentación, recreación, lavandería, entre otros

Fidelización. Estrategia del marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas.

Formación técnica. Orientada a entregar a los participantes de un proceso formativo los conocimientos y las capacidades o competencias necesarios para desempeñarse en una especialidad.

Gestión de calidad. Conjunto de acciones que alguien o una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio.

Mejoramiento continuo. Conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente.

Modelo de gestión. Es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública.

Negocio turístico. Es una operación de cierta complejidad relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

Niveles académicos. Son las distintas categorías. Son los diferentes grados de escolaridad que constituye el proceso de formación integral de un individuo. Existen cinco niveles: Inicial, básico, bachillerato, superior de grado o tercer nivel y superior de posgrado o cuarto nivel. Cada uno de ellos posee subniveles.

Norma técnica. Es un documento aprobado por un organismo reconocido que establece especificaciones técnicas basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios.

Percepción turística. Implica desplazamiento de un lugar a otro (real o imaginativo) y la búsqueda de descanso, ocio, esparcimiento o recreación.

Producto hotelero. Formado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para el confort material y espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades y deseos del consumidor al que le llamamos turista.

Protocolo. Es un reglamento o una serie de instrucciones que se fijan por tradición o por convenio.

Satisfacción del servicio. Es el resultado de la evaluación de cumplimiento de sus expectativas que realiza el consumidor.

Sector turístico. “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior al año natural, y cuya finalidad no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado”. O.M.T.

Sistemas de administración. Es una serie de procedimientos que deben ser respetados por los miembros de una organización al momento de tomar decisiones que apuntan a objetivos preestablecidos.

Bibliografía

- Álvarez, D. y. (2014). *el negocio turístico*. Albuquerque.
- Amat, O., & Campa, F. (2011). *Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles: con casos prácticos resueltos*. España: Primera Edición, Editorial Profit .
- Armendáriz, J. (2014). *Sistemas de administración*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Quito: Edijur.
- Barquero Corrales, A. (2015). *Administración de recursos humanos (II parte)*. . EUNED.
- Benalcázar, W. (13 de 06 de 2016). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 17 de 05 de 2017, de 2016: <http://www.elcomercio.com/actualidad/tulcan-crisis-bonanza-ecuador-comercio.html>
- Berbel Giménez, G. (2011). *Manual de Recursos Humanos*. . Editorial UOC.
- Campos, M. (2012). *El turismo en Castilla-La Mancha: análisis y prospectiva*. España: Tercera Edición, Editorial Univ de Castilla La Mancha.
- Creaciones Red. (01 de 12 de 2017). <https://www.creacionesred.com.mx/beneficios-en-el-uso-de-uniformes-en-la-empresa/>. Obtenido de <https://www.creacionesred.com.mx/beneficios-en-el-uso-de-uniformes-en-la-empresa/>: <https://www.creacionesred.com.mx/beneficios-en-el-uso-de-uniformes-en-la-empresa/>
- Cueva, J. (2017). *Competitividad en los Servicios*. Quito: Corporación para el Desarrollo Universitario.
- Curiel, E. (2015). *Turismo gastronómico y enológico*. España: Primera Edición, Editorial Librería-Editorial Dykinson.
- Diario Expreso. (24 de 08 de 2015). http://www.expreso.ec/historico/los-ecuatorianos-gastan-miles-de-dolares-en-c-COgr_8283528. Obtenido de http://www.expreso.ec/historico/los-ecuatorianos-gastan-miles-de-dolares-en-c-COgr_8283528: http://www.expreso.ec/historico/los-ecuatorianos-gastan-miles-de-dolares-en-c-COgr_8283528
- ECURED. (25 de 10 de 2017). [https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador)) . Obtenido de [https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador)) : [https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador))
- El Comercio. (06 de 05 de 2017). Ecuatorianos aprovecharon el primer fin de semana de mayo para comprar televisores en Tulcán. *Actualidad* , pág. 1.
- Escuela de Organización Industrial. (17 de 05 de 2011). <http://www.eoi.es/blogs/20confianza/2011/05/17/empresas-y-confianza/>. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/20confianza/2011/05/17/empresas-y-confianza/>: <http://www.eoi.es/blogs/20confianza/2011/05/17/empresas-y-confianza/>
- Fontalvo, J. V. (2016). *La Gestión de la Calidad en los Servicios*.
- Formación de servidores hoteleros. (2014). <http://eprints.ucm.es/6609/1/9601.pdf>. Obtenido de <http://eprints.ucm.es/6609/1/9601.pdf>: <http://eprints.ucm.es/6609/1/9601.pdf>

- Gestiopolis . (13 de 04 de 2016). <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>: <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>
- Gestiopolis. (1 de 10 de 2017). <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>: <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>
- Gestiopolis. (s.f.). <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la->. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la->: <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la->
- Gutiérrez, M. (2016). *Administrar para la Calidad*. México: Limusa S.A.
- <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>. (11 de 03 de 2013). <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>: <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>
- <https://www.isotools.org/normas/>. (05 de 01 de 2015). <https://www.isotools.org/normas/>. Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/>: <https://www.isotools.org/normas/>
- INEC. (25 de 10 de 2016). *Informe Estadístico del Ecuador 2016*. Quito.
- ISOtools. (s.f.). <https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/>. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/>: <https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/>
- Jiménez, D. P. (2015). *Manual de recursos humanos*. ESIC Editorial.
- Jimenez, J. (2011). *Arte Supremo*. Colombia: Segunda Edición, Editorial Cograf.
- LA HORA. (08 de 2014). <http://lahora.com.ec/>. Recuperado el 22 de 05 de 2017, de <http://lahora.com.ec/>: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000269103/-1/Carchi%3A_exigencias_pueden_matar_al_turismo.html#.WScy_tyBTZ4
- López, S. (2013). *Recepción y atención al cliente*. España: Segunda Edición, Editorial Paraninfo.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (25 de 02 de 2015). <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Morales, T. (2014). *Atención al cliente en la limpieza de pisos en alojamientos*. España: Primera Edición, Editorial IC.
- Ongallo, C. (2013). *La atención al cliente y el servicio postventa*. España: Primera Edición, Editorial Ediciones Díaz de Santos.

- ONWTO. (1 de octubre de 2015). <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>.
Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Pérez, J. A. (2010). *Gestión por Procesos*. Madrid: Anormil, S.L.
- Planeación Estratégica. (06 de 02 de 2009). <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/> .
Obtenido de <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/> :
<http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/>
- Porret Gelabert, M. (2014). *Recursos Humanos*. ESIC Editorial.
- Quesada, R. (2010). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: Primera Edición, Editorial EUNED.
- Registro Oficial. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico* . Quito: CRE.
- Reglamento de Turismo. (s.f.).
[http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%](http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20). Obtenido de [http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%](http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20)
- Regueira, M. (2008). *Protocolo en hoteles*. España: Primera Edición, Editorial Vértice.
- Rivas, J. (2014). *Organización, gestión y creación de empresas turísticas*. España: Primera Edición, Editorial Septem Ediciones.
- UPEC, Repositorio . (1 de julio de 2014).
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/116/1/042%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20Y%20EL%20SERVICIO%20EN%20LOS%20HOTELES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%81N%20-%20CRUCERIRA%2C%20JACKELINE%20ELIZABETH.pdf>.
Obtenido de
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/116/1/042%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20Y%20EL%20SERVICIO%20EN%20LOS%20HOTELES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%81N%20-%20CRUCERIRA%2C%20JACKELINE%20ELIZABETH.pdf>:
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/116/1/042%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20Y%20EL%20SERVICIO%20EN%20LOS%20HOTELES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%81N%20-%20CRUCERIRA%2C%20JACKELINE%20ELIZABETH.pdf>
- Vértice. (2011). *Dirección de recursos humanos*. Publicaciones Vértice.
- Viajandox. (2017).
- Viajandox. (25 de 10 de 2017). <http://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-canton-C97> . Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-canton-C97> :
<http://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-canton-C97>
- Viajandox. (21 de 10 de 2017). <https://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-C97>. Obtenido de <https://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-C97>:
<https://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-C97>
- Yolanda, P. (2 de 11 de 2014). <http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>. Obtenido de <http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>:
<http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>

<http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>

Yolanda, P. (2015). Docencia. *Virtualizacion/2*, 2-3.

Linkografía

Benalcázar, W. (13 de 06 de 2016). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 17 de 05 de 2017, de 2016: <http://www.elcomercio.com/actualidad/tulcan-crisis-bonanza-ecuador-comercio.html>

Creaciones Red. (01 de 12 de 2017). <https://www.creacionesred.com.mx/beneficios-en-el-uso-de-uniformes-en-la-empresa/>

Diario Expreso. (24 de 08 de 2015). http://www.expreso.ec/historico/los-ecuatorianos-gastan-miles-de-dolares-en-c-COgr_8283528.

ECURED. (25 de 10 de 2017). [https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador)) .

Escuela de Organización Industrial. (17 de 05 de 2011)
<http://www.eoi.es/blogs/20confianza/2011/05/17/empresas-y-confianza/>

Gestiopolis. (1 de 10 de 2017). <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>.

Gestiopolis. (s.f.). <https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la->

Formación de servidores hoteleros. (2014). <http://eprints.ucm.es/6609/1/9601.pdf>.

<http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>. (11 de 03 de 2013). <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>.

<https://www.isotools.org/normas/>. (05 de 01 de 2015). <https://www.isotools.org/normas/>.

Reglamento de Turismo. (s.f.).

[http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%](http://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20)

:%20CRUCERIRA%2C%20JACKELINE%20ELIZABETH.pdf

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream>

Viajandox. (2017).

Viajandox. (25 de 10 de 2017). <http://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-canton-C97> .

Viajandox. (21 de 10 de 2017). <https://www.ec.viajandox.com/carchi/tulcan-C97>.

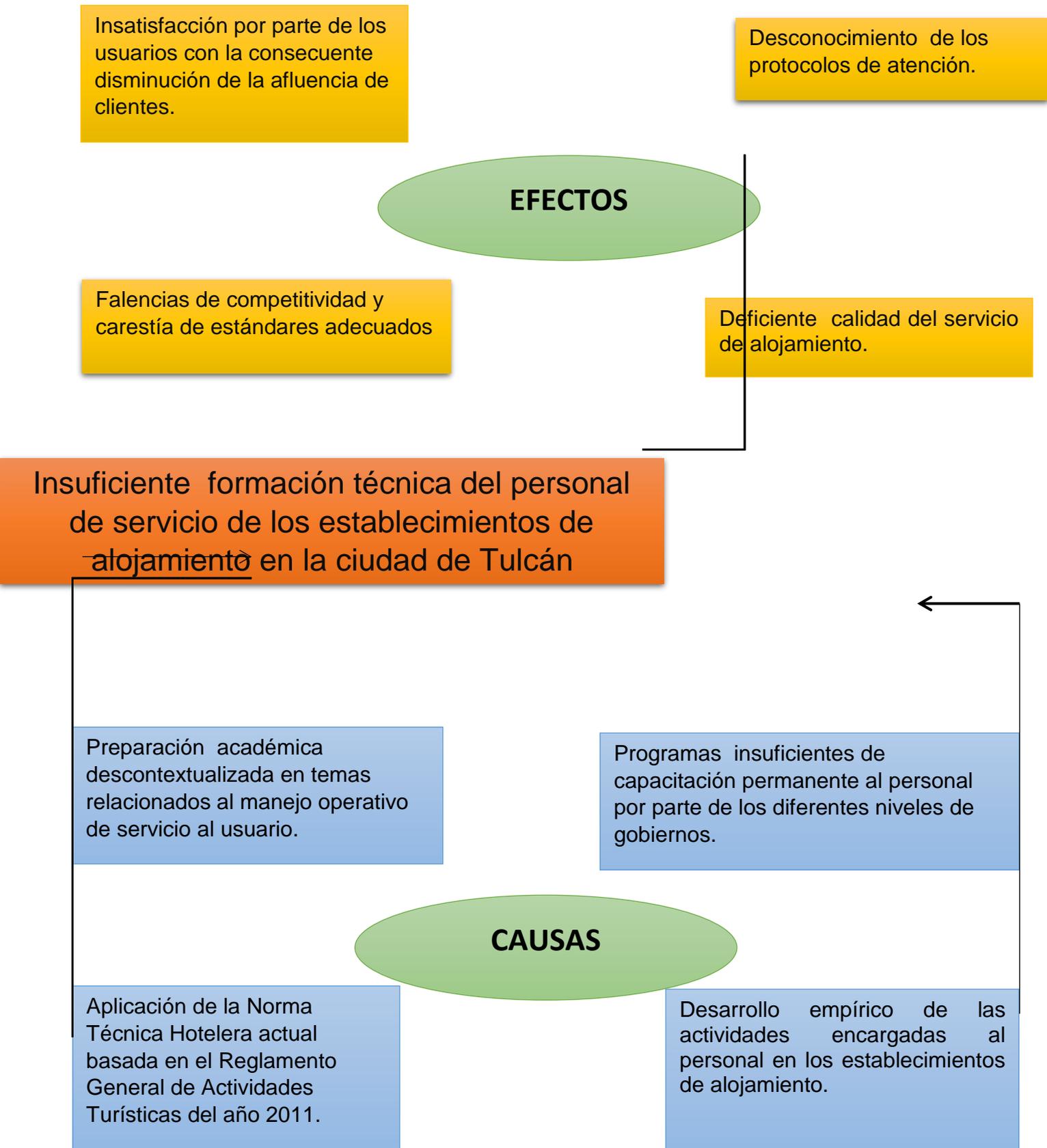
Yolanda, P. (2 de 11 de 2014). <http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>.

Yolanda, P. (2015). Docencia. Virtualizacion/2, 2-3.

<http://www.uhu.es/yolanda.pelayo/docencia/Virtualizacion/2-contenidos/parte%204/tema12.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Anexo 2. Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información

Nombre del/la autor/a: Verónica Males

Nombre del docente revisor:

Objetivo General: Elaborar un análisis crítico de la formación técnica del personal administrativo y de servicios de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán.						
Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Identificar la categoría técnica establecida por el Municipio sobre los establecimientos de alojamiento que posee la ciudad de Tulcán.	F1. Ficha de observación técnica: Se realizará una ficha para conocer los tipos de alojamiento que se encuentran en la ciudad de Tulcán.					
2. Determinar los niveles de formación profesional del personal que labora en los establecimientos de alojamiento identificados.	F2. Cuestionario de encuesta a la oferta: La encuesta se aplicará al personal para determinar los niveles de formación profesional que tiene el personal que labora en estos establecimientos de alojamiento.					
3. Analizar la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento.	F3. Cuestionario de la encuesta a la demanda: La encuesta se aplicará al visitante que se hospeda en estos establecimientos para conocer la satisfacción de la atención del personal.					
4. Elaborar la matriz de estrategias de atención y servicio al visitante sustentado en fundamentos teóricos y prácticos.	F4. Matriz de Estrategias de Factores Internos (EFI) Se elaborará una matriz de estrategias de atención y servicio para mejorar los requerimientos de los clientes que se alijan en los establecimientos identificados en la ciudad de Tulcán.					

Firma del Docente

C.C. _____

Anexo 3. F1. Ficha de observación técnica

Observador: _____

Fecha: _____

Datos generales del establecimiento

Establecimiento:	
Propietario:	
Representante Legal:	
Dirección:	
Teléfono:	
Correo Electrónico:	
ALOJAMIENTO	
Categoría	
Nro. Habitaciones	
Nro. Plazas	
Nro. De empleados	

Servicios

Salones		Servicio de Habitaciones		Animación	
Salas Reuniones		Bar/Cafetería		Servicio de Masajes	
Salas de Conferencias		Restaurante		Médico Interno	
Salón TV		Tiendas		Peluquería	
Terrazas		Ascensor		Gimnasio	
Parking interior		Piscina		Teléfono	
Servicios Audiovisuales		Agua Caliente		Mascotas admitidas	
Servicio Lavandería		Servicio de Botones		Juegos Infantiles	

Anexo 4. F2. Encuesta dirigida al personal de servicio de los establecimientos de alojamiento

La encuesta tiene como finalidad determinar los niveles de formación profesional del personal que labora en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.

Instrucciones:

Lea cada pregunta y complete la información.

Marque solo una respuesta, a menos que las instrucciones le indiquen que puede elegir más de una.

Género: Femenino: _____ Masculino: _____

Edad: 18 a 29 años ____ 30 a 64 años ____ 65 en adelante ____

1) ¿Qué actividad desempeña en este establecimiento?

2) ¿Qué grado de estudios posee usted?

- | | |
|--|-------|
| a) Educación básica completa | _____ |
| b) Educación básica incompleta | _____ |
| c) Bachillerato completo | _____ |
| d) Bachillerato incompleto | _____ |
| e) Superior tercer nivel completo | _____ |
| f) Superior tercer nivel incompleto | _____ |
| g) Universitario cuarto nivel completo | _____ |
| h) Superior cuarto nivel incompleto | _____ |
| i) ninguno | _____ |

3) ¿Cuánto tiempo se encuentra trabajando en este establecimiento?

- | | | |
|------------------------|----------------------|------------------------|
| a) Recientemente _____ | b) Hace 1 Año _____ | c) Hace 2 Años _____ |
| d) hace 3 Años _____ | e) Hace 4 Años _____ | f) Más de 4 Años _____ |

4) ¿Cuándo fue la última vez que recibió capacitación en materia de turismo, hotelería o afines?

- a) Ultimo año _____
- b) Hace dos años atrás _____
- c) Más de dos años _____
- d) Nunca ha recibido _____

5) ¿En el establecimiento donde usted ahora trabaja ha recibido capacitación en relación a su trabajo?

- a) Hace un mes _____
- b) Hace dos meses _____
- c) Hace tres meses _____
- d) Más de tres meses atrás _____
- e) Nunca _____

6) ¿Ha recibido capacitaciones en relación a servicio al cliente?

- a) Si _____
- b) No _____

7) En el último año recibió la suficiente capacitación para mejorar su trabajo?

- a) Si _____
- b) No _____

8) La capacitación que ha recibido le ha motivado para mejorar su calidad de servicio?

- a) Si _____
- b) No _____

9) ¿Este establecimiento tiene un plan de capacitación permanente para sus empleados?

- a) Si _____
- b) No _____

10) ¿Propicia la administración del establecimiento convenios con otras instituciones para realizar capacitación para sus empleados?

a) Siempre _____

b) Muy rara vez _____

c) Nunca _____

11) Existe una buena relación con sus jefes

a) Si _____ b) No _____

12) Considera estar apto para su puesto de trabajo?

a) Si _____ b) No _____

13) Puede tomar decisiones propias en su área de trabajo

a) Si _____ b) No _____

14) De las temáticas que se muestran a continuación, ¿Cuál considera la más necesaria para su mejoramiento profesional?

_____ Manejo de quejas y reclamos.

_____ Introducción a la Calidad según la Norma ISO 9000

_____ Liderazgo de equipos hacia la calidad.

_____ Evaluación de desempeño.

_____ Marketing en la industria hotelera.

_____ Seguridad en el área.

_____ Calidad de servicio para mucamas.

_____ Entrenamiento de recepcionistas, conserjes, agentes de reservas, telefonistas.

Otra (escriba) _____

Ninguna

15) Le han evaluado la calidad de su trabajo en el último año?

a) Si _____ b) No _____

16) ¿Cada qué tiempo considera que debe realizar una capacitación en servicios hoteleros?

a) Mensual _____

b) Trimestral _____

c) Semestral _____

d) Anual _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Encuesta dirigida a clientes para medir la satisfacción del servicio en los establecimientos de alojamiento

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer su percepción sobre la calidad de servicios que recibe por parte del personal de los establecimientos de alojamiento.

Instrucciones:

Clasifique su nivel de satisfacción de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- Nada de acuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

No	Descripción	Nada de acuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios.					
2	Cómo calificaría la cortesía del personal de atención al cliente.					

3	El personal de servicio cuenta con un uniforme que esté acorde con las tareas que debe realizar.					
4	El personal tenía un aspecto limpio y aseado					
5	El resultado a sus requerimientos cumplió con sus expectativas.					
6	¿Cuál es el grado de satisfacción de servicio que le brindaron?.					
7	El personal presenta una imagen de honestidad y confianza.					
8	El personal de servicio que labora en el hotel está preparado para brindar una atención de calidad.					
9	Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes					

10	Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al establecimiento.					
----	---	--	--	--	--	--

Anexo 6. F4. Matriz de estrategias de factores internos (EFI)

Factores internos claves

Fortalezas		Valor	Calificación	Valor ponderado
01				
02				
03				
05				
05				
Debilidades		Valor	Calificación	Valor ponderado
01				
02				
03				
04				
05				

Verónica Males
Investigado

Anexo 7. Establecimientos provincia del Carchi cantón Tulcán

N° ORD	N° REG.	N° FOL	ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	N° HAB	N° PLZ	N° OCUP	N° MESA	N° PLAZA	PERS. OCUP.	RUC	TELF	CELULAR
			HOTELES										
1	CTULAJ00001896	8	FLOR DE LOS ANDES	COMPAÑÍA BOARDER S.A.	33	66	36,64	13	54	10	1791335414001	2962390	0992021846
2	CTULAJ00001774	9	PALACIO IMPERIAL	ARIAS CRESPO ROQUE BENIGNO	38	76	45,6	32	128	27	0501213201001	2982713	
3	CTULAJ00001895	1	LUMAR	MARTINEZ CORAL LUIS HERALDO	51	147	16,96	12	48	7	0400825279001	2980402	0993036350
4	CTULAJ00002121	10	COMFORT	PUETATE MONTENEGRO GLADYS CECILIA	30	58	40	12	48	15	0491513225001	2988832	
5	CTULAJ00001983	1	TORRES DE ORO	SANDOVAL GUERRON LIDIA YOLANDA	15	24	20	12	48	9	0400026894001	2962000	0999516494
6	CTULAJ00002126	2	ESPÍNDOLA	ESPÍNDOLA RIVADENEIRA ANDRÉS FERNADO	28	63	20	13	60	11	0490042903001	2985925	0983142037
7	CTULAJ00002120	10	SAN MIGUEL DE TULCÁN	MARTINEZ CORAL CARLOS CAMILO	33	75	12			3	1706279906001	2986595	0983491210
8	CTULAJ00002560	7	PARK	GUACALES EFRAIN AUCIMARO	23	45	10			9	0400434635001	2987325	0999588149
			HOSTALES										
9	CTULAJ00001898	1	SAENZ	ARISA CHILUISA INÉS MARÍA	32	88	10			5	176068762001	2981916	09967205541
10	CTULAJ00002739	1	LAS ACACIAS	TIXI TIXE DIEGO ORLANDO	22	35	8			5	0401169594001	2988830	
11	CTULAJ00002090	1	LOS ALPES	CERON JIMENEZ CARMEN ELOISA	23	52	11,4			9	0400376752001	2982235	0990447035
12	CTULAJ00002591	12	JUNIN	CUASPUD NARANJO ROBERTO CARLOS	12	23	8			3	0401333125001	2988128	0985215888
13	CTULAJ00001985	1	ALEJANDRA	CERÓN JIMENEZ CARMEN ELOISA	29	63	11,4			8	0400376752001	2981784	0990447035
14	CTULAJ00001980	1	KARINA	CANO ROSERO ZOILA	17	32	8			5	0400407185001	2984930	
15	0401500200	1	MACHADO	BENAVIDES REALPE SONIA AMPARO	12	24	25			4	0401228176001	2980099	
16	CTULAJ00002738	8	ROYAL PLAZA	PUCUNA PUCUNA LUCIA	50	50	8			2	401103296001	2987649	
17	CTULAJ00001986	10	QUITO	BRAVO ARELLANO HELIN ELIANA	21	52	12			3	0401019724001	2980541	0997569519
18	CTULAJ00001897	10	BELLA VENECIA	CANDO CHICANGO LUZ MILA	18	43	15			4	0400434429001	2962973	
19	CTULAJ00001911	10	MI MADRIGAL	OSORIO JIMÉNEZ RICHARD FABIAN	15	26	10			5	0401250493001	2988226	
20	CTULAJ00002596	11	CASANOVA	SANTILLAN CÓRDOVA LICETH MARIUXI	16	26	8			2	0401724935001	2962007	

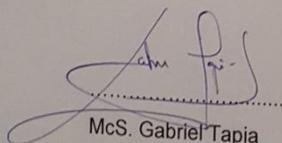
Anexo 8. Oficio realizado por el McS. Gabriel Tapia coordinador académico de la escuela de Turismo.

Ibarra, 18 de Septiembre de 2017

Prestadores y Gestores de Actividades Turísticas en la Ciudad de Tulcán
Presente,

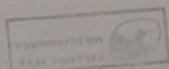
Reciba un atento y cordial saludo, el motivo del presente tiene a bien **CERTIFICAR** que la Srta. Laura Verónica Males Maldonado, portadora de la C.I. 0401540638, estudiante del Décimo Semestre de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la **Universidad Técnica del Norte**; se encuentra realizando la investigación: **"FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR"**, estudio previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo.

Por tal motivo agradezco su cooperación y apoyo en las actividades que demandan la recopilación de información tanto pública como privada, necesaria para el desarrollo de esta iniciativa que busca abrir oportunidades de desarrollo para el sector turístico de la ciudad.



McS. Gabriel Tapia

COORDINADOR ACADÉMICO ESCUELA DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Anexo 9. Oficios recibidos por establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán.

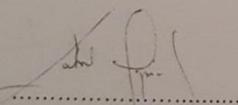
Ibarra, 18 de Septiembre de 2017

Prestadores y Gestores de Actividades Turísticas en la Ciudad de Tulcán

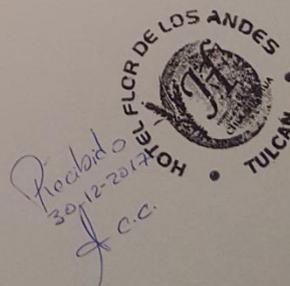
Presente,

Reciba un atento y cordial saludo, el motivo del presente tiene a bien **CERTIFICAR** que la Srta. Laura Verónica Males Maldonado, portadora de la C.I. 0401540638, estudiante del Décimo Semestre de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la **Universidad Técnica del Norte**; se encuentra realizando la investigación: **"FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR"**, estudio previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo.

Por tal motivo agradezco su cooperación y apoyo en las actividades que demandan la recopilación de información tanto pública como privada, necesaria para el desarrollo de esta iniciativa que busca abrir oportunidades de desarrollo para el sector turístico de la ciudad.



McS. Gabriel Tapia
COORDINADOR ACADÉMICO ESCUELA DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



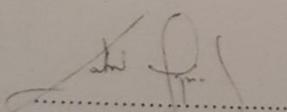
Ibarra, 18 de Septiembre de 2017

Prestadores y Gestores de Actividades Turísticas en la Ciudad de Tulcán

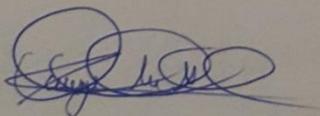
Presente,

Reciba un atento y cordial saludo, el motivo del presente tiene a bien **CERTIFICAR** que la Srta. Laura Verónica Males Maldonado, portadora de la C.I. 0401540638, estudiante del Décimo Semestre de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la **Universidad Técnica del Norte**; se encuentra realizando la investigación: "**FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR**", estudio previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo.

Por tal motivo agradezco su cooperación y apoyo en las actividades que demandan la recopilación de información tanto pública como privada, necesaria para el desarrollo de esta iniciativa que busca abrir oportunidades de desarrollo para el sector turístico de la ciudad.


.....
McS. Gabriel Tapia

**COORDINADOR ACADÉMICO ESCUELA DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**



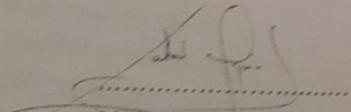

PALACIO
IMPERIAL
HOTEL
01213201001
Ecuador

Ibarra, 18 de Septiembre de 2017

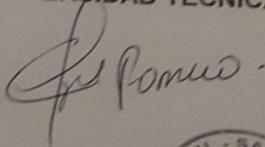
Prestadores y Gestores de Actividades Turísticas en la Ciudad de Tulcán
Presente,

Reciba un atento y cordial saludo, el motivo del presente tiene a bien **CERTIFICAR** que la Srta. Laura Verónica Males Maldonado, portadora de la C.I. 0401540638, estudiante del Décimo Semestre de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la **Universidad Técnica del Norte**; se encuentra realizando la investigación: **"FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR"**, estudio previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo.

Por tal motivo agradezco su cooperación y apoyo en las actividades que demandan la recopilación de información tanto pública como privada, necesaria para el desarrollo de esta iniciativa que busca abrir oportunidades de desarrollo para el sector turístico de la ciudad.


.....
McS. Gabriel Tapia

COORDINADOR ACADÉMICO ESCUELA DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



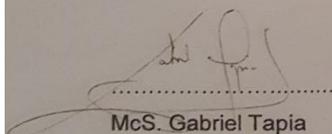


Ibarra, 18 de Septiembre de 2017

Prestadores y Gestores de Actividades Turísticas en la Ciudad de Tulcán
Presente,

Reciba un atento y cordial saludo, el motivo del presente tiene a bien **CERTIFICAR** que la Srta. Laura Verónica Males Maldonado, portadora de la C.I. 0401540638, estudiante del Décimo Semestre de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la **Universidad Técnica del Norte**; se encuentra realizando la investigación: **"FORMACIÓN TÉCNICA DEL PERSONAL DE SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE TULCÁN- ECUADOR"**, estudio previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo.

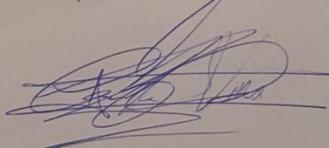
Por tal motivo agradezco su cooperación y apoyo en las actividades que demandan la recopilación de información tanto pública como privada, necesaria para el desarrollo de esta iniciativa que busca abrir oportunidades de desarrollo para el sector turístico de la ciudad.



McS. Gabriel Tapia

**COORDINADOR ACADÉMICO ESCUELA DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Hostal Acucios



Anexo 10. Resultado URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Males V. Tesis. .pdf (D36179487)
Submitted: 3/6/2018 5:31:00 PM
Submitted By: goecheverria@utn.edu.ec
Significance: 9 %

Sources included in the report:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf>
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/MANUAL-DE-APLICACION-DEL-REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TUR%3%8DSTICO.pdf>
<http://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
<http://eprints.ucm.es/6609/1/9601.pdf>
[https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador))
<https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la->

Instances where selected sources appear:

41

Anexo 11. Trabajo de campo de recopilación de datos en los diferentes establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán.

Aplicación de Encuesta



Gráfico 27 Aplicación de la encuesta

Encuesta a empleados del hotel



Gráfico 28 Encuesta a empleados del hotel

Encuesta a diferentes empleados



Gráfico 29 Encuesta a diferentes empleados

Encuesta a un cocinero de un establecimiento de alojamiento



Gráfico 30 Encuesta a un cocinero de un establecimiento de alojamiento

Encuesta recepcionista del hotel



Gráfico 31 Encuesta recepcionista del hotel