



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCION DEL  
TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION  
MENSIÓN TURISMO Y HOTELERÍA**

**TEMA:**

---

**“LA HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS Y LA INFLUENCIA EN  
LOS TURISTAS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO  
NOVIEMBRE 2008 – FEBRERO 2009”**

---

**AUTOR:**

**Verónica Cecilia Mañay Yánez**

**Ambato- Ecuador**

**Noviembre, 2009**

## **Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:**

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación, sobre el tema: **“LA HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS Y LA INFLUENCIA EN LOS TURISTAS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2008 – FEBRERO 2009”**, Presentada por la señorita Verónica Cecilia Mañay Yáñez, egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción Marzo 2009 – Agosto 2009, una vez revisado el Trabajo de Graduación, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto autoriza la presentación ante el Organismo pertinente, para los trámites consiguientes.

### **LA COMISIÓN**

---

**DR. M. Sc HÉCTOR SILVA ESCOBAR**

---

**DR. CARLOS BUSTOS DE LA PAVA**

**APROBACION DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O  
TITULACIÓN**

**CERTIFICA:**

Yo, Oscar Gordillo Guerrero, CI.....en mi calidad de tutor del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: **“LA HOSTERÍA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS Y LA INFLUENCIA EN LOS TURISTAS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2008 – FEBRERO 2009”** desarrollado por la egresada Verónica Cecilia Mañay Yáñez, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, Noviembre 2009

---

**TUTOR**

**TRABAJO GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.

---

Mañay Yánez Verónica Cecilia

CI. 050307224-1

**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

*“Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.*

## **AGRADECIMIENTO**

Sin lugar a duda este trabajo no pudo haberse realizado sin la formación que recibí durante cuatro años. Gracias a todos los maestros que contribuyeron realmente en mi formación, por todos sus consejos, sus formidables clases, su paciencia y su amistad como persona.

Le agradezco a mi mamá Mercedes Yáñez mi papá Fausto Mañay ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos , de regaños, de reprimendas de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgulloso, También les agradezco a mis amigos más cercanos, a esos amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí, compartiendo grandes momentos y recuerdos y brindándonos apoyo,. También agradezco a todos los profesores que me han apoyado una y otra vez.

Les agradezco a ustedes con toda el alma por haber llegado a mi vida y compartir momentos agradables y momentos tristes, pero esos momentos son los que nos hacen crecer y valora a las personas que nos rodean.

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

## FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

### CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

#### RESUMEN EJECUTIVO

**TEMA:** “LA HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS Y LA INFLUENCIA EN LOS TURISTAS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2008 – FEBRERO 2009”

**AUTOR:** VERÓNICA CECILIA MAÑAY YÁNEZ

**TUTOR:** DR. OSCAR GORDILLO GUERRERO

**Resumen:** El presente proyecto trata acerca de como influye en los turistas los servicios que ofrece y presta la Hostería Rumipamba de las Rosas, el mismo que es necesario para poder detectar ciertas deficiencias que se presentan en la Prestación de Servicio al Cliente.

Además por medio del presente se buscar el interés tanto del Gerente como el personal de la Institución para establecer un mejor Servicio al Cliente al mismo tiempo Motivar al Personal y optimizar la relación entre el personal y los turistas para cumplir con lo establecido. De esta manera se lograra obtener beneficios tanto para propietarios de este tipo de establecimientos como par el personal que la labora en los mismos.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	<b>Pág.</b>
1.-PORTADA.....	i
2.- PÁGINA DE APROBACIÓN DE ESTUDIO Y CALIFICACIÓN DEL INFORME DEL TRABAJO DE GRADUACION O TITULACIÓN DE LA COMISION CALIFICADORA.....	ii
3.- PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
4.- PÁGINA DE AUTORIA DEL TRABAJO .....	iv
5.- PÁGINA DE DEDICATORIA.....	v
6.- PÁGINA DE AGRADECIMIENTO.....	vi
7.- RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
8.- INDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
9.- INTRODUCCIÓN.....	xii

### **CAPÍTULO I**

#### **PROBLEMA**

1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del Problema	
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis Crítico.....	4



1.2.3. Prognosis.....	4
1.2.4. Formulación del problema.....	4
1.2.5. Delimitación del objeto de investigación.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	5

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1. Fundamentación Filosófica.....	7
2.2. Fundamentación Legal.....	7
2.3. Categorías Fundamentales.....	9
2.4. Hipótesis.....	16
2.5. Señalamiento de variables.....	17

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

3.1. Enfoque.....	17
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	17
3.3. Nivel básica de la investigación.....	17
3.4. Población y muestra.....	17

3.5. Operacionalización de variables.....	18
3.6. Plan de recolección de información.....	20
3.7. Plan de procesamiento de la información.....	20

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

5.1. Análisis e interpretación de datos.....	21
5.2. Verificación de la hipótesis.....	27

## **CAPÍTULO V**

Conclusiones y recomendaciones.....	28
-------------------------------------	----

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1. Datos Informativos.....	29
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	29

6.3. Justificación.....	30
6.4. Objetivos.....	30
6.5. Análisis de factibilidad.....	30
6.6. Fundamentación.....	31
6.7. Metodología.....	31
6.8. Plan de Acción.....	37
6.9. Previsión de la evaluación.....	38

## **MATERIALES DE REFERENCIA**

1. Bibliografía .....	39
-----------------------	----

## INTRODUCCIÓN

En el capítulo I trata de Las hosterías en Ecuador se han ido desarrollando por la atracción que tienen los turistas de las distintas haciendas existentes de épocas coloniales. Estas han sido modificadas para brindar alojamiento gran parte de estas se encuentran en la región Sierra y en menor cantidad en la región Costa y Oriente. Con el pasar del tiempo convirtieron en lugares de reunión social y de vacaciones. Los niveles a los que llegó la hostelería se debieron a las necesidades surgidas de la frecuencia cada vez mayor de viajeros adinerados.

Actualmente estos lugares tienen una gran demanda de turistas ya que ha ido creciendo día a día realizando cambios de gran importancia, de esta manera pueden ofrecer a cada uno de los huéspedes a más de un lugar elegante dónde hospedarse un lugar que lo acoja cálidamente haciendo de su estancia en sus instalaciones un motivo grato que le permitan olvidar la vida estresante de las grandes ciudades.

En el capítulo II se trata básicamente en tomar ciertos aspectos importante acerca del tema de investigación para realizar un trabajo que sea de utilidad para las demás generaciones y tengan mayor conocimiento de los diversos servicios que prestan este tipo de establecimientos y en base a que estatutos desempeñan sus actividades.

Además en el capítulo III estableceremos que metodología vamos a emplear en la investigación tomando en cuenta las variables del tema a investigar conjuntamente con la personas involucradas para obtener la información necesaria.

De igual manera en el capítulo IV se realiza el análisis e interpretación de resultados de la información obtenida para determinar si los turistas están complacidos son el servicio que brindan las Hosterías tomando en cuentas sus propias sugerencias y opiniones con respecto a ciertos inconvenientes que los afecte.

Al finalizar el proyecto se elaborara una propuesta la misma que será de utilidad para enmendar ciertas deficiencias que se presentan en las distintas áreas de servicio del establecimiento y mejorar la calidad de atención al cliente.

## **CAPITULO I**

### **1.1 TEMA DE INVESTIGACION**

**“LA HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS Y LA INFLUENCIA EN  
LOS TURISTAS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE EL  
PERIODO NOVIEMBRE 2008 – FEBRERO 2009”**

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1 Contextualización**

Antiguamente existían varias clases de establecimientos. A lo largo de los caminos y dentro de las poblaciones había tabernas y posadas para satisfacer las necesidades de los viajeros y de la población local. En el siglo XIV, en pleno período de descomposición del orden feudal, las tabernas y posadas que ofrecían alojamiento, comida y bebida se habían convertido en una realidad común.

Las hosterías en Ecuador se han ido desarrollando por la atracción que tienen los turistas de las distintas haciendas existentes de épocas coloniales. Estas han sido modificadas para brindar alojamiento gran parte de estas se encuentran en la región Sierra y en menor cantidad en la región Costa y Oriente.

Al mismo tiempo que se va desarrollando la industria del turismo el campo de la hotelería lo hará de igual manera debido a que las personas en un momento determinado tienen la necesidad de trasladarse de un lugar a otro. Pero los viajes todavía resultan demasiado lentos y en los trayectos largos es necesario realizar paradas para pernoctar.

Las hosterías en la región Andina con el pasar del tiempo convirtieron en lugares de reunión social y de vacaciones. Los niveles a los que llegó la hostelería se debieron a las necesidades surgidas de la frecuencia cada vez mayor de viajeros adinerados. El transporte de viajeros no se desarrolló por motivos sociales o de placer, sino más bien por exigencias del comercio y por necesidad.

Actualmente estos lugares tienen una gran demanda de turistas ya que ha ido creciendo día a día realizando cambios de gran importancia, de esta manera pueden ofrecer a cada uno de los huéspedes a más de un lugar elegante dónde hospedarse un lugar que lo acoja cálidamente haciendo de su estancia en sus instalaciones un motivo grato que le permitan olvidar la vida estresante de las grandes ciudades.

Existen gran cantidad de establecimientos hoteleros en toda la región desde hoteles de lujo con restaurantes elegantes, hasta los económicos y modernos moteles que ofrecen alojamiento y servicios sencillos. Estas deberán proporcionar al consumidor información diversa sobre hoteles y precios, lo que facilita la elección. La competencia entre establecimientos y grupos hoteleros ayudaran a mantener el nivel de los precios y calidad en los distintos servicios que se ofrecen.

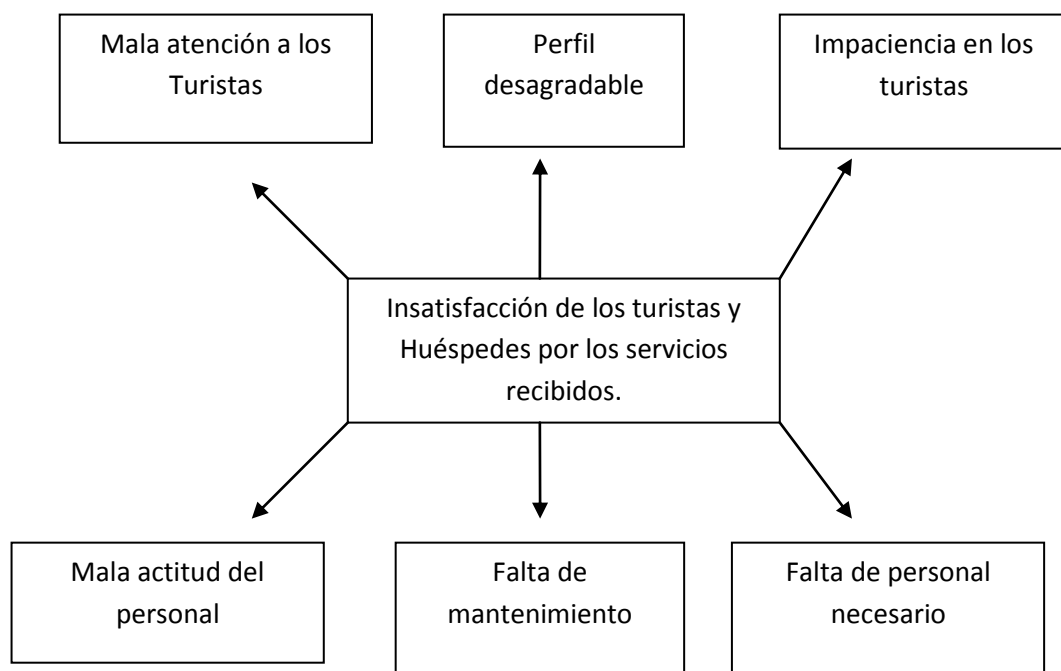
La mayor parte de Hosterías existentes en la provincia pertenecieron a grandes haciendas y familias pudientes en su época. Estas han sido escenario de importantes acontecimientos de la historia social, política y científica del país y del mundo. Cada establecimiento tiene su historia lo cual también a influenciado mucho en el interés de los turistas por conocer determinados lugares.

En la provincia de Cotopaxi se cuenta con pocas hosterías pero la demanda del sector turístico es muy rentable ya que los turistas buscan las nuevas formas de relax como: relajarse y explorar interesantes senderos para caminatas, cabalgatas y ciclismo de montaña, áreas verdes, canchas deportivas, etc.

Lo más conveniente y adecuado sería que este tipo de establecimientos se dirijan a un determinado mercado de consumidores. En general, se pueden clasificar por el nivel de los servicios ofrecidos y sus precios se ajustan a la capacidad económica de los segmentos de población a los que están orientados. Y puedan desempeñar de mejor manera su trabajo y sus clientes queden totalmente satisfechos.

### 1.2.2 Análisis Crítico

#### Árbol de Problemas



La mala actitud del personal que labora en la Hostería “Rumipamba de las Rosas” y el no estar predispuesto escuchar, entender, a ofrecer soluciones, respetar, ayudar, apreciar y recordar al cliente con algunas de las actitudes que hacen que el turista lo tome como una mala atención.

La falta de mantenimiento constante en distintas áreas pone en riesgo la imagen que tiene la Hostería en el mercado, dependiendo así la calidad de servicios que ofrece la y proyectando una imagen desagradable para sus visitantes.

La falta de personal necesario para atender en ciertas áreas o eventos o que se realizan en este establecimiento genera inconformidad e impaciencia en los turistas por los servicios recibidos.

### **1.2.3 Prognosis**

Es muy importante conocer los problemas que tiene la empresa para realizar un análisis y poder dar una solución adecuada y oportuna y mejorar la atención al cliente ya que si no se presta servicios de calidad no obtendremos la satisfacción esperada por parte de los huéspedes y visitantes.

### **1.2.4 Formulación del Problema**

¿Existe excelente acogida por parte de los turistas por los servicios recibidos durante el periodo Noviembre 2008 – Mayo 2009?

### **1.2.4 Delimitación del Objeto de Investigación**

#### ***1.2.4.1 Delimitación del Contenido***

- **Campo:** Hotelería
- **Área:** Alojamiento y Distracción
- **Aspecto:** Servicios de Calidad



#### ***1.2.4.2 Delimitación Espacial***

Esta investigación se aplicará en la “Hostería Rumipamba de las Rosas” ubicada en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

#### ***1.2.4.3 Delimitación Temporal***

Este proyecto se investigará en un lapso de tiempo que está dentro de los meses de Noviembre 2008 a Febrero 2009.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La información proporcionada a través de este proyecto, ya que los turistas podrán tener mayor conocimiento sobre los lugares donde ellos puedan alojarse así como los servicios que ofrecen los mismos. Para nosotros es necesario que el turista lleve consigo la mejor imagen e impresión realizando así la mejor publicidad.

Además la gran concurrencia de Turistas ayudara mucho para el desarrollo del turismo y la economía del cantón y la provincia ya que están invirtiendo en nuestro producto en este caso el servicio de alojamiento esparcimiento y alimentación.

Para la realización de este trabajo de investigación concluimos que la presente investigación es factible ya que es un proyecto sencillo, no necesita mucha inversión económica ni gran cantidad de materiales.

### **1.4 OBJETIVOS**

#### **1.4.1 General**

Establecer si los Visitantes y huéspedes están satisfechos con los servicios recibidos por parte de la Hostería Rumipamba de las Rosas.

### **1.4.2 Específicos**

- Diagnosticar se existe el personal necesario para cubrir todas las áreas de servicio.
- Analizar si el personal está debidamente capacitado para la atención al cliente.
- Elaborar un programa de capacitación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Según la información obtenida de la Hostería Rumipamba de las Rosas, se ha llegado a la conclusión que no existen trabajos similares, realizados con respecto a la calidad de servicios presta dicha Empresa. Por ello se considera que la Investigación realizada servirá como una guía a los propietarios de las empresas que estén relacionadas con el alojamiento ya que de esta forma ellos tendrán mayor conocimiento de la calidad de servicios que están brindando.

Luego de hacer una revisión bibliográfica y de campo hemos llegado a la conclusión que no existe no existen investigaciones realizadas sobre el tema.

#### **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Este proyecto se basa principalmente en aportar nuestro criterio por medio un análisis previo proponiendo y aportando con soluciones y alternativas para mejorar la calidad de los servicios que se están brindando en los diferentes establecimientos que tiene gran concurrencia de turistas lo cual ayudara al desarrollo del Turismo.

Con este proyecto promocionaríamos el turismo de esparcimiento para que la gente que visite estas hosterías pueda disfrutar de la naturaleza y tranquilidad que nos ofrece estos lugares.

## **2.3 FUNDAMENTACION LEGAL**

Según la ley de turismo tenemos los siguientes artículos los cuales nos especifican con precisión sobre las hosterías:

**Art. 3.- clasificación.-** Los alojamientos se Clasifican en los siguientes grupos:

### ***Grupo 1***

#### ***Alojamientos Hoteleros***

##### ***Subgrupo 1.1. Hoteles***

- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

##### ***Subgrupo 1.2. Hostales 7 Pensiones***

- 1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

##### ***Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios 7 Cabañas***

- 1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

## **Grupo 2**

### ***Alojamientos Extrahoteleros.***

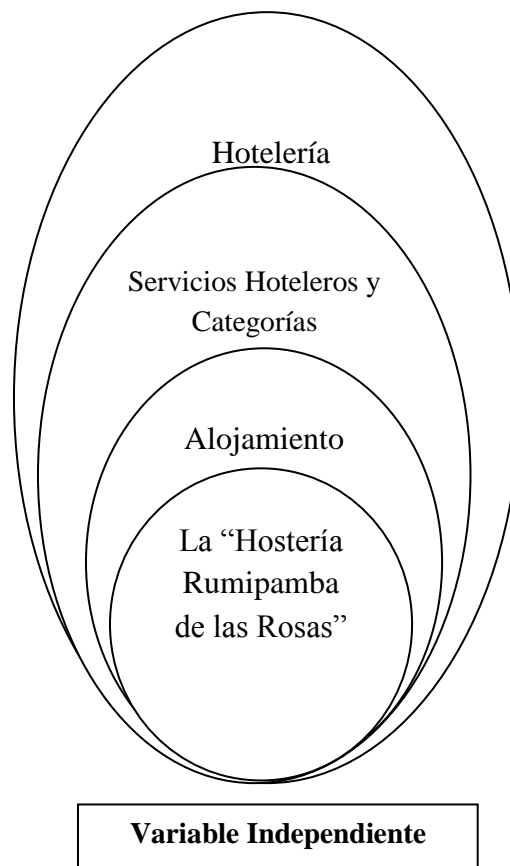
***Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).***

***Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).***

***Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 5 a 1 estrellas plateadas).***

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

## **2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES**



**La “Hostería Rumipamba de las Rosas”.-** Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Según la ley de turismo las Hosterías se clasifican de de 3 a 1 estrellas plateadas y cuenta con los siguientes servicios dependiendo de la categoría:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, Servicio de cafetería las veinticuatro horas del día, y.
- d) Botiquín de primeros auxilios.

La Hostería Rumipamba de las Rosas, fue transformada en un singular hotel donde hoy se puede disfrutar de toda la comodidad y el confort moderno en un entorno campestre único. Su decoración tan particular la conforman antiguos elementos cotidianos transformados en útiles artefactos; cada rincón de la hostería cuenta con su propia

historia donde se mezclan la armonía de la naturaleza con el descanso, el relax, el entretenimiento.

**Alojamiento.-** Son los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas una estadía con o sin otros servicios complementarios, lo que significa que la incesante actividad turística precisa una amplia gama de alojamientos que van desde hoteles con servicio completo, pensiones con desayuno, propiedades a tiempo compartido, apartamentos amoblados hasta el " bed and breakfast " (cama y desayuno) aunque debido a las nuevas exigencias que demandan los viajeros de nuestra época, los hoteles pequeños van desapareciendo a fin de dar lugar a la grandes cadenas hoteleras provistas de la tecnología moderna, con personal altamente capacitado y servicios rápidos.

**Servicios Hoteleros y Categorías.-** Los elementos que conforman estructuralmente un servicio hotelero van de acorde a la categoría del establecimiento:

- Calidad
- Particularidades
- Beneficio condicionado

**La calidad es la confianza que inspira el servicio**, tanto por experiencias anteriores como por el desarrollo eficiente de su prestación. **La calidad Comercial y la Calidad técnica o intrínseca** están íntimamente relacionadas, aunque no puede la primera sin existir la segunda.

**Las particularidades son** las características físicas y de operación de un hotel, como por ejemplo: su decoración, disposición, estilo arquitectónico, tamaño de los cuartos, mobiliario, tipo de cafetería, etc., son los aspectos y conceptos apreciables que hacen diferente un hotel de otro.

**Los beneficios condicionados son** la esencia misma del servicio, pues se entienden como la satisfacción que realmente proporciona el hotel a sus huéspedes y usuarios.

Los elementos de los servicios de un hotel conforman su capacidad de respuesta práctica al mercado, y al mismo tiempo estructuran e integran su imagen comercial.

Calidad + características + Beneficio condicionado = Identidad propia del hotel.

Identidad propia del hotel = Elemento formal de la imagen

Comercial del Hotel.

Identidad Comercial = Valor comercial de la marca o

Del nombre del Hotel

La identidad comercial del hotel, a su vez permite el posicionamiento práctico del mismo en el mercado, es decir, su ubicación frente a la demanda y a la competencia con su propia personalidad.

### **Calidad:**

Hotel con servicios de 4 estrellas, habitaciones limpias, atención rápida y amable, comunicación telefónica inmediata, solución amplia de problemas y quejas.

Buena comida en sazón y cantidad, servicio rápido y Precios justos.

### **Particularidades:**

Habitaciones amplias, bien iluminadas, mesa de trabajo, baño con tina, teléfono con línea directa a la calle, televisión de buen tamaño con cable, *lobby* amplio y agradable con piano bar integrado. Alberca y palapa, restaurante con especialidades, particularmente para cenar.

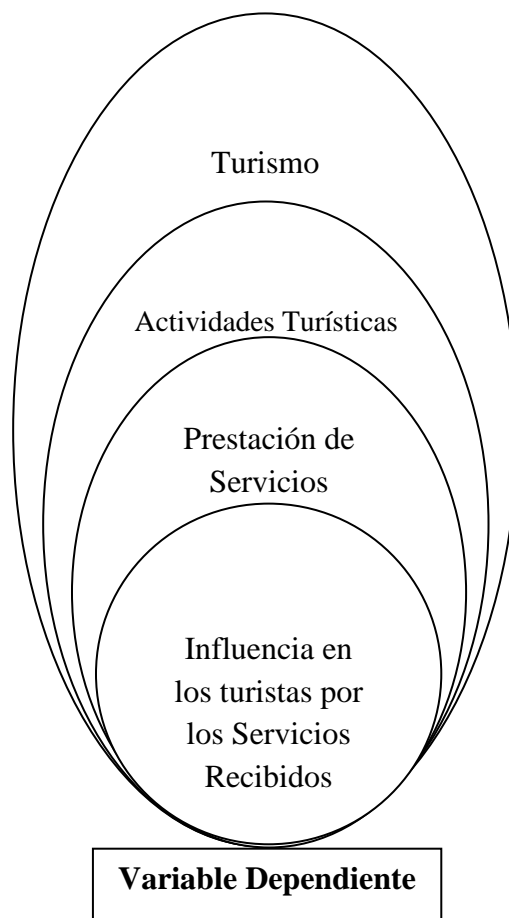


**Beneficio Condicionado:**

Cercano a lugares de negocios (cómodo en ubicación), atención personalizada. Las personas se sienten como en su casa.

*Cabe mencionar que el análisis de los elementos de los servicios hoteleros, lo hace el huésped o usuario en función de su criterio y experiencia, y es esto lo que fundamenta su opinión e imagen acerca de los mismos.*

**Hotelería.-** La hostelería es la industria que se ocupa de proporcionar a los clientes alojamiento, comida y otros servicios, mediante un pago. Para esto, un hostel es algo así como una pensión donde por lo regular el pago de su estancia le incluye los alimentos. A comparación de un hotel, el hostel es mucho más pequeño en dimensión y en el número de trabajadores y por lo regular un hostel es atendido por los dueños.



**Acogida de los Turistas por los Servicios Recibidos.-** Es muy importante que todo tipo de empresa maneje un Marketing Orientado al cliente, Coordinado y Atento a las condiciones de Competencia, es importante para alcanzar tanto la satisfacción del cliente como el Éxito de la Empresa.

Por lo tanto el grado de satisfacción del consumidor con respecto al producto ofrecido, resulta fundamental a la hora de hacer un balance del desempeño y la acogida de los servicios que estamos ofertando. En tal sentido la medida de satisfacción de los turistas representa un mecanismo de retroalimentación y de desarrollo constante para la empresa, lo cual le permitirá tomar medidas adecuadas para mejorar y captar futuros mercados.

En la actualidad existe una cierta unanimidad en que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de **la empresa** en el largo plazo es la opinión de los **clientes** sobre el **producto** o **servicio** que reciben. Resulta obvio que, para que los clientes se formen una opinión positiva, la **empresa** debe satisfacer sobradamente todas sus necesidades y expectativas. Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio.

Por tanto, si satisfacer las expectativas del **cliente** es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de **información** adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido.

La calidad, y más concretamente la excelente acogida de los servicios por los turistas se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir en las **organizaciones** industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las **empresas** envueltas en este tipo de **procesos**.

De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que

confiere una ventaja diferenciada y perdurable en el **tiempo** a aquellas que tratan de alcanzarla.

**Prestación de Servicios.-** Son aquellas personas naturales o jurídicas cuyo objeto es brindar algún servicio turístico. Estableciendo las condiciones necesarias para el desarrollo sostenible del turismo a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.

**Actividades Turísticas.-** es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de **servicio**, con el fin de aprovechar al máximo los **recursos** materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

Es el elemento fundamental del turismo, es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

***Fines primarios:***

- Satisfacer al individuo.
- Crear nuevas expectativas de conocimiento e **interés**.
- Mejorar la calidad de vida.
- Propiciar la integración de los pueblos.

***Fines secundarios:***

- Crear una **estructura** socioeconómica sólida.
- Contribuir al **desarrollo económico** y cultural de los pueblos.

**Turismo.-** *El turismo es el conjunto de experiencias y actividades desarrolladas por individuos que se desplazan temporalmente en un espacio que no les es cotidiano, por razones lúdicas, así como las diversas formas económicas que pretenden rentabilizar este desplazamiento.*

## **2.5 HIPOTESIS**

La prestación de servicios de calidad de la “Hostería Rumipamba de las Rosas” asegura la satisfacción del Turista.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

***VARIABLE INDEPENDIENTE:*** La Hostería “Rumipamba de las Rosas”

***VARIABLE DEPENDIENTE:*** Influencia en los Turistas por los servicios recibidos durante el periodo Noviembre 2008 - Febrero 2009

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque**

La metodología que vamos a utilizar para nuestra investigación es el enfoque cualitativo, porque es necesario conocer calidad de servicios, la ubicación, tipo de estructura, alojamiento y alimentación que ofrecen las hosterías de la provincia y el cantón.

#### **3.2 Modalidad Básica de la Investigación**

Se aplica la investigación de campo debido a que las hosterías se encuentran fuera de la ciudad, es importante visitar el lugar donde se podrá conocer la calidad de servicios que ofrece cada una de sus aéreas para satisfacer las necesidades de quienes prefieren estar en un lugar de relax.

#### **3.3 Nivel o Tipo de Investigación**

El nivel de tipo de investigación es exploratorio porque sondea un problema poco investigado.

Mediante ello, conoceremos la administración, servicios y funciones de cada una de ellas.

#### **3.4 Población y Muestra**

Del total de turistas y clientes que han hecho uso de los servicios que ofrece La Hostería Rumipamba de las Rosas durante este periodo, hemos tomado una pequeña muestra de 50 personas que serán encuestadas con respecto al tema del proyecto.

### 3.5 Operacionalización de Variables

- Variable Independiente: La “Hostería Rumipamba de las Rosas”

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	TÉCNICAS
<p>La Hostería Rumipamba de las Rosas, es un singular hotel donde se puede disfrutar de toda la comodidad y el confort moderno en un entorno campestre único. Su decoración tan particular la conforman antiguos elementos cotidianos transformados en útiles artefactos donde se mezclan la armonía de la naturaleza con el descanso, el relax, el entretenimiento.</p>	<p>*Hostería</p> <p>*Comodidad y Confort</p> <p>*Entorno y Decoración</p> <p>* Naturaleza</p>	<p>*Alojamiento, Alimentación y Recreación</p> <p>*Clientes Satisfechos</p> <p>*Infraestructura</p> <p>* Descanso-Relax-Entretenimiento</p>	<p>¿Cree usted que el servicio de alojamiento que ofrece la Hostería “Rumipamba de Rosas” es de calidad?</p> <p>¿Cree Ud. que la Comodidad y el confort son suficientes para Satisfacción de sus huéspedes</p> <p>¿El entorno y decoración van de acorde con la infraestructura de la Hostería?</p> <p>¿Piensa Ud. Que un ambiente natural influye positivamente en el descanso relax y entretenimiento?</p>	<p>*Observación</p> <p>*Encuestas</p> <p>*Cuestionario</p>

**Variable Dependiente: Acogida de los Turistas por los Servicios Recibidos**

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	TÉCNICAS
<p>La Hostería debería manejar un Marketing Orientado al cliente, Coordinado y Atento a las condiciones de Competencia, para alcanzar la satisfacción del cliente y el Éxito de la Empresa.</p> <p>Por lo tanto el grado de satisfacción del consumidor con respecto al producto ofrecido, resulta fundamental a la hora de hacer un balance del desempeño y la acogida de los servicios que estamos ofertando.</p>	<p>*Orientado al cliente</p> <p>*Éxito de la empresa</p> <p>*Satisfacción del Cliente</p>	<p>*Atención personalizada</p> <p>*Producto de primera</p> <p>*Buena acogida de los Servicios</p>	<p>¿Piensa Ud. Que un ambiente natural influye positivamente en el descanso relax y entretenimiento?</p> <p>Cree Ud. que la calidad de productos que ofrece la Hostería es :</p> <p>¿Cree Ud. que tiene una buena acogida por parte de los turistas los servicios y productos ofrecidos por la Hostería?</p>	<p>*Observación</p> <p>*Encuestas</p> <p>*Cuestionario</p>

### 3.6 Plan de Recolección de Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Para qué?	- Para lograr los objetivos planteados en nuestra investigación.
¿De qué personas?	- Personal de la Hostería y Turistas.
¿Sobre qué aspectos?	- La acogida de los servicios recibidos
¿Quién?	- Investigadores
¿Cuándo?	- Noviembre 2008 – Febrero 2009
¿Dónde?	- Cantón Salcedo
¿Cuántas veces?	- Una sola Vez
¿Con que técnicas?	- Encuestas
¿Con que Instrumento?	- Cuestionario
¿En qué situación?	- Los fines de semana y feriados

### 3.7 Plan de Procesamiento de la Información

1. Revisión crítica de la Información.
2. Ordenamiento y Sistematización.
3. Tabulación, calculo y traficación de Resultados
4. Interpretación y Conclusión.



## CAPÍTULO IV

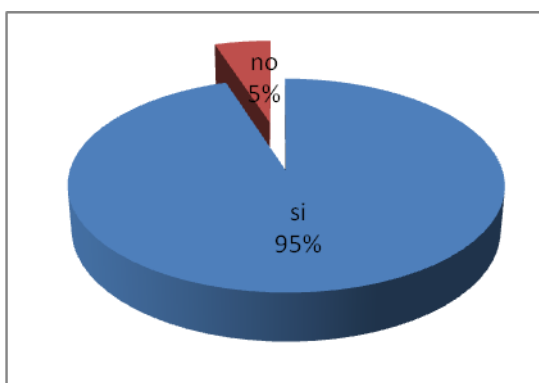
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

##### PREGUNTA 1

¿Cree usted que el servicio de alojamiento que ofrece la Hostería “Rumipamba de Rosas” es de calidad?

personas encuestadas	Si	No
50	48	2



De las personas encuestadas el 95% respondió que la Hostería si presta servicios de calidad y el 5% dijo que no.

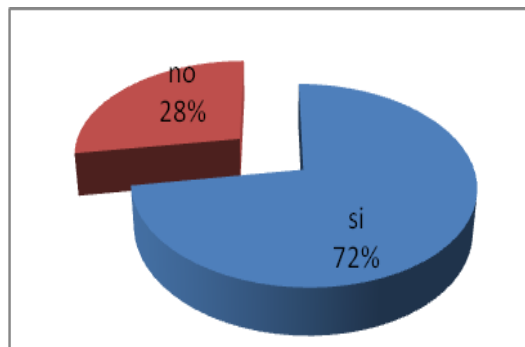
Sin embargo una determinada cantidad de turistas dicen que es necesario contratar personal eventual en temporadas altas ya que existe gran afluencia de los mismos y los

servicios que ellos requieren nos están en el menor tiempo posible y la espera genera impaciencia e inconformidad en los clientes.

## PREGUNTA 2

¿Cree Ud. que la Comodidad y el confort son suficientes para Satisfacción de sus huéspedes?

PERSONAS ENCUESTADAS	Si	No
50	39	11



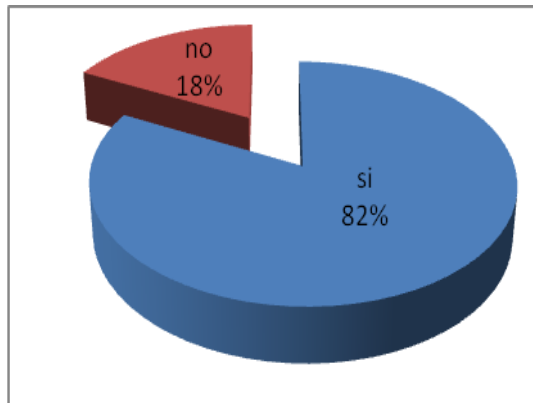
De las personas encuestadas el 72% respondió que la Comodidad y el confort son suficientes para hacer de su estancia sea placentera pero el 29% dijo que no.

El mayor porcentaje de las personas encuestadas se encuentran satisfechas por los servicios que ofrece la hostería pero un menor porcentaje se queja que las instalaciones son muy antiguas.

### PREGUNTA 3

¿El entorno y decoración van de acorde con la infraestructura de la Hostería?

Personas Encuestadas	Si	No
50	43	7



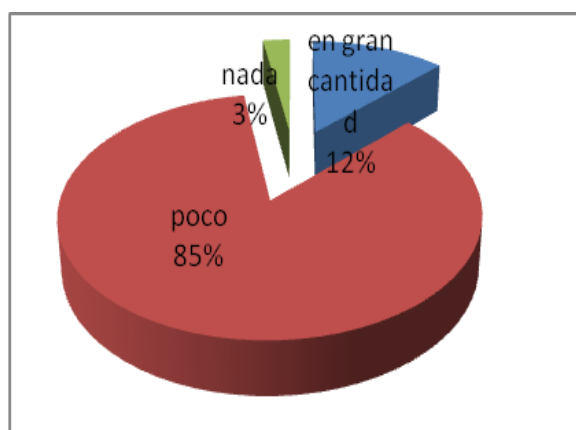
De las personas encuestadas el 82% respondió que la decoración es única ya que tiene un estilo completamente colonial y el 18% dijo que debería tener una decoración más moderna.

Algunas personas dijeron que las artesanías y los artefactos utilizados como decoración en cada una de las habitaciones si es un atractivo y un detalle importante sin embargo estos acumulan demasiado polvo por su entorno en sí, y en ocasiones afectan a los huéspedes.

#### PREGUNTA 4

¿Piensa Ud. Que un ambiente natural influye positivamente en el descanso relax y entretenimiento?

Personas Encuestadas	Mucho	poco	nada
50	42	6	2



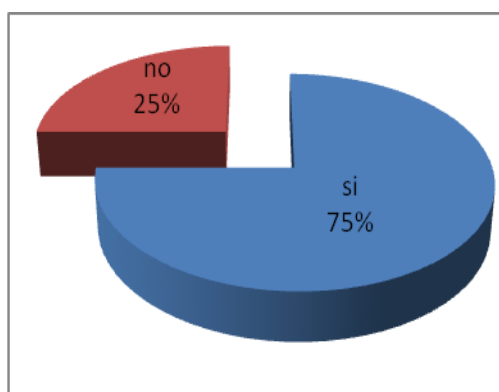
De las personas encuestadas el 85% dijo que un ambiente natural influye mucho para el relajamiento y descanso de los huéspedes y turistas, el 12 % respondió que influye poco y el 3% dijo que no influyen de ninguna manera

Los Huéspedes y turistas respondieron que la Hostería les brinda muchas alternativas de descanso y relax lo cual los ayuda a salir de su estrés y sus actividades habituales.

## PREGUNTA 5

¿Cree Ud. que el personal de la Hostería debería prestar un servicio personalizado?

Personas Encuestadas	Si	No
50	40	10



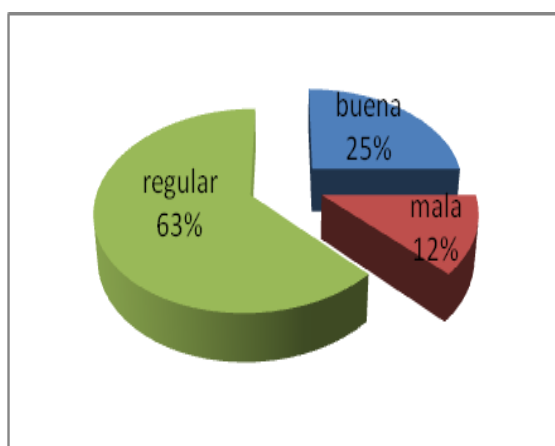
De las personas encuestadas el 75% dijo que si es recomendable que se preste un servicio personalizado y el 25% dijo que no es necesario, que están satisfechos con los servicios que se les da.

Gran parte de las personas encuestadas contestaron que si es necesario que el personal de la hostería brinde un servicio y así pueda alcanzar un mejor.

## PREGUNTA 6

Cree Ud. que la calidad de productos que ofrece la Hostería es:

PERSONAS ENCUESTADAS	Buena	Regular	Mala
50	18	29	3

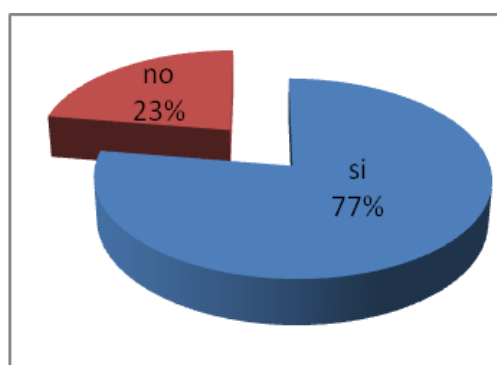


De las personas encuestadas el 63% dijo que los productos ofrecidos por parte de la Hostería Rumipamba de las Rosas son de calidad regular, mientras que el 25% dice que son buenos, y el 12% dijo que los productos son de mala calidad.

### PREGUNTA 7

¿Cree Ud. que tiene una buena acogida por parte de los turistas los servicios y productos ofrecidos por la Hostería?

PERSONAS ENCUESTADAS	Si	No
50	41	9



De las personas encuestadas el 77% respondió que si tienen acogida los productos y servicios que ofrece la Hostería “Rumipamba de las Rosas” en el cantón y los visitantes, y el 23% dijo que no.

La mayoría de encuestados respondieron que la Hostería ofrece muchas alternativas para el descanso y esparcimiento para la gente del mismo lugar y los turistas, así poder salir de sus actividades cotidianas y la rutina.

#### **4.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

Con la investigación realizada la hipótesis planteada es correcta ya que al prestar servicios de calidad por parte de la Hostería “Rumipamba de las Rosas” mejorara la afluencia de turistas a la zona y tendrá una excelente aceptación en el mercado.

L mayor parte de los turistas afirmaron estar contentos con los servicios recibidos pero también existen algunos aspectos importantes que deben ser tomados en cuenta para mejorar, de esta manera se lograra una buena ubicación en el mercado creando mas turismo y beneficios tanto para la empresa como para el sector.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **Conclusiones:**

- La mayoría de los clientes se encuentran satisfechos pero no debemos ignorar ciertas inconvenientes que se presentan o nos dan a conocer los turistas.
- El personal carece de conocimientos sobre ciertos aspectos de cómo desempeñar sus labores en el área asignada.
- Debido a la falta de personal suficiente en las diversas áreas de servicio que tiene la hostería se ha generado algunos inconvenientes con los huéspedes y visitantes.

- **Recomendaciones:**

- Tomar en cuenta los criterios y sugerencias de los huéspedes y no pasarlas desapercibidas ya que son indispensables para mejorar y mantener los estándares de calidad en los servicios.
- 
- Capacitar al personal que trabajan en las hosterías y todas las empresas que se dedican a la prestación de servicios turísticos en la provincia de esta forma sean promocionadas y conocidas por todo el país por su calidad de servicios.
- Asignar el personal necesario a las distintas áreas de la empresa y así mejorar la calidad del servicio y tener una mejor eficiencia y eficacia en el personal



## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS**

**TEMA DE LA PROPUESTA:** Elaborar un programa de capacitación al personal para mejorar el servicio a los turistas en La “Hostería Rumipamba de las Rosas”.

**LUGAR:** Hostería Rumipamba de las Rosas

**DIRECCIÓN:** Av. Norte s/n y Eloy Yerovi - Cantón Salcedo Panamericana Sur Km. 100 - Latacunga Ecuador

**PERÍODO:** Noviembre 2008 – Febrero 2009.

#### **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.**

Con la investigación realizada se puede identificar que en la Hostería Rumipamba de las Rosas el Cantón Salcedo cuenta con atractivos de gran importancia y excelentes instalaciones, a los cuales sus administradores no proveen de los recursos necesarios para su mantenimiento y los empleados no brindan la debida atención a los turistas.

Por esta razón se ha visto en la necesidad de crear una ficha de sugerencias y recomendaciones las mismas que se encontraran en las áreas de atención al huésped y turista ya sea en: Recepción, Habitaciones o en los distintos salones para eventos, aquí ellos podrán dar cualquier sugerencia o recomendación acerca e los servicios recibidos. Este ayudará a mejorar el desempeño y predisposición en la prestación de servicios.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN.**

La creación de un instructivo para el personal tiene gran importancia en desempeño de las actividades cotidianas que realizan en la hostería ya que nos ayudará a obtener una excelente propagación en cuanto a la calidad en la prestación de servicios, logrando llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros los cuales generarán incremento en la oferta y demanda, mejoramiento de los servicios, infraestructuras y calidad de vida de la población.

### **6.4 OBJETIVOS**

#### **6.4.1. General**

- Instituir un programa de capacitación para el personal de La Hostería Rumipamba de las Rosas.

#### **6.4.2. Específicos**

- Detectar si los turistas están satisfechos con los servicios recibidos por parte de la Hostería.
- Considerar en que área o departamento existe mayores inconvenientes.
- Comprobar si el personal está apto para las labores y actividades designadas

### **6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

El proyecto es factible ya que no se necesita de gran talento humano, ya que las fichas serán distribuidas en las habitaciones para la investigación. El tiempo estipulado es

suficiente para obtener la información necesaria y los recursos económicos serán solventados por la misma Empresa.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN.**

Su principal objetivo será el de crear seres humanos capaces de hacer cosas nuevas no simplemente repetir lo que han hecho otras generaciones; hombres y mujeres que sean creativos, inventivos, emprendedores, visionarios, descubridores de la realidad que tiene nuestro país.

El turismo y la hotelería deben favorecer y potenciar el desarrollo económico de los ecuatorianos y de los estudiantes de la carrera promoviendo su autonomía moral e intelectual.

## **6.7 METODOLOGÍA**

Es el estudio sistemático de los hechos en un lugar en los que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Es una metodología que permite desarrollar a los investigadores un análisis participativo, donde los actores implicados se convierten en los protagonistas del proceso de construcción del conocimiento de la realidad sobre el objeto de estudio, en la detección de problemas y necesidades y en la elaboración de propuestas y soluciones.(se debería ampliar este concepto) transformación social.

Para establecer un programa de de capacitación para el personal utilizaremos la investigación de campo en donde se tendrá contacto directo con los involucrados en este caso personal y turistas.

El programa de capacitación se tratara los siguientes aspectos:

## **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL DE LA “HOSTERÍA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS”**

### **TEMAS:**

- 1.- RELACIONES HUMANAS**
- 2.- MOTIVACIÓN AL PERSONAL**
- 3.- SERVICIO AL CLIENTE**

### **1. RELACIONES HUMANAS**

#### **DESCRIPCIÓN:**

Este curso de tres módulos plantea una serie de elementos teóricos y prácticos que ayudarán al participante a relacionarse consigo mismo, como punto de partida para luego relacionarse con los demás y el entorno que le ha tocado vivir.

#### **OBJETIVO GENERAL:**

Al finalizar el curso los participantes estarán en capacidad de relacionarse con su esfera personal así como con los demás, dentro del entorno que les ha tocado vivir.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Al concluir los tres módulos de este curso los participantes:

- Conocerán los fundamentos y composición de la psiquis humana
- Conocerán su Mundo Emocional
- Distinguirán los esquemas emocionales y mentales
- Sabrán la importancia del manejo de los esquemas mentales.

## **2. MOTIVACION AL PERSONAL**

### **DESCRIPCIÓN**

Se tratara acerca del los conocimientos para el mejor desarrollo en los negocios y situaciones personales, conociendo las teorías y herramientas que le acercarán a la motivación humana.

El curso de motivación le ayudará a comprender la relación motivación-conducta a partir del desarrollo conceptual para lograr los objetivos deseados hacia un mejor desarrollo en sus actividades y sea cada vez más competitivo.

### **OBJETIVO GENERAL**

Al finalizar el programa los participantes se sentirán con toda la predisposición la realizar sus actividades

### **OJETIVOS GENERALES**

- Elevar el autoestima
- Mejorar la relación con los clientes y el personal en si
- Buena actitud ante las situaciones que se le presente

## **3. CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

### **DESCRIPCIÓN:**

Este curso está orientado a desarrollar una Cultura de Servicio al Cliente en la que participen todos los integrantes de la organización, brindando un servicio de calidad orientado hacia el cliente, sus necesidades y expectativas, que genere una relación permanente entre clientes y proveedores, en función de lo que el cliente espera recibir y lo que realmente, a su juicio, recibe. Pues, cuando recibe lo que esperaba o más, es un Servicio de Calidad que naturalmente se transforma en una relación de fidelidad y el cliente pasa a ser parte fundamental de la difusión de las ventajas de la organización.

Cuando recibe menos de lo que esperaba, se pierde la fidelidad, ya no es más nuestro cliente y además hay altas probabilidades que se transforme en un difusor de ese mal Servicio, lo que multiplica el daño.

### **JUSTIFICACIÓN:**

El Servicio al Cliente, aunque se trate de la venta de productos tangibles, es en gran medida, un intangible, que tiene la característica que su producción y consumo son simultáneos, por lo que no hay posibilidad de someterlo a un control de calidad previo a su uso por el cliente. En esta interacción dinámica entre el productor del servicio y el cliente están las dificultades y también las oportunidades de un buen Servicio al Cliente. El Servicio al Cliente está compuesto por un conjunto de factores que confluyen en el momento en que se produce el servicio. Hay factores Tangibles como las ventajas reales del producto, las características del centro de ventas, el respaldo técnico, etc. Otros Intangibles como el prestigio de la marca, la credibilidad, etc. Hay un tercer tipo que es donde se encuentran las grandes oportunidades de mejorar el Servicio al Cliente y son los Virtuales, aquellos que todavía no han sido desarrollados pero que existen en las expectativas del cliente.

Estos factores virtuales son aquellas expectativas que tiene el cliente y que no han sido satisfechas, allí se encuentran las ventajas comparativas con los competidores directos, pero allí también se encuentra el riesgo, ya que si nuestros competidores lo desarrollan antes o mejor que nosotros, serán ellos los que logren una fidelidad de los clientes.

### **OBJETIVO GENERAL:**

- Al finalizar el curso los participantes habrán asimilado y establecido las bases de una Cultura de Servicio al Cliente

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Al finalizar los distintos capítulos del curso, los participantes estarán en capacidad de:
- Orientar las actividades y procesos a las necesidades y expectativas del cliente

- Establecer un sistema de comunicación permanente que permita estar constantemente informado de las necesidades y expectativas de los clientes
- Desarrollar una actitud orientada al servicio
- Saber identificar las verdaderas necesidades y expectativas de los clientes
- Transformar al cliente en un aliado

#### **4. DIRIGIDO A:**

Profesionales, Directivos, Empleados a todo nivel y personal relacionado al área de Servicio al Cliente.

#### **5. DURACION**

La duración del programa de capacitación será de 32 horas las mismas que serán impartidas 8 horas diarias; de Cada Charla el Taller tiene una duración entre 50 a 70 minutos cada uno, la duración completa depende de la forma en que se programe su ejecución.

#### **6. PARTICIPANTES:**

- El Programa se ejecutará sobre equipos de trabajo que se formarán en base de afinidades laborales.
- Para un correcto desarrollo de la metodología propuesta, es necesario contar con equipos entre 10 a 15 integrantes.

#### **7. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA / APRENDIZAJE:**

La metodología integrará diferentes factores para conseguir los objetivos propuestos:

- **Clases expositivas** para las explicaciones conceptuales en los diferentes niveles, con uso de material audiovisual cuando sea pertinente.

- **Taller de prácticas** que permite afianzar lo expuesto en las charlas sobre la base de una puesta en práctica básica de lo tratado. El Taller es dirigido por el Instructor.

## **8. SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

- La nota final se compondrá de: 70% Evaluación de talleres y 30% Asistencia y Participación.



## 6.8 PLAN DE ACCIÓN

<b>FASES</b>	<b>METAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>Sensibilización</b>	Sensibilizar al personal de la “Hostería Rumipamba de las Rosas ”sobre la necesidad de realizar un programa de capacitación para mejorar la atención al cliente	Clases expositivas  Talleres de prácticas grupales	Humanos Y Materiales	Del 17 al 21 de <b>noviembre del 2008</b>	Gerente Investigador	Personal motivado para participar en el programa de capacitación
<b>Capacitación</b>	Capacitar al personal sobre las relaciones humanas, motivación y la calidad en el servicio al cliente.	Entrega y análisis del modulo que se utilizara para la capacitación	Humanos Y Materiales	Del 24 al 27 de noviembre del 2008	Personal Especializado	Personal capacitado para poner en práctica lo aprendido en sus labores diarias
<b>Ejecución</b>	Aplicación de programa de capacitación al personal de la “Hostería Rumipamba de las Rosas”	El personal de la “Hostería Rumipamba de las Rosas ” aplican lo aprendido en sus actividades cotidianas	Humanos Y Materiales	De diciembre del 2008 a enero del 2009	Gerente Y Personal	El personal ponen en práctica lo aprendido en el programa de capacitación
<b>Evaluación</b>	Determinar el grado de interés y participación del gerente y personal con la ejecución del programa de capacitación	Observación y dialogo permanente con el Personal y Gerente de la “Hostería Rumipamba de las Rosas”	Humanos Y Materiales	En el mes de febrero del 2009	Gerente	El personal emplea lo aprendido en el programa de capacitación con los turistas y huéspedes eficaz y eficientemente.

## **6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN**

En el mes de febrero se podrá evaluar si el programa de capacitación ha sido de utilidad, aceptación y aportación para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en la prestación de servicios que presta la Hostería Rumipamba de las Rosas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. [ecuaworld.com/hosterias\\_haciendas](http://ecuaworld.com/hosterias_haciendas)
2. [www.exploringecuador.com](http://www.exploringecuador.com)
3. [www.turis.direcuador.com](http://www.turis.direcuador.com)
4. [www.viajandox.com/cotopaxi\\_dondehospedarse.htm](http://www.viajandox.com/cotopaxi_dondehospedarse.htm)
5. [ecuador.travel.selfip.com](http://ecuador.travel.selfip.com)
6. <http://www.acropolis.org.ec/cursos.htm>
7. <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
8. <http://www.seminarios.com.mx/>
9. revistas de de la cadena hotelera colonial *CIALCOTEL*
10. Información facilitada por parte de la Hostería

## CUESTIONARIO

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

#### FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

#### EVALUACIÓN PARA TURISTAS Y HUÉSPEDES

Encuesta para determinar la insatisfacción de los por los servicios brindados por parte de la Hostería Rumipamba de las Rosas

1.- ¿Cree usted que el servicio de alojamiento que ofrece la Hostería “Rumipamba de Rosas” es de calidad?

Si  No

¿Por qué? .....

2.- ¿Cree Ud. que la Comodidad y el confort son suficientes para Satisfacción de sus huéspedes?

Si  No

¿Por qué? .....

3.- ¿ El entorno y decoración van de acorde con la infraestructura de la Hostería?

Si  No

¿Por qué? .....

4.- ¿Piensa Ud. Que un ambiente natural influye positivamente en el descanso relax y entretenimiento?

Si  No

¿Por qué? .....

5.- ¿Piensa Ud. Que un ambiente natural influye positivamente en el descanso relax y entretenimiento?

Si  No

¿Por qué? .....

6.- Cree Ud. que la calidad de productos que ofrece la Hostería es:

Buena  Regular  Mala

7.- Cree Ud. que tiene una buena acogida por parte de los turistas los servicios y productos ofrecidos por la Hostería?

Si  No

¿Por qué? .....

**¡GRACIAS!**

