

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Gestión de la calidad con énfasis en el  
servicio del sector hotelero de la Ciudad de Puyo”**

**AUTOR: Yuxara Stefanía Túquerres Martínez**

**TUTOR: Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2021**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Gestión de la Calidad con énfasis en el servicio del sector hotelero de la ciudad de Puyo**” presentado por la señorita **Yuxara Stefanía Túquerres Martínez** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

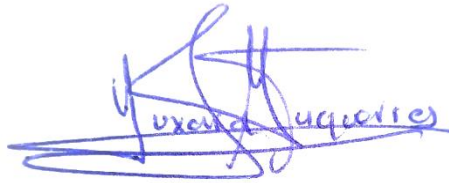
Ambato, 2 de marzo de 2021

---

**Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta**  
**C.I.: 1803251204**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Yuxara Stefanía Túquerres Martínez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Yuxara Stefanía Túquerres Martínez**  
**C.I.: 1600466245**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

---

**Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez**  
**C.I.: 1803845385**

---

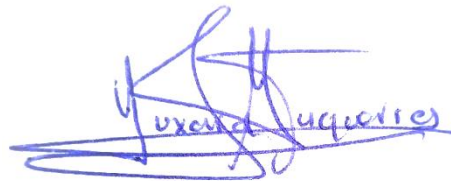
**Dr. Jorge Francisco Abril Flores**  
**C.I.: 1803035086**

Ambato, 2 de marzo de 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Yuxara Stefanía Túquerres Martínez**  
**C.I. 1600466245**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se lo dedico a Dios por darme fortaleza para cumplir mis metas y no rendirme permitiéndome llegar a este momento.

A mi familia que siempre me ha apoyado incondicionalmente en mi formación académica y en el transcurso de mi vida con sus enseñanzas y cariño.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento principalmente a Dios y a mi familia por su apoyo para realizar este proyecto.

A los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas en especial a mi tutora la Ing. Mayra Sánchez por su paciencia y respaldo para el desarrollo de este proyecto de investigación con el aporte de sus conocimientos.

A la Universidad Técnica de Ambato por ser parte de la obtención de aprendizajes permitiéndome formar como una profesional.

Yuxara Túquerres

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>A. PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xv
ÍNDICE DE ANEXO.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>B. CONTENIDOS</b>	
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO .....	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.1.1 Fundamentación teórica.....	2
1.1.1.1 Calidad.....	2
1.1.1.2 Gestión.....	4
1.1.1.3 Gestión de la Calidad.....	5
1.1.1.4 Principios de la Gestión de la Calidad.....	5
1.1.1.5 Sistema de Gestión de la Calidad .....	9
1.1.1.6 Enfoque a procesos del SGC .....	11
1.1.1.7 Ciclo PHVA para la Mejora Continua .....	14
1.1.1.8 Mejora Continua.....	19
1.1.1.9 Servicio.....	20
1.1.1.9.1 Características de un servicio .....	21
1.1.1.9.2 Clasificación de un servicio.....	22
1.1.1.9.3 Calidad del servicio .....	24



1.1.1.9.4 Factores de la calidad en el servicio .....	25
1.1.1.10 Normas ISO 9001 de la satisfacción del cliente .....	25
1.1.1.11 Sector Turístico y su Servicio.....	28
1.1.1.12 Sector Hotelero y su Servicio .....	30
1.2 Objetivos .....	33
1.2.1 Objetivo general .....	33
1.2.2 Objetivos específicos.....	33
1.3 Problema de Investigación .....	34
<b>CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA .....</b>	<b>35</b>
2.1 Materiales.....	35
2.1.1 Lectura Científica .....	35
2.1.2 Cuestionario.....	35
2.1.3 Revisión bibliográfica .....	36
2.2 Métodos.....	37
2.2.1 Enfoque de la investigación.....	37
2.2.1.1 Cualitativo .....	37
2.2.1.2 Cuantitativo .....	37
2.2.2 Métodos de investigación.....	38
2.2.2.1 Métodos teóricos .....	38
2.2.2.1.1 Método descriptivo.....	39
2.2.2.1.2 Método hipotético-deductivo.....	39
2.2.2.1.3 Método analítico-sintético .....	40
2.2.2.2 Métodos empíricos .....	40
2.2.2.2.1 Encuesta.....	41
2.2.2.2.2 Observación.....	41
2.2.2.3 Población y muestra .....	42
2.2.2.3.1 Población finita.....	42
2.2.2.3.2 Muestra.....	42
2.2.2.3.3 Cálculo de la muestra .....	43
2.2.3 Validación del instrumento.....	44
2.2.3.1 Alfa de Cronbach.....	44
<b>CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	47

3.2 Verificación de hipótesis.....	60
3.2.1 Coeficiente de Pearson .....	60
3.2.2 Chi Cuadrado ( $\chi^2$ ) .....	61
3.2.3 Hipótesis de investigación.....	61
3.2.4 Planteamiento de la hipótesis .....	62
3.2.5 Nivel de confianza.....	62
3.2.6 Prueba estadística de la investigación .....	62
3.2.7 Comprobación de hipótesis .....	63
3.2.7.1 Frecuencias observadas .....	64
3.2.7.2 Frecuencias esperadas .....	64
3.2.7.3 Grados de libertad.....	65
3.2.7.4 Cálculo del Chi cuadrado calculado .....	65
3.2.7.5 Chi cuadrado en la tabla .....	66
3.2.7.6 Campana de Gauss .....	66
3.2.7.7 Decisión final.....	67
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	68
4.1 Conclusiones .....	68
4.2 Recomendaciones.....	69
4.2.1 Propuesta .....	70
4.2.1.1 Datos informativos .....	70
4.2.1.2 Antecedentes de la propuesta .....	70
4.2.1.3 Justificación de la propuesta.....	78
4.2.1.4 Objetivos de la propuesta .....	79
4.2.1.5 Fundamentación teórica.....	79
4.2.1.5.1 Aplicación del enfoque a procesos en un SGC .....	82
4.2.1.5.2 Mapa de procesos .....	83
4.2.1.6 Desarrollo de la propuesta .....	86
4.2.1.6.1 Etapa planear .....	86
4.2.1.6.2 Etapa hacer .....	86
4.2.1.6.3 Etapa verificar .....	86
4.2.1.6.4 Etapa actuar .....	87
4.2.1.7 Ejemplo del Ciclo PHVA aplicado a la empresa hotelera Maleny Inn. ....	87
4.2.1.8 Problemática .....	92

4.2.1.8.1 Planificar.....	92
4.2.1.8.2 Desarrollar o hacer .....	96
4.2.1.8.3 Controlar o verificar .....	96
4.2.1.8.4 Actuar .....	97
4.2.1.9 Mejora continua.....	98

#### C. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias Bibliográficas .....	100
Anexos.....	110

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Representación esquemática de los elementos de un proceso .....	13
Figura 2 SGC con el modelo del Ciclo PHVA .....	16
Figura 3 Características de los servicios.....	21
Figura 4 Clasificación de un servicio .....	22
Figura 5 Calidad hotelera .....	47
Figura 6 Gestión de la calidad en la empresa .....	49
Figura 7 Factores de la calidad.....	50
Figura 8 Sincronizar los servicios del hotel con los clientes .....	51
Figura 9 Disponibilidad de recursos materiales.....	52
Figura 10 Planificación de los servicios de la empresa .....	53
Figura 11 La calidad del servicio asegura satisfacer al cliente .....	54
Figura 12 Nivel de aceptación de los turistas al sector hotelero .....	55
Figura 13 Sector turístico beneficia a empresas hoteleras .....	56
Figura 14 Respaldo del sector turístico a las empresas hoteleras .....	57
Figura 15 Sector hotelero colabora con el medio ambiente.....	58
Figura 16 Actividades como servicio complementario de la empresa hotelera .....	59
Figura 17 Campana de Gauss.....	66
Figura 18 Modelo de gestión de la calidad basado en el ciclo PHVA .....	81
Figura 19 Representación del mapa de procesos de un hotel.....	85
Figura 20 Metodología de las 5 S's.....	93
Figura 21 Árbol de problemas de la empresa hotelera Malenny Inn .....	97
Figura 22 Árbol de objetivos de la empresa hotelera Malenny Inn .....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Calificación, nomenclatura, categorías asignadas según reglamento vigente .....	32
Tabla 2 Categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación .	32
Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos .....	45
Tabla 4 Estadística de fiabilidad .....	46
Tabla 5 Gestión de la calidad .....	47
Tabla 6 Calidad hotelera .....	49
Tabla 7 Factores de la calidad .....	50
Tabla 8 Sincronizar los servicios del hotel con los clientes.....	51
Tabla 9 Disponibilidad de recursos materiales .....	52
Tabla 10 Planificación de los servicios de la empresa.....	53
Tabla 11 Sector hotelero colabora con el medio ambiente .....	54
Tabla 12 Nivel de aceptación de los turistas al sector hotelero .....	55
Tabla 13 Sector turístico beneficia a empresas hoteleras .....	56
Tabla 14 Respaldo del sector turístico a las empresas hoteleras .....	57
Tabla 15 Servicio hotelero dirigido al cliente.....	58
Tabla 16 Actividades como servicio complementario de la empresa hotelera.....	59
Tabla 17 Correlaciones de las variables independiente y dependiente .....	60
Tabla 18 Gestión de la Calidad .....	63
Tabla 19 Servicio hotelero dirigido al cliente.....	64
Tabla 20 Frecuencias observadas .....	64
Tabla 21 Frecuencias esperadas .....	64
Tabla 22 Registro estadístico de entradas internacionales en 2018 y 2019 al Ecuador.....	72
Tabla 23 Registro estadístico de entradas de extranjeros según motivo de viaje. ....	72
Tabla 24 Registro estadístico de entradas de extranjeros según nacionalidad. ....	73
Tabla 25 Establecimientos de alojamiento en el Ecuador al año 2019 .....	74
Tabla 26 Establecimientos de alojamiento en la provincia de Pastaza y sus cantones .....	76
Tabla 27 Establecimientos de alojamiento de la parroquia Puyo del cantón Pastaza, clasificados por actividad turística .....	77
Tabla 28 Establecimientos de alojamiento de la parroquia Puyo del cantón Pastaza, clasificados por categoría.....	77
Tabla 29 Matriz de Procesos ISO 9001:2015 .....	87
Tabla 30 Ejemplo de clasificación de las actividades de acuerdo al grado de utilización aplicado a la empresa hotelera Maleny Inn. de la ciudad de Puyo.....	94
Tabla 31 Organización de las actividades de acuerdo a Seiton.....	94

Tabla 32 Lista de empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo.....	113
Tabla 33 Operacionalización de la variable independiente .....	115
Tabla 34 Operacionalización de la variables dependiente .....	115

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tabla Prueba de Chi cuadrado.....	66
Ilustración 2 Tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Puyo entre 2018 y 2019.....	117

## ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1 Encuesta .....	110
Anexo 2 Lista de empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo .....	113
Anexo 3 Operacionalización de las variables .....	115
Anexo 4 Tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Puyo entre 2018 y 2019.....	117



## RESUMEN EJECUTIVO

Las organizaciones dedicadas a brindar el servicio de alojamiento buscan también el desarrollo turístico y económico en el sector hotelero de la ciudad de Puyo; sin embargo, en la actualidad la industria hotelera se encuentra en una etapa de mejora en la prestación de sus servicios.

Por consiguiente, el presente proyecto de investigación se enfoca en analizar la Gestión de la Calidad del servicio que ofrecen las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo, con el fin de establecer estrategias que permitan mejorar su calidad.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó la encuesta como medio de recolección de información, aplicada a 57 propietarios o administradores de las empresas hoteleras en estudio; determinando de esta manera que la Gestión de la Calidad del sector hotelero no posee una dirección definida en los procesos que genera el servicio; empleando estrategias de servicio obsoletas e inservibles, que impiden la mejora continua en la calidad del servicio de alojamiento brindado a los turistas.

Como alternativa de solución se propone un modelo de gestión de la calidad, descrito en el método del Ciclo de Deming, el cual sirva de guía para que los gerentes y/o propietarios de estas empresas determinen cuál es su situación empresarial actual y efectúen una autoevaluación de sus procesos, destacando las fortalezas que hay que tratar de mantener y las áreas de mejora en las que se deberá actuar, permitiendo una mejora continua en la calidad del servicio de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, GESTIÓN DE LA CALIDAD, SERVICIO, CALIDAD, SECTOR HOTELERO.

## **ABSTRACT**

Organizations dedicated to providing accommodation services also seek tourist and economic development in the hotel sector of the city of Puyo; however, at present the hotel industry is in a stage of improvement in the provision of its services.

Therefore, this research project focuses on analyzing the Quality Management of the service offered by companies in the hotel sector in the city of Puyo, in order to establish strategies to improve their quality.

For the development of the research, the survey was used as a means of collecting information, applied to 57 owners or managers of the hotel companies under study; determining in this way that the Quality Management of the hotel sector does not have a defined direction in the processes that generate the service; using obsolete and useless service strategies, which prevent continuous improvement in the quality of the accommodation service provided to tourists.

As an alternative solution, a quality management model is proposed, described in the Deming Cycle method, which serves as a guide for the managers and/or owners of these companies to determine their current business situation and carry out a self-assessment of its processes, highlighting the strengths that must be maintained and the areas for improvement in which action must be taken, allowing a continuous improvement in the quality of service of the companies in the hotel sector in the city of Puyo.

**KEYWORDS:** RESEARCH, QUALITY MANAGEMENT, SERVICE, QUALITY, HOTEL SECTOR.

## CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes Investigativos

Según Palma, Parejo & Sierra (2018), la gestión de la calidad resulta en la actualidad una estrategia primordial para el mejoramiento de los productos y servicios de una organización, logrando como objetivo final la satisfacción del cliente, por ende una eficiente gestión de la calidad permite a las empresas sistematizar operaciones en el cumplimiento de procesos, generando ahorros y detectando recursos innecesarios. De manera que, la gestión de la calidad controle el desempeño de los procesos dentro de la organización, mejorando productos y servicios que cumplan con las necesidades del cliente.

Como parte de los antecedentes, se tiene a consideración los siguientes trabajos de investigación referentes al tema de estudio que desarrollamos. Tomados como referencia para la investigación en un contexto a nivel macro, están los siguientes autores:

Desde la perspectiva de Mora & Duran (2017), en su trabajo investigativo denominado *“Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo”*, manifiesta que una eficiente gestión de la calidad se enfoca en realizar estrategias que aporten al mejoramiento del servicio de las empresas hoteleras del país, ya que la sostenibilidad de la industria hotelera dependerá de una eficiente gestión de la calidad que acredite sus servicios, debido a que la competencia es cada vez mayor y con el ánimo de conseguir óptimos resultados a corto plazo.

En la investigación realizada por Barros (2019), con el tema *“Factores que inciden en la calidad de servicios del sector hotelero en la ciudad de Milagro”*, menciona que al proponer un modelo de gestión de la calidad permitiría reducir factores que perjudican la calidad de servicios en el sector hotelero de la ciudad de Milagro e impiden el desarrollo socio económico de esta ciudad.

Por otro lado, a criterio de Lazo, Izquierdo & Andrade (2018), en su trabajo de investigación denominado *“La calidad hotelera mediante la escala Servqual en*

*hoteles de la provincia de El Oro, Ecuador*”, valoran la calidad de los servicios hoteleros ofrecidos a los turistas con la aplicación del modelo Servqual, mismo que determinó la necesidad de implementar estrategias de mejora continua en la calidad de los servicios hoteleros de la provincia, orientadas a cambios que las vuelvan más eficientes y competitivas.

En un contexto meso de la investigación, se encuentran los siguientes autores:

De acuerdo con los autores Silva & Albán (2017), en su trabajo de investigación denominado *“La calidad del servicio del sector hotelero en el desarrollo turístico de la Provincia de Pastaza”*, se indica que el sector hotelero de la provincia carece de servicios hoteleros de calidad que cumplan con las necesidades de los turistas, de tal modo que se propone un modelo de gestión de calidad para el mejoramiento de servicios del sector hotelero de la provincia, con el objetivo de impulsar el crecimiento turístico provincial.

Mientras que a nivel micro se encuentra el proyecto de investigación del autor:

Silva (2019), con el tema *“Desarrollo de un sistema de evaluación de la calidad del servicio en los hostales de la ciudad del Puyo”*, manifiesta que los establecimientos de alojamiento de baja categoría necesitan implementar un sistema de evaluación de la calidad del servicio hotelero, que permita que la calidad del servicio intangible sea medible para una correcta toma de decisiones.

### **1.1.1 Fundamentación teórica**

#### **1.1.1.1 Calidad**

Actualmente, la calidad es un asunto importante para cualquier empresa que considere ser consistente en la entrega de productos o servicios; dicho de otra manera, la calidad es algo cualitativo y subjetivo, debido a que se refiere al cumplimiento de requisitos impuestos por el cliente, así lo manifiesta Arbós y Babón (2017).

Teniendo en cuenta, que la calidad se considera como una característica importante para lograr la participación dentro de los mercados, que hoy en día se han vuelto más exigentes, debido a los avances en la información entregada por los medios de comunicación (escritos y digitales).

Fuentes & Aguirre (2018) explican, que la calidad se refleja en cualquier cosa que sea valorada de manera diferente, que tenga un complemento de interés en relación a otros.

En este caso, la percepción del cliente demuestra la calidad de un producto o un servicio, ya que el punto de vista del consumidor influye en la toma de decisión y conformidad de lo que adquiere para cumplir sus expectativas.

Dentro y fuera de una organización, la calidad es muy valorada y de manera puntual es la principal cualidad en tomarse en cuenta al momento de ofrecer un producto o servicio al consumidor, es decir, la satisfacción que ofrece cualquier cosa que sea solicitada por el cliente; además, que cuanto mayor sea el nivel de satisfacción del cliente al obtener un producto o servicio, mayor será el beneficio empresarial, así lo considera Rama (2016).

Según la norma ISO 9000 (2015), la calidad representa las características inherentes que conforma un objeto o cualquier cosa de manera que cumpla con los requisitos del consumidor.

De este modo, la calidad puede ser valorada de distinta manera, tomando en cuenta la reacción del cliente.

Según Hoyle (2017), la calidad de un servicio, son las cualidades inherentes que se obtiene en cada actividad que se lleva a cabo al obtener un servicio, cumpliendo los requisitos solicitados por el cliente, es decir, que los requisitos de calidad, se obtienen al transmitir a las características del servicio, las necesidades o expectativas del cliente.

Además, Cortés (2017) explica, que la calidad se encuentra en el correcto funcionamiento de un producto o servicio, y consiste en la satisfacción de lo elaborado, en relación a la necesidad que tiene el cliente; donde, el control de los productos o servicios, se considera un aspecto importante que evita pérdidas y contratiempos para la empresa.

Por esta razón, la calidad, es un factor notable a la hora de consumir un producto o acceder a un servicio.

### **1.1.1.2 Gestión**

A criterio de Raffino (2019), la gestión dentro de una organización, cumple un rol importante en la administración de recursos, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos y se respalda de técnicas para su funcionamiento, con el control y mejoramiento de los procesos, conservar datos en archivos, consolidar detalles y tomar decisiones. En la norma ISO 9000 (2015), toman en cuenta a la gestión, como actividades coordinadas que se encargan de dirigir y llevar el control de una organización.

Desde el punto de vista de Berghe (2016), la gestión es una labor completa encargada de consolidar esfuerzos con el objetivo de cumplir con efectividad las metas trazadas en tiempos establecidos en cada uno de los procesos. Esto quiere decir que la gestión es vital en el desarrollo de las empresas, debido a que se reducen errores y se logran resultados favorables.

Vilcarromero (2013) considera, que la gestión es comprometerse y cumplir con las responsabilidades que genera un proceso, lo que implica completa atención en disponer de recursos y estructura necesaria; se trata de gestionar y administrar un proyecto, por medio de actividades para su realización y visionando objetivos.

De acuerdo con Manes (2014) se denomina gestión, al proceso que se maneja mediante una serie de acciones coordinadas con el entorno interesado en adquirir un objetivo en común, y se lleva a cabo por medio de intercambio de ideas, planes, experiencias, conocimientos, etc.

Entonces, el desarrollo de la gestión, considera el conocimiento de lo que se va a gestionar, la duración del proceso, seguimiento y verificación de resultados. De esta manera, una buena gestión se encarga de hacer un estudio previo de la situación, con recursos que se dispone y considerando los recursos que se necesitaran para cumplir los objetivos planteados.

### **1.1.1.3 Gestión de la Calidad**

Desde los años 90 las empresas que cumplieran con un estricto control de calidad, por medio de certificaciones y normas de calidad como lo son las normas ISO 9000, tendrían participación en el mercado mundial del siglo XXI, surgiendo así un estímulo de mejora en el manejo de la calidad y la productividad, tomando en cuenta el aspecto de la calidad como base fundamental en la competitividad. Sin embargo, Hernández, Barrios & Martínez (2018) explican, que la Gestión de la Calidad está presente en cada una de las funciones de una organización de manera estratégica, permitiendo perfeccionar el servicio al que accede el cliente.

Claramente, para obtener la calidad de un producto o servicio, se necesita de la gestión en los procesos que lleva a cabo cada organización y cumpliendo con todos los estándares que la calidad lo amerita.

La Gestión de la Calidad, es visible en cualquier aspecto que sea valorado de manera diferente, es decir, que sirva como complemento de interés; donde el cliente percibe la calidad de un producto o servicio que haya sido solicitado, razón que influye en la toma de decisiones de los procesos de una empresa, esto afirman Olivia & Palacios (2017).

Además, Isaza (2018) afirma, que la Gestión de la Calidad en la organización, determina que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, son factores primordiales para lograr una mejora continua en el desarrollo de los procesos de funcionamiento de la organización.

Por lo tanto, la Gestión de la Calidad utilizada en el ámbito de servicios, muestra el resultado de la toma de decisiones acertadas, considerando la planificación previa de las actividades que servirán en la ejecución de los procesos, con el objetivo de tener un mejor control en el desarrollo y ser más precisos en el resultado.

### **1.1.1.4 Principios de la Gestión de la Calidad**

La norma ISO 9000 (2015) considera, que las normas internacionales mencionadas dentro del Sistema de Gestión de la Calidad, se basan en los Principios de la Gestión de la Calidad que se muestran a continuación:

- **Enfoque al cliente**

A criterio de Cortés (2017), las organizaciones están vinculadas directamente con los clientes, debido a que depende de los clientes la continuidad en la existencia de una empresa, mediante la atención a los requerimientos que necesitan las personas que adquieren productos o servicios de la misma, pues el enfoque es la manera de considerar alguna cosa y darle valor, en este caso dar valor a las ideas del cliente y considerar sus necesidades como prioridad para la empresa.

La calidad depende tanto de las expectativas del consumidor, que lo mejor sería esforzarse en brindar un producto o servicio que cumpla con los requisitos solicitados por el cliente, de esta manera se demuestra que el enfoque al cliente se ve reflejado en la satisfacción que su necesidad adquiera, señala Alcaide (2015).

- **Liderazgo**

Tracy (2015) afirma, que los líderes son los encargados de hacer que las cosas sucedan, es decir que las actividades que se han propuesto como objetivo hacerlas dentro de la empresa, ocurran de la mejor manera para todas las personas involucradas dentro del desarrollo de los procesos que se llevan a cabo dentro de una organización, con el único fin de incluir a todos los miembros de dentro y fuera de la empresa para obtener beneficios para todos por el trabajo realizado en equipo.

El liderazgo es la capacidad de convertir la oportunidad de interés en alguna cosa, actividad, etc., en algo extraordinario que genere beneficio para los involucrados dentro de esta acción. Por ende, el liderazgo también se identifica en la toma de



decisiones dentro de una empresa, pues se verifica mediante los efectos que causan la toma de decisiones ejecutadas por el líder.

- **Compromiso de las personas**

De acuerdo con Cortés (2017), las personas que trabajan dentro de la empresa son capaces de involucrarse en las actividades que enfocan el crecimiento de la misma, se trata de la esencia de una organización, porque el personal es el encargado de entender los requerimientos del cliente de la mejor manera para evitar confusiones al momento de brindar un servicio o un bien, por lo que es tan importante para la empresa el contar con personas que se comprometan con el buen servicio hacia el cliente y por supuesto para la organización.

La mejor manera de obtener el compromiso de las personas que laboran dentro de una organización, es necesariamente al crear un entorno de trabajo adecuado donde el personal se sienta cómodo con las actividades que tiene que desempeñar sin existir diferencias de mando, por el contrario trabajar todos como equipo, buscando oportunidades de mejora para evitar problemas y compartiendo experiencias, conocimientos que mejoren el desempeño del personal, pero sobre todo el tener sentido de pertenencia hacia la organización.

- **Enfoque a procesos**

El proceso de actividades dentro de la empresa y en beneficio de esta y la de sus colaboradores, se basa en considerar cada paso a seguir en el desarrollo de obtener un bien o servicio como valor final después de un largo proceso de funciones, las cuales reconocen la importancia de cada una de ellas que se lleva a cabo en la producción.

De esta manera el enfoque de procesos, es relevante para el funcionamiento de una empresa, ya que así se puede fácilmente identificar posibles errores o variables que afecten el adecuado desarrollo de los procesos.

- **Mejora Continua**

Las empresas deberían tener como propósito una mejora continua en el desempeño global de sus funciones, la mejor manera de identificar una mejora continua en los procesos de la empresa sería siguiendo el ciclo de PDCA de Deming, para incrementar la confianza en los colaboradores de la empresa y también en los clientes, quienes perciben la mejoría que adquiere la empresa al brindar productos y servicios de calidad. El ciclo de Deming consigue obtener una mejora inmediata, económica y provisoria, mismas que son capaces de prevenir errores o afrontarlos si es el caso, de este modo se observa un fortalecimiento en la cultura organizacional y se muestra innovación en cada función que cumple la empresa, esto lo señala Qualired (2015).

- **Toma de decisiones basadas en la evidencia**

En una organización la toma de decisiones que son basadas en evidencias, son controladas en los procesos que se llevan a cabo dentro de la organización, en las actividades que cumplen todos los días cada departamento y que gracias a los hechos que quedan registrados se puede evitar errores de producción o de brindar servicio a futuro, esto afirma Rotundo, Paparella & Martínez (2016).

La toma de decisiones se basa principalmente en la recolección de datos y análisis de la información para que de ser presentadas en informes que traten sobre la situación de cualquier departamento de la empresa, tenga la evidencia que se necesita para comprobar que la información que está siendo presentada es verdadera y exista un respaldo de lo que se dice ese momento, lo señala Marrugo (2016).

- **Gestión de las Relaciones**

Según Granadillo, Polo & Coronell (2017), la gestión de las relaciones se da por medio del desarrollo de alianzas estratégicas de las partes interesadas en obtener una organización más competitiva, mejorando la productividad, rentabilidad y relación con la sociedad; y, aporta significativamente en el mejoramiento de la calidad de los productos o servicios que ofrece una empresa y por ende en la satisfacción de los clientes.

En este punto, también es importante mencionar que las capacitaciones o formaciones que se brinda a los colaboradores de la empresa tienen mucho que proporcionar en las aptitudes y actitudes de ellos, pues ejercitan sus diversas capacidades que tienen en relación al mejoramiento del desempeño en el trabajo que realizan en la organización,

De esta manera, los siete principios de gestión de la calidad se convierten en el instrumento guía dentro de una organización, para que tenga una base concreta del proceso que necesita seguir antes de proceder a la propuesta del modelo que se prevé en el estudio.

Según la norma ISO 9000 (2015), se conoce que los principios de gestión de la calidad, son desarrollados por el comité técnico ISO/TC 176, extraídos de la experiencia y conocimiento de las personas que ponen en práctica este tipo de funciones para destacar en sus actividades dentro de una empresa y conforme transcurre el tiempo es visible el resultado de cada paso que se implanta.

#### **1.1.1.5 Sistema de Gestión de la Calidad**

La norma ISO 9001 (2015) menciona, que la mejor decisión que puede adquirir una organización, es la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad dentro del desarrollo habitual de sus actividades, que aporta al mejoramiento continuo de manera inmediata en el desempeño global de la organización y bases sólidas para su crecimiento empresarial.

De tal modo, que las empresas en la actualidad, adoptan sistemas de mejoramiento en sus procesos, mostrando al Sistema de Gestión de la Calidad como una alternativa viable para mejorar la prestación de servicios y elaboración de productos.

Seguramente, el implementar un Sistema de Gestión de la Calidad en una organización basada en las Normas Internacionales (NI), como menciona García, Fraiz & Del Río (2013), adquiere beneficios que se entrega al cliente; de manera que la producción de productos y servicios que proporciona la empresa, cumplirá estándares de calidad y sobre todo satisfaciendo los requisitos que solicita el cliente.

Por ende, el adaptar un Sistema de Gestión de la Calidad, es una medida vital para una organización que tiene una visión clara y pretende mejorar su desempeño global, manteniendo una base sólida para las iniciativas de un desarrollo sostenible.

Lo que se pretende, es reducir cambios constantes o radicales en los procesos de elaboración de productos o prestación de servicios que ofrece la empresa, con el propósito de evitar pérdidas o posibles daños en el desarrollo del proceso de producción, o contratiempos en acceder al servicio.

Por esta razón, según Ornelas, Tafoya & Del Carmen (2016) se identifican beneficios que se obtienen del establecer un Sistema de Gestión de Calidad en la organización:

- Disponer de servicios que cumplan con estándares de calidad
- Mejorar la satisfacción de los clientes
- Fidelidad y confianza de los clientes
- Reducción de cambios constantes o radicales de sus procesos
- Evitar contratiempos en acceder al servicio
- Mejorar la eficiencia del servicio en la organización
- Potenciar la imagen positiva de la empresa

Los beneficios que recibe una organización al establecer un Sistema de Gestión de la Calidad, se enfocan en mejorar los resultados de las actividades que se resuelven desarrollar dentro de la organización, por medio de acciones y toma de decisiones,

basadas en información recopilada en el transcurso del tiempo, que analizan los procesos que se llevarán a cabo, con hechos que se generan de la información.

Por otro lado, según Bermúdez (2012) las dificultades para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad, se identifican al presentarse diferentes posiciones al momento de implantar modelos de trabajo, que aporten en el correcto funcionamiento de la empresa y en el aprendizaje organizacional, esto sucede cuando las personas involucradas en el desarrollo de los procesos de producción de la organización, suelen tener actitudes negativas al cambio o mejoramiento en los procesos.

De esta manera, se identifican las dificultades para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad:

- Falta de liderazgo
- Resistencia al cambio
- Falta de un objetivo claro al implementar un SGC en la empresa
- Falta de tiempo y desinterés por parte del personal
- Inadecuado sistema para evaluar la satisfacción del cliente

Este tipo de dificultades, genera retrasos en la continuidad del ciclo de la calidad, afectando a los procesos que se vinculan al desarrollo empresarial.

#### **1.1.1.6 Enfoque a procesos del SGC**

Dentro del Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentra la aplicación del enfoque a procesos que está presente dentro de la actividad de la empresa, que tiene un sistema de gestión de la calidad en operación de sus procesos de producción, este se encarga de mejorar la competencia del SGC dentro de la empresa, con la finalidad de incrementar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus necesidades requeridas, esto lo señala la norma ISO 9001 (2015).

Estos procesos que han sido acoplados sistemáticamente, para obtener eficacia y eficiencia en el logro de resultados de la organización y cumplir con las metas establecidas por el equipo de trabajo, está enfocado a controlar la estructura del proceso del sistema que es utilizado en la organización y de esta manera mejorar el desempeño global de la misma.

Entonces, según la norma ISO 9001 (2015), el emplear el enfoque a procesos en el Sistema de Gestión de la Calidad permite:

- Comprensión y coherencia en el cumplimiento de los requisitos
- Consideración de procesos afines al valor agregado
- Desempeño eficaz del proceso
- Mejora del proceso en la evaluación de los datos y la información

El enfoque permite controlar dentro de la organización, las interrelaciones e interdependencias entre los procesos del sistema, permitiendo mejorar el desempeño global de la organización.

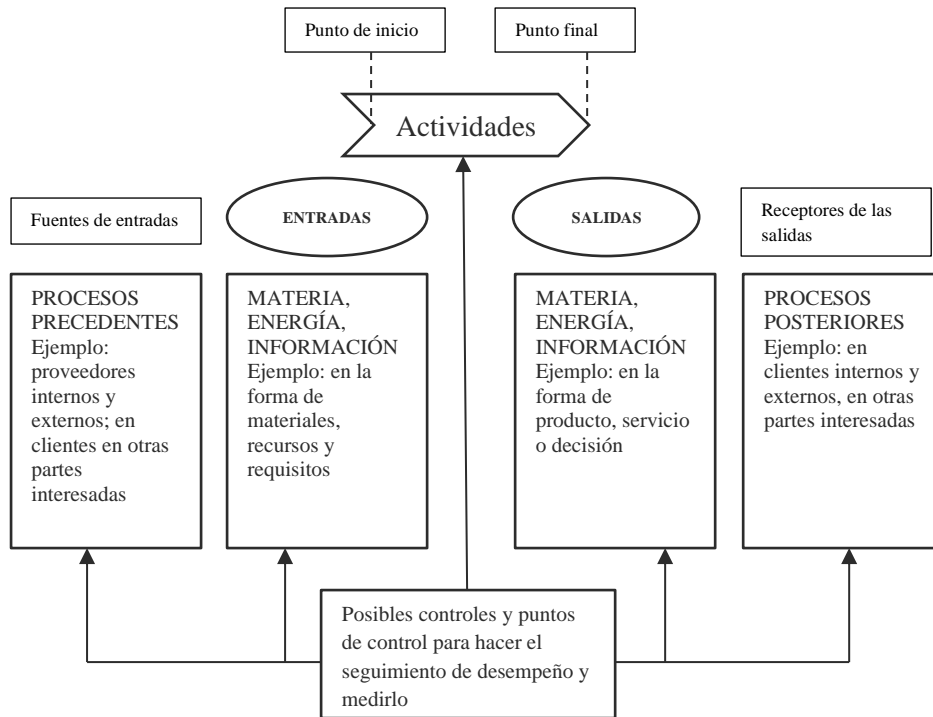
De tal modo, que una organización se puede considerar como un sistema de procesos, señala Alteco (2019), teniendo en cuenta al conjunto de actividades que se interrelacionan entre sí, partiendo de uno o más inputs que son las entradas, generando una transformación de estas y dando como resultado un output que son las salidas o el resultado obtenido del proceso.

El enfoque a procesos, es un elemento fundamental en el Sistema de Gestión de la Calidad, al encargarse de ordenar y gestionar las actividades de trabajo dentro de una organización, de modo que se obtenga un valor para el cliente y demás interesados.

Según la norma ISO 9001 (2015), este enfoque muestra la gestión sistemática del desarrollo de cada proceso y sus interacciones para alcanzar los resultados previstos, según la política de calidad y dirección estratégica de la organización, con el objetivo de aprovechar oportunidades y prevenir resultados no deseados.

En el siguiente Figura 1, se muestra la representación esquemática de un proceso y la interacción de sus variables.

Figura 1 Representación esquemática de los elementos de un proceso



Fuente: ISO 9001 (2015)

La Figura 1, es una representación esquemática de los elementos de un proceso, el cual consta de elementos esenciales como:

- Los procesos precedentes, son las fuentes de entrada (input) que están relacionados con el principio del proceso de las actividades para desarrollar un producto o servicio, según sea la competencia de la empresa, y cuenta con la presencia de proveedores, colaboradores del proceso y por supuesto de los clientes que son la parte interesada de este proceso.
- Los procesos posteriores hacen referencia a los receptores de las salidas, pertenecientes al (output) de los productos o servicios de la empresa y son los clientes internos y externos que son las partes interesadas del proceso.
- Mientras, que en el desarrollo de las actividades que se llevan a cabo en el transcurso del proceso, existen posibles controles o puntos de control con el fin de dar seguimiento al desempeño del proceso y valorarlo.

Una organización que pretende asumir responsabilidades sobre un proceso aplicado en una empresa, se encarga de la coordinación de las actividades y fija su preocupación por la disposición de recursos y estructuras que les sean necesarias, orientados hacia sus objetivos estratégicos que precisan de una perspectiva hacia el entorno global de la organización mediante un enfoque a procesos.

Una empresa tiene que organizar, disponer, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, tomando en cuenta los procesos que sean necesarios y que estén basados en los requisitos de la Norma Internacional ISO 9001:2015.

Conforme la norma ISO 9001 (2015), la organización debe establecer los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su utilización en la empresa, de la siguiente manera:

- Establecer las entradas solicitadas y las salidas esperadas del proceso
- Determinar la secuencia e interacción del proceso
- Establecer y designar los criterios y métodos (tomando en cuenta los indicadores del desempeño, seguimiento y las mediciones) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y control del proceso
- Asegurarse de disponer de recursos necesarios para estos procesos
- Asignar correctamente el liderazgo de estos procesos
- Abordar los riesgos y oportunidades
- Evaluar estos procesos e incluir cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos logran los resultados previstos
- Mejorar los procesos y el sistema de gestión de la calidad

#### **1.1.1.7 Ciclo PHVA para la Mejora Continua**

Por otra parte, los modelos de gestión, fijan una serie de pasos para obtener como resultado un procedimiento efectivo, teniendo como propósito servir de dirección en el desarrollo del proceso y asegurar el cumplimiento de los principios establecidos. Además, que aporta de manera positiva en la optimización de recursos que tiene cada empresa.



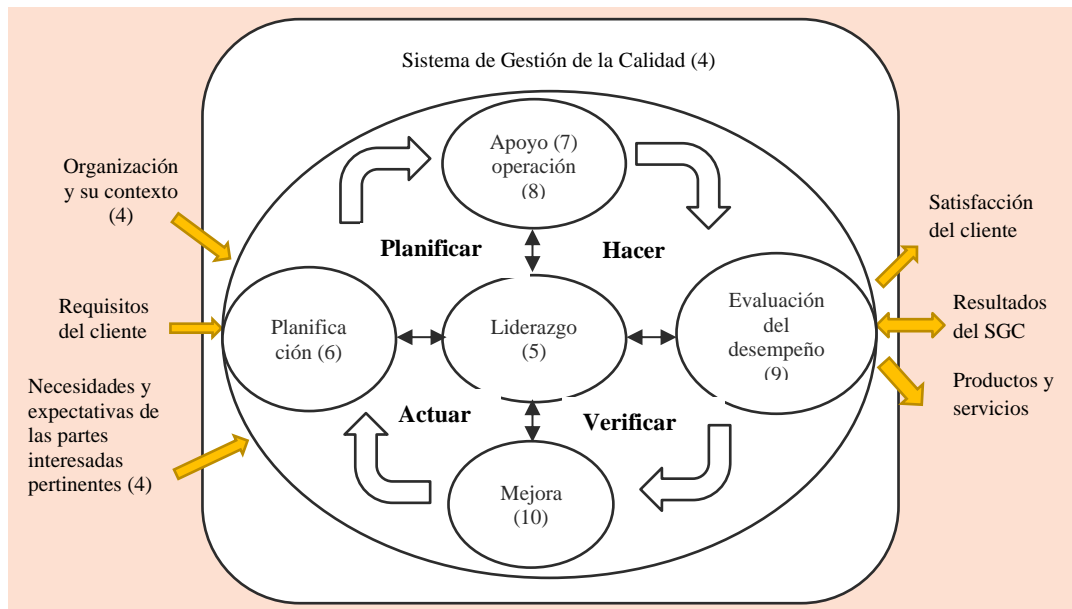
Es importante mencionar, que los modelos de gestión tienen gran participación en las operaciones estratégicas que tiene la empresa, además, que desempeñan una función importante dentro de las actividades de la organización, enfocándose en las personas, los procesos y la tecnología, siendo estos los factores importantes por los que funciona un modelo de gestión.

El propósito de un Modelo de Gestión de la Calidad, es conseguir los resultados esperados, por medio de la aplicación de controles de calidad, enfocándose en la satisfacción del cliente. Para Orera (2016), el modelo del Ciclo de Deming, pretende que las empresas realicen una autoevaluación e identifiquen su situación actual en los procesos que llevan a cabo, planificando metas y fijando objetivos que se tendrán que cumplir.

El Ciclo PHVA o PDCA ha sido incorporado como un pilar fundamental en las nuevas versiones de las normas internacionales ISO, ya que sus componentes permiten a las organizaciones planificar los recursos para lograr sus objetivos y en el procedimiento buscar la excelencia.

El Ciclo PHVA facilita la toma de decisiones y el logro de objetivos, enfocándose en la mejora continua, por medio de la identificación de aspectos en la organización que permitan el cambio constante; como se muestra en la Figura 2, el ciclo no tiene fin porque es constante, lo que permite mejorar las acciones concretas con el fin de seguir mejorando. La finalidad, es cumplir los requisitos de la organización y de sus partes interesadas, siempre teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes; además, lo mejor de este modelo de calidad, es que se asocia con la gestión de procesos.

Figura 2 SGC con el modelo del Ciclo PHVA



Fuente: ISO 9001 (2015)

Según la norma ISO 9001 (2015), el modelo del ciclo PHVA de Deming correspondiente a Planificar, Desarrollar, Controlar y Actuar para mejorar, describe su proceso de desarrollo de la siguiente manera:

### Planificar

Mencionando la primera función de la etapa de planificación, consiste en el análisis del problema para poder definir las actividades, mediante la fijación de objetivos y recursos necesarios para generar resultados en beneficio de los clientes y la empresa, que será visible en la satisfacción que obtengan ambas partes.

Al planificar, se establecen los objetivos y se identifican los procesos necesarios para lograr los resultados, acorde con las políticas de la organización; en esta etapa, también se determinan los indicadores de medición

Según Aguiar, Acevedo & Urquiaga (2016), las herramientas son metodologías empleadas por las organizaciones para planificar la manera de gestionar un proceso, y

sirven para simplificar y normalizar la planificación de las actividades que se llevan a cabo en los procesos, además de aportar en la visión de los productos y servicios que se planifican de acuerdo a los requerimientos.

A continuación, se detallan algunas herramientas de la planeación:

- AMFE - análisis modal de fallos y efectos: herramienta para el desarrollo de productos y servicios confiables y eficaces.
- Diagrama de Gantt: se refiere al seguimiento de actividades, proyectos.
- Análisis FODA: se trata de una matriz que analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que suele tener un proyecto, mostrando la viabilidad que tiene.
- Las 5' S: este modelo de origen japonés, representa cinco simples principios que son fundamentales en la mejora de condiciones de los procesos que se llevan a cabo en una organización, ya que agrupa las actividades que han sido planificadas con el fin de crear condiciones de trabajo que se ejecuten de manera ordenada y evitando desperdicios.
- Lluvia de ideas: considera la participación de todos los miembros de una organización.

### **Hacer o Desarrollar**

En la etapa del hacer o desarrollar, se efectúan las actividades planteadas poniéndolas en práctica, empleando las opciones de mejoramiento de la calidad que mejor se ajusten a los cambios del modelo de calidad, controlando situaciones que se presenten y aprovechando relaciones que se integren en el proceso.

Al hacer y poner en funcionamiento las directrices planificadas en la primera etapa, la organización efectúa una serie de actividades que pretenden obtener un producto o servicio para ofrecer a sus clientes. Estos procesos tienen que considerar el cumplimiento de los requisitos del cliente, de modo que el producto o servicio obtenido se ajuste a sus expectativas, dependiendo de ello el nivel de satisfacción del cliente.

## **Verificar o Controlar**

Mientras que al verificar o controlar, le concierne asegurarse de que las etapas anteriores se cumplan, es decir, que los resultados obtenidos sean proporcionales a sus objetivos planteados al iniciar el proceso de mejoramiento de la calidad como plan de acción, haciendo uso de diferentes recursos necesarios para evidenciar y comprobar de manera concreta el cumplimiento de lo planificado.

En esta etapa se comprueba los resultados obtenidos por la organización de manera objetiva, mediante el diagnóstico de sus procesos y haciendo una comparación con los resultados previstos en la etapa de planificación, con el fin de alcanzar las mejoras requeridas, identificar las causas de los errores y establecer posibles mejoras.

Las herramientas de control sirven para llevar un reconocimiento de la situación actual en las actividades que llevan a cabo un proceso de la empresa, con el propósito de mejorar su funcionamiento posteriormente, señala Mendoza (2017).

A continuación, se detallan algunas herramientas del control:

- Diagrama de Pareto: representación de valores mediante la curva 80% - 20% para organizar datos y señalar mejoras.
- Diagrama de Ishikawa: metodología para localizar las causas de los problemas.
- ASP – análisis de satisfacción del personal: sirve para valorar la percepción de los empleados sobre su empresa.
- Árbol de problemas (causa – efecto)

## **Actuar**

Para finalizar se encuentra la etapa de actuar para mejorar, que se encarga de tomar en cuenta los aciertos o errores visibles en las etapas de planificar y hacer que son las preliminares del proceso, mediante la recopilación o documentación de procedimientos que hayan sido aplicados, plasmando resultados en la verificación y

comprobación del cumplimiento de lo requerido en los tiempos y espacios establecidos, además de proporcionar opciones de planes futuros o recomendaciones que contribuye a la mejora continua.

Una vez que hayan sido valorados los resultados obtenidos en el transcurso de los procesos, en esta etapa se ajustan y modifican nuevas acciones correctoras para mejorar ciertos aspectos que se encontraron en cada fase del proceso, que distinguen debilidades o errores. Es por ello, que esta etapa le permite a la organización estandarizar las soluciones para mejorar la actividad global de la organización y satisfacción del cliente.

#### **1.1.1.8 Mejora Continua**

Según la norma ISO 9001 (2015), la organización tiene que decidir y escoger las oportunidades de mejora, efectuando acciones adecuadas para cumplir con los requisitos del cliente y de esta manera incrementar su nivel de satisfacción.

Las acciones necesarias que contribuyen a mejorar la satisfacción del cliente son:

- Mejorar los productos y servicios para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras,
- Corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados,
- Mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Básicamente, la mejora continua implica una serie de actividades sucesivas que están orientadas a la resolución de los problemas que se presenten en la organización, tomando en cuenta las cuatro etapas que incluyen diferentes acciones del ciclo PDCA.

De acuerdo con Saturno, Hernández, Magaña & Vertiz (2015), es muy importante una mejora continua en la calidad de un servicio, ya que optimizará el rendimiento del servicio que brinde la empresa, mediante la estructura de un modelo de Gestión de la Calidad que se encargue de corregir falencias en los procesos que maneja la organización.

El uso e implementación de técnicas como estas, son visibles en estudios aplicados en otros sectores empresariales, que han logrado resultados satisfactorios, obteniendo distinciones por presentar altos estándares de calidad a nivel mundial, los cuales generan prestigio y reconocimiento a las empresas que adaptan modelos de Gestión de la Calidad en el desarrollo de sus procesos.

Es por ello, que la mejora continua se define como el conjunto de acciones enfocadas en obtener la mayor calidad que sea posible en productos, servicios y procesos de una empresa, visualizados en la reducción de costes que adquiera la organización y la optimización del tiempo al agilizar los procesos para la obtención de resultados.

#### **1.1.1.9 Servicio**

En cuanto al servicio, la norma ISO 9000 (2015) considera, que la organización tiene la responsabilidad de cumplir con alguna actividad, en la que participan el cliente y la organización.

Es por ello, que el servicio dentro de las organizaciones, se presenta como la unión de actividades que forman en su totalidad una función, que se encarga de satisfacer las necesidades de un cliente, esto puede suceder con la participación de una sola persona o un grupo de personas quienes se encargan de ofrecer el servicio al consumidor.

Según Montecinos (2015), del servicio depende la calidad con la que será evaluado cualquier producto o servicio generado por una organización.

De tal modo, Díaz & Morrillo (2017) consideran, que mucho depende de las personas que dirigen y se encargan de tomar las decisiones correctas, para ofrecer el mejor rendimiento empresarial, conjuntamente con el personal que labora dentro de la organización, brindando un servicio que satisfaga y cumpla con los requerimientos señalados por el cliente, al necesitar de algún bien o servicio.

Además, el crecimiento productivo empresarial será mayor, cuanto mayor sea el nivel de satisfacción del cliente en obtener un producto o servicio de la empresa.

Así, el servicio se convierte en el cumplimiento de la empresa con alguna actividad, en la que participan la empresa y el cliente.

Según Gallardo (2017), esta actividad llamada servicio, tiene la capacidad de desarrollar expectativas en el transcurso del proceso para generar un servicio, pues el objetivo es brindar una utilidad, uso, beneficio, a las necesidades del consumidor.

### 1.1.1.9.1 Características de un servicio

Los servicios poseen características únicas que los distinguen de los bienes, ya que tienen interacción directa con el cliente al llevarse a cabo el proceso del servicio, así lo menciona Jáuregui & Evangelista (2020) teniendo en cuenta las siguientes características:

Figura 3 Características de los servicios



*Fuente: Jáuregui & Evangelista (2020)  
Elaborado por: Túquerres, Y.*

- **Intangibilidad:** es una característica básica de los servicios, y se refiere a que los servicios no se pueden ver, probar, sentir, oír ni oler antes de la compra.
- **Heterogeneidad:** los servicios no son uniformes pueden variar por diferentes razones ya que no tienen un estándar dispuesto.
- **Inseparabilidad:** el servicio se encuentra presente en la relación cliente y organización, se encuentra en el factor humano como medio para brindar un servicio.
- **Perecedero:** los servicios no se pueden almacenar, guardar o conservar.

- Ausencia de propiedad: los clientes del servicio pueden recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, más no su propiedad.

Estas características son responsables de que el servicio intente satisfacer las necesidades de los clientes por medio de sus actividades, diferenciándose de un bien, por su presentación no material o intangible. Pues el consumidor del servicio no puede poseerlo físicamente, tan solo puede obtener sus beneficios, y quedarse con la experiencia y satisfacción de haberlo consumido, a la vez resultando más complejo y subjetivo al momento de valorar la calidad.

### 1.1.1.9.2 Clasificación de un servicio

Según los autores Giraldo & Esparragoza (2016) los criterios son diversos al identificar y clasificar los servicios, a diferencia con los bienes. A continuación, la clasificación de los servicios por su naturaleza, por el sector de actividad, por su función y por el comportamiento del consumidor.

Figura 4 Clasificación de un servicio

<p><b>Por su naturaleza</b></p> <p>Salud Financieros Profesionales Hostelería, viajes y turismo Deporte y arte Poderes públicos Alquiler Educación Telecomunicaciones Reparaciones y mantenimiento</p>	<p><b>Por el sector de actividad</b></p> <p>Distribución Producción Sociales Personales Poderes públicos</p>
<p><b>Por su función</b></p> <p>Gestión y dirección empresarial Información y comunicación Investigación Personal Ventas Operativos</p>	<p><b>Por el comportamiento del consumidor</b></p> <p>Convivencia Compra Especialidad</p>

Fuente: Giraldo & Esparragoza (2016)  
Elaborado por: Túquerres, Y.



Tomando en cuenta la clasificación descrita en la Figura 4, un servicio detallado por su naturaleza se refiere a los atributos que lo caracterizan observando el propósito de la actividad que cada uno desempeña. Cada servicio mantiene sus características propias, algunos constan de soportes tangibles.

El servicio por el sector de actividad al que pertenecen las organizaciones puede ser de distribución, producción, sociales y personales.

El servicio de distribución es el encargado de relacionar a los productores con los consumidores, visibles en el servicio de transporte, comercio y comunicaciones.

Servicio de producción como bancarios, inmobiliarios, bienes raíces, de seguros, ingeniería, jurídicos, entre otras prestaciones.

Servicios sociales son los que se ofrecen a las personas de manera colectiva, tales como atención médica, educación.

Servicios personales que se ofrecen a las personas de forma fija, tales como reparaciones, asesoramiento, servicio doméstico, lavandería, peluquería y otros.

Mientras, que los servicios clasificados por su función hacen referencia a la actividad particular que cada organización desempeña. Como el servicio de personal, enfocado en la selección y formación del factor humano en las organizaciones; o el servicio operativo como de limpieza, vigilancia o seguridad.

En la clasificación que describe al comportamiento del consumidor con el servicio se centra en las etapas que tiene un cliente en todo el proceso de recepción del mismo, es decir, la frecuencia que tiene el servicio con el cliente, al considerar la importancia que tienen los bienes para el comprador y la influencia que percibe el cliente para tomar la decisión de compra.

Donde, los servicios de convivencia son los que se adquieren con frecuencia, sin necesidad que el consumidor busque muchas alternativas, evitando retrasos en la toma de decisión para adquirir el servicio.

Los servicios de compra que se presentan de una manera más compleja, ya que la decisión de compra es más analizada, pues los compradores buscan mayor información y valoran más alternativas de compra.

Mientras que, en los servicios de especialidad, el riesgo de considerar una decisión es mucho más compleja, pues se considera la credibilidad de quien presta el servicio.

### **1.1.1.9.3 Calidad del servicio**

Según Arellano (2017), la calidad en la actualidad es muy importante, ya que los clientes son mucho más exigentes en la elección de su compra y se informan de todo lo que necesitan por medio de la tecnología. Esto indica que actualmente la calidad de un servicio es necesariamente el factor principal para cumplir las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta la eficacia de la prestación del servicio, venta o alquiler de un bien intangible que la empresa brinda; y donde el consumidor tiene la potestad de exigir calidad en el servicio que recibe, es decir, que la persona paga por algo que está solicitando. Pero, la calidad procura superar el cumplimiento de la necesidad del consumidor, ofreciendo condiciones adicionales de atención al cliente, precio, duración del servicio, publicidad llamativa, entre otros factores que hagan sentir a un cliente interesado por un servicio con estas características.

Según Chiluisa (2015), el considerar la calidad del servicio es primordial, entendiendo la calidad desde la perspectiva del consumidor y la impresión que ellos tienen con el tipo de servicio que han recibido. Comparando, el servicio prestado y las expectativas previas al consumo, se entiende que el servicio logre o supere las necesidades o expectativas del cliente.

Por ello, un servicio de buena calidad pretende cumplir lo siguiente:

- Ser útil para su propósito de uso
- Aportar un beneficio tangible al consumidor
- No debe tener fallas cuando el consumidor lo adquiera
- Ser confiable durante su función a largo plazo

#### **1.1.1.9.4 Factores de la calidad en el servicio**

De acuerdo a Molina (2014), los factores de la calidad que el consumidor considera al hacer uso de un servicio son similares a los que demuestra la empresa en su labor.

- En la confiabilidad se demuestra la capacidad de ofrecer el servicio de manera segura y precisa, realizando el servicio correctamente desde la primera vez.
- La accesibilidad en las empresas de servicio debe facilitar el contacto de los clientes con ellas para que el consumidor pueda recibir un servicio rápido.
- La empatía es ponerse en el lugar de los clientes y entender su situación.
- En la garantía los clientes tienen que percibir que el servicio carece de riesgos
- En lo referente a tangibles, están las instalaciones físicas y el equipo de trabajo de la organización.

#### **1.1.1.10 Normas ISO 9001 de la satisfacción del cliente**

Las normas ISO implementadas para medir la satisfacción del cliente son las ISO 9001:2015. La ISO 9001 es una norma internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización que se adapta a los Sistemas de Gestión de Calidad de empresas públicas o privadas, sin importar su tamaño o actividad empresarial, y esta norma en particular es de gran importancia para la mejora de la calidad en el servicio o producto, considerando la satisfacción del cliente como el factor clave de la mejora de la calidad en la organización, así lo menciona Gallegos (2018).

Para poder medir la satisfacción del cliente y la calidad de la empresa, es necesario llevar a cabo un proceso de planificación, desarrollo, verificación y ejecución, que nos permitan medir y controlar las actividades que se desarrolla, de manera que el cliente reciba el servicio que desea.

De esta manera, se identifican ciertos indicadores acerca de la satisfacción del cliente según la norma ISO 9001:2015:

- Cumplir con la relación coste-beneficio

Comparación de empresas que cumplen la misma actividad empresarial.

Indicador: Análisis comparativo entre empresas que cumplen los mismos requisitos en cuestión al servicio que ofrecen.

- Puntualidad de entrega del servicio

La puntualidad es una responsabilidad de la empresa.

Indicador: porcentaje de servicios impuntuales

- Cumplimiento de compromisos

La empresa tiene que estar comprometida con el cliente.

Indicador: porcentaje de clientes que se les incumple

- Rapidez del servicio

Cumplir con los plazos de tiempo establecidos al cliente.

Indicador: porcentaje de servicios retrasados

- Dar una adecuada atención al cliente

Brindar un excelente trato al cliente en su servicio.

Indicador: porcentaje de clientes insatisfechos por la atención recibida

- Disponer de personal calificado para prestación del servicio

Tener personal especializado en brindar un buen servicio al cliente.

Indicador: porcentaje de quejas referentes al personal que presta el servicio.

Es por ello, que los clientes buscan satisfacer sus necesidades mediante el cumplimiento de indicadores como los mencionados anteriormente.

Según De León, Arteta & Noda (2017), la satisfacción del cliente representa un triunfo para la empresa, debido a la entrega de productos o servicios que satisfacen las necesidades de sus clientes, cumpliendo requisitos y superando expectativas.

Ñahuirima (2016) considera que, la satisfacción del cliente es muy importante en el desarrollo de una empresa, ya que a medida que esta va creciendo en entrega de servicios o productos, conoce la importancia de la fidelización de sus clientes y la satisfacción de estos y la necesidad de mantener una confianza entre ambas partes.

Marín & Gil (2017) señalan, que en la actualidad la competitividad se muestra más agresiva debido al cambio de manejo de herramientas de comunicación e información que han evolucionado drásticamente, brindando al consumidor todo lo necesario para adquirir productos o servicios que cumplan sus necesidades. Por esta razón, satisfacer al cliente se ha convertido en un reto que las empresas tienen que aprender a superar, mediante el uso de nuevas estrategias que muestren interés a sus clientes, o mejorando calidad, apariencia, entre otros aspectos que se obtiene de un producto o servicio.

En muchas ocasiones, la satisfacción del cliente se enfoca en el valor del producto o servicio recibido con relación a lo solicitado, ya que el cliente tiende a examinar lo que obtiene mediante expectativas previas a las que ofrece la empresa, considerando de esta manera, que el producto o servicio que obtenga merezca el valor que paga.

De manera que, para obtener la satisfacción del cliente puede tomarse a consideración los siguientes puntos:

- Ofrecer un producto o servicio de calidad
- Cumplir con lo ofrecido
- Brindar un cordial servicio al cliente y atención personalizada
- Brindar algún servicio extra
- Tomar en cuenta sus inquietudes
- Resolver problemas, quejas o reclamos

Mientras que, los beneficios que obtiene una empresa al lograr la satisfacción del cliente, son:

- Fidelización de los clientes, al cumplir requerimientos solicitados y satisfacer sus necesidades, consiguiendo la fidelidad del usuario que volverá a requerir del producto o servicio que brinde la empresa, debido a la conformidad con lo recibido.
- Clientes satisfechos que comunican a otros sus experiencias positivas al obtener un producto o servicio de una empresa.
- Clientes satisfechos que descartan a la competencia, permitiendo que la empresa eleve su participación en el mercado.

#### **1.1.1.11 Sector Turístico y su Servicio**

En los últimos años, el turismo se ha convertido en el sector con un continuo crecimiento y una profunda transformación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que se desarrollan con mayor rapidez en el mundo, lo que ha permitido que los distintos países puedan ofrecer y promocionar sus recursos, logrando aumentar su número de visitantes, incentivando el consumo y por ende mejorando la situación económica, esto lo señala la Organización Mundial del Turismo (2015).

Según la OMT (2015), el turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico, por esta razón, su contribución al bienestar económico depende de la calidad y de los beneficios que ofrece. Además, en la actualidad el nivel de expansión de negocio del turismo, ha logrado igualar a las exportaciones del petróleo, productos alimentarios o automóviles, considerándolo como uno de los principales representantes del comercio internacional.

Mientras, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019) considera al turismo como una de las actividades económicas que más empleos genera en el país, ya que en el año 2018 esta actividad permitió más de 480.000 empleos directos y 112.000 indirectos hasta mediados del 2019 representando un importante aporte al Producto Interno Bruto del país; además, el turismo se ubica como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y el camarón.

De modo, que el servicio es un factor importante en el sector turístico, ya que los clientes necesitan de información, confianza y seguridad, para disfrutar de actividades en regiones o lugares nuevos. El turismo puede presentar distintas opciones para disfrutar, como son: aventura, cultura, relajación y entretenimiento.

El sector turístico, es uno de los principales impulsores de la economía, que tiene las mejores expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo, la demanda de la actividad turística se observa más respetuosa con el medio ambiente y mucho más exigente con la obtención de servicios de calidad, relacionando calidad-precio del servicio.

La disposición de un servicio de calidad, pretende ser el factor diferenciador del sector turístico ecuatoriano, como estrategia para un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos que tiene el país.

En la actualidad, se considera que la excelencia en la prestación de servicios al cliente, significa un factor primordial para el crecimiento del sector turístico, mismo que pretende desarrollar estándares de calidad internacional en los procesos de implantación que lleva a cabo el turismo ecuatoriano.

Según la Organización Mundial de Turismo (2015), el turismo como servicio, consiste en formar parte de actividades a las que acceden las personas (turistas), mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son descanso, entretenimiento, negocios u otros motivos, y duran periodos de tiempo inferiores a un año.

Según el Ministerio de Turismo (2016), el sector turístico engloba a empresas que prestan servicios de hostelería, alojamiento, transporte turístico, recreación, intermediación (agencias de viaje y operadoras).

A juicio de Ledesma (2016), el turismo se da a conocer como un fenómeno variado y multidisciplinar, que abarca factores económicos, sociales, políticos, artísticos, medioambientales, educativos, etc., e involucra al sector empresarial, profesional, estatal, a las poblaciones que conforma cada destino turístico y a los turistas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en su documento Panorama OMT del Turismo Internacional (2019), menciona a Francia como el país que lleva el primer

lugar en el listado de países más visitados a nivel mundial en el año 2019, con un aproximado de 89 millones de turistas que visitaron ese país, seguido de España con 83 millones de visitas turísticas y Estados Unidos con 80 millones de ingresos de personas por motivos de turismo.

Mientras, que la BBC (2019) menciona a los 10 destinos turísticos más competitivos de América Latina, según información obtenida del Foro Económico Mundial, donde México es el país latinoamericano mejor valorado por sus atractivos naturales y culturales, su amplia fauna y flora; le siguen, Brasil, Costa Rica, Panamá, Perú, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y República Dominicana.

#### **1.1.1.12 Sector Hotelero y su Servicio**

El sector hotelero, depende en gran parte de los servicios que el destino turístico ofrezca, tales como: parques, balnearios, rutas de ciclo-paseos, senderos naturales para caminar, etc., pero sobre todo depende del compromiso que tengan las empresas hoteleras con el cumplimiento de las necesidades de los clientes, quienes pertenecen a una generación digital llena de información.

En la actualidad, las organizaciones tienen que incluir estrategias de trabajo que les permitan adaptarse a las exigencias actuales del cliente, ya que el cliente ha desarrollado una sensibilidad selectiva en relación a la calidad-precio del servicio que está recibiendo, y valora de mejor manera las experiencias innovadoras, teniendo mayor comprensión entre la conexión que tiene la prestación del servicio con el precio, así lo señala Sánchez (2015).

Según Herrera (2015), la industria hotelera es el principal medio para incrementar la exportación de servicios cuando la exportación de bienes disminuye; este tipo de acciones son visibles en otros países que aplican inversión en proyectos de turismo y por ende perciben crecimiento económico visible en el sector hotelero.

El sector hotelero ha ido evolucionando al pasar el tiempo de la misma manera que los avances tecnológicos lo han hecho, fomentando a que las empresas hoteleras adapten nuevas estrategias de comunicación e innovación en sus servicios.



El sector hotelero, ha experimentado un visible crecimiento de prestación de sus servicios hacia los turistas que acceden a cada uno de los establecimientos a nivel mundial, debido a la fuerte demanda de alojamiento por parte de los usuarios, que buscan lugares que brinden comodidad y buen servicio. Se considera, que la calidad es visible en las características del servicio con que cuenta cada empresa hotelera, ya que de esta manera buscan la fidelización de sus clientes.

Vargas (2018) considera, que la actividad hotelera mundial ha pasado de tener 170.000 hoteles a tener 184.000 empresas hoteleras, incrementando el número de lugares de alojamiento en el año 2018 con relación al 2017, según datos de Smith Travel Research (STR), determinando un incremento del número de habitaciones a nivel mundial a un ritmo estimado de medio millón cada dos años, asegurando que el crecimiento del sector hotelero continúe y aumente el interés de los inversores. Actualmente, existen 184.299 hoteles en el mundo, con un total de 16'966.280 habitaciones, conforme datos del STR.

Importantes cadenas hoteleras han apostado por situar sus empresas en lugares altamente turísticos en Latinoamérica, como son: Awasi Iguazú, Argentina; Wyndham Grand Río Mar, Río Grande, Puerto Rico; EcoCamp Patagonia, Torres del Paine, Chile; Hotel Xcaret, Riviera Maya, México; Illa Experience Hotel, Quito, Ecuador; Atix Hotel, La Paz, Bolivia; convirtiéndose en los mejores hoteles de América Latina debido a la prestación de calidad en sus servicios, permitiéndoles obtener mayor cantidad de visitantes, sin importar la temporada estacional en la que se encuentren.

De acuerdo con, los datos de la consultora Lodging Econometrics (2020), Brasil es uno de los países que ha disminuido su desarrollo hotelero, sin embargo, continúa siendo uno de los países latinoamericanos, con nuevos proyectos de construcción hotelera, seguido por México, Colombia y Perú; además, en el año 2018, se estima que en América Latina hubo nuevas aperturas de empresas hoteleras con relación a otras regiones del mundo como Asia y Europa.

Considerando, la información dispuesta por el Grupo Sitko (2018), desde hace más de una década que Latinoamérica y el Caribe ha evolucionado considerablemente en el sector hotelero, tomando en cuenta factores nuevos que los hoteles incluyen en un

proceso de diversificación y apunte de nuevos mercados, con el fin de adquirir diversos segmentos de mercado, respondiendo a distintas necesidades de los turistas.

En la actualidad, las empresas hoteleras de América Latina saben que para mantenerse en el mercado deben desarrollar y adaptar sus servicios a los requerimientos y necesidades que hoy en día exigen los individuos.

La percepción del servicio hotelero es subjetiva, ya que depende de la reacción que tiene cada individuo al adquirir los servicios y productos que ofrecen las empresas hoteleras; esto, se evidencia en las buenas referencias que obtienen las organizaciones en las diferentes plataformas de agencias de viajes en línea, donde se encuentran registradas.

Según el Ministerio de Turismo (2016), la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico con su respectiva nomenclatura, se presentan de la siguiente manera:

Tabla 1 Calificación, nomenclatura, categorías asignadas según reglamento vigente

<b>CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO</b>	<b>NOMENCLATURA</b>
Hotel	H
Hostal	HS
Hostería	HT
Hacienda turística	HA
Lodges	L
Resort	RS
Refugio	RF
Campamento turístico	CT
Casa de huéspedes	CH

*Fuente: Ministerio de Turismo (2016)*

*Elaborado por: Túquerres, Y.*

De acuerdo con, el Ministerio de Turismo (2016) las categorías asignadas según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico, se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2 Categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación

<b>CLASIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO</b>	<b>CATEGORÍAS ASIGNADAS</b>
Hotel	2 a 5 estrellas
Hostal	1 a 3 estrellas
Hostería – Hacienda Turística – Lodge	3 a 5 estrellas

CLASIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CATEGORÍAS ASIGNADAS
Resort	4 a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

*Fuente: Ministerio de Turismo (2016)*

*Elaborado por: Túquerres, Y.*

Según el Ministerio de Turismo (2016), los establecimientos de alojamiento turístico de manera opcional podrán acceder al reconocimiento de distintivo “superior”, disponible para las categorías de tres a cinco estrellas.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar la influencia que tiene la gestión de la calidad en la mejora del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Puyo.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente y científicamente los temas relacionados con la Gestión de la Calidad.
- Analizar la situación actual de la calidad del servicio presentado en las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo.
- Proponer un modelo de Gestión de la Calidad orientado a la mejora continua de la calidad en el servicio de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo.

### **1.3 Problema de Investigación**

La gestión de la calidad se concentra principalmente en los procesos que conducen a la obtención de un producto o servicio de calidad, para de esta manera conseguir la satisfacción del cliente, tomando en cuenta el cumplimiento de los componentes que forman parte de la gestión de la calidad. Los cuales se presentan de la siguiente manera: 1) llevar a cabo una planificación mediante la gestión de recursos que la empresa posea, 2) efectuar lo planificado con eficacia, 3) verificar la estabilidad de las funciones que la empresa desempeña, y 4) actuar responsablemente corrigiendo errores o posibles desperfectos, a la vez que se asegura una mejora en las funciones de la organización (Palma, Parejo, & Sierra, 2018).

Por lo tanto, al integrar la gestión de la calidad dentro del servicio que comprende la empresa lo considera al cliente como uno de los enfoques principales; ya que una organización logra ser eficaz al desarrollar servicios de calidad que cumplan con las necesidades del usuario, haciendo uso de los recursos que ésta dispone. De manera que, la gestión de la calidad dispuesta en los procesos de una empresa permitirá la mejora continua en el rendimiento de sus actividades y brindará apoyo en el cumplimiento de objetivos (Torres & Vásquez, 2015).

## **CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA**

### **2.1 Materiales**

Para la elaboración de este trabajo de investigación se utilizaron las siguientes técnicas aplicadas en el proyecto de investigación, conforme a lo estipulado en la Carrera de Organización de Empresas y la Unidad de Titulación.

#### **2.1.1 Lectura Científica**

Desde la perspectiva de Garduño, Torres & González (2017), la lectura científica es un tipo de lectura mucho más profunda utilizada en la investigación, que necesita de los conocimientos previos del lector, permitiendo al investigador una mejor comprensión de la lectura, con la finalidad de tener un conocimiento claro, preciso y veraz del texto, de esta manera, otorgando al lector una mejor crítica e interpretación del tema a investigar.

La lectura científica es fundamental en el desarrollo de este trabajo investigativo denominado “Gestión de la Calidad con énfasis en el servicio del sector hotelero de la ciudad de Puyo”, pues de este modo, depende el logro de resultados efectivos dentro de la investigación, mediante la comprensión de teorías planteadas por distintos autores.

#### **2.1.2 Cuestionario**

Según los autores Clares & Morga (2018), el cuestionario es un documento compuesto por una serie de preguntas que sean coherentes, organizadas y estructuradas, conforme a una preparación que proporcione la información necesaria. Su elaboración es primordial para la obtención de datos veraces y útiles para la investigación, caso

contrario los resultados obtenidos serían equívocos, perjudicando el proceso del trabajo de investigación.

El cuestionario del presente trabajo de investigación contiene una serie de preguntas enfocadas a los propietarios o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, con el propósito de obtener información sobre cómo la gestión de la calidad mejora el servicio brindado a los clientes de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, es por ello que las preguntas están categorizadas de acuerdo al enfoque de investigación en planeación, desarrollo, verificación, ejecución y servicio del sector hotelero, con la finalidad de conseguir datos eficaces para el desarrollo del proyecto investigativo.

### **2.1.3 Revisión bibliográfica**

A criterio de Codina (2018), una revisión bibliográfica es una actividad que se efectúa en el desarrollo de un trabajo de investigación, mediante la recopilación de información ya existente acerca de un tema o problema de nuestro interés, el cual refuerza los conocimientos al investigador, con el propósito de hacer uso de la crítica y haciendo sustento en estudios anteriores de una manera ordenada. Esta información se puede obtener de distintas fuentes tales como libros, artículos científicos, revistas y otros trabajos académicos, los cuales proporcionan una visión sobre el tema investigación en la actualidad.

La revisión bibliográfica aplicada a este trabajo investigativo es variada, ya que está sustentada en artículos científicos, libros y revistas de los últimos cinco años, las cuales contribuyen en la comprensión de la gestión de la calidad y el servicio dirigido hacia el cliente, con la finalidad de analizar y comparar las similitudes de las teorías planteadas por diferentes autores con relación al tema de investigación.

## **2.2 Métodos**

### **2.2.1 Enfoque de la investigación**

Desde el punto de vista de Ortega (2018), un enfoque investigativo es un proceso sistemático que sirve como guía para determinar resultados coherentes, claros, objetivos y significativos dentro de la investigación, de esta manera el autor señala al enfoque cualitativo y al enfoque cuantitativo como parte del enfoque de la investigación.

#### **2.2.1.1 Cualitativo**

A criterio de Guerrero (2016), el enfoque cualitativo de investigación permite recolectar datos ligados al contexto estudiado sin medición numérica, profundizando en el entendimiento de los significados, asumiendo una realidad subjetiva, eficiente y conformada por variedad de contextos. El enfoque cualitativo considera el análisis profundo de los significados que forman parte del trabajo investigativo, además que se este enfoque se define dentro del paradigma positivista, capturando el punto de vista individual de cada sujeto.

#### **2.2.1.2 Cuantitativo**

De acuerdo con Fernández (2016), el enfoque cuantitativo de investigación se concentra en las mediciones numéricas de datos ligados al contexto de su estudio por medio de análisis estadísticos con la finalidad de comprobar hipótesis y establecer patrones de comportamiento. De esta manera, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos con el propósito de contestar preguntas de investigación y probar hipótesis preestablecidas.

Para este trabajo de investigación se considera el enfoque cualitativo y cuantitativo, haciendo uso del cualitativo para realizar una descripción de la situación actual del servicio que se brinda al cliente en las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo y de esta manera poder plantear las hipótesis, mientras que con el enfoque cuantitativo se conseguirá la comprobación de las hipótesis planteadas, por medio de la recolección de datos reales que se obtuvieron al aplicar una encuesta a los propietarios o administradores de estas empresas, de tal manera que ambos enfoques son fundamentales para la ejecución del proyecto propuesto.

### **2.2.2 Métodos de investigación**

De acuerdo con Corona (2016), los métodos de investigación son las herramientas que se utilizan en un trabajo investigativo con la finalidad de obtener y analizar datos, mediante el uso del cuestionario, entrevista, estudio de casos, ensayos, grupos de enfoque, muestreo, entre otras herramientas que sirven para la resolución de problemas específicos de una investigación, atendiendo las necesidades de la misma.

#### **2.2.2.1 Métodos teóricos**

A juicio de Corona (2016), los métodos teóricos permiten describir los componentes de un problema de investigación con los comportamientos y principales cualidades de estudio, tomando en cuenta el análisis ordenado de manera inductiva o deductiva, analítico o sintético, para la obtención de mejores resultados en el estudio de la investigación haciendo buen uso de la información recolectada para que la investigación beneficie a todos los participantes del estudio.

Los métodos teóricos aplicados a este trabajo investigativo son el método descriptivo, el hipotético-deductivo y el analítico-sintético, ya que permiten describir de manera razonable, metódica y clara los objetivos de investigación, de esta manera se obtiene un eficiente desarrollo teórico en la investigación.



#### **2.2.2.1.1 Método descriptivo**

Según Alban, Arguello & Molina (2020), el método descriptivo tiene un enfoque cualitativo en las investigaciones que buscan evaluar las características y comportamiento de los participantes en la investigación o de alguna situación en particular, para luego analizar e interpretar los datos recogidos y poder determinar que variables están relacionadas entre sí. Este tipo de método permite obtener datos precisos que se puedan aplicar en cálculos estadísticos, generando resultados de interés.

El método descriptivo se utilizó para describir el problema de investigación del servicio brindado a los clientes en las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, orientados a encontrar la mejor solución que sea posible; señalando el comportamiento de los involucrados en el estudio investigativo y evidenciando el aporte hacia la mejora de la calidad del servicio y gestión en la empresa.

#### **2.2.2.1.2 Método hipotético-deductivo**

De acuerdo con Corona (2016), el método hipotético-deductivo se encarga de la observación de la situación que se va a estudiar y plantea hipótesis que serán aceptadas o rechazadas. En este método se obtiene resultados congruentes debido a la deducción de sus hipótesis que van de lo particular a lo general o viceversa, con la finalidad de explicar los hechos acontecidos en la investigación.

Este método se aplica en este trabajo investigativo, ya que se plantea hipótesis que deberán ser comprobadas en relación a los datos de la encuesta realizada a los propietarios o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo y de esta manera determinar las mejores alternativas de solución para el estudio de investigación.

### **2.2.2.1.3 Método analítico-sintético**

A criterio de Corona (2016), el método analítico-sintético consiste en el desglose del tema de estudio de una investigación, con el propósito de observar las causas, naturaleza y los efectos para relacionarlos mediante la elaboración de una síntesis general que abarque todo el estudio. Este método parte del análisis de una investigación basado en el estudio de los hechos, con la finalidad de estudiar completamente un tema para luego sintetizarlo.

El método analítico-sintético en este trabajo investigativo se utilizará para analizar el comportamiento de los participantes en la investigación y sintetizar las distintas hipótesis manifestadas en el estudio. También el método analítico-sintético propone conclusiones de manera general, proyectando una visión clara de la gestión de la calidad como aporte positivo en la mejora de la calidad del servicio de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo.

### **2.2.2.2 Métodos empíricos**

Según García (2019), los métodos empíricos están basados en la experimentación, poniendo en práctica la observación de determinados hechos y su análisis estadístico. En este método se emplea la observación y por ende se formula una hipótesis que luego será comprobada para obtener una conclusión. Además, el método se basa en la recolección de datos confiables y precisos con la finalidad de comprobar hipótesis, presentar conclusiones específicas y realizar análisis, con fundamento en resultados precisos y medibles.

El método empírico aplicado a este trabajo investigativo es la encuesta, debido a que en la encuesta se solicita información a las personas a través de un cuestionario, que puede ser presentado de manera física o digital, que permite obtener información real y directa de los encuestados.

#### **2.2.2.2.1 Encuesta**

A opinión de Espinosa (2016), la encuesta es un instrumento que permite la recolección de datos, mediante la intervención de preguntas que se organizan en el cuestionario y que están relacionadas a la problemática de la investigación, de modo que entreguen la respuesta específica a lo que se pretende solucionar. La encuesta se llevará a cabo mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a los propietarios o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo. Esta técnica entrega información sobre los criterios, actitudes y comportamientos de los encuestados, con la finalidad de comprobar alguna hipótesis o descubrir una posible solución al problema. El procedimiento es estandarizado con el propósito de que cada persona encuestada responda evitando criterios hipotéticos.

La encuesta del proyecto de investigación está dirigido a 57 propietarios o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, está compuesta por 12 preguntas referentes a factores de planeación, desarrollo, verificación, ejecución y calidad del servicio, con el propósito de encontrar posibles fallos en la gestión de la calidad de las empresas hoteleras

#### **2.2.2.2.2 Observación**

A juicio de García (2019), la observación es saber analizar detenidamente un medio o situación en la que recurra la investigación, por medio de la observación visual realizada sin planificación previa, la cual consiste en una constatación directa, con la finalidad de notar conductas o eventos del tema estudiado. De tal manera, que al aplicar este método básico de la investigación se obtiene datos de gran importancia que sirven en el proceso de estudio.

La observación resulta un método fundamental en la aplicación de la investigación para verificar el estado actual del servicio que brindan a los clientes las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, así como también la evolución de sus procesos, la distribución de sus recursos, el comportamiento de los colaboradores.

### **2.2.2.3 Población y muestra**

Ventura (2017) menciona que, el termino población en estadística corresponde a un conjunto de elementos que forman parte del estudio de una investigación, estos elementos pueden ser objetos, acontecimientos o grupos de personas, es decir, que la población se refiere a un conjunto global o universo que comparten similares preferencias o características, con el propósito de obtener información concreta y verídica que aporte en la evolución de la investigación.

#### **2.2.2.3.1 Población finita**

La población finita a juicio de Espejo (2017), es aquella población que cuenta con dimensiones contables y definidas, es decir se conoce el tamaño total de individuos o del conjunto de ellos, por lo que su número de valores que la componen tiene un fin, se caracteriza por ser medible y permite una fácil identificación del tamaño de su población en el estudio investigativo. Su fórmula de cálculo del tamaño de muestra de la población finita es:

$$n = \frac{z^2 PQN}{z^2 PQ + Ne^2}$$

#### **2.2.2.3.2 Muestra**

De la misma manera Pastor (2019) manifiesta que, la muestra estadística es un subconjunto de datos que forman parte de una población, es decir que pertenece a una parte del conjunto total que se encuentra en estudio; por medio de la muestra se puede conocer características de interés y utilidad en la aplicación de la investigación, ya que la muestra debe tener la información deseada para poder obtenerla y esto se logra con la selección adecuada de la muestra, considerando el manejo cuidadoso y de calidad en la recopilación de datos.

### 2.2.2.3.3 Cálculo de la muestra

En el presente trabajo de investigación se considera la población finita, ya que se cuenta con una población de 57 representantes de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, haciendo referencia a propietarios o administradores de este tipo de empresas que se encargan de ofrecer el servicio de hospedaje, por ello se considera para la investigación la población finita total sin requerir de una muestra debido a que la población total es inferior a 100, no obstante se realizara el cálculo de la muestra.

Formula:

$$n = \frac{z^2 P Q N}{z^2 P Q + N e^2}$$

Donde:

- n= Tamaño de la muestra
- z= Nivel de confianza 95% (1,96)
- P= Probabilidad a favor de ocurrencia 50% (0,5)
- Q= Probabilidad en contra de la ocurrencia 50% (0,5)
- N= Población o universo (57)
- e= Nivel de error 5% (0,05)

$$n = 57$$

### 2.2.3 Validación del instrumento

Para validar la información de las encuestas realizadas y aplicadas a los propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, se procede a realizar el cálculo en Alfa de Cronbach en Excel, obteniendo los siguientes resultados:

#### 2.2.3.1 Alfa de Cronbach

A juicio de Núñez, Alvarado, Valles & Báez (2016), el Alfa de Cronbach es un indicador de fiabilidad que permite medir el nivel de confianza de una escala de datos, dando una medida de la correlación interna que tienen los reactivos que componen la escala.

Formula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- $\alpha$  = Coeficiente de confiabilidad del cuestionario
- $k$  = Número de ítems del instrumento (11)
- $\sum S_i^2$  = Sumatoria de las variables de los ítems (14,41)
- $S_T^2$  = Varianza total del instrumento (62,30)

Aplicación:

$$\alpha = \frac{11}{11 - 1} \left[ 1 - \frac{14,41}{62,30} \right]$$

$$\alpha = \frac{11}{10} [1 - 0,231]$$

$$\alpha = 1,100 [0,769]$$

$$\alpha = 0,845$$

El Alfa de Cronbach mide la consistencia de los reactivos, de modo que se realiza una encuesta como instrumento de investigación, teniendo como referencia una población de 57 personas propietarios y/o administradores pertenecientes a las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, conociendo que la población total es menor a 100 se considera la población finita total sin necesidad de elegir una muestra, teniendo 57 personas a ser encuestadas, el Alfa de Cronbach ocupa la muestra total para validar su fiabilidad, siendo 57 encuestas, basados en las 11 preguntas ordinales del instrumento de medición, la pregunta 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 y 11, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	57	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	57	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada*

*Elaborado por: Túquerres, Y. Resultaos obtenidos de SPSS.*

Tabla 4 Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,845	11

*Fuente: Encuesta aplicada*

*Elaborado por: Túquerres, Y. Resultados obtenidos de SPSS.*

## **Análisis**

Con los resultados obtenidos al aplicar el coeficiente de Alfa de Cronbach que dio como resultado 0,845 teniendo en cuenta 57 elementos analizados y 11 preguntas ordinales, se confirma la validez de la encuesta sosteniendo que nuestro instrumento es de excelente confiabilidad; asegurando que los ítems constan de consistencia y concordancia en la escala, ya que se dirigen en la misma dirección de confiabilidad.



## CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

El instrumento de encuesta se aplicó a los 57 propietarios y/o administradores de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza.

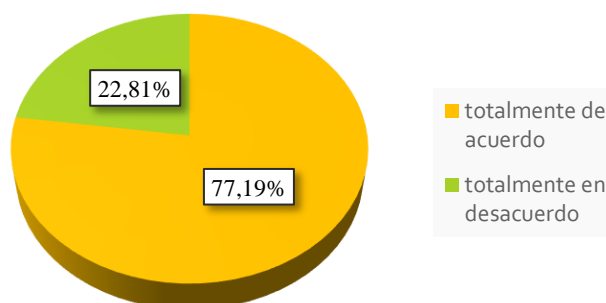
#### 1. ¿Considera usted que una correcta gestión de la calidad en su empresa permite mejorar el servicio de la misma?

Tabla 5 Gestión de la calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	44	77,19	77,19	77,19
	De acuerdo	0	0	0	77,19
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0	77,19
	En desacuerdo	0	0	0	77,19
	Totalmente en desacuerdo	13	22,81	22,81	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 5 Calidad hotelera



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### **Análisis e interpretación**

En base a los datos obtenidos se determina que, de los 57 propietarios y/o administradores encuestados de las empresas hoteleras en estudio, 44 personas correspondiente al 77,2% de los representantes de estas empresas de la ciudad de Puyo, están de acuerdo que una correcta gestión de la calidad en su empresa permitiría mejorar el servicio de la misma; mientras que, 13 personas correspondiente al 22,8% están totalmente en desacuerdo con esta idea. Con la información anterior, se afirma que, la mayoría de los administradores y/o propietarios de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, consideran que al hacer uso de una correcta gestión de la calidad en las empresas hoteleras que administran les permita mejorar sus servicios.

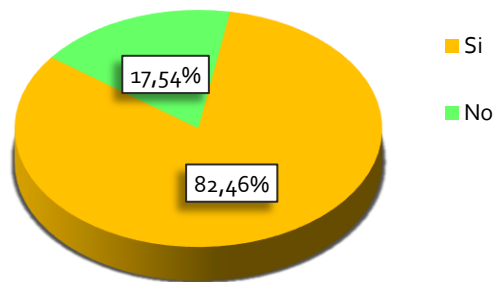
**2. ¿Considera usted que la calidad hotelera contribuye a su crecimiento empresarial dentro del sector al que pertenece?**

Tabla 6 Calidad hotelera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	47	82,5	82,5	82,5
	No	10	17,5	17,5	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 6 Gestión de la calidad en la empresa



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo, con los datos recopilados de las encuestas, se afirma que, de los 57 propietarios y/o administradores encuestados de las empresas hoteleras en estudio, 47 representantes correspondientes al 82,5% de la muestra, respondieron que, si consideran que la calidad hotelera contribuye en beneficio de su crecimiento empresarial; mientras que, 10 de ellos que representan al 17,5% respondieron que no. Por consiguiente, la mayoría de los encargados de estas empresas hoteleras si consideran que la calidad presente en el servicio hotelero aporta en beneficio al crecimiento empresarial del sector al que pertenecen, teniendo en cuenta que la calidad hotelera se refleja en la fiabilidad, rapidez, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, competencia, comunicación, y lo más importante en adquirir conocimiento del consumidor, pues todos estos aspectos participan de manera comprometida en satisfacer al cliente, logrando mejorar los servicios que ofrecen las empresas hoteleras en periodos de tiempo adecuados, obteniendo diferenciación de otros establecimientos y convirtiéndose en lugares referentes de su sector.

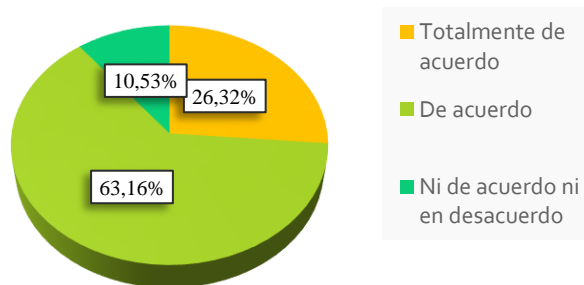
**3. ¿Considera Ud. que cumplir con factores de la calidad en su empresa permite mejorar la calidad del servicio de la misma?**

Tabla 7 Factores de la calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	15	26,3	26,3	26,3
	De acuerdo	36	63,2	63,2	89,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10,5	10,5	100
	En desacuerdo	0	0	0	100
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 7 Factores de la calidad



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

**Análisis e interpretación**

En base a los datos obtenidos se determina que, 36 propietarios y/o administradores que corresponde al 63,2% está de acuerdo que cumplir con factores de la calidad en su empresa permite mejorar la calidad en el servicio de la misma; seguido por 15 de los representantes que corresponde al 26,3% está totalmente de acuerdo; mientras que, 6 de los representantes que corresponde al 10,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta idea. Por consiguiente, la mayoría de los encuestados afirman que cumplir con factores de la calidad tales como confiabilidad, accesibilidad, empatía, garantía, entre otros factores comprometidos en satisfacer al cliente, permitiría mejorar la calidad del servicio de la empresa hotelera.

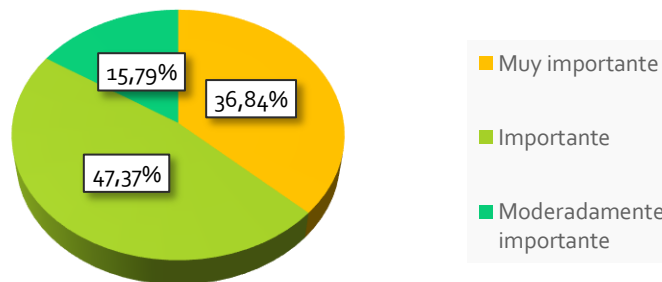
**4. ¿Qué tan importante considera Ud. sincronizar los servicios del hotel con las necesidades de los clientes?**

Tabla 8 Sincronizar los servicios del hotel con los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	21	36,8	36,8	36,8
	Importante	27	47,4	47,4	84,2
	Moderadamente importante	9	15,8	15,8	100
	De poca importancia	0	0	0	100
	Sin importancia	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 8 Sincronizar los servicios del hotel con los clientes



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

**Análisis e interpretación**

Con los datos obtenidos, se deduce que 27 propietarios y/o administradores que corresponde al 47,4% considera importante sincronizar los servicios del hotel con las necesidades de los clientes, 21 de los representantes de las empresas hoteleras que corresponde al 36,8% lo considera muy importante y 9 de los representantes que corresponde al 15,8% lo considera moderadamente importante. Por consiguiente, se determina que en su mayoría los administradores y/o propietarios de estas empresas están muy conscientes de que las necesidades de los clientes son la prioridad para la empresa que tiene la obligación de sincronizar sus servicios con la atención a estos requerimientos, pues la empresa hotelera tiene que estar preparada para saber llevar de la mejor manera cualquier requerimiento que el cliente exija.

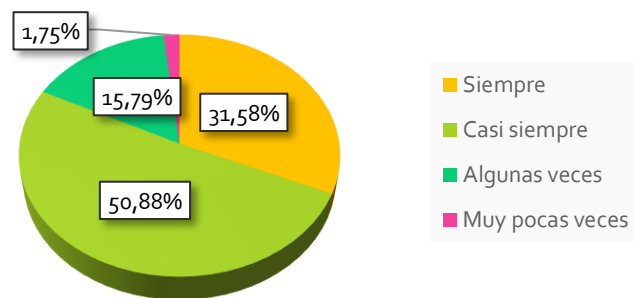
## 5. ¿El personal de su empresa posee todos los recursos materiales necesarios para desarrollar su trabajo?

Tabla 9 Disponibilidad de recursos materiales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	18	31,6	31,6	31,6
	Casi siempre	29	50,9	50,9	82,5
	Algunas veces	9	15,8	15,8	98,2
	Muy pocas veces	1	1,8	1,8	100
	Nunca	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 9 Disponibilidad de recursos materiales



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada se obtuvo que, 29 propietarios y/o administradores que corresponde al 50,9% considera que el personal de su empresa casi siempre posee los recursos materiales necesarios para desempeñar su trabajo, seguido de 18 representantes que corresponde al 31,6% considera que el personal de su empresa siempre posee los recursos materiales necesarios, mientras que 9 de los representantes de las empresas hoteleras que corresponde al 15,8% considera que algunas veces el personal que labora en la empresa posee los recursos materiales necesarios y tan solo 1 persona representante de la empresa hotelera correspondiente al 2% considera que muy pocas veces el personal que labora en la empresa posee los recursos materiales que necesita. Por lo tanto, en su mayoría los propietarios o personas encargadas de administrar las empresas hoteleras se encuentran gestionando los recursos materiales necesarios, con el objetivo de que el personal que labora en la empresa pueda desempeñar sus actividades de forma eficiente y oportuna.

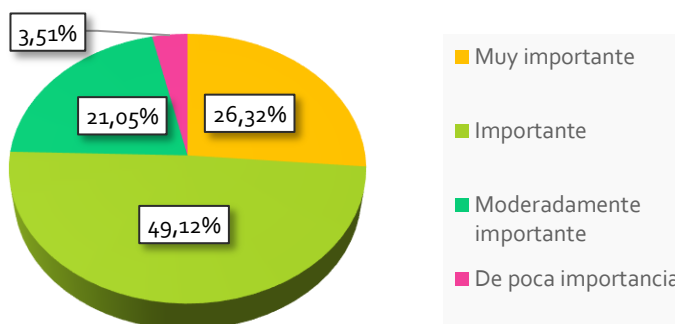
## 6. ¿Qué tan importante considera planificar los servicios que ofrece la empresa hotelera?

Tabla 10 Planificación de los servicios de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	15	26,3	26,3	26,3
	Importante	28	49,1	49,1	75,4
	Moderadamente importante	12	21,1	21,1	96,5
	De poca importancia	2	3,5	3,5	100
	Sin importancia	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 10 Planificación de los servicios de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestadas se obtuvo que, 28 propietarios y/o administradores que corresponde al 49,1% consideran importante planificar los servicios que ofrece la empresa hotelera, seguido de 15 encuestados que corresponde al 26,3% que considera muy importante planificar sus servicios, mientras que 12 personas encuestadas correspondiente al 21,1% lo consideran moderadamente importante y tan solo 2 de los encuestados que corresponde al 3,5% lo consideran de poca importancia. De modo que, la mayoría de las personas encuestadas creen que es de vital importancia mantener una correcta planificación de los servicios dentro de la empresa hotelera, permitiendo el correcto funcionamiento de la misma.

## 7. ¿Considera usted que el servicio hotelero tendría que mostrar interés con el medio ambiente?

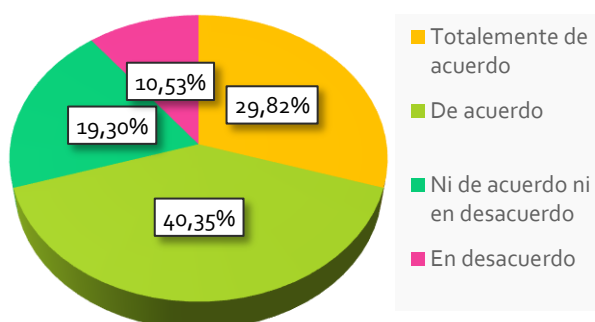
Tabla 11 Sector hotelero colabora con el medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	17	29,8	29,8	29,8
	De acuerdo	23	40,4	40,4	70,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	19,3	19,3	89,5
	En desacuerdo	6	10,5	10,5	100
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 11 La calidad del servicio asegura satisfacer al cliente



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

En base a la información generada se obtuvo que, 23 administradores y/o propietarios de las empresas hoteleras correspondiente al 40,4% aseguran estar de acuerdo que el servicio hotelero tendría que mostrar interés con el medio ambiente, 17 de los encuestados que corresponde al 29,8% están totalmente de acuerdo, seguido de 11 de los encuestados que corresponde al 19,3% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo; mientras que, 6 de los encuestados correspondiente al 10,5% están en desacuerdo con esta idea. De modo que, la mayoría de los propietarios y/o administradores de estas empresas en estudio están muy conscientes de que los servicios que presta el sector hotelero tienen que ser sostenibles con el medio ambiente, demostrando de esta manera interés por el medio del cual se benefician.



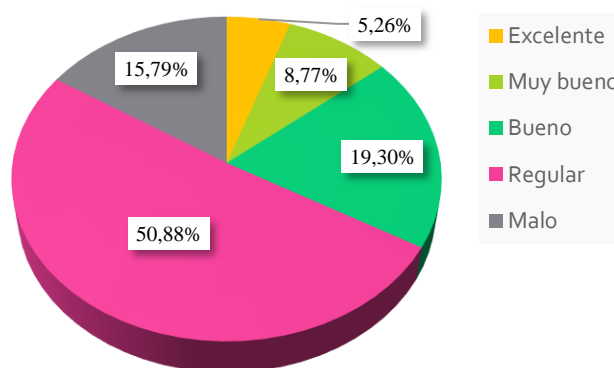
## 8. ¿Cómo considera usted la acogida de los turistas al sector hotelero de la ciudad de Puyo?

Tabla 12 Nivel de aceptación de los turistas al sector hotelero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Excelente	3	5,3	5,3	5,3
	Muy bueno	5	8,8	8,8	14,0
	Bueno	11	19,3	19,3	33,3
	Regular	29	50,9	50,9	84,2
	Malo	9	15,8	15,8	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 12 Nivel de aceptación de los turistas al sector hotelero



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

En base a la información recabada se determina que, 29 propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad que corresponde al 50,9% considera regular la acogida que los turistas tienen con las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, 11 de los encuestados correspondiente al 19,3% lo considera bueno, 9 de los encuestados correspondiente al 15,8% lo considera malo, 5 de los encuestados correspondiente al 8,8% lo considera muy bueno; mientras que, 3 de las personas encuestadas correspondiente al 5,3% considera excelente la acogida de los turistas a las empresas hoteleras que tiene la ciudad de Puyo. Por consiguiente, la mayoría de las personas propietarios y/o administradores consideran que la acogida de los turistas a las empresas hoteleras que existen en la ciudad de Puyo es regular, lo cual genera posibles pérdidas económicas para la empresa.

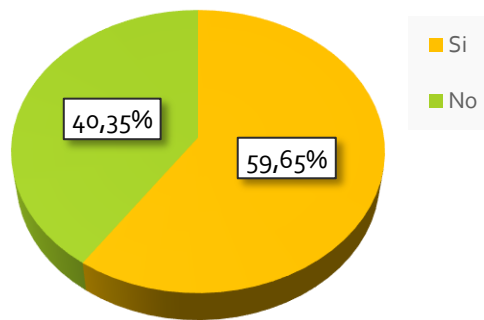
**9. ¿Considera Ud. que el sector turístico influye en el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrecen las empresas hoteleras de la ciudad?**

Tabla 13 Sector turístico beneficia a empresas hoteleras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	34	59,6	59,6	59,6
	No	23	40,4	40,4	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 13 Sector turístico beneficia a empresas hoteleras



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

**Análisis e interpretación**

Con la información generada se determina que, 34 de las personas encuestadas que corresponde al 59,6% si considera que el sector turístico influye en el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrecen las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo; mientras que, 23 de los encuestados correspondiente al 40,4% considera que eso no influye. De modo que la mayoría de los propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad creen que el sector turístico contribuye al mejoramiento de la calidad en el servicio que ofrecen las distintas empresas hoteleras de la ciudad de Puyo.

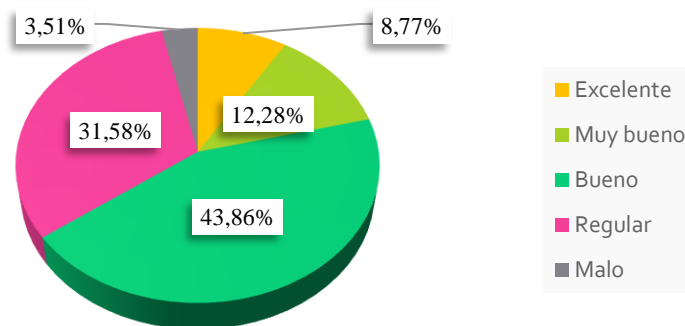
## 10. ¿Cómo valoraría el respaldo que el sector turístico brinda a las empresas hoteleras de la localidad?

Tabla 14 Respaldo del sector turístico a las empresas hoteleras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	5	8,8	8,8	8,8
	Muy bueno	7	12,3	12,3	21,1
	Bueno	25	43,9	43,9	64,9
	Regular	18	31,6	31,6	96,5
	Malo	2	3,5	3,5	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 14 Respaldo del sector turístico a las empresas hoteleras



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

En base a la información recabada se manifiesta que, 25 propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo que corresponde al 43,9% considera bueno el respaldo que el sector turístico brinda a las empresas hoteleras de la localidad, 18 de los encuestados que corresponde al 31,6% lo considera regular, 7 de los encuestados correspondiente al 12,3% lo considera muy bueno, mientras que 5 de los encuestados que corresponde al 8,8% lo considera excelente y tan solo 2 de las personas encuestadas que corresponde al 3,5% considera malo el respaldo que el sector turístico brinda a las empresas hoteleras de la localidad. Por consiguiente, la mayoría de propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad, consideran que el respaldo que el sector turístico brinda a sus empresas es bueno y beneficia al trabajo sostenido de ambos sectores.

## 11. ¿Considera usted que mejorar la calidad del servicio hotelero permite fidelizar al cliente?

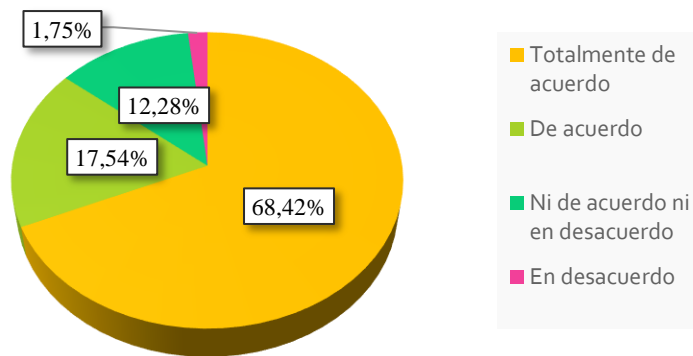
Tabla 15 Servicio hotelero dirigido al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	39	68,42	68,42	68,42
	De acuerdo	10	17,54	17,54	85,96
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	12,28	12,28	98,25
	En desacuerdo	1	1,75	1,75	100
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 15 Sector hotelero colabora con el medio ambiente



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada se obtuvo que, 39 propietarios y/o administradores que corresponde al 68,4% de los encuestados, están totalmente de acuerdo que al mejorar la calidad del servicio hotelero les permite fidelizar al cliente, 10 de los encuestados que corresponde al 12,3% están de acuerdo, 7 de los encuestados que corresponde al 14% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo simplemente confían que la calidad del servicio con la que cuentan es la necesaria; mientras que tan solo 1 encuestado correspondiente al 1,75% está en desacuerdo y se conforma con mantener en función a la empresa con los servicios que disponen actualmente. Por consiguiente, la mayoría de representantes de estas empresas en estudio están muy conscientes de que al mejorar la calidad del servicio hotelero permite fidelizar al cliente, ofreciendo un excelente servicio que le genere una buena experiencia y aceptación hacia la empresa hotelera.

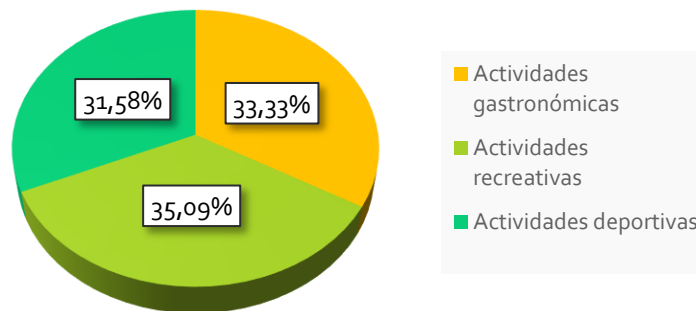
## 12. ¿Qué actividades de entretenimiento estaría dispuesto a ofrecer como servicio complementario de la empresa hotelera?

Tabla 16 Actividades como servicio complementario de la empresa hotelera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Actividades gastronómicas	19	33,3	33,3	33,3
	Actividades recreativas	20	35,1	35,1	68
	Actividades festivas	0	0	0	68,4
	Actividades deportivas	18	31,6	31,6	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Figura 16 Actividades como servicio complementario de la empresa hotelera



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Túquerres, Y.

### Análisis e interpretación

Con los datos obtenidos se obtuvo que, 20 propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo que corresponde al 35,1% estaría dispuesto a ofrecer actividades recreativas como servicio complementario de la empresa, 19 de los encuestados que corresponde al 33,3% ofrecería actividades gastronómicas; mientras que 18 de los encuestados que corresponde al 31,6% estaría dispuesto a ofrecer actividades deportivas como servicio complementario de la empresa. Por consiguiente, la mayoría de las personas encuestadas creen que complementar actividades recreativas como servicio adicional de entretenimiento en las empresas hoteleras permitiría mejorar el servicio y por ende la calidad del mismo generando la satisfacción del cliente.

### 3.2 Verificación de hipótesis

En la investigación, las hipótesis deben establecerse en función de sujetos, situaciones o magnitudes referentes a su verificación. De modo que, si se afirma algo que no puede probarse o ser verificado, no existe una hipótesis científica; de modo que, una hipótesis se comprueba si es falsa o verdadera, mediante la observación, experimentación, análisis estadístico o la encuesta.

Para verificar la hipótesis se realiza primeramente la correlación de las variables dependiente e independiente, referentes a las preguntas ordinales que tiene la encuesta. Para la correlación de las variables se aplica el coeficiente de Pearson.

#### 3.2.1 Coeficiente de Pearson

Hernández, Espinosa & Peñaloza (2018) menciona que, el coeficiente de correlación de Pearson permite medir el grado de relación que tienen las variables entre sí, considerando que existe una correlación entre las variables cuando los resultados son mayor a cero positivos; mientras que, cuando el resultado es cero no hay una correlación, es decir que la variable independiente y la variable dependiente tienen una relación nula.

La aplicación del coeficiente de Pearson se realizó en el software SPSS obteniendo como resultado la siguiente tabla:

Tabla 17 Correlaciones de las variables independiente y dependiente

		VI	VD
VI	Correlación de Pearson	1	,840**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	57	57
VD	Correlación de Pearson	,840**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	57	57

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y. Resultados obtenidos de SPSS.

## **Interpretación**

Al realizar la aplicación del coeficiente de Pearson, se correlacionan las variables independiente y dependiente, considerando las preguntas ordinales de la encuesta; de manera que, la correlación de las variables se muestra positiva cuando el coeficiente de Pearson es mayor a cero demostrando variables que se correlacionan adecuadamente. De esta manera, se obtuvo una significancia bilateral de alta intensidad con un valor de correlación de 0,838 que señala una correspondencia directa entre las variables de la investigación.

### **3.2.2 Chi Cuadrado ( $\chi^2$ )**

De esta manera, la verificación de la hipótesis se realizará a través de la prueba de estadística descriptiva mencionada prueba de Chi Cuadrado ( $\chi^2$ ), utilizada principalmente para comprobar hipótesis basándose en el análisis de variables cualitativas, correspondiéndole al investigador comprobar hipótesis, diferenciando las variables y observando el grado de correlación entre las frecuencias observadas con las frecuencias esperadas, precisando el desarrollo de un análisis estadístico confiable que faculte al investigador la elección de decisiones acertadas con enfoque en las variables de estudio, así lo menciona Moreno (2017).

### **3.2.3 Hipótesis de investigación**

La gestión de la calidad mejora el servicio en el sector hotelero de la ciudad de Puyo.

Variable independiente: gestión de la calidad

Variable dependiente: servicio hotelero dirigido al cliente

### **3.2.4 Planteamiento de la hipótesis**

Hipótesis nula:

Ho: La gestión de la calidad **NO** mejora el servicio en el sector hotelero de la ciudad de Puyo.

Hipótesis alternativa:

H1: La gestión de la calidad **SI** mejora el servicio en el sector hotelero de la ciudad de Puyo.

### **3.2.5 Nivel de confianza**

El nivel de confianza es el nivel de precisión o la probabilidad con la que el investigador desarrolla su estudio, es decir que indica el porcentaje requerido para realizar la estimación de un parámetro por medio de un estadístico muestral.

Los niveles de confianza habituales en los trabajos de investigación son el 95% usado en la aplicación de todas las ciencias y 99% en temas de calidad y producción. De modo que, el nivel de confianza utilizado para esta investigación es del 95% debido que representa un resultado relevante, pues se observa 5 oportunidades de 100 de rechazar una hipótesis y un 95% de confianza que elegimos una decisión correcta.

### **3.2.6 Prueba estadística de la investigación**

La prueba estadística de investigación Chi cuadrado demuestra si la variable independiente tiene relación con la variable dependiente, en base a los datos obtenidos de la encuesta que se aplicó a los propietarios y/o administradores de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo.



Formula:

$$x^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Simbología:

$x^2 =$  Chi cuadrado

$f_o =$  Frecuencia observada

$f_e =$  Frecuencia esperada

### 3.2.7 Comprobación de hipótesis

#### Encuesta

1. ¿Considera usted que una correcta gestión de la calidad en su empresa permite mejorar el servicio de la misma?

Tabla 18 Gestión de la Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	44	77,19	77,19	77,19
	De acuerdo	0	0	0	77,19
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0	77,19
	En desacuerdo	0	0	0	77,19
	Totalmente en desacuerdo	13	22,81	22,81	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y

11. ¿Considera usted que mejorar la calidad del servicio hotelero permite fidelizar al cliente?

Tabla 19 Servicio hotelero dirigido al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Totalmente de acuerdo	39	68,42	68,42	68,42
	De acuerdo	10	17,54	17,54	85,96
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	12,28	12,28	98,25
	En desacuerdo	1	1,75	1,75	100
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	100
	Total	57	100	100	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y

### 3.2.7.1 Frecuencias observadas

Tabla 20 Frecuencias observadas

N°	alternativas	totalmente de acuerdo	de acuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	en desacuerdo	totalmente en desacuerdo	total
<b>1</b>	Gestión de la calidad	44	0	0	0	13	57
<b>11</b>	Servicio al cliente	39	10	7	1	0	57
	total	83	10	7	1	13	114

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y

### 3.2.7.2 Frecuencias esperadas

Tabla 21 Frecuencias esperadas

N°	alternativas	totalmente de acuerdo	de acuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	en desacuerdo	totalmente en desacuerdo	total
<b>1</b>	Gestión de la calidad	41,5	5	3,5	0,5	6,5	57
<b>11</b>	Servicio al cliente	41,5	5	3,5	0,5	6,5	57
	total	83	10	7	1	13	114

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Túquerres, Y

### 3.2.7.3 Grados de libertad

En la prueba estadística Chi cuadrado los grados de libertad son el número de filas menos uno y multiplicado por el número de columnas menos uno.

$$gl = (c - 1)(f - 1)$$

$$gl = (4 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = 3$$

### 3.2.7.4 Cálculo del Chi cuadrado calculado

$$x^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

$$x^2 = \sum \frac{(44 - 41,5)^2}{41,5} + \frac{(39 - 41,5)^2}{41,5} + \frac{(0 - 5)^2}{5} + \frac{(10 - 5)^2}{5} + \frac{(0 - 3,5)^2}{3,5} \\ + \frac{(7 - 3,5)^2}{3,5} + \frac{(0 - 0,5)^2}{0,5} + \frac{(1 - 0,5)^2}{0,5} + \frac{(13 - 6,5)^2}{6,5} + \frac{(0 - 6,5)^2}{6,5}$$

$$x^2 = 0,151 + 0,151 + 5 + 5 + 3,5 + 3,50 + 0,5 + 0,5 + 6,5 + 6,5$$

$$x^2_c = 31,302$$

### 3.2.7.5 Chi cuadrado en la tabla

Ilustración 1 Tabla Prueba de Chi cuadrado

DISTRIBUCION DE  $\chi^2$

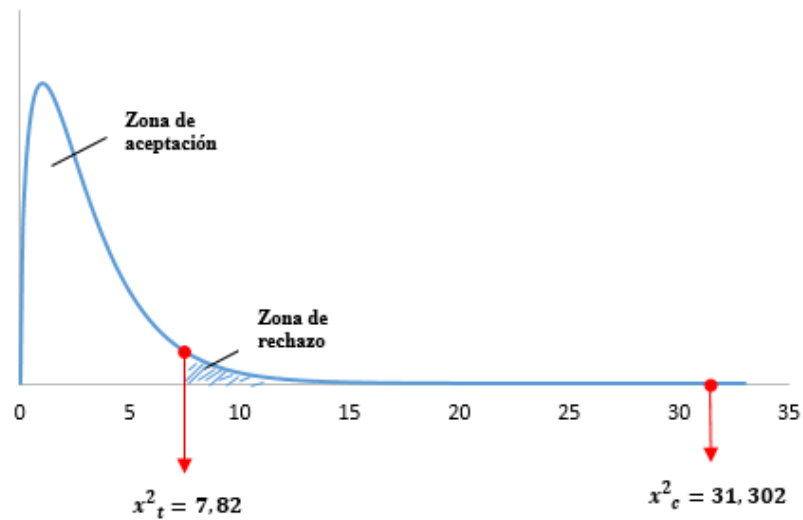
Grados de libertad	Probabilidad											
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001	
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83	
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82	
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27	
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47	
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52	
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46	
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32	
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12	
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,68	16,92	21,67	27,88	
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59	
	No significativo								Significativo			

Fuente: Gutierrez (2015)

$$\chi^2_t = 7,82$$

### 3.2.7.6 Campana de Gauss

Figura 17 Campana de Gauss



Elaborado por: Túquerres, Y

### 3.2.7.7 Decisión final

Observando la figura anterior se considera que el valor del Chi cuadrado obtenido de la tabla es de 7,82 teniendo como referencia tres grados de libertad y un margen de error de 0,05; mientras que el Chi cuadrado calculado es de 31,30. De modo que, rechazo la hipótesis nula y acepto la hipótesis alternativa ya que  $x^2_{Calculado} \geq x^2_{Tabla}$ . Por tal razón, la gestión de la calidad **SI** mejora el servicio en el sector hotelero de la ciudad de Puyo.

## **CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1 Conclusiones**

Al finalizar este proyecto de investigación realizado en las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo y con el apoyo de las personas representantes de las mismas, se identificó que los establecimientos de alojamiento situados en la ciudad de Puyo presentan una aceptable ocupación en la capacidad habitacional con la que cuenta cada una de estas empresas, brindando el servicio de hospedaje a las personas que visiten lugares de la localidad, pretendiendo mejorar su rentabilidad mediante el uso correcto de la gestión de la calidad acoplada en los procesos que permiten desarrollar beneficio al usuario, para de esta manera optimizar las prestaciones a sus clientes y motivar su interés por el servicio que proporcionan las organizaciones hoteleras de la ciudad de Puyo.

Se observó que las empresas dedicadas a brindar el servicio de alojamiento ubicadas en la ciudad de Puyo, muestran disposición en cumplir con factores de la calidad establecidos en cada uno de los procesos que cumple el servicio hotelero, con el afán de estar direccionados al cumplimiento de las necesidades del cliente y por ende fidelizar a las personas que dan preferencia a las empresas hoteleras de la ciudad haciendo uso de sus instalaciones, orientándose al mejoramiento de la calidad del servicio que entregan al cliente.

Las personas representantes de las empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo se encuentran interesados en gestionar la calidad de sus empresas con el afán de que, al emplear el modelo de gestión de la calidad propuesto en el proyecto investigativo les permita mejorar la calidad en los procesos que conllevan a generar el servicio hotelero y de esta manera renovar el compromiso de atención en los servicios que brindan a los huéspedes.

Así también, se determinó que el 83% de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo reconocen que sincronizar los servicios del hotel con las necesidades de los clientes es fundamental para el funcionamiento de sus negocios.

Además, se identificó que el 68% de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo tienen que fijar mayor atención en disponer de los recursos materiales que sean necesarios al personal encargado de realizar las actividades correspondientes al servicio que presta cada institución, para que de esta manera el personal que labora en la empresa desarrolle su trabajo sin presentar demoras o irregularidades.

#### **4.2 Recomendaciones**

Se recomienda analizar opciones de entretenimiento que sean adaptables y beneficiosas al funcionamiento de la empresa hotelera y de interés para los clientes.

Además, que es importante ofrecer como servicio complementario actividades recreativas, gastronómicas, deportivas o festivas como parte funcional de la empresa hotelera, para motivar el interés de las personas y fomentar visitas recurrentes para disfrutar de las actividades que estas disponen; de modo que, tanto la empresa como el cliente se sientan satisfechos con lo que han obtenido.

Se recomienda perfeccionar el compromiso que tiene el empresario hotelero con el cuidado y sostenibilidad de los recursos naturales del medio ambiente, brindando seguridad al turismo y al entorno que lo rodea, pues otorga beneficios mutuos, por tal razón hay que considerarla totalmente importante. Además, que uno de los aspectos con más importancia en la actualidad es el respeto a la naturaleza y la responsabilidad ambiental.

Es decir, que las empresas pertenecientes al sector hotelero tienen que demostrar responsabilidad con el medio ambiente.

## 4.2.1 Propuesta

### 4.2.1.1 Datos informativos

- **Tema:**

Proponer un modelo de gestión de la calidad basado en el método del Ciclo de Deming que permita una mejora continua de la calidad en el servicio de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo.

- **Institución ejecutada:**

Sector hotelero de la ciudad de Puyo

- **Beneficiarios:**

Empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo.

- **Ubicación:**

Ciudad de Puyo

### 4.2.1.2 Antecedentes de la propuesta

En los últimos años, el sector hotelero de la ciudad de Puyo, ha experimentado un cambio visible en la prestación de sus servicios hacia los turistas que acceden a cada uno de los establecimientos de la localidad, debido a que los usuarios buscan lugares que brinden comodidad y un buen servicio. Sin embargo, la mayoría de las empresas hoteleras, operan de manera poco profesional y no cuentan con un modelo de gestión de la calidad que les permita mejorar continuamente el servicio que ofrecen.



Según Naranjo (2015), las cifras turísticas presentadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, identifican al turismo como segundo generador de empleo, ya que sirve como instrumento de desarrollo económico y social del país, luego de la agricultura. Por esta razón, el turismo representa un sector estratégico para el Ecuador y rentable para las empresas hoteleras del país. La Organización Mundial del Turismo (2015) explica, que la contribución del turismo al bienestar económico, depende de la calidad y de los servicios que el sector ofrezca.

Según el Ministerio de Turismo (2019), el sector hotelero en el Ecuador crece constantemente al igual que la actividad turística, que es una de las fuentes comerciales más rentables y tiene relación directa con el funcionamiento de las empresas hoteleras.

Herrera (2015) afirma, que la industria hotelera es el principal medio para incrementar la exportación de servicios, cuando la exportación de bienes disminuye; este tipo de acciones son visibles en otros países, que aplican inversión en proyectos de turismo y por ende perciben crecimiento económico visible en el sector hotelero.

El Ecuador Travel (2020) considera, que el sector hotelero se beneficia del turismo que existe en el Ecuador, conocido también como “país de los cuatro mundos”, por la diversidad que muestra en las cuatro regiones naturales que abarca el país, tales como: la región Costa o Litoral, región Sierra o Interandina, región Oriental o Amazónica y región Insular o Galápagos. Para la región amazónica, la industria hotelera se constituye en un componente esencial, para el crecimiento económico de las provincias amazónicas; que ponen en práctica el servicio de turismo y alojamiento sostenible, para el incremento de emprendimientos de turismo locales, garantizando el equilibrio entre el desarrollo económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

El Ministerio de Turismo (2020) explica, que por medio del boletín de feriados registrados en el año 2019, hubo un incremento de turistas internos (nacionales) y por ende la dinamización de la economía en el país. Por esta razón, el sector hotelero reconoce que los días feriados contribuyen en la activación de su actividad comercial. Según la revista Vistazo (2019), las cifras iniciales de la Coordinación General de Estadística e Investigación, del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2018), indica que más de medio millón de turistas nacionales se desplazan a lo largo del país para disfrutar en fechas de descanso; por lo que, se estima que más de la mitad de los

turistas, es decir, el 53% de personas prefieren viajar a la región Sierra; el 43% prefieren la región Costa y tan solo el 4% visitan la región Amazónica, lo cual representa aproximadamente unas 20.906 personas ecuatorianas que se movilizan por turismo a la región amazónica.

Mientras tanto, según datos recogidos del Ministerio de Turismo (2019), se identifica el registro de las entradas de turistas internacionales al Ecuador, detalladas a continuación:

Tabla 22 Registro estadístico de entradas internacionales en 2018 y 2019 al Ecuador

MOVIMIENTOS INTERNACIONALES	AÑOS	EXTRANJEROS	PORCENTAJE	RESULTADO
Entradas	2018	2'427.660	54,29%	2019 ↓ 8,58% vs. 2018
	2019	2'043.993	45,71%	

Fuente: Ministerio de Turismo (2019)

Elaborado por: Yuxara Túquerres

Con los datos obtenidos de la Tabla 22, que contiene la entrada de turistas extranjeros al Ecuador en los últimos dos años; se puede evidenciar que, en el año 2019, hay un decremento del 8,58% de llegada de turistas extranjeros, con relación al año 2018. Lo cual representa aproximadamente unas 383.667 personas extranjeras que no volvieron a ingresar al Ecuador en el año 2019.

Además, según datos del (INEC, 2019) se registra el número de personas extranjeras que ingresan al Ecuador por distintos motivos en el año 2019.

Tabla 23 Registro estadístico de entradas de extranjeros según motivo de viaje.

MOTIVO DE VIAJE	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Turismo	1375859	67,31%
Residencia	241420	11,81%
Eventos	151679	7,42%
Negocio	69503	3,40%
Estudios	4906	0,24%
Otro	200536	9,81%
TOTAL	2'043.993	100%

Fuente: INEC (2019)

Elaborado por: Túquerres Y.

Con los datos obtenidos de la tabla 23, se determina que 2'043.993 personas extranjeras ingresaron al país en el año 2019, considerando que la mayor entrada de personas extranjeras al Ecuador en el año 2019, fue por motivos de turismo

representando el 67,31% de turistas que corresponde a 1'375.859; mientras que, tan solo el 0,2% de personas extranjeras que ingresaron al país fue por motivos de estudio.

Según datos proporcionados por el (INEC, 2019) muestra las nacionalidades de las personas extranjeras que han ingresado en el año 2019 al Ecuador.

Tabla 24 Registro estadístico de entradas de extranjeros según nacionalidad.

NACIONALIDAD DE EXTRANJEROS	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Venezuela	508954	24,9%
Estados Unidos	402667	19,7%
Colombia	310687	15,2%
Perú	145124	7,1%
España	120596	5,9%
Chile	40880	2,0%
Canadá	38836	1,9%
Alemania	36792	1,8%
Argentina	36792	1,8%
México	32704	1,6%
Resto de países	369963	18,1%
TOTAL	2043993	100,0%

Fuente: INEC (2019)

Elaborado por: Túquerres Y.

Con los datos obtenidos de la tabla 24, se determina que 2'043.993 personas extranjeras ingresaron al país en el año 2019, considerando que la mayor entrada de personas extranjeras al Ecuador en el año 2019, fueron de nacionalidad venezolana representando el 24,9% de personas de esta nacionalidad que corresponde a 508.954 venezolanos; mientras que, 327.704 personas extranjeras representado al 1,6% procedentes de México ingresaron al país en el año 2019.

Según (Naranjo, 2015) las cifras turísticas presentadas en el Ecuador identifican al turismo como segundo generador de empleo luego de la agricultura y sirve como instrumento de desarrollo económico y social del país, este servicio se ofrece con seguridad, calidad, destinos y productos, en los que se señala la seguridad para generar confianza y es donde se encentra al hospedaje junto con otros factores de interés para el turista (cliente, huésped).

En el Ecuador, existen aproximadamente 4.211 establecimientos de hospedaje entre micro, pequeñas, medianas y grandes empresas hoteleras registradas hasta el año 2019, según datos estadísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo (2019).

Para tener mejor conocimiento acerca del número de establecimientos de alojamiento del Ecuador, registrados por el Ministerio de Turismo, se presenta lo siguiente:

Tabla 25 Establecimientos de alojamiento en el Ecuador al año 2019

No	Provincias del Ecuador	Número de establecimientos de alojamiento	Porcentaje por cantidades
1	PICHINCHA	922	21,90
2	MANABI	358	8,50
3	GALAPAGOS	321	7,62
4	AZUAY	310	7,36
5	SANTA ELENA	315	7,48
6	TUNGURAHUA	216	5,13
7	GUAYAS	177	4,20
8	ESMERALDAS	193	4,58
9	IMBABURA	160	3,80
10	NAPO	157	3,73
11	LOJA	136	3,23
12	EL ORO	119	2,83
13	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	98	2,33
14	COTOPAXI	106	2,52
15	SUCUMBIOS	111	2,64
16	CHIMBORAZO	96	2,28
17	ORELLANA	87	2,07
18	MORONA SANTIAGO	73	1,73
19	PASTAZA	73	1,73
20	CAÑAR	43	1,02
21	ZAMORA CHICHIPE	38	0,90
22	LOS RIOS	36	0,85
23	CARCHI	33	0,78
24	BOLIVAR	33	0,78
	TOTAL	4211	100

*Fuente: Ministerio de Turismo (2019)  
Elaborado por: Túquerres Y.*

De acuerdo con los datos de la Tabla 25, que contiene el número de establecimientos de alojamiento en el país, registrados por el Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2018; se determina que la provincia de Pichincha, capital del Ecuador, dispone del mayor número de establecimientos de alojamiento, con el 21,90% de hoteles, hosterías, hostales, lodges, campamentos turísticos, etc., que representa a los 922 lugares para hospedarse, en relación con las demás provincias del país. Mientras que, la provincia de Bolívar dispone del menor número de establecimientos de alojamiento, presentando el 0,78% que señala los 33 lugares para hospedarse que tiene en toda su localidad.

Por otra parte, Pastaza forma parte de las provincias del Ecuador que dispone de pocos lugares de alojamiento para turistas, presentando el 1,73% que describe a los 73 establecimientos de hospedaje que tiene toda la provincia de Pastaza.

Según la Organización Mundial de Turismo (2019), la principal actividad económica de la región amazónica es el turismo sostenible, ya que los lugares que ofrecen el servicio de alojamiento y turismo, son amigables con el medio natural que los rodea, obteniendo beneficios de la amazonia y generando desarrollo económico para la localidad, por medio del apoyo a nuevos emprendimientos y con la inversión en nuevos proyectos inmobiliarios dedicados a la industria hotelera en el sector amazónico.

Pastaza, es la provincia más extensa del Ecuador y según datos del INEC (2010) en el territorio pastacense habitan 84.000 personas aproximadamente, siendo la segunda provincia menos poblada del país, que está constituida por 4 cantones (Mera, Pastaza, Santa Clara y Arajuno) con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Además, la provincia de Pastaza, conocida también como “Corazón de la Amazonia”, posee una gran riqueza natural y cultural, su economía se basa en el comercio, turismo, agricultura y ganadería; cuenta con diversos atractivos turísticos, excelente gastronomía y conserva siete nacionalidades indígenas de la región amazónica del Ecuador.

El Ministerio de Turismo (2019) manifiesta, que el sector hotelero ha ido cambiando constantemente de acuerdo con el crecimiento poblacional del lugar, donde el factor principal del desarrollo económico depende del fortalecimiento del turismo en áreas locales y alrededores de la ciudad; y, dentro de la provincia, en zonas de turismo comunitario y otros sitios, que se encargan de reactivar e incentivar el incremento del hospedaje para personas visitantes de otros lugares del país y extranjeros.

El Ministerio de Turismo (2019) explica, que los establecimientos de alojamiento que existen en la provincia de Pastaza, se han ido incrementando de manera paulatina los últimos años, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 26 Establecimientos de alojamiento en la provincia de Pastaza y sus cantones

AÑO	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO				
	CANTÓN MERA	CANTÓN PASTAZA	CANTÓN SANTA CLARA	CANTÓN ARAJUNO	PROVINCIA DE PASTAZA
2017	8	57	2	0	67
2018	8	60	2	0	70
2019	7	63	3	0	73

Fuente: Ministerio de Turismo (2019)

Elaborado por: Túquerres Y.

Con los valores presentados en la Tabla 26, que muestra el número de establecimientos de alojamiento que hay en cada cantón pertenecientes a la provincia de Pastaza y correspondientes a los años 2017, 2018 y 2019, se evidencia el incremento de 3 empresas hoteleras en el año 2018 con relación al año 2017 en la provincia de Pastaza; mientras, que en el año 2019 hubo un incremento de 3 nuevos lugares de hospedaje en la provincia de Pastaza con relación al año 2018. Considerando que, en el año 2018 y 2019, existió similar inversión en construcción de establecimientos destinados para el sector hotelero en la provincia de Pastaza.

Teniendo en cuenta los datos del Ministerio de Turismo, recogidos en los últimos tres años, existe un incremento mínimo de establecimientos que brindan el servicio de alojamiento en la provincia de Pastaza. Se estima que la oferta hotelera en la provincia es perceptible; pero, la demanda del servicio de las empresas hoteleras es escasa.

Los indicadores de alojamiento, registrados en el catastro turístico, proporcionados por el Ministerio de Turismo (2019) consideran que, uno de los destinos de hospedaje por turismo preferido por los turistas en el año 2018, fue la provincia de Pastaza, con una tasa de ocupación promedio del 35,3% a nivel nacional. Mientras que, en el año 2019, Pastaza no formó parte de los destinos turísticos preferidos por los turistas, lo cual ocasionó una disminución en la ocupación de establecimientos de hospedaje en la provincia.

Por otra parte, el GAD Municipal del Cantón Pastaza (2020) menciona, que la ciudad de Puyo, cabecera cantonal del cantón Pastaza, conocida también como Nuestra Señora del Rosario de Pompeya de Puyo y capital de la provincia de Pastaza, urbe más grande y poblada de la provincia, con 37.600 habitantes aproximadamente; dispone

del mayor número de establecimientos de alojamiento de la provincia, en comparación al número de establecimientos de hospedaje que los demás cantones poseen.

Situándose, la mayor parte de establecimientos para el servicio de hospedaje en la parroquia urbana de Puyo del cantón Pastaza, siendo Puyo la ciudad que abarca hoteles, hosterías, hostales, casa de huéspedes, campamentos turísticos, centro de turismo comunitario, dentro del cantón Pastaza.

Según el Ministerio de Turismo (2019), la inclusión al reglamento normativo de alojamiento turístico, en el Art.12 de la Ley de Turismo, sobre los establecimientos de hospedaje del cantón Pastaza registrados en el Ministerio de Turismo, pertenecientes a la clasificación por actividad turística y categoría, se muestran en las tablas siguientes:

Tabla 27 Establecimientos de alojamiento de la parroquia Puyo del cantón Pastaza, clasificados por actividad turística

AÑO	CANTÓN	PARROQUIA	ACTIVIDAD TURÍSTICA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
2019	Pastaza	Puyo	Casa de huéspedes	2	3,18%
			Hostal	33	52,38%
			Hostería	14	22,22%
			Hotel	14	22,22%
			TOTAL	63	100%

Fuente: Ministerio de Turismo (2019)  
Elaborado por: Túquerres Y.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el año 2019, se determina que la mayoría de establecimientos de alojamiento en el cantón Pastaza, son hostales, con el 52,38% que representa a los 33 hostales de los 63 establecimientos de hospedaje con que cuenta el cantón.

Tabla 28 Establecimientos de alojamiento de la parroquia Puyo del cantón Pastaza, clasificados por categoría

AÑO	CANTÓN	PARROQUIA	CATEGORÍA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
2019	Pastaza	Puyo	Única	2	3,18%
			1 estrella	22	34,92%
			2 estrellas	21	33,33%
			3 estrellas	18	28,57%
			TOTAL	63	100%

Fuente: Ministerio de Turismo (2019)  
Elaborado por: Túquerres Y.

Según los datos presentados en la Tabla 28, la mayoría de los establecimientos de alojamiento del cantón Pastaza, tienen categorías que van de 1 a 2 estrellas, aunque la categoría que prevalece en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Puyo son valorados con 1 estrella, correspondiente al 34,92% de las empresas hoteleras.

Entre tanto, las empresas hoteleras del cantón Pastaza, se benefician de los productos y servicios que la ciudad posee y ofrece al turista que visita el lugar, tales como: transporte público (bus urbano, taxi) y privado (renta de carros), supermercados, mercados locales, sitios de comida, zoológicos, atractivos turísticos (balnearios naturales, diques, parques etnobotánicos), parques recreativos, senderos turísticos, etc.

Al conocer el estado actual del sector hotelero de la ciudad de Puyo, se reconoce una gestión de la calidad desinteresada y poco comprometida con brindar el mejor rendimiento presente en los servicios que disponen las empresas hoteleras hacia sus clientes, al no contar con un modelo que mejore la calidad del servicio hotelero, volviéndose empresas inestables al pasar el tiempo, por esta razón surge la necesidad de plantear un Modelo de Gestión de la Calidad, que exige el mejoramiento continuo de la calidad del servicio de hospedaje, con el fin de satisfacer las exigencias del cliente.

El modelo a plantearse se encuentra sustentado en los datos obtenidos de la encuesta que se aplicó a los propietarios o administradores de estas empresas, en donde se determinó que el sector hotelero no ha tenido gran acogida por parte de las personas que hacen uso de las empresas hoteleras situadas en la ciudad de Puyo, debido a que no se ejecuta una gestión de la calidad eficiente visible en los procesos que cumple las diferentes funciones del servicio hotelero y con estrategias de calidad que no están enfocadas al logro de objetivos.

#### **4.2.1.3 Justificación de la propuesta**

El modelo de gestión que se propone para elaborar este proyecto de investigación se enfoca como una alternativa de solución en la mejora continua del servicio dirigido hacia las personas que frecuentan la ciudad de Puyo y hacen uso de cada uno de los



lugares de alojamiento para hospedarse; por esta razón, es importante conocer el modelo de gestión que se propone, ya que según los representantes del sector hotelero resulta de gran apoyo empresarial, el uso e implementación de técnicas como estas, que son visibles en estudios aplicados en otros sectores empresariales, mismos que han obtenido resultados satisfactorios con merecimiento a premios por presentar altísimos estándares de calidad a nivel mundial, los cuales generan prestigio y reconocimiento a las empresas que toman en cuenta modelos de gestión de la calidad en el desarrollo de sus procesos.

#### **4.2.1.4 Objetivos de la propuesta**

##### **Objetivo general**

Proponer un modelo de gestión de la calidad basado en el método del Ciclo de Deming que mejore el servicio de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Puyo.

##### **Objetivos específicos**

- Analizar la situación actual del sector hotelero de la ciudad de Puyo.
- Identificar las fases de las actividades del modelo de gestión de la calidad del ciclo PHVA.
- Elaborar un modelo de gestión de la calidad basado en el ciclo PHVA que sirva de guía para las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo.

#### **4.2.1.5 Fundamentación teórica**

La gestión de la calidad está presente en cada una de las funciones que esta representa dentro de una organización como una estrategia que permite desarrollar la competitividad empresarial, con el único fin de satisfacer al cliente mediante la

relación de los diferentes procesos que se observa en la organización, el propósito de la gestión de la calidad es analizar el desarrollo que genera en las organizaciones, independientemente del sector al que pertenezcan, así lo señala Hernández, Barrios & Martínez (2018).

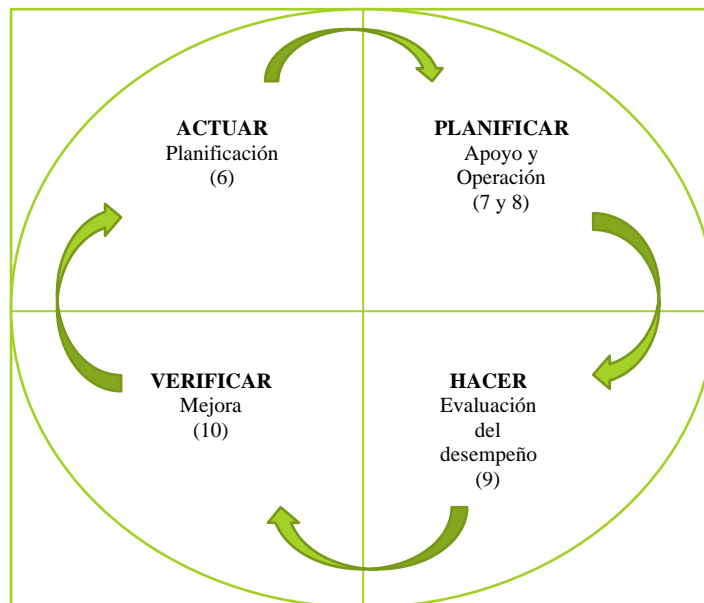
De acuerdo con la norma ISO 9001 (2015), la mejor decisión estratégica que puede adquirir una organización es la implementación de un sistema de gestión de la calidad dentro del desarrollo habitual de sus actividades que puede aportar al mejoramiento continuo de manera inmediata en el desempeño global y bases sólidas para su crecimiento empresarial.

Según la norma ISO 9001 (2015), el adaptar un sistema de gestión de la calidad es una medida vital para una organización que tiene una visión clara y pretende mejorar su desempeño global manteniendo una base sólida para las iniciativas de un desarrollo sostenible.

Los principales beneficios que obtiene una organización que implementa un sistema de gestión de la calidad basado en la Norma Internacional ISO 9001 (2015) dentro de sus funciones es la capacidad para brindar de manera continua productos y servicios que satisfaga las necesidades del cliente, acoger riesgos y oportunidades relacionadas con su contexto y objetivos, como también, la posibilidad de demostrar conformidad a los requisitos de calidad establecidos.

Existen varios modelos de gestión de la calidad total, uno de los más destacados es justamente el denominado Ciclo PHVA o modelo de Deming creado en 1951, que se presenta como una opción acorde a las exigencias que desempeña el servicio de alojamiento; pues, al implementar este modelo de calidad dentro del sector hotelero, aporta beneficios dirigidos al cliente y netamente enfocados en el mejoramiento continuo del servicio que presta la empresa, debido a que está enfocado en obtener resultados positivos para la organización y desarrollo en cada una de sus actividades de trabajo.

Figura 18 Modelo de gestión de la calidad basado en el ciclo PHVA



*Elaborado por: Túquerres, Y*

Este modelo consiste en aplicar las cuatro etapas definidas en la figura anterior, describiendo lo siguiente:

- Planear. – considera establecer los objetivos y recursos necesarios, de manera que se genere resultados conforme al cumplimiento de necesidades del cliente y políticas de la empresa.
- Hacer. - permite efectuar lo planificado anteriormente
- Verificar. – realiza el seguimiento y medición de procesos de los productos y servicios, e informa los resultados.
- Actuar. – asumir responsabilidades mediante la toma de acciones con la finalidad de mejorar el desempeño cuando este sea necesario.

El estadounidense Edward Deming fue un estadístico reconocido y ligado al crecimiento y desarrollo de Japón, debido a sus acertados planteamientos en el perfeccionamiento de la teoría de la calidad, pues propone un modelo que induce al mejoramiento continuo en actividades de producción y de servicio que se lleven a cabo, donde se inicia con el estudio de situación actual del proceso y se recolectan

datos que servirán en la construcción del plan de mejoramiento, así lo menciona Deming (2018).

Es importante una mejora continua en la calidad del servicio de alojamiento, por ello la presente propuesta generará el mejoramiento de los servicios que oferta el sector hotelero, aplicando un modelo de gestión de la calidad, que se encargará de corregir algunas falencias que aún no se modifican en los establecimientos que ofrecen este servicio a los clientes.

En base a la investigación realizada se evidencia el problema que presenta el sector hotelero en relación al servicio que brinda en la ciudad de Puyo, debido a múltiples razones que no generan interés hacia las personas que buscan comodidad, distracción, o distintos tipos de opciones que les permita sentirse satisfechos de los servicios recibidos y deseen hacer visitas frecuentes con el fin de disfrutar en la comodidad que ofrece cualquier empresa hotelera de la ciudad.

El modelo del ciclo de Deming, aporta de manera positiva al desarrollo del proceso productivo con un modelo de trabajo que optimice todos los recursos que tiene cada empresa hotelera al brindar un servicio de calidad, la implementación de este método es de gran utilidad en los establecimientos de alojamiento de la ciudad, ya que es un sector que necesita urgentes propuestas para fortalecer la productividad del servicio, la competitividad e innovación de sus procesos de atención al cliente, además de reactivar la economía del lugar, generando nuevas plazas de empleo para emprendedores que se familiaricen con las necesidades que el sector hotelero adquiere, al tomarse en cuenta el personal que labora dentro y fuera de las instalaciones de los lugares de alojamiento, distribuidores de alimentos propios del sector, en fin materiales de equipamiento para un lugar de hospedaje.

#### **4.2.1.5.1 Aplicación del enfoque a procesos en un SGC**

Alteco (2019) menciona que, los procesos se refieren al conjunto de actividades que se interrelacionan entre sí, partiendo de uno o más inputs que son las entradas, generando una transformación de estas y dando como resultado un output que son las salidas o el resultado obtenido del proceso.

Una organización se puede considerar como un sistema de procesos que desarrollan dentro de cada área departamental por medio de ideas y experiencia de las personas que laboran dentro de la empresa, por lo que un proceso puede ser desarrollado por una sola persona o por varias que se encuentran dentro de un departamento.

Según la norma ISO 9001 (2015), el enfoque a procesos permite a una organización visualizar la planificación de sus funciones, permitiendo asegurar que sus procesos cuenten con los recursos adecuados y presenten un fortalecimiento continuo, de modo que las oportunidades de mejora incrementen.

Los procesos que ha sido acoplados sistemáticamente para obtener eficacia y eficiencia en el logro de resultados de la organización y cumplir con las metas establecidas por el equipo de trabajo, están enfocados en controlar la estructura del proceso del sistema que es utilizado en la organización y de esta manera mejorar el desempeño global de la misma.

La norma ISO 9001 (2015) explica que, emplear el enfoque a procesos en un Sistema de Gestión de la Calidad permite:

- Comprensión y coherencia en cumplir con los requisitos
- Consideración de reparación afines al valor agregado
- Desempeño eficaz del proceso
- Mejora del proceso en base a hechos

#### **4.2.1.5.2 Mapa de procesos**

El mapa de procesos es un gráfico que representa el valor que tiene cada actividad desarrollada en el procedimiento de obtención de un producto o servicio, y su función es organizar la estructura de los procesos que conllevan la ejecución de los resultados.

Según Álvarez (2012), el mapa de procesos es la explicación grafica de las funciones que tiene la empresa, tomando en cuenta las actividades que se llevan a cabo dentro y fuera de la misma.

A juicio de Pardo (2012), todas las empresas desarrollan procesos que generen como resultado productos y servicios que aporten valor a sus clientes. Al mismo tiempo que, un mapa de procesos integra los distintos métodos de trabajo que las organizaciones emplean con la finalidad de proporcionar resultados que beneficien al usuario. A continuación, se muestra la estructura de un mapa de procesos, el cual consta de tres componentes importantes para su desarrollo:

- PROCESOS CLAVE

Los procesos clave hacen referencia a los procesos intermedios que ocurren dentro de una empresa, los cuales se encargan de gestionar las actividades y obtener como resultado la entrega de un producto o servicio.

Se encargan del manejo directo de la prestación de servicios y cumplir con los requerimientos del cliente, de esta manera están conectados con la misión de la organización, utilizando los recursos que dispone la organización.

Uno de los principales objetivos de llevar a cabo el proceso clave es atender las necesidades de los clientes y contar con el apoyo incondicional de los grupos de interés, además que se necesita medios que verifiquen los requerimientos solicitados por los clientes.

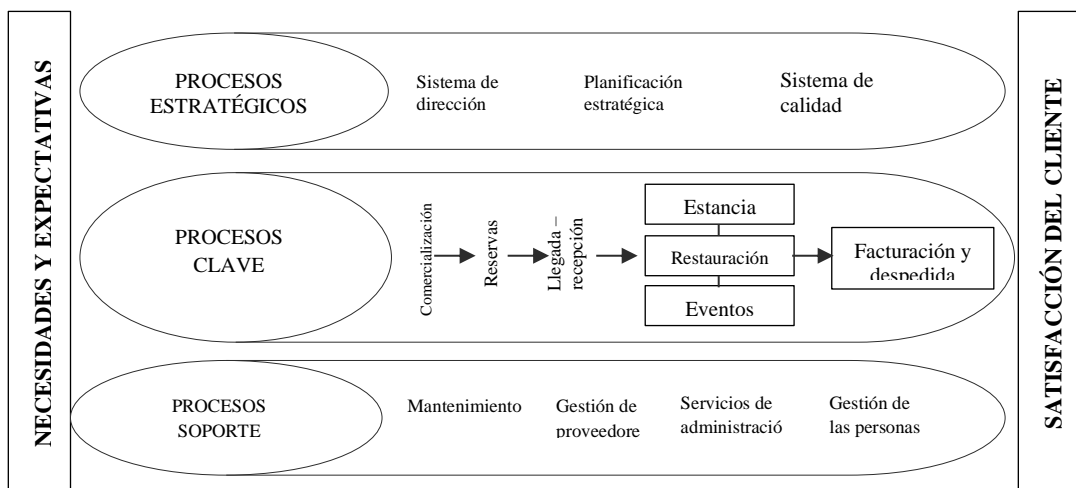
- PROCESOS DE SOPORTE

Son los encargados de brindar apoyo en los procesos operativos, verificando los procedimientos internos que maneja la empresa, tales como control de calidad, selección de personal, etc., mismos que conforman el desarrollo de sus funciones. De modo que, los resultados obtenidos no los recibe de forma directa el cliente, pero son esenciales en el funcionamiento del proceso clave.

- PROCESOS ESTRATÉGICOS

Este tipo de procesos se encarga de gestionar la relación de la empresa con el entorno y toma en cuenta factores que son muy importantes en la toma de decisiones referentes a la planificación y el actuar para conseguir mejoras en el funcionamiento de la empresa.

Figura 19 Representación del mapa de procesos de un hotel.



Fuente: Pardo (2012)  
 Elaborado por: Túquerres Y.

Una organización que pretende asumir responsabilidades sobre un proceso aplicado en una empresa, se encarga de la coordinación de las actividades y fija su preocupación por la disposición de recursos y estructuras que le sean necesarias, orientados hacia sus objetivos estratégicos que precisan de una perspectiva hacia el entorno global de la organización mediante un enfoque a procesos.

De esta manera, para poder gestionar los procesos es necesario tomar en cuenta primero a los procesos clave que son los que comprenden las actividades que conducen a la obtención de los productos y servicios que ofrece la empresa, lo que conlleva a que cada organización establecerá la secuencia de sus procesos tomando en cuenta su objetivo estratégico.

#### **4.2.1.6 Desarrollo de la propuesta**

##### **4.2.1.6.1 Etapa planear**

Para la implementación eficaz del modelo de gestión de la calidad basado en el ciclo PHVA dirigido a las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, se toma en cuenta la primera etapa de planear con los apartados 7 y 8 referentes al apoyo y operación, como se muestra en la figura 18, manifestando que en esta etapa se debe determinar y proporcionar los recursos necesarios al personal que labora en bien de la empresa, disponer de personal capacitado, infraestructura apropiada para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del modelo de gestión de la calidad en sus procesos, considerando las capacidades y limitaciones de las personas que hacen posible el funcionamiento del servicio que proporciona la empresa hotelera a sus clientes.

##### **4.2.1.6.2 Etapa hacer**

Conforme a la estructura de la norma ISO 9001 visible en la figura 18, donde se señala la etapa de Hacer con el apartado 9 referente a la evaluación del desempeño, se considera que las empresas hoteleras deben determinar un seguimiento según las necesidades que estas presenten, mediante una medición y evaluación adecuadas y oportunas con la finalidad de asegurar resultados consistentes en el desarrollo de procesos, obteniendo un excelente desempeño y un sistema de gestión de la calidad que conserve y documente la información apropiada como evidencia de los resultados obtenidos.

##### **4.2.1.6.3 Etapa verificar**

En esta etapa de verificar visible en la figura 18 y señalando el apartado 10 referente a la mejora, indica que las empresas hoteleras deben determinar y seleccionar las oportunidades de mejora, donde implementar cualquier acción necesaria para cumplir



los requerimientos del cliente es importante para aumentar su satisfacción, mediante la proporción de un servicio que cumpla requisitos, necesidades y expectativas del consumidor.

#### 4.2.1.6.4 Etapa actuar

Mientras, que en la etapa de actuar y su apartado 6 referente a la planificación, considera que la empresa hotelera al implementar un modelo de gestión de la calidad necesariamente tiene que contar con una planificación previa, debido a que este tipo de organización debe determinar los riesgos y oportunidades que se pretende abordar con el propósito de asegurar que el sistema de gestión de la calidad pueda lograr los objetivos planificados y obtener resultados previstos, mejorar los atractivos presentes en el servicio de la empresa, motivar a los turistas a elegir las empresas hoteleras de la localidad, prevenir o reducir imprevistos en el desarrollo del proceso del servicio con el fin de lograr una mejora, obteniendo oportunidades que puedan incluir nuevas maneras de desempeño en el servicio que ofrecen, apertura de nuevos servicios y otros aspectos que se pretende incluir, tomando en cuenta su viabilidad para afrontar las necesidades de la organización y manteniendo como prioridad el cumplimiento de las necesidades de sus clientes.

#### 4.2.1.7 Ejemplo del Ciclo PHVA aplicado a la empresa hotelera Maleny Inn.

Tabla 29 Matriz de Procesos ISO 9001:2015

ISO 9001:2015 - Matriz de Procesos							
EMPRESA: Hotel Maleny Inn.							
NUMERAL	REQUISITO	Reservas	Llegada - Recepción	Estancia	Hostelería	Eventos	Facturación y Despedida
	PROCESO						
4	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN						

ISO 9001:2015 - Matriz de Procesos

EMPRESA: Hotel Maleny Inn.							
NUMERAL	REQUISITO	Reservas	Llegada - Recepción	Estancia	Hostelería	Eventos	Facturación y Despedida
	PROCESO						
4.1	Comprensión de la organización y de su contexto				NO		
4.2	Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas				NO		
4.3	Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad				NO		
4.4	Sistema de gestión de la calidad y sus procesos				NO		
5	<b>LIDERAZGO</b>						
5.1	Liderazgo y compromiso				SI		
5.1.2	Ebfoque al cliente				NO		
5.2	Política				NO		
5.3	Roles, responsabilidades y autoridades en la organización				SI		
6	<b>PLANIFICACIÓN</b>						
6.1	Acciones para abordar riesgos y oportunidades				NO		
6.2	Objetivos de la calidad				NO		
6.3	Planificación de los cambios				SI		
7	<b>APOYO</b>						
7.1	Recursos				NO		
7.1.1	Generalidades				NO		
7.1.2	Personas				NO		
7.1.3	Infraestructura				SI		
<b>ISO 9001:2015 - Matriz de Procesos</b>							
<b>EMPRESA: Hotel Maleny Inn.</b>							

NUMERAL	REQUISITO	Reservas	Llegada - Recepción	Estancia	Hostelería	Eventos	Facturación y Despedida
	PROCESO						
7.1.4	Ambiente para la operación de los procesos				SI		
7.1.5	Recursos de seguimiento y medición				NO		
7.1.5.1	Generalidades				NO		
7.1.5.2	Trazabilidad de las mediciones				NO		
7.1.6	Conocimientos de la organización				NO		
7.2	Competencia				SI		
7.3	Toma de conciencia				SI		
7.4	Comunicación				SI		
7.5	Información documentada				NO		
7.5.1	Generalidades				NO		
7.5.2	Creación y actualización				NO		
7.5.3	Control de información documentada				NO		
8	<b>OPERACIÓN</b>						
8.1	Planificación y control operacional				NO		
8.2	Requisitos para los productos y servicios				NO		
8.2.1	Comunicación con el cliente				SI		
8.2.2	Determinación de los requisitos para los productos y servicios				NO		
8.2.3	Revisión de los requisitos para los productos y servicios				NO		
<b>ISO 9001:2015 - Matriz de Procesos</b>							
<b>EMPRESA: Hotel Maleny Inn.</b>							

NUMERAL	REQUISITO	Reservas	Llegada - Recepción	Estancia	Hostelería	Eventos	Facturación y Despedida
	PROCESO						
8.3	Diseño y desarrollo de los productos y servicios				SI		
8.3.1	Generalidades				SI		
8.3.2	Planificación del diseño y desarrollo				NO		
8.3.3	Entradas para el diseño y desarrollo				SI		
8.3.4	Controles del diseño y desarrollo				SI		
8.3.5	Salidas del diseño y desarrollo				SI		
8.3.6	Cambios del diseño y desarrollo				SI		
8.4	Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente				NO		
8.4.1	Generalidades				NO		
8.4.2	Tipo y alcance del control				NO		
8.4.3	Información para los proveedores externos				NO		
8.5	Producción y provisión del servicio				SI		
8.5.1	Control de la producción y de la provisión del servicio				NO		
8.5.2	Identificación y trazabilidad				NO		
8.5.3	Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos				NO		
8.5.4	Preservación				SI		
8.5.5	Actividades posteriores a la entrega				NO		
8.5.6	Control de los cambios				NO		
<b>ISO 9001:2015 - Matriz de Procesos</b>							
<b>EMPRESA: Hotel Maleny Inn.</b>							

NUMERAL	REQUISITO	Reservas	Llegada - Recepción	Estancia	Hostelería	Eventos	Facturación y Despedida
	PROCESO						
8.6	Liberación de los productos y servicios				NO		
8.7	Control de las salidas no conformes				NO		
9	<b>EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>						
9.1	Seguimiento, medición, análisis y evaluación						NO
9.1.1	Generalidades						NO
9.1.2	Satisfacción del cliente						NO
9.1.3	Análisis y evaluación						NO
9.2	Auditoría interna						NO
9.3	Revisión por la dirección						NO
10	<b>MEJORA</b>						
10.1	Generalidades				NO		g
10.2	No conformidad y acción correctiva				NO		
10.3	Mejora continua				NO		

*Elaborado por: Túquerres, Y*

En la tabla 29, se detallan varios requisitos basándose en la problemática principal de una de las empresas hoteleras de la ciudad de Puyo, misma que no presenta ningún mejoramiento en el servicio que proporciona a sus clientes, considerando este ejemplo aplicaremos el método PHVA para de esta manera corregir la causa del bajo rendimiento del servicio de la empresa mencionada.

Por esta razón, al implementar este modelo de calidad en los procesos de servicio que genera la empresa, se obtendrá cambios enfocados en los mismos procesos y en

dirección al bienestar y cumplimiento de las necesidades de los clientes; el cual, se llevará a cabo de manera planificada tomando en cuenta la participación y colaboración de todo el personal que conforma la empresa, conjuntamente con la disponibilidad de los recursos, asignación o reasignación de responsabilidades.

#### **4.2.1.8 Problemática**

La empresa hotelera Maleny Inn. en la actualidad ha presentado desvalorización en la acogida de huéspedes en su establecimiento, porque no cuenta con las herramientas necesarias que le permita planificar, desarrollar, verificar y actuar en las funciones que desempeña como empresa hotelera con el objetivo de mejorar e innovar el servicio que proporciona al cliente. Es por ello, que se pretende emplear el modelo de gestión de la calidad basado en el ciclo PHVA para lograr el mejoramiento en la calidad del servicio.

Según la norma ISO 9001 (2015), el modelo del ciclo PHVA de Deming correspondiente a Planificar, Hacer, Verificar y Actuar para mejorar, describe su proceso de desarrollo de la siguiente manera:

##### **4.2.1.8.1 Planificar**

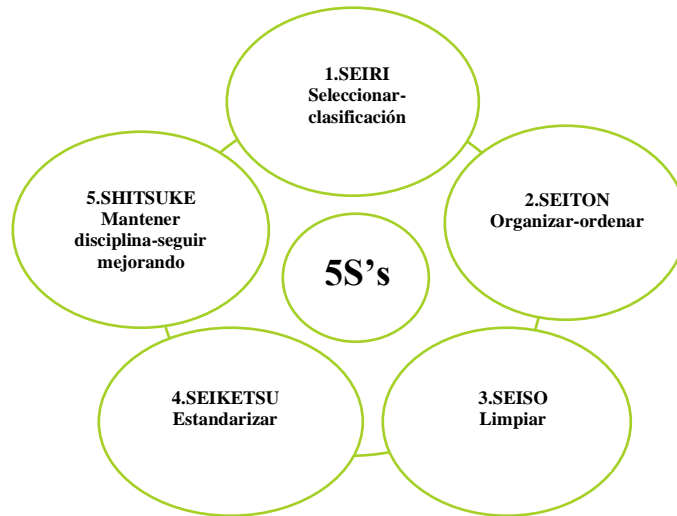
Mencionando la primera función de la etapa de planificación, consiste en el análisis del problema para poder definir las actividades, mediante la fijación de objetivos y recursos necesarios que generen resultados en beneficio de los clientes y la empresa.

La planificación permite a la empresa preparar un escenario consistente para la obtención de objetivos, anticipando posibles errores y desperdicio de tiempo.

Una de las herramientas utilizadas en la planificación de las actividades es la metodología de las 5 S's, que se considera una metodología esencial y complementaria en los sistemas de gestión relacionados con la norma ISO 9001, orientados en gestionar la calidad de los procesos que lleva a cabo la empresa con la finalidad de reducir desperdicios, aumentar la productividad, mejorar el proceso en la entrega del servicio

y lograr la motivación de las personas para la obtención de productos y servicios que cumplan requerimientos solicitados por el cliente.

Figura 20 Metodología de las 5 S's



*Fuente: Sierra & Beltrán (2017)  
Elaborado por: Túquerres, Y*

A criterio de Sierra & Beltrán (2017), este modelo de origen japonés, representa cinco simples pasos denominados como: 1) Seiri (seleccionar), 2) Seiton (organizar), 3) Seiso (limpiar), 4) Seiketsu (estandarizar) y 5) Shitsuke (mantener disciplina), los cuales son fundamentales en la planificación de actividades y para mejorar las condiciones de los procesos que se llevan a cabo en una organización, ya que agrupa las actividades que han sido planeadas con el fin de crear condiciones de trabajo que se ejecuten de manera ordenada y evitando desperdicios.

En la primera etapa denominada Seiri, se selecciona y clasifica las actividades que serán desarrolladas posteriormente en el proceso de ejecución de las funciones que tiene la empresa, es decir que, se retiran las tareas innecesarias efectuando tan solo las esenciales. De modo que, el funcionamiento de las actividades se muestre coordinadas y generen ambientes de trabajo que sean seguros y productivos.

Para identificar las actividades necesarias e innecesarias se puede utilizar las tarjetas de color, como recurso de apoyo en la clasificación de tareas, según el nivel de utilización en la organización.

Tabla 30 Ejemplo de clasificación de las actividades de acuerdo al grado de utilización aplicado a la empresa hotelera Maleny Inn. de la ciudad de Puyo

ACTIVIDADES	
Necesarios	No Necesarios
Recepción de los clientes	Catering o banquetera
Check in o Registro del usuario (huésped)	Taxi privado
Proporcionar información sobre el hotel	Cafetería
Atención al cliente	Presentaciones artísticas
Reservas y cancelaciones de lo solicitado	Piscina
Check out y control de gastos	Spa
Resolución de conflictos	Buffet de comida
Proporcionar información turística	Mantelería fina
Vigilancia y accesos	
Ofrecer servicios complementarios	
Cumplir con estándares de bioseguridad adaptados a las instalaciones	
Cumplir con estándares de higiene en sus instalaciones	

Elaborado por: Túquerres, Y

Las actividades que forman parte del funcionamiento de la empresa hotelera Maleny Inn. se clasificarán de acuerdo a la regularidad con la que sean utilizados a través de tarjetas de color, considerando los grupos de tareas que sean necesarias y las que no resulten necesarias para la organización.

La segunda etapa denominada Seiton, consiste en organizar las actividades que hayan sido clasificadas como necesarias, de manera que permita disponer de un establecimiento de alojamiento agradable a la visita del cliente, pero sobre todo confiable.

Tabla 31 Organización de las actividades de acuerdo a Seiton

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES
1. Proporcionar información sobre el servicio del establecimiento
2. Reservas y cancelación del servicio solicitado
3. Recepción del cliente
4. Check in o registro del usuario
5. Atención al cliente
6. Check out y control de gastos

Elaborado por: Túquerres, Y

En esta etapa, se pueden organizar los horarios de las actividades que se desempeñan dentro de la empresa para su correcto funcionamiento; como, por ejemplo, horarios de



la jornada hotelera, la adecuada ubicación de rótulos informativos o señalética de aviso, etc.

Además, en la etapa Seiton se considera la capacitación del personal que labora en la empresa, con la finalidad de brindar un eficiente servicio de atención al cliente.

La tercera etapa denominada Seiso, consiste en mantener la debida limpieza de las instalaciones del establecimiento de alojamiento, cumpliendo en la actualidad con estándares de bioseguridad adaptados al funcionamiento de la organización, manteniendo el compromiso de conservar los espacios ordenados, limpios, cuidados y en óptimas condiciones para recibir a los huéspedes.

Sin embargo, la limpieza es uno de las características que se aplica en todo el proceso de la metodología, desde un inicio, la organización requiere del despeje de cada una de las áreas que dispone el establecimiento, con el objetivo de evitar molestias causadas por la errónea ubicación de estantes, objetos que formen parte de la decoración del lugar, entre otros; de manera que, se cumpla con medidas de seguridad establecidas por la organización.

Seguida de la etapa Seiketsu, encargada de la estandarización de las tres primeras etapas que conlleva esta metodología en la aplicación de las funciones de la empresa, es decir, que implica crear normas de control para mantener eficiencia en los procesos que desempeña la organización; señalando irregularidades. En esta etapa también, se define la repartición de recursos por igual a todas las funciones que desempeña la empresa.

Mientras, que en la quinta etapa denominada Shitsuke referente al mantenimiento de la disciplina, se pretende seguir mejorando y contribuyendo a que el funcionamiento del establecimiento de alojamiento lleve un comportamiento habitual de los procedimientos establecidos. Al crear hábitos que beneficien la planificación de las actividades que se llevan realizando en la empresa hotelera.

#### **4.2.1.8.2 Desarrollar o hacer**

En la etapa del hacer o desarrollar, se efectúan las actividades planteadas poniéndolas en práctica, empleando las opciones de mejoramiento de la calidad que mejor se ajusten a los cambios del modelo de calidad, controlando situaciones que se presenten y aprovechando relaciones que se integren en el proceso.

Al hacer y poner en funcionamiento las directrices planificadas en la primera etapa, la organización efectúa una serie de actividades que pretenden obtener un producto o servicio para ofrecer a sus clientes. Estos procesos tienen que considerar el cumplimiento de los requisitos del cliente, de modo que el producto o servicio obtenido se ajuste a sus expectativas, dependiendo de ello el nivel de satisfacción del cliente.

#### **4.2.1.8.3 Controlar o verificar**

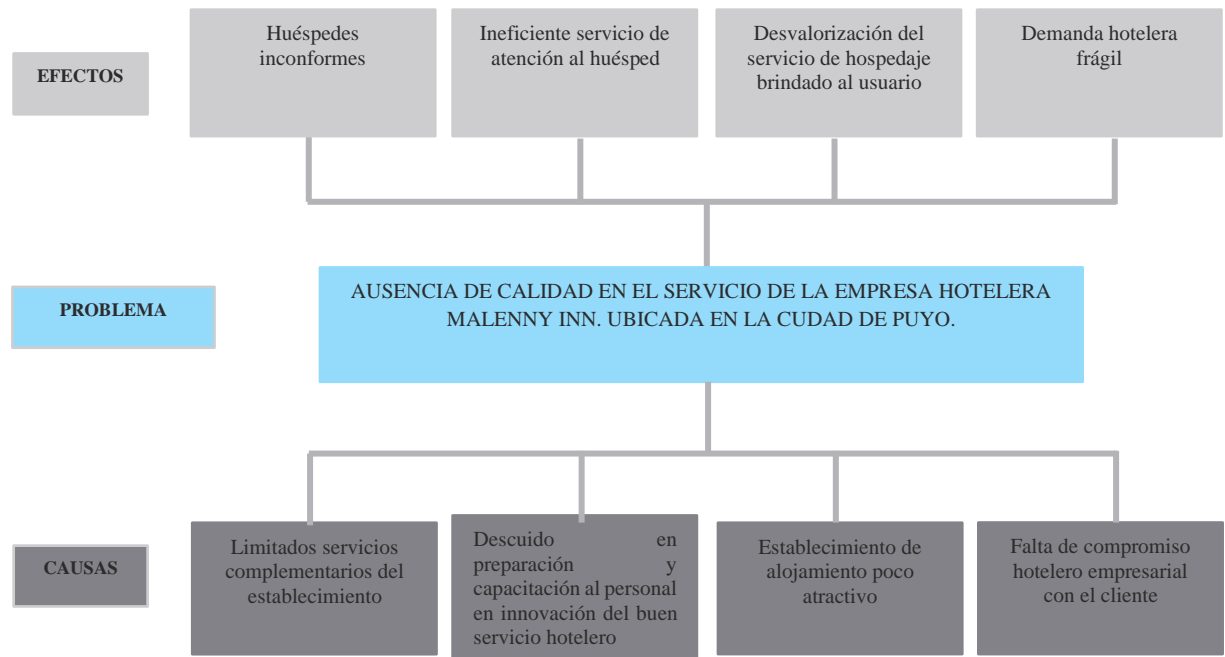
Mientras que al verificar o controlar, le concierne asegurarse de que las etapas anteriores se cumplan, es decir, que los resultados obtenidos sean proporcionales a sus objetivos planteados al iniciar el proceso de mejoramiento de la calidad como plan de acción, haciendo uso de diferentes recursos necesarios para evidenciar y comprobar de manera concreta el cumplimiento de lo planificado.

En esta etapa se comprueba los resultados obtenidos por la organización de manera objetiva, mediante el diagnóstico de sus procesos y haciendo una comparación con los resultados previstos en la etapa de planificación, con el fin de alcanzar las mejoras requeridas, identificar las causas de los errores y establecer posibles mejoras.

Las herramientas de control sirven para llevar un reconocimiento de la situación actual en las actividades que llevan a cabo un proceso de la empresa, con el propósito de mejorar su funcionamiento posteriormente, señala Mendoza (2017).

Considerando, la empresa hotelera Malenny Inn. como ejemplo de aplicación del ciclo PHVA, se procederá al empleo de una de las herramientas de control, como lo es el árbol de problemas; en la siguiente figura se muestra la estructura del árbol de problemas.

Figura 21 Árbol de problemas de la empresa hotelera Malenny Inn



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Túquerres, Y

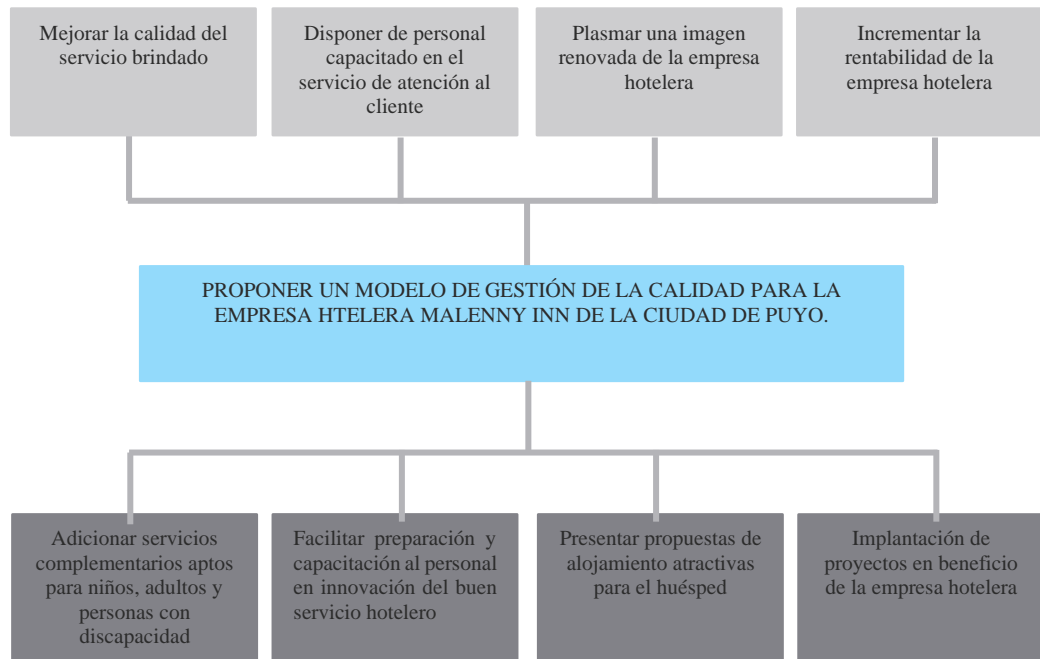
#### 4.2.1.8.4 Actuar

Para finalizar se encuentra la etapa de actuar para mejorar, que se encarga de tomar en cuenta los aciertos o errores visibles en las etapas de planificar y hacer que son las preliminares del proceso, mediante la recopilación o documentación de procedimientos que hayan sido aplicados, plasmando resultados en la verificación y comprobación del cumplimiento de lo requerido en los tiempos y espacios establecidos, además de proporcionar opciones de planes futuros o recomendaciones que contribuye a la mejora continua.

Una vez que hayan sido valorados los resultados obtenidos en el transcurso de los procesos, en esta etapa se ajustan y modifican nuevas acciones correctoras para mejorar ciertos aspectos que se encontraron en cada fase del proceso, que distinguen debilidades o errores. Es por ello, que esta etapa le permite a la organización estandarizar las soluciones para mejorar la actividad global de la organización y satisfacción del cliente.

Como parte de la fase actuar del ciclo PHVA, considerando la empresa hotelera Malenny Inn. de la ciudad de Puyo, se muestra el árbol de objetivos.

Figura 22 Árbol de objetivos de la empresa hotelera Malenny Inn



*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Túquerres, Y*

#### 4.2.1.9 Mejora continua

Según la norma ISO 9001 (2015), la organización tiene que decidir y escoger las oportunidades de mejora, efectuando acciones adecuadas para cumplir con los requisitos del cliente y de esta manera incrementar su nivel de satisfacción.

Las acciones necesarias que contribuyen a mejorar la satisfacción del cliente son:

- Mejorar los productos y servicios para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras,
- Corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados,
- Mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Básicamente, la mejora continua implica una serie de actividades sucesivas que están orientadas a la resolución de los problemas que se presenten en la organización, tomando en cuenta las cuatro etapas que incluyen diferentes acciones del ciclo PHVA.

De acuerdo con Saturno, Hernández, Magaña & Vertiz (2015), es muy importante una mejora continua en la calidad de un servicio, ya que generará una mejora en los servicios que brinden las empresas, mediante la estructura de un modelo de Gestión de la Calidad, que se encargue de corregir falencias en los establecimientos que prestan servicios a los clientes.

El uso e implementación de técnicas como estas, son visibles en estudios aplicados en otros sectores empresariales, que han logrado resultados satisfactorios, obteniendo distinciones por presentar altos estándares de calidad a nivel mundial, los cuales generan prestigio y reconocimiento a las empresas que adaptan modelos de Gestión de la Calidad en el desarrollo de sus procesos.

Es por ello, que la mejora continua se define como el conjunto de acciones enfocadas en obtener la mayor calidad que sea posible en productos, servicios y procesos de una empresa, visualizados en la reducción de costes que adquiera la organización y la optimización del tiempo al agilizar los procesos para la obtención de resultados.

## Referencias Bibliográficas

- Aguiar, D., Acevedo, J., & Urquiaga, A. (2016). Modelo de Gestión de los servicios de apoyo en empresa de la biotecnología. *CELALE*.
- Alban, G., Arguello, A., & Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas y de investigación-acción). *RECIMUND*, 163-173.
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes 2°*. ESIC editorial.
- Alteco. (2019). Obtenido de Consultores, desarrollo y gestión - procesos: <https://www.aiteco.com/que-es-un-proceso/>
- Alteco. (2019). *Consultores, desarrollo y gestión - procesos*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/que-es-un-proceso/>
- Álvarez, J. (2012). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. España: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Arbós, L., & Babón, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Profit Editorial.
- Arellano, H. (2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva. *Universidad de Guadalajara*.
- Barros, C. (2019). Factores que inciden en la calidad de servicios del sector hotelero en la ciudad de Milagro. *Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*, 11-25.
- Bastidas, F. (2015). De la operacionalización de variables al protocolo de instrumentación de la investigación. *Algunos matices de investigación social*, 31-42.
- BBC. (4 de Septiembre de 2019). BBC NEWS Mundo. *Los 10 destinos turísticos más competitivos de América Latina.*, págs. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49585344>.
- Berghe, É. (2016). Gestión Gerencial y Empresarial aplicadas al siglo XXI. *Ecoe Ediciones*, 10-19.
- Bermúdez, L. (8 de Octubre de 2012). *Bureau Veritas Formación*. Obtenido de 31 obstáculos en la implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001: <https://blogbvelearning.wordpress.com/2012/10/08/31-obstaculos-en-la-implantacion-de-un-sistema-de-gestion-de-la-calidad-iso-9001/>

- Chiluisa, J. (2015). La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Yambo Tours C.A. de la ciudad de Latacunga. *Universidad Técnica de Ambato*.
- Clares, P., & Morga, N. (2018). Las competencias transversales en la universidad: propiedades psicométricas de un cuestionario. *Educación xx1*, 231-261.
- Codina, L. (2018). Revisiones bibliográficas sistematizadas: procedimientos generales y Framework para ciencias humanas y sociales. *Universitat Pompeu Fabra*.
- Corona, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *MediSur*, 81-83.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga: ICB Editores.
- De León, S., Arteta, I., & Noda, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, 1-13.
- Deming, E. (2018). *The new economics for industry, government, education*. MIT Press.
- Díaz, F., & Morrillo, M. (2017). Cumplimiento de las promesas en el marco de la calidad del servicio de alojamiento turístico del estado de Mérida, Venezuela. *Revista Tec Empresarial*, 27-40.
- Díaz, F., & Morrillo, M. (2017). Cumplimiento de las promesas en el marco de la calidad del servicio de alojamiento turístico del estado de Mérida, Venezuela. *Revista Tec Empresarial*, 27-40.
- Ecuador Travel. (21 de Enero de 2020). *Página oficial de Promoción Internacional del Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/actividades/cultura/turismo-comunitario/>
- Espejo, M. (2017). Estimación de la desviación estándar. *Estadística Española*, 37-44.
- Espinosa, V. (2016). Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 168-186.
- Fernández, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 1-15.
- Fuentes, E., & Aguirre, H. (2018). Acerca de la calidad en la atención. *Revista CONAMED*.

- GAD Municipal del Cantón Pastaza. (Febrero de 2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza*. Obtenido de Municipio de Pastaza: <https://puyo.gob.ec/>
- Gallardo, R. (2017). El aprendizaje-servicio como una estrategia inclusiva para superar las barreras al aprendizaje y a la participación. *Revista de Educación Inclusiva*.
- Gallegos, J. (2018). Implementación de la norma ISO 9001:2015 para la satisfacción del cliente en una entidad pública, Lima 2018. *Universidad Norbert Wiener*.
- García, I. (2019). La observacion como metodo empirico de investigacion. *Universidad Autonoma del Estado de Mexico*.
- García, J., Fraiz, J., & Del Río, M. (2013). Implantación de un sistema de gestión de la calidad: beneficios percibidos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 379-407.
- Garduño, M., Torres, M., & González, R. (2017). La lectura científica, una estrategia para promover la formación integral de docentes y alumnos. *COMIE*, 1-10.
- Giraldo, M., & Esparragoza, D. (2016). *Gerencia de Marketing*. Universidad del Norte.
- Granadillo, E., Polo, L., & Coronell, L. (2017). Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 46-76.
- Grupo Sitko. (3 de Febrero de 2018). *Grupo Sitko Asesoría Hoteles y Restaurantes*. Obtenido de Sector hotelero en Latinoamérica: <https://asesorhotelero.com/2018/02/03/hotelaria-y-turismo/>
- Guerrero, M. (2016). La investigación cualitativa. *Universidad Internacional del Ecuador*.
- Guevara, J. (2019). Gestión de la calidad para las pymes del sector del calzado en el cantón Cevallos. *Universidad Técnica de Ambato*, 5-70.
- Gutierrez, I. (05 de Junio de 2017). *Caltic Consultores*. Obtenido de Sistema de Gestión: <https://www.calticconsultores.com/articulos/sistema-gestion-sirve.html>
- Gutierrez, O. (7 de Abril de 2015). *Omar Gutierrez Estadística*. Obtenido de Chi Cuadrada: <https://sites.google.com/site/omargutierrezestadistica/chi-cuadrada>
- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Criterio Libre*, 179-195.



- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 179-195.
- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Criterio Libre*, 179-195.
- Hernández, J., Espinosa, J., & Peñaloza, M. (2018). Sobre El Uso Adecuado Del Coeficiente De Correlación De Pearson: Definición, Propiedades Y Suposiciones. *Universidad Simon Bolivar*, 33-55.
- Herrera, W. (26 de Mayo de 2015). La Industria Hotelera. *El Comercio*. Obtenido de El Comercio.
- Herrera, W. (26 de Mayo de 2015). La Industria Hotelera. *El Comercio*. Obtenido de El Comercio.
- Hoyle, D. (2017). *ISO 9000 Quality Systems Handbook-updated for the ISO 9001:2015 standard*. New York: Routledge.
- INEC. (junio de 2019). Obtenido de Registro estadístico de entradas y salidas internacionales 2018.: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Migracion/2019/Principales\\_resultados\\_ESI\\_2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2019/Principales_resultados_ESI_2019.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Censo de población y vivienda*. Obtenido de Cifras por provincias: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Isaza, A. (2018). *Control interno y sistema de gestión de calidad: Guía para su implantación en empresas públicas y privadas*. Ediciones de la U.
- ISO 9000. (2015). Obtenido de Sistemas de gestión de la calidad - fundamentos y vocabulario: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO 9000. (2015). *Normas ISO 9000*. Obtenido de Sistemas de gestión de la calidad - fundamentos y vocabulario: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO 9000. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad*. Obtenido de Conceptos fundamentales y principios de la gestión de la calidad: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO 9000. (2015). *Sistemas de Gestión de la Calidad*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO 9001. (2015). Obtenido de Sistemas de gestión de la calidad - Requisitos: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

- ISO 9001. (2015). Obtenido de Sistemas de Gestión de la Calidad - Requisitos: <https://www.iso.org>
- ISO 9001. (2015). Obtenido de Enfoque a procesos: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- ISO 9001. (2015). *Enfoque a procesos*. Obtenido de Generalidades: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- ISO 9001. (2015). *Norma ISO 9001*. Obtenido de Sistemas de gestión de la calidad - Requisitos: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- ISO 9001. (2015). *Norma ISO 9001*. Obtenido de Sistemas de Gestión de la Calidad - Requisitos: <https://www.iso.org>
- ISO 9001. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad - Requisitos*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- Izquierdo, R., Lazo, C., & Andrade, M. (2018). La calidad hotelera mediante la escala Servqual en hoteles de la provincia de el Oro, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 328-334.
- Jáuregui, D., & Evangelista, C. (2020). Influencia de las características de servicio e infraestructura en el reconocimiento internacional de hoteles boutique. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*.
- Ledesma, M. (2016). *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*. Buenos Aires: Spanish Edition.
- Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Revista Universidad y Empresa*, 33-54.
- Lodging Econometrics. (9 de Noviembre de 2020). *Lodging Econometrics*. Obtenido de Prensa y Medios: <https://lodgingeconometrics.com/press-releases/>
- Manes, J. M. (2014). *Gestión estratégica para instituciones educativas : guía para planificar estrategias de gerenciamiento institucional - 2da ed*. Buenos Aires: Granica.
- Marín, A., & Gil, I. (2017). Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente. *Universidad del país Vazco*, 109-134.
- Marrugo, L. (2016). El acceso de la mujer a cargos de toma de decisiones en las empresas colombianas que cotizan en bolsa. *Entramado*, 108-120.

- Medina, A. (2015). *La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector hotelero en la zona de planificación 3 del Ecuador*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Meléndez, A. (2015). EL despunte (¿o no?) de la industria hotelera. *Revista Gestión Economía y Sociedad*, 250.
- Mendoza, C. (2017). Implantación de un sistema de gestión de seguridad y salud en le trabajo basado en el modelo Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 264-283.
- Meskovska, A. (2019). *Advisera*. Obtenido de ISO 9001 base de conocimiento: <https://advisera.com/9001academy/es/knowledgebase/como-estructurar-la-documentacion-del-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Establecimientos turísticos registrados*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo. (08 de febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de Capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (08 de febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico* . Obtenido de Capítulo IV de los Requisitos Obligatorios, de Categorización y Distintivos.: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (febrero de 2018). *Estabecimientos de Alojamiento Registrados*. Obtenido de Distribución por actividad y categoría: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Establecimientos de Alojamiento Registrados*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2019). *Comparativo por Destinos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>
- Ministerio de Turismo. (18 de diciembre de 2019). *Estabecimientos de Alojamiento Registrados*. Obtenido de Distribución por actividad y categoría: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

- Ministerio de Turismo. (18 de diciembre de 2019). *Establecimientos de Alojamiento Registrados*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo. (31 de Mayo de 2019). *Mesa de Turismo de Pastaza se fortalece con trabajo de nuevos actores públicos*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mesa-de-turismo-de-pastaza-se-fortalece-con-trabajo-de-nuevos-actores-publicos/>
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2019). *MINTUR*. Obtenido de Movimientos internacionales en llegadas anuales al Ecuador.: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Ministerio de Turismo. (4 de Diciembre de 2019). *OIT presentó al MINTUR estrategia de empleabilidad del sector turístico ecuatoriano*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/oit-presento-al-mintur-estrategia-de-empleabilidad-del-sector-turistico-ecuatoriano/>
- Ministerio de Turismo. (2 de Enero de 2020). *Los Feriados de 2019 dinamizaron la economía y dejaron saldo positivo en materia de tránsito*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/los-feriados-de-2019-dinamizaron-la-economia-y-dejaron-saldo-positivo-en-materia-de-transito/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (17 de Agosto de 2019). *Tips para desarrollar una actividad turística responsable*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/tips-para-desarrollar-una-actividad-turistica-responsable/>
- MINTUR*. (08 de febrero de 2016). Obtenido de Reglamento de Alojamiento Turístico - Capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR*. (31 de Diciembre de 2018). *Turismo en cifras*. Obtenido de Movimientos internos: GEOVIT-Destinos: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- MINTUR*. (2 de Febrero de 2020). *Ecuador Calidad Turística*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/ingreso-a-la-seccion-privada/50-ecuador-calidad-turistica/231-ecuador-calidad-turistica>
- Molina, O. (2014). *Calidad de los Servicios*. *EcuRed*.

- Montecinos, J. (2015). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *Límite Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 195-214.
- Mora, L., & Duran, M. (2017). Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo. *Dominio de las Ciencias*, 163-176.
- Moreno, J. (2017). *Estadística para ciencias sociales*. Bogotá: Externado de Colombia.
- Moreno, J. (2019). *lsdls. dkfd: dkfnld*.
- Naranjo, S. (2015). *MINTUR*. Obtenido de Ecuador Potencia Turística : [www.ecuador.travel](http://www.ecuador.travel)
- Núñez, J., Alvarado, A., Valles, D., & Báez, Y. (2016). Coeficiente Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. *CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica*, 146-156.
- Ñahuirima, Y. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuailas, región Apurímac, 2015. *Univerisdad Nacioal Jose Maria Arguedas*.
- Oliva, E., & Palacios, D. (2017). Evaluacion de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. *Revista Criterio Libre*, 195-213.
- OMT. (2015). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de El turismo: un fenómeno económico y social: <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Orera, A. (2016). *Cuaderno de innovación: Una iniciativa para la implantación de la calidad total en la administración local*. Tres Ciencias.
- Organización Mundial del Turismo. (3 de Junio de 2019). *Organismo especializado de las Naciones Unidas*. Obtenido de UNWTO Regional Conference on Sustainable Development through Tourism - Proceedings Thimpu, Bhutan : <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421312>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Ornelas, C., Tafoya, E., & Del Carmen, L. (2016). Beneficios de las certificaciones en ISO 9001:2008 y en ISO TS 16949:2009 en Empresas de Aguascalientes. *Revista Conciencia Tecnológica*, 19-25.
- Ortega, A. (2018). Enfoques de investigación. *Researchgate.net*, 3-19.

- Ortiz, J. (2017). Documentación del sistema de gestión de calidad de la empresa Montevital ltda. según NTC-ISO 9001:2008. *Universidad Tecnológica de Pereira*.
- Palma, H., Parejo, I., & Sierra, D. (2018). Gestión de la Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 169-185.
- Pardo, J. (2012). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. Madrid: AENOR ediciones.
- Pastor, B. (2019). Poblacion y muestra. *Pueblo Continente*, 245-247.
- Qualired. (03 de diciembre de 2015). Obtenido de Los siete principios de gestión de calidad según ISO 9001:2015:  
[https://www.qualired.com/despachos1.asp?cod\\_des=62662](https://www.qualired.com/despachos1.asp?cod_des=62662)
- Raffino, M. E. (14 de marzo de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de Gestión: <https://concepto.de/gestion/>
- Rama, C. (2016). *El aseguramiento de la calidad de la educación virtual*. Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Rotundo, G., Paparella, L., & Martínez, A. (2016). Toma de decisiones y estilo de liderazgo: estudio en medianas empresas. *Compendium*, 35-59.
- Salazar, G., & Sevilla, S. (2018). La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua. *Universidad Técnica de Ambato*, 1-97.
- Sánchez, E. (13 de abril de 2015). ¿Ha evolucionado la industria hotelera y turística del Ecuador? *Transport - Guía ecuatoriana de transporte y turismo*, pág. 1.
- Saturno, P., Hernández, M., Magaña, L., García, S., & Vertiz, J. (2015). Estrategia integral de formación para la mejora continua de la calidad de los servicios de salud. *Salud pública de México*, 275-283.
- Sierra, V., & Beltrán, L. (2017). Metodología dinámica para la implementación de 5's en el área de producción de las organizaciones. *Revista ciencias estratégicas*, 411-423.
- Silva, L. (2019). Desarrollo de un sistema de evaluación de la calidad del servicio en los hostales de la ciudad del Puyo. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.
- Silva, M., & Albán, J. (2017). La calidad del servicio del sector hotelero en el desarrollo turístico de la provincia de Pastaza. *Universidad Técnica de Ambato*, 29-82.

- Torres, G. C., & León, R. A. (2015). Nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en el servicio de ortodoncia de una clínica dental docente peruana. *Revista Estomatológica Herediana*, 122-132.
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio. *COMPENDIUM*, 50-76.
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo*. Nashville: Grupo Nelson.
- Vargas, Á. (03 de Abril de 2018). La planta hotelera mundial. *Hosteltur*.
- Vásquez, S. (2018). Modelo de gestión de calidad para la empresa "Jardinsa". *PUCE*, 18-125.
- Ventura, J. (2017). ¿Poblacion o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Publica*.
- Vilcarromero, R. (2013). *Eumed.net-Enciclopedia Virtual*. Obtenido de La gestión en la producción: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/gestion.html>
- Vistazo. (21 de Abril de 2019). Más de medio millón de turistas viajaron en Semana Santa. *Vistazo*.

## Anexos

Anexo 1 Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



### ENCUESTA

**DIRIGIDO A:** Propietarios o Administradores de empresas hoteleras de la Ciudad de Puyo.

**OBJETIVO:** Determinar la Gestión de la Calidad como modelo mejorador del servicio del sector hotelero de la ciudad de Puyo.

#### INSTRUCTIVO:

- Estimado encuestado marque con una (X) la opción de respuesta que usted considere más importante.
- Esta encuesta es anónima y personal.
- Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia a las preguntas del cuestionario.

**INFORMACIÓN GENERAL:** En esta sección tiene que brindar su información general.

#### GÉNERO:

Masculino  Femenino

#### EDAD:

De 20 a 30   
De 31 a 40   
De 41 a 50   
De 51 en adelante

**CUESTIONARIO:** En esta sección se encuentran las preguntas de investigación.

1. ¿Considera usted que una correcta gestión de la calidad en su empresa permite mejorar el servicio de la misma?

Totalmente de acuerdo   
De acuerdo   
Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
En desacuerdo   
Totalmente en desacuerdo



2. ¿Considera usted que la calidad hotelera contribuye a su crecimiento empresarial dentro del sector al que pertenece?

Si

No

3. ¿Considera Ud. que cumplir con factores de la calidad en su empresa permite mejorar la calidad del servicio de la misma?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

4. ¿Qué tan importante considera Ud. sincronizar los servicios del hotel con las necesidades de los clientes?

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

5. ¿El personal de su empresa posee todos los recursos materiales necesarios para desarrollar su trabajo?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Muy pocas veces

Nunca

6. ¿Qué tan importante considera planificar los servicios que ofrece la empresa hotelera?

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

7. ¿Considera usted que el servicio hotelero tendría que mostrar interés con el medio ambiente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

8. ¿Cómo considera usted la acogida de los turistas al sector hotelero de la ciudad de Puyo?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

9. ¿Considera Ud. que el sector turístico influye en el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrecen las empresas hoteleras de la ciudad?

Si

No

10. ¿Cómo valoraría el respaldo que el sector turístico brinda a las empresas hoteleras de la localidad?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

11. ¿Considera usted que mejorar la calidad del servicio hotelero permite fidelizar al cliente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

12. ¿Qué actividades de entretenimiento estaría dispuesto a ofrecer como servicio complementario de la empresa hotelera?

Actividades gastronómicas

Actividades recreativas

Actividades festivas

Actividades deportivas

**Gracias por su colaboración**

Anexo 2 Lista de empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo

Tabla 32 Lista de empresas pertenecientes al sector hotelero de la ciudad de Puyo

N°	ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD TURÍSTICA	CLASIFICACIÓN	DIRECCIÓN
1	GAHONA	Alojamiento	Hotel	Río Rivadeneira y Av. Alberto Zambrano (Lateral del Terminal Terrestre)
2	SAN LUIS - PUYO	Alojamiento	Hotel	Luis Arias Guerra N° 66-16 (Sector Terminal Terrestre – Junto a la Radio Tricolor)
3	JARDÍN AMAZÓNICO	Alojamiento	Hotel	Av. Alberto Zambrano (Sector Terminal Terrestre)
4	FRESAW	Alojamiento	Hotel	Calle Teniente Hugo Ortiz
5	MI CASA III	Alojamiento	Hostal	Av. Alberto Zambrano (Sector Terminal Terrestre)
6	CANELA	Alojamiento	Hostal	Calle Eugenio Espejo (detrás del terminal terrestre)
7	SARMIENTO IMPERIAL	Alojamiento	Hotel	Calle Eugenio Espejo (detrás del terminal terrestre)
8	KUASVIL	Alojamiento	Hotel	Calle Cacique Nayapi y Eugenio Espejo
9	LF	Alojamiento	Hotel	Calle Cacique Nayapi
10	GALES INN.	Alojamiento	Hostal	Alpayacu y Av. Alberto Zambrano (Frente al Ministerio del Trabajo)
11	DIAMANTE	Alojamiento	Hostal	Av. Alberto Zambrano
12	FLOR DE CAÑA	Alojamiento	Hostal	Calle Teniente Hugo Ortiz
13	HOSTAL LA MOLIENDA	Alojamiento	Hostal	Calle Ceslao Marín y Rio Tigre
14	TURINGIA	Alojamiento	Hostería	Av. Francisco de Orellana
15	SAN PATRICIO	Alojamiento	Hotel	20 de Julio y Guayas
16	FINCA LAS PALMAS	Alojamiento	Hostal	Calle 20 de julio y 4 de enero
17	FINCA EL PIGUAL	Alojamiento	Hostería	Calle Tungurahua
18	EL JARDÍN	Alojamiento	Hotel	Barrio Obrero cruzando el puente colgante
19	FLOR DE CANELA	Alojamiento	Hostería	Paseo turístico del rio puyo
20	SAN RAPHAEL	Alojamiento	Hotel	Calle Teniente Hugo Ortiz
21	CUMANDA	Alojamiento	Hotel	Av. Alberto Zambrano
22	REAL AMAZÓNICO B&B	Alojamiento	Hostal	Calle Teniente Hugo Ortiz (frente al parque acuático)
23	PUYO	Alojamiento	Hostal	Calle 9 de octubre y 24 de mayo
24	HOSTAL DEL RÍO	Alojamiento	Hostal	Calles Loja y Cañar
25	POSADA REAL	Alojamiento	Hostal	Calles 4 de enero y 27 de febrero Esq.
26	EL COLIBRÍ	Alojamiento	Hostal	Av. Manabí
27	LA CASITA	Alojamiento	Casa de huéspedes	Paso lateral Puyo Pacayacu
28	KINDI WASI	Alojamiento	Hostería	km 4 vía a la 10 de Agosto
29	LA CASA DEL RÍO B&B	Alojamiento	Hotel	Calle Argentina
30	DON ELÍAS	Alojamiento	Hostería	vía Puyo-Shell km 2 sector la primavera
31	DELFIN ROSADO	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín
32	BIOCAMPING ATAWALLPA	Alojamiento	Campamento turístico	Km 3 vía Puyo-Tena junto al zoológico Yanacocha
33	KANOAS	Alojamiento	Hostal	9 de octubre y Lucindo Ortega

N°	ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD TURÍSTICA	CLASIFICACIÓN	DIRECCIÓN
34	ECOPARK HOTEL AMAZONIA	Alojamiento	Hotel	Km 2 Vía Puyo-Baños ruta de las cascadas a 10 min de Puyo, a 5 min de Shell, a 45 min de Baños
35	ORKIDEA LODGE	Alojamiento	Hostería	Vía Puyo-Macas Km 12, Sector Las Chorreras
36	ORO NEGRO	Alojamiento	Hotel	Calle 9 de octubre
37	GRAN HOTEL COFANES	Alojamiento	Hotel	Calle Ceslao Marín y 27 de Febrero
38	ISLA DEL SOL	Alojamiento	Hostería	Av. Tarqui
39	HACHACASPI	Alojamiento	Hostería	Vía a Traqui km 3
40	SAFARI	Alojamiento	Hostería	Km 5 vía Puyo -Tena
41	LIZANES	Alojamiento	Hostería	km 6 vía Puyo-Shell sector Santa Rosa
42	BELLANDÍA LODGE	Alojamiento	Hotel	km 21 vía Tena y 6 km vía a Boayacu
43	LAS BALSAS	Alojamiento	Hostal	Av. Alberto Zambrano y Los Pindos
44	MARÍA	Alojamiento	Hotel	Av. Alberto Zambrano
45	FLOR DE TARQUI	Alojamiento	Hostal	Calles 24 de mayo y 27 de febrero junto al zoo refugio Tarqui
46	MILENIUM	Alojamiento	Hostal	Calle 27 de febrero
47	EL CISNE	Alojamiento	Hostal	Av. Francisco de Orellana
48	GEORGINA	Alojamiento	Hostal	Calles 12 de febrero y 27 de febrero
49	MÉXICO	Alojamiento	Hostal	Calles 9 de octubre y 24 de mayo
50	ARAUCANO	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín y 27 de febrero
51	MAJESTIC	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín y 27 de febrero
52	AMAZONICO GRAN HOTEL	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín y 27 de febrero
53	RIZO INN.	Alojamiento	Hotel	Calles 9 de octubre y Simón Bolívar
54	COLONIAL	Alojamiento	Hotel	Av. Alberto Zabranos y 4 de enero
55	MALENY INN.	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín y Juan de Velasco
56	D'PEPE	Alojamiento	Hotel	Av. Ceslao Marín y Manabí
57	FRANCE INN.	Alojamiento	Hotel	Calle Jacinto Dávila

*Fuente: Ministerio de Turismo (2018)  
Elaborado por: Túquerres, Y*

Anexo 3 Operacionalización de las variables

Tabla 33 Operacionalización de la variable independiente

Operacionalización de Variables									
Variable Independiente	Definición de la Variable	Categorías	Indicadores	Objetivos	Preguntas	Parámetros de Respuesta	Técnicas e Instrumento	Ítems	
Gestión de la Calidad	Está presente en cada una de las funciones de la organización, de manera estratégica, permitiendo perfeccionar el servicio al que accede el cliente, determinando que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, son factores primordiales para lograr una mejora continua en el desarrollo de los procesos de funcionamiento de la organización (Isaza, 2018).	Calidad en el Servicio	Gestión de la Calidad	Identificar el aporte de la calidad en el servicio de las empresas hoteleras de Puyo	¿Considera Ud. que una correcta gestión de la calidad en su empresa permite mejorar el servicio de la misma?	Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo	Encuesta	de la pregunta 1 a la 3 que hacen referencia a la Calidad en el Servicio	
			Factores de la Calidad en el Servicio		¿Considera usted que la calidad hotelera contribuye a su crecimiento empresarial dentro del sector al que pertenece?	Si, No			
					¿Considera Ud. que cumplir con factores de la calidad en su empresa permite mejorar la calidad del servicio de la misma?	Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo			
		Principios de la Gestión de la Calidad	Enfoque al cliente	Evaluar los diferentes principios de la Gestión de la Calidad	¿Qué tan importante considera Ud. sincronizar los servicios del hotel con las necesidades de los clientes?	Muy importante, Importante, Moderadamente importante, De poca importancia, Sin importancia			
			Liderazgo						
			Compromiso del Personal						
			Enfoque a Procesos					¿El personal de su empresa posee todos los recursos materiales necesarios para desarrollar su trabajo?	Siempre, Casi siempre, Algunas veces, Muy pocas veces, Nunca
			Mejora Continua					¿Qué tan importante considera planificar los servicios que ofrece la empresa hotelera?	Muy importante, Importante, Moderadamente importante, De poca importancia, Sin importancia
			Toma de Decisiones basadas en la evidencia						
			Gestión de las Relaciones						
		Ciclo PHVA	Planificar	Evaluar los componentes del Ciclo PHVA	¿Qué tan importante considera Ud. planificar los servicios que ofrece la empresa hotelera?	Muy importante, Importante, Moderadamente importante, De poca importancia, Sin importancia			
			Desarrollar					¿Cómo valoraría Ud. el desarrollo de las actividades que se realizan dentro de la empresa hotelera?	Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo
			Controlar					¿Considera usted que el servicio hotelero tendría que mostrar interés con el medio ambiente?	Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo
			Actuar						
							de la pregunta 4 a la 5 que hacen referencia a los principios de la Gestión de la Calidad		
								de la pregunta 6 a la 7 que hacen referencia al Ciclo PDCA	

Fuente: Bastidas (2015)  
Elaborado por: Túquerres, Y.

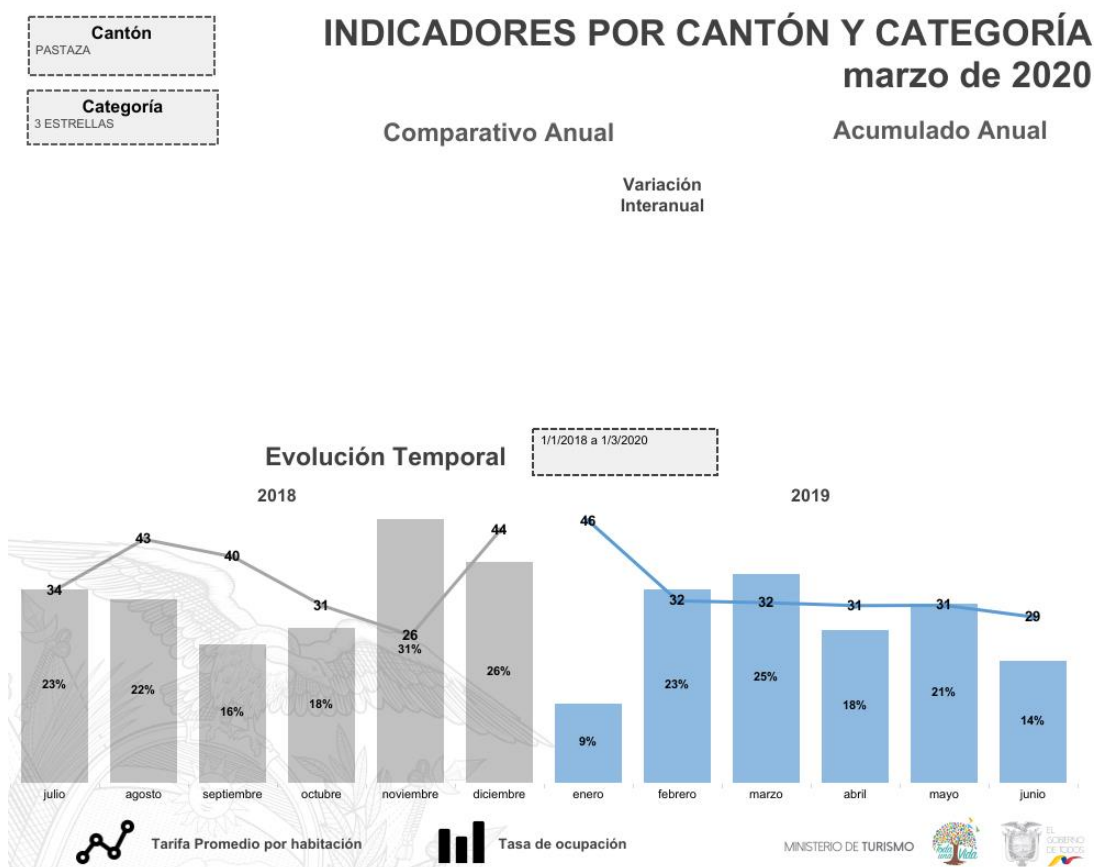
Tabla 34 Operacionalización de las variables dependiente

Operacionalización de Variables									
Variable Dependiente	Definición de la Variable	Categorías	Indicadores	Objetivos	Preguntas	Parámetros de Respuesta	Técnicas e Instrumentos	Ítems	
Servicio	El servicio es el conjunto de actividades que busca satisfacer las necesidades del cliente (Díaz & Morrillo, 2017)..	Servicio del sector turístico	Turismo	Evaluar el desempeño del sector turístico	¿Cómo considera Ud. la acogida de los turistas al sector hotelero de la ciudad de Puyo?	Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo	Encuesta	de la pregunta 8 a la 10 que hacen referencia al servicio del sector turístico	
					¿Considera Ud. que el sector turístico influye en el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrecen las empresas hoteleras de la ciudad?	Si, No			
					¿Cómo valoraría el respaldo que el sector turístico brinda a las empresas hoteleras de la localidad?	Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo			
		Servicio del sector hotelero	Cualidades del servicio	Conocer la funcionalidad del sector hotelero	¿Según su criterio su empresa está comprometida en brindar el mejor servicio a sus clientes?	Siempre, Casi siempre, Algunas veces, Muy pocas veces, Nunca			de la pregunta 11 a la 12 que hacen referencia al servicio del sector hotelero
		¿Considera usted que mejorar la calidad del servicio hotelero permite fidelizar al cliente?	Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo						
		¿Qué actividades de entretenimiento estaría dispuesto a ofrecer como servicio complementario de la empresa hotelera?	Actividades recreativas, Actividades deportivas, Actividades festivas, Actividades gastronómicas						

Fuente: Bastidas (2015)  
Elaborado por: Túquerres, Y.

Anexo 4 Tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Puyo entre 2018 y 2019

Ilustración 2 Tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Puyo entre 2018 y 2019



Fuente: Ministerio de Turismo (2019)  
Elaborado por: Túquerres, Y

