



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

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

**INFLUENCIA DEL CLIMA LABORAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA EL PRADO, IBARRA, ECUADOR.**

AUTOR: VALVERDE MITIS LILIANA JANNETH

DIRECTOR: VASALLO VILLALONGA YOARNELYS MSc.

IBARRA

2019

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de directora del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Liliana Janneth Valverde Mitis, previo a la obtención del título de Ingeniería en la especialidad de Turismo, cuyo tema es **“INFLUENCIA DEL CLIMA LABORAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA EL PRADO, IBARRA, ECUADOR.”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra el 16 de marzo del 2019.

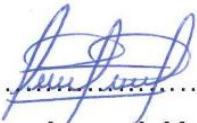


.....
MSc. Yoarnelys Vasallo
DIRECTORA

AUTORÍA

Yo, Liliana Janneth Valverde Mitis, portadora de la cédula de ciudadanía N°. **040182366-1**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría **“INFLUENCIA DEL CLIMA LABORAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA EL PRADO, IBARRA, ECUADOR”**, que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra el 16 de marzo de 2019



.....
Liliana Janneth Valverde Mitis

C.I 0401823661.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición de la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		0401823661	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Valverde Mitis Liliana Janneth	
DIRECCIÓN:		Ibarra- Barrio El Olivo	
EMAIL:		lilianavalverde93@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL	0989636197

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“INFLUENCIA DEL CLIMA LABORAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA EL PRADO, IBARRA, ECUADOR”.
AUTOR:	Valverde Mitis Liliana Janneth
FECHA: AAMMDD	2019/03/16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR/ DIRECTOR:	Msc. Gabriel Álvaro Tapia González

1. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, LILIANA JANNETH VALVERDE MITIS con cedula de identidad Nro. 0401823661, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 16 días del mes de marzo del 2019.

AUTORA:



Nombre: Liliana Janneth Valverde Mitis

Cédula: 0401823661

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de titulación a las personas que conforman la hostería El Prado quienes serán los principales beneficiarios de la aplicación de un modelo holístico con el fin de mejorar la satisfacción interna como externa, mismo que recoge aspiraciones del establecimiento por cumplir sus objetivos, mediante el esfuerzo, dedicación sin dejar de lado la calidad.

Agradecimiento

Quiero agradecer a mi familia por hacer de mí una persona de provecho, gracias a ellos ha sido posible alcanzar una meta más de mi vida, por darme su apoyo incondicional a cada momento y por ser quienes con su cariño y consejos supieron guiarme en los momentos más difíciles durante esta etapa.

De igual manera agradecer a los profesores quienes con su paciencia y dedicación supieron impartir sus experiencias, conocimientos en las aulas con el objetivo formar personas capaces y eficientes en el campo laboral. Gracias al aporte de mi tutor quien ha apuntalado a la finalización de este trabajo, de igual manera agradecer a la Universidad Técnica del Norte quien me abrió las puertas permitiendo ser partícipe de sus eventos y contribuir al beneficio de la sociedad

ÍNDICE

CAPÍTULO I	14
1. Problema de investigación	14
1.1. Antecedentes.....	14
1.2. Contextualización del problema de Investigación.	18
1.3. Formulación del problema.....	19
1.4. Objeto de estudio.	19
1.5. Objetivos	20
1.6. Preguntas de investigación:	21
1.7. Justificación.....	22
1.8. Descripción del área de estudio	23
CAPÍTULO II	25
2. Marco teórico.....	25
2.1. Cultura empresarial.....	25
2.1.1. Clima laboral.....	27
2.1.2. Características del clima laboral.	30
2.1.3. Tipos de clima laboral.....	31
2.1.4. Aspectos o dimensiones que influyen en el clima laboral.....	34
2.2. Variables consideradas en el concepto de clima laboral.	42
2.3. Clima laboral en empresas de servicio.	44
2.4. La Satisfacción del cliente.....	45
2.5. Cliente.....	49
2.5.1. Clientes internos y externos de una empresa.....	50
CAPÍTULO III	51
3. Marco metodológico	51

3.1. Tipo de investigación	51
3.2. Métodos	55
3.3. Técnicas e instrumentos	60
3.4. Población	60
3.5. Muestra	60
CAPÍTULO IV	62
4. Análisis e interpretación de resultados.....	62
4.1.1 Diagnóstico de la situación actual de la hostería El Prado	62
4.1.2 Determinación de la satisfacción del cliente interno que labora en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.	74
4.1.3 Identificación de la satisfacción del cliente externo que visita la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.	91
4.1.4 Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.	107
Bibliografía.....	112
Anexos	115

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1:</i> Aspectos y dimensiones del clima laboral	34
<i>Tabla 2:</i> La comunicación.....	36
<i>Tabla 3:</i> Variables del clima laboral.....	43
<i>Tabla 4:</i> La satisfacción.....	46
<i>Tabla 5:</i> Estados de satisfacción.....	47
<i>Tabla 6:</i> La satisfacción en términos aritméticos.....	48
<i>Tabla 7:</i> Valor en el servicio	49
<i>Tabla 8:</i> Clientes internos y externos.	50
<i>Tabla 9:</i> Ficha de observación	73
<i>Tabla 10:</i> Matriz FODA.....	107

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Figura 1:</i> Cargos dentro del establecimiento turístico	77
<i>Figura 2:</i> Funciones en el establecimiento turístico.....	78
<i>Figura 3:</i> Confianza para realizar su función.....	79
<i>Figura 4:</i> Tipos de motivación	80
<i>Figura 5:</i> Necesidades de los trabajadores	81
<i>Figura 6:</i> La comunicación entre dirección y empleados.....	83
<i>Figura 7:</i> Trabajo en equipo	84
<i>Figura 8:</i> Ambiente laboral	85
<i>Figura 9:</i> Tipo de capacitaciones.....	86
<i>Figura 10:</i> Conoce usted los objetivos de la hostería	87
<i>Figura 11:</i> Cumplimiento de los objetivos de la hostería	88
<i>Figura 12:</i> Estilo de administración.	89
<i>Figura 13:</i> Cambios en la hostería.	90
<i>Figura 14:</i> Lugar de procedencia.....	92
<i>Figura 15:</i> Ciudades y países de procedencia.	93
<i>Figura 16 :</i> Promedio de edad de los visitantes.....	94
<i>Figura 17:</i> Frecuencia de utilización del servicio.	95
<i>Figura 18:</i> Servicio adquirido.....	96

<i>Figura 19: Como fue el servicio</i>	97
<i>Figura 20 : Calidez del servicio</i>	98
<i>Figura 21 : El servicio despejo sus inquietudes</i>	99
<i>Figura 22: Expectativas del servicio</i>	100
<i>Figura 23: Fuentes de información</i>	101
<i>Figura 24 : Dificultades para reservar</i>	102
<i>Figura 25 : Regresaría a utilizar el servicio</i>	103
<i>Figura 26: Precio a pagar por el servicio</i>	104
<i>Figura 27: Calidad de estadía en la hostería</i>	105
<i>Figura 28: Parámetros para elegir un establecimiento</i>	106

RESUMEN

Dentro de una empresa confluye gran variedad de culturas, sentimientos, conocimientos, formaciones, aspiraciones, percepciones, etc., que se hacen más perceptibles en organizaciones grandes con mayor número de empleados, dando origen a un fenómeno conocido como clima laboral o clima organizacional capaz de influenciar en la experiencia de satisfacción percibida por los clientes internos y externos. La presente investigación contiene en el primer capítulo el problema de investigación, enunciado de la siguiente manera: cómo influye el clima laboral en la satisfacción del cliente en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador, el cual se resuelve a partir de cuatro objetivos específicos: diagnosticar la situación actual del clima laboral que se genera en la hostería; determinar la satisfacción del cliente interno; identificar la satisfacción del cliente externo y establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente. En el capítulo III detalla la metodología utilizada como investigación bibliográfica, observación directa en campo, análisis sintético-deductivo, con instrumentos de apoyo como fichas de observación, entrevistas, encuestas y la matriz foda, base fundamental para el análisis de la investigación. Los resultados obtenidos arrojaron que existe una relación laboral tensa e inadecuada especialmente cuando se trata de empleador y empleados, sin embargo, el grado de satisfacción interno es satisfactorio debido que se cumple con las necesidades y condiciones favorables para desarrollar un trabajo eficaz y eficiente, de igual manera la satisfacción externa es satisfactoria, ya que se cumple con la mayoría de expectativas de los clientes. Finalmente se estableció un manual de funciones como una estrategia que permitirá mejorar y potenciar el clima laboral del establecimiento hotelero.

Palabras clave: Clima laboral, satisfacción, cliente, expectativas, hostería.

ABSTRACT

This research regards how the work climate influences customer satisfaction in the El Prado hostel, Ibarra, Ecuador, solved by four specific objectives: to diagnose the current situation of work climate in the establishment; determine internal customer satisfaction; identify external customer satisfaction and establish strategies to enhance the work environment and improve customer satisfaction. In the methodology chapter as bibliographic research, while a research tools is applied direct field observation, synthetic-deductive analysis, with support instruments such as observation sheets, interviews, surveys and the SWOT matrix. The results showed that there is an inadequate employment relationship especially when it comes to employer and employees, however, the degree of internal satisfaction is acceptable as it meets the needs and favorable conditions to develop an effective and efficient work, Likewise, external satisfaction is adequate, as most of the clients' expectations are met. Finally, a manual of functions was established as a strategy to improve and enhance the working climate at the hostel.

Keywords: Work climate, satisfaction, client expectations, hostel.

V.ctor Rodriguez
Puri Ocaña



CAPÍTULO I

1. Problema de investigación

1.1. Antecedentes

El origen del clima laboral nació como una necesidad de optimizar la organización en diferentes áreas de trabajo. También conocido como clima organizacional desde sus inicios ha sido un tema polémico ya que intervienen intereses personales e intereses económicos. Sin embargo, el objetivo principal es mejorar la relación entre el cliente y el empleado, de esta manera obtener un ambiente participativo y de agrado, generando compromiso empresarial que beneficie al rendimiento de la producción y mejore el servicio. A nivel mundial momentos como la revolución industrial y el avance tecnológico han forjado nuevos desafíos para la sociedad, encontrando en la motivación, preparación, actitudes y aptitudes, un gran aliado para el desempeño laboral de cualquier empresa. La importancia de mantener un clima laboral equilibrado ha permitido conservar un nivel competitivo controlado, determinando los niveles de calidad sobre los cuales se basará una empresa. El clima laboral juega un papel trascendental en el desarrollo y manejo equilibrado de instituciones que se preocupan por sus trabajadores y prestigio. Mantener una constante cooperación entre líderes y empleados ayuda a direccionar una empresa mejorando la atención con los clientes.

Paulina Núñez y Evelin Ruiz de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador efectuaron una investigación de tema “Diseño de un programa de mejora en el clima laboral basado en la inteligencia emocional para las áreas críticas del Hotel Sheraton, Quito en el año 2013” previo a la obtención de título profesional de Psicologías Organizacionales en la Facultad de Psicología en el año 2003, donde se investigó sobre el clima laboral del hotel Sheraton, ubicado en la ciudad de Quito, Ecuador teniendo como fin mejorar el clima laboral basado en la inteligencia emocional en áreas críticas del hotel, para reforzar el trabajo en equipo, entrenamiento y seguridad. Cada año existe una evaluación de clima laboral en este hotel. A pesar de los resultados obtenidos no se había tomado medidas o una

planificación de objetivos que ayuden a contrarrestar los factores negativos que influyen para tener un clima laboral eficiente. Por esa razón se vio la necesidad de crear un programa planificado y con un seguimiento constante en el que se necesitó la presencia de todos los involucrados, con el propósito de direccionar las emociones tanto del líder del establecimiento como del grupo de trabajo.

José Javier Morejón Cabezas en su tema “Modelo de Gestión de Talento Humano, para mejorar el clima laboral del hotel & Spa Casa Real” realizada en Riobamba, Ecuador en el año 2016 antepuesto a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, mediante esta investigación logró realizar una evaluación interna del hotel & Spa Casa Real y conocer las características o el perfil humano que se necesita en los empleados para cumplir con los objetivos empresariales, a la vez mejorar los resultados del desempeño individual y corporativo, servicio, aumentado las fortalezas para un buen clima laboral permitiendo una mejor gestión de talento humano evitando falencias en el manejo del personal.

Jannet del Rocío Millan Lobatón y Marilyn Betsy Montero Cajusol realizaron su investigación en “Clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Oncorad de Chiclayo, Perú del 2016” previa a la obtención de título de Licenciado en Administración de Empresas, el propósito de esta investigación tuvo como finalidad determinar el clima organizacional que se desarrolla en la empresa y la satisfacción laboral variables importantes para equilibrar la armonía empresarial, esta investigación arrojó resultados diferentes al separarles como dos conductos, el clima organizacional se enfocó en el estudio de la autorrealización relevante entre los miembros de la institución, la comunicación y las condiciones físicas de trabajo, mientras que la satisfacción laboral tuvo mayor énfasis en relación al factor económico como uno de los factores con más relevancia entre los miembros de esta empresa.

José Javier Ordoñez Cevallos de la Universidad de las Américas en la Facultad de Turismo y Hospitalidad realizó una investigación sobre “Diseño de un plan de mejoras, en áreas de recepción y habitaciones para la Hostería el Prado, Ibarra-Ecuador previo a la titulación presentada en conformidad con los requisitos

establecidos para optar por el título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras” en el año 2016, mediante esta investigación se centró en determinar fortalezas y debilidades de la empresa hotelera en el área de habitaciones y recepción, mediante la recolección de información, además de elaborar un análisis situacional del organigrama estructural de la empresa, y se fijaron estrategias de diferenciación con la competencia y utilización de páginas web, el benchmarking entre otras, finalmente se determinaron estrategias de mejora mediante un manual de calidad, también se fijó un presupuesto de inversión, este tema de averiguación nunca fue aplicado en la hostería el Prado por lo que nunca se analizó posibles resultados.

Este tema de indagación posee información que discrepa en relación a la situación actual investigada en la hostería el Prado, además no cuenta con una planificación estratégica y un organigrama establecido de funciones, este trabajo de investigación nunca fue aplicado ni entregado al establecimiento hotelero.

El trabajo de investigación perteneciente a Cerda López Alicia Verónica de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia y Tecnología indagó el tema “El entorno laboral y su incidencia en la atención al cliente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de Universidad Técnica del Norte, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, periodo 2015-2016” previo a la obtención de título de en Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español, esta investigación surgió de experiencias entorno al servicio recibido por parte del personal ejecutivo que labora en las instalaciones de la Institución Educativa, misma que tuvo como propósito dar alternativas que podrían cambiar las condiciones laborales internas como externas en un clima laboral más eficiente, fortaleciendo la atención mediante una guía de procesos que optimizan el progreso de las actividades diarias.

La relación entre la aplicación del clima laboral en un establecimiento educativo y un establecimiento hotelero radica en brindar un servicio de calidad basado en la atención al público corrigiendo deficiencias o fallas en los procedimientos con el fin de mantener un cliente satisfecho; perdurar en la mente del consumidor sin

sacrificar la imagen empresarial mediante un modelo de gestión previamente planificado.

Mediante la investigación de Tobar Avellana Patricia Carolina, perteneciente a la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia Y Tecnología indagó el tema “Clima Laboral e incidencia en la atención al cliente interno y externo de la Dirección Provincial del Ambiente del Carchi, en la ciudad de Tulcán, periodo 2014” precedente a la obtención de título en Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español, determinando el clima laboral como uno de los factores que más influye en el desempeño laboral, también se analizó mediante encuestas cuán importante es la atención al cliente, además se encontró deficiencias en el ambiente laboral que a la vez podía percibirse por los clientes, por esta razón se elaboró un manual de procesos con la finalidad de prevenir errores y mejorar la imagen empresarial de la institución, este documento fue entregado en la institución y socializado entre los miembros de la misma, no existen datos de que este estudio siguió una continuidad de aplicación, ni se conoce los resultados que se obtuvo con la aplicación de la misma.

1.2. Contextualización del problema de Investigación.

El clima laboral es uno de los elementos que más influye en la administración y su éxito, sin importar el tipo de empresa que esta sea. Por esta razón se ve la necesidad de trabajar en diferentes enfoques que conforman el clima laboral con el fin de mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer a la empresa objeto de estudio. Sin embargo, dentro de la empresa hotelera se pudo evidenciar la carencia de manuales operativos que rijan a la empresa, que normen la conducta, comportamiento, aplicación de valores y principios de calidad dentro de la institución generados por el desconocimiento de la importancia del clima laboral por parte de la administración empresarial. Los inadecuados estilos de administración turística empresarial conllevan a que exista falta de liderazgo y una toma de decisiones sin la participación de todos los actores. Otra de las causas es la ineficiente práctica de las funciones administrativas (planificación, organización, dirección y control) provocando la discontinuidad de las mismas, conllevando a una comunicación interna no grata. Una estructura organizativa ayuda en el reparto equitativo de funciones internas, con el fin de reforzar y corregir el sistema de procesos que conlleva una empresa evitando generar conflictos internos y una baja productividad en servicio. Del mismo modo la inexistencia de métodos de evaluación de satisfacción a clientes, impidiendo conocer o analizar cuál es el nivel de satisfacción real que existe por parte de los clientes quienes acuden y son parte del sistema de servicio que brinda el establecimiento. Un incorrecto manejo del clima laboral forjará cambios constantes en el personal, motivo que disminuirá el desempeño de la empresa. La finalidad del clima laboral es optimizar el ambiente laboral de la hostería mediante estrategias que permitan prescindir errores en las funciones de los trabajadores y orientar de mejor manera a la dirección del establecimiento, es importante la decisión de cambio debido a que mejorar será un desafío.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo influye el clima laboral en la satisfacción del cliente, hostería el Prado, Ibarra, Ecuador?

1.4. Objeto de estudio:

El presente tema de investigación tiene como objeto de estudio el clima laboral de la hostería El Prado.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente, hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la situación actual del clima laboral que se genera en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.
- Determinar la satisfacción del cliente interno que labora en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.
- Identificar la satisfacción del cliente externo que visita la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.
- Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.

1.6. Preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la situación actual del clima laboral que se genera en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador?
- ¿Cuán satisfecho se encuentra cliente interno que labora en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador?
- ¿Cómo se siente el cliente externo, que visita la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador?
- ¿Cómo potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la hostería El Prado, Ibarra, Ecuador?

1.7. Justificación

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuán importante es el clima laboral en la organización de la empresa y cómo influye en la satisfacción del cliente. Mediante el análisis de las variables que influyen en el clima laboral se aportará al desarrollo de estrategias que mejoren la calidad empresarial hotelera, mejorando el ambiente de trabajo habitual de una persona. Además, colaborar al proceso de toma de decisiones mediante la planificación de decisiones programadas y no programadas con el fin de mejorar el nivel de satisfacción del cliente. Aplicar medidas correctivas ante las situaciones críticas diagnosticadas en la hostería el Prado, mismas que generan un inadecuado manejo del clima laboral fenómeno con variaciones constantes debido a las diferencias de personalidades y pensamientos de las personas. Conservar aspectos positivos y mitigar negativos con la finalidad de optimizar la calidad corporativa y actitud en el servicio enfocada a conocer el nivel de satisfacción del cliente. Es importante mencionar el momento de la verdad, es decir el contacto directo que se mantiene entre el vendedor y el consumidor. La única manera en que se puede hacer tangible un servicio es a través de infraestructura, comodidad, atención y otros elementos por los cuales un cliente estaría dispuesto a pagar, cabe mencionar que la compra no asegura el producto puesto que depende de la experiencia y expectativa cliente. Por esta razón la primera imagen es el motivo visual de venta que conllevara a lograr la fidelidad del cliente especialmente en empresas dedicadas al servicio. En el caso de las empresas de producción es diferente puesto que el cliente observa el producto que está adquiriendo y realiza una selección entre varias alternativas conociendo desde antemano los beneficios que obtendría. Con la realización de esta investigación se beneficiará en primer enfoque al establecimiento hotelero para que brinde un servicio efectivo que busque la satisfacción de los clientes internos y externos involucrados a la empresa hotelera.

1.8. Descripción del Área de Estudio

Según Rubén López dueño de la hostería El Prado ubicada en la ciudad de Ibarra vía Panamericana norte km1, barrio el Olivo. En sus inicios fue un hotel pequeño creado en el año de 1998 de estilo moderno, actualmente se encuentra administrado por Cristian López, hijo del mismo dueño.

Su categoría actual es de cuatro estrellas y su eslogan “un lugar exclusivo para gente exclusiva como usted”. Su logotipo se centra en una fotografía del establecimiento y a su alrededor el dibujo de cuatro estrellas combinando los colores verde y amarillo.

Es un lugar donde sus huéspedes pueden disfrutar de la comodidad, el lujo y el confort de sus 52 habitaciones, todas totalmente amobladas con una capacidad total para 130 personas, que brindan servicio de 24 horas. Se encuentran divididas en veintiocho simples o sencillas mismas que pueden convertirse en habitaciones matrimoniales con un precio de 45 dólares americanos más impuestos; diecinueve habitaciones dobles a un costo de \$ 70 dólares; nueve habitaciones triples de \$ 90 dólares y una única habitación cuádruple en un costo de \$ 110 más impuestos.

Cuenta con instalaciones de piscina con capacidad para 180 personas, en horarios establecidos, sauna, turco, hidromasaje, lavandería, canchas de recreación de vóley, básquet y fútbol, un parqueadero, capilla, restaurante que ofrece una variedad de menús a la carta desde \$ 12 dólares en adelante más impuestos.

Asimismo, tres salones para eventos de diversas índoles con capacidad total de 700 personas, el salón rojo combinado con el salón El Prado que tiene una capacidad para 200 personas y el salón amarillo con capacidad para 300 personas, con un servicio disponible de karaoke.

Es una hostería que pone mayor énfasis en brindar buena atención al cliente, por esta razón cuenta con 32 empleados de planta que laboran 40 horas semanales distribuidas en distintos turnos con tareas polifuncionales. Sin embargo, no posee una planificación estratégica y el clima laboral que se maneja es de forma empírica.

Su demanda meta se enfoca a la población nacional y turistas en su mayor parte provenientes de Colombia.

El establecimiento hotelero cuenta con una tarjeta de registro de cliente en el que se registra información básica como fecha, hora de llegada y salida, datos personales, nacionalidad, número de cedula, números telefónicos y placa de automóvil. Sin embargo, no existe un método de medición para la satisfacción del cliente.

La hostería se rige bajo un reglamento interno para los trabajadores, más no por un manual de funciones que indique cómo debe actuar un trabajador en casos imprevistos. Por esta razón las quejas o reclamos son solucionados de forma directa por el dueño o gerente del hotel.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Cultura empresarial

La cultura organizacional está en los comportamientos de los trabajadores, en decisiones empresariales, en los estilos de liderazgo, en las relaciones entre los trabajadores de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa y en los flujos de comunicación. (Gómes, 2013)

Dentro de una empresa siempre existirá cultura empresarial, misma que se manifiesta en aptitudes y actitudes de las personas al desempeñar su labor diaria. El hecho de ser originarios de distintos puntos del país muestra comportamientos y hábitos que cambian, al igual que los aportes, ideas a ofrecer pueden estar acompañados de distintos puntos de vista. Es conveniente que quien maneja la dirección de la empresa sin importar su rango jerárquico afronten el papel de un buen líder, además de ser un intermediario que analice, entienda, convine los distintos puntos de vista en una propuesta que deje conformes a los integrantes y sea para el provecho de la empresa. De esta manera mejorar sin dañar las relaciones internas que afecten la calidad del servicio a ofrecer.

La cultura tiende a ser estable y es uno de los aspectos más difíciles de cambiar en una organización. Dentro de la cultura se incluyen tabúes, costumbres, creencias y sentimientos colectivos, mismas que se van transmitiendo a los nuevos elementos y poco apoco se van interiorizando de tal forma que se vuelven de alguna manera parte de su identidad individual. (Williams, 2013)

Es un elemento de identificación único y de reputación corporativa, mismo que se hace evidente en la manera de actuar de cada persona. Este se transmite desde la forma cómo se maneja una empresa hasta el traspaso de conocimientos, conductas y hábitos a sus empleados e intenta no dañar al sistema bajo el cual se maneja la institución.

La cultura podrá ser objeto de descripción y de intervenciones que conduzcan a unos rasgos en los que se manifieste la conciencia colectiva que comparten personas que, por su misma característica, cambian. (Montaña & Torres, 2015)

En una sociedad corporativa es importante exteriorizar el nivel de amistad entre empleados de acuerdo a su comportamiento, resulta esencial cuando se trata de mantener lasos de amistad que promuevan la unión colectiva interna.

El propósito es evitar la formación de grupos que lleven la contraria o en casos extremos provoque conflictos que alteren la producción o atención en empresas de servicios susceptibles a comentarios.

La cultura se transmite en el tiempo y se va adaptando de acuerdo a las influencias externas y a las presiones internas producto de la dinámica organizacional. (Pérez, 2016)

Las grandes empresas han adoptado una nueva cultura caracterizada por dar cumplimiento a las exigencias máximas del consumidor. Por esta razón las expectativas hacia los servicios son más altas, necesitando implementar creatividad, organización, entre otras cosas como una acelerada capacitación. Las exigencias en ocasiones fuerzan a la empresa a tomar nuevas medidas correctivas como nuevas inversiones, incrementar maquinaria como nueva herramienta de trabajo, personal capacitado, donde el único fin es mantener clientes fieles a la empresa.

Una de las definiciones más ampliamente compartidas, considera a la cultura organizacional como el conjunto de creencias, valores y modelos de conducta que son compartidos por la mayoría de los miembros de una organización y son distintivos de la misma. (Bordas, 2016)

Una buena estructura organizativa permite orientar mejor una empresa logrando trasladar una identificación propia hacia el segmento de mercado al que se dirige conjuntamente establece una forma de equilibrio y monitoreo empresarial. También

se vincula con varios factores como el clima laboral, el liderazgo, actitud, aptitud y satisfacción en la labor diaria, generando sentimientos de apropiación interna hacia la empresa.

La misma fuente explica una diferencia entre cultura empresarial y el clima o ambiente laboral, mismo que se refiere a «qué» ocurre en la organización y la cultura aporta una parte del «por qué» de lo que ocurre. (Bordas, 2016)

El clima laboral considera a las causas que limitan un buen manejo del ambiente de trabajo y su interacción con los otros dentro de la institución. Permite identificar elementos positivos y negativos, mismos que pueden hacerse visibles cuando se compara con otras empresas, o se hace evidente cuando existen cambios empresariales. Trabaja mediante estrategias y permite la evolución o el desarrollo de las empresas, mientras que la cultura empresarial da a notar comportamientos actitudes, hábitos hasta llegar a obtener una forma colectiva de actuación. Estos dos elementos requieren de un gran esfuerzo para sobrellevarlos, sentido de pertenencia, trabajo en equipo, inculcar valores, acciones que respondan a resultados, creando una identidad única y propia empresarial.

2.1.1. Clima laboral

El clima es una clase de actitud colectiva creada por todos los colaboradores de una organización y por sus interacciones diarias que se producen y reproducen continuamente. (Pereira, 2014)

En una organización sin importar el tipo de empresa que esta sea, se produce un fenómeno llamado clima laboral provocado por la diferencia entre personalidades que interrelacionan de manera continua en un ambiente de trabajo.

El Clima Laboral también conocido como el clima organizacional o ambiente Laboral es el conjunto de características percibidas de manera directa o indirecta entre un

grupo de trabajadores que desempeñan distintas funciones con repercusión en el comportamiento de cada uno de ellos y formando un sistema de interrelación en un mismo medio ambiente de trabajo. (Nuñez Santa Cruz & Ruiz Llerena, 2015)

Es la derivación de varios factores que se perciben al momento de prestar un servicio o al realizar una actividad, estimulando a un cambio de conducta ante el cliente interno como externo. Estos factores pueden favorecer a la hostería si se manejan de manera apropiada, lo cual se reflejará en la aceptación de la empresa por sus clientes. Caso contrario puede causar incomodidad entre los clientes internos instituyendo repercusiones hacia el cliente externo en algunos casos.

La interacción humana de la facultad es lo que marca la diferencia en el tipo de servicio o la atención que se brinde a los clientes; aunque cada día es más evidente el esfuerzo por contratar personas competentes para ser más eficientes; el clima organizacional es considerado como el medio ambiente humano y físico, en el que se desarrolla el trabajo cotidiano y que influye en la satisfacción y por lo tanto la productividad; está relacionada con el “saber hacer” del directivo, con el comportamiento de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse. (Cerde, 2016)

El clima laboral busca lograr la eficiencia al momento de elegir el perfil de un trabajador, características que influyen en los procesos de producción o al momento de prestar servicio. Generalmente se encuentran bajo la organización y dirección de una empresa encargada de la toma de decisiones que afectan a todos los miembros o equipo de la institución. Es decir, el ser humano es la parte más importante y frágil cuando se habla de estandarizar o medir el nivel de satisfacción del consumidor.

Se denomina clima laboral, el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano y guarda relación con la satisfacción y con la productividad. Está relacionado con el hacer del directivo, los comportamientos de

las personas, su manera de trabajar y de relacionarse, la interacción dentro de la empresa, las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. (Morejón, 2016)

El ambiente laboral se refiere a las condiciones físicas de trabajo que permite el desarrollo de habilidades, capacidades de una persona mejorando el desempeño, rendimiento al momento de realizar su labor diaria.

Las instituciones descuidan el clima laboral porque consideran que se requiere mucha inversión para algo que no es primordial, pero se equivocan rotundamente, puesto que los costos de un clima laboral pésimo harán que el desempeño y productividad de los empleados disminuya considerablemente, lo que resultará más costoso que si se hubiera invertido en el mejoramiento del clima laboral. (Tobar, 2016)

La implementación de maquinaria o nuevas tecnologías que ofrece la industria puede que colaboren a mejorar el rendimiento de los trabajadores. Sin embargo, no ayudara a disminuir conflictos o mejorar la comunicación entre los trabajadores. Es importante mencionar que para mejorar el clima laboral no se requiere de una fuerte inversión, únicamente de un poco de tiempo y dedicación, esta decisión se encuentra a la cabeza de quienes dirigen la empresa y se preocupan por el trato a sus empleados. Los beneficios son más favorables ya que colabora a desarrollar estrategias que mitiguen posibles errores laborales, permitiendo tomar acciones correctivas dentro de la empresa mejorando la satisfacción del cliente. Además, busca mantener un entorno equilibrado, estable para las personas que laboran como transmitir esto a los ajenos a la entidad.

2.1.2. Características del clima laboral.

Las características del clima en una organización, generan un determinado comportamiento. Este juega un papel muy importante en las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su personalidad dentro de esta. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc. (Morejón, 2016)

Según la misma fuente, las principales características son:

- Referencia con la situación en que tiene lugar el trabajo.
- Tiene cierta permanencia actitudes y aptitudes
- Tiene un fuerte impacto sobre los comportamientos de los miembros de la organización.
- Afecta el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización con ésta.
- Es afectado por los comportamientos y actitudes de los miembros de la organización y a su vez afecta dichos comportamientos y actitudes.
- Es afectado por diferentes variables estructurales, tales como las políticas, estilo de dirección, sistema de despidos, etc.
- El ausentismo y la rotación excesiva pueden ser indicadores de un mal clima laboral.

Son varias las características de clima laboral, mismas que influyen dentro de una organización, a la vez colaboran a la realización de cualquier actividad, volviéndole a la motivación la base fundamental en la distribución de funciones internas y externas de una empresa, en donde el comportamiento, actitud de cada uno de los actores son el impulso para determinar los alcances al momento de plantearse objetivos o metas; es decir, si existe motivación anímica esta apoyará a devolver el espíritu de trabajo diario, colaborando a que se acoplen, mayor seguridad,

integridad y eficiencia dentro de la organización, con la finalidad de transmitir algo semejante a sus clientes, si alguna de sus características se manipula de mala manera se dará iniciación a un desequilibrio en los procesos de funciones de la empresa.

Para mantener un buen clima laboral es necesario concentrarse en las diferentes cualidades del ser humano con la finalidad de obtener el éxito y satisfacción laboral del mismo como son:

- El comportamiento de los miembros de la organización.
- Cualidades y capacidades de las personas que integran la empresa.
- Rotación de horarios de trabajo.
- Compromiso de los trabajadores con la empresa.
- Reglamentos o políticas internas de la empresa.
- Motivación de los miembros internos.
- Orientación y organización de la empresa.
- Relaciones con miembros externos a la empresa.
- Satisfacción de sus clientes.

Mediante estas características se busca cumplir con los requerimientos de calidad y satisfacción impuestos por la empresa, con la finalidad de lograr objetivos comunes mediante un equilibrio interno como externo.

2.1.3. Tipos de clima laboral.

Los tipos de clima laboral se enfocan en prescribir diferentes formas de comportamiento de quienes dirigen a la empresa y la manera como se interactúa de modo permanente con sus subordinados. Regir una empresa puede representar la creación de un ambiente apropiado de trabajo que proporcione importancia a detalles internos y externos a la empresa, generando compromiso o incomodidad entre los miembros de la organización. Existen varios tipos de clima como son el explotador, paternalista, participativo consultivo y grupal.

- **Clima tipo autoritario – explotador.**

La dirección no tiene confianza en sus empleados, la mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente. Los empleados tienen que trabajar dentro de una atmósfera de miedo, de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas, y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad, este tipo de clima presenta un ambiente estable y aleatorio en el que las comunicaciones de la dirección con sus empleados no existen más que en forma de ordenes e instrucciones específicas. (Morejón, 2016)

Generalmente la administración o la persona que se encuentre al frente es quien posee mayor autoridad ante los otros niveles de la organización, además no le gusta delegar funciones e infunde temor, sanciones y no toma en cuenta las opiniones de los actores de la empresa, se distribuye de forma vertical limitándose a proporcionar órdenes sin tomar en cuenta la satisfacción interna, ni de recompensas entre sus miembros.

- **Clima tipo autoritario – paternalista.**

Es aquel en que la dirección tiene confianza condescendiente en sus empleados, como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores. Bajo este tipo de clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales de sus empleados que tienen, sin embargo, da la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado. (Morejón, 2016)

La distribución del poder se encuentra dividida entre los miembros de la empresa debido a la suficiente confianza que existe entre la autoridad máxima y sus empleados. Las decisiones son consultadas y tomadas después de haber sido discutidas entre todos los miembros sin dejar de lado su opinión, mantiene un clima sólido, notablemente organizado.

- **Clima tipo Participativo – Consultivo.**

Es aquel donde las decisiones se toman generalmente en la cima, pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores. Por lo general la dirección de los subordinados tiene confianza en sus empleados, la comunicación es de tipo descendente, las recompensas, los castigos ocasionales, se trata de satisfacer las necesidades de prestigio y de estima. (Morejón, 2016)

La toma de decisiones es un proceso en donde se dividen las funciones delegando esta capacidad a sus subordinados, cualquier notificación es divulgada entre los miembros de la organización. El ambiente físico de trabajo es más equilibrado, no afecta de manera psicológica ni daña la reputación individual o de la empresa.

- **Clima tipo Participativo – Grupal**

Es aquel donde los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización y muy bien integrados a cada uno de los niveles. La dirección tiene plena confianza en sus empleados, las relaciones entre la dirección y el personal son mejores, la comunicación no se hace solamente de manera ascendente o descendente, sino también de forma lateral, los empleados están motivados por la participación y la implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y los subordinados. (Morejón, 2016)

La estructura organizativa de cualquier empresa se encuentra bien definida con un reparto justo de tareas, se sede la capacidad de mantener un diálogo informativo, cordial y atento entre los miembros, autoridades del organismo. Además se evidencia un trabajo en equipo en el cual existe creatividad con un libre desenvolvimiento escénico de las personas en su labor, participan de forma continua por un mismo fin, lograr el éxito empresarial y satisfacción del consumidor, asimismo existe un nivel de amistad entre todos los niveles parte de la organización.

2.1.4. Aspectos o dimensiones que influyen en el Clima laboral.

Las dimensiones del clima organizacional son las características susceptibles de ser medidas en una organización y que influyen en el comportamiento de los individuos. Diversas dimensiones ayudan a que el ser humano vaya haciendo un trabajo integrado con sus compañeros de trabajo. (Cerde, 2016)

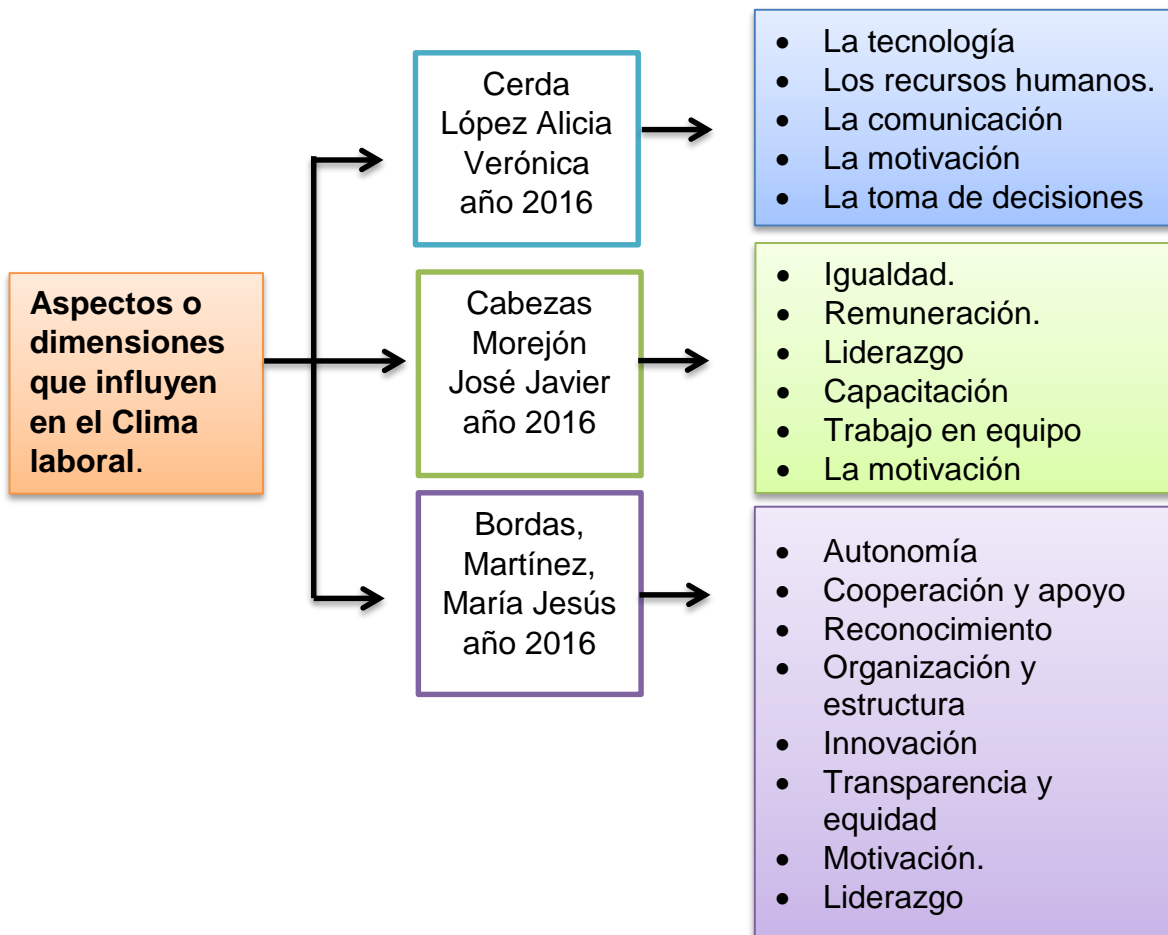


Tabla 1: Aspectos y dimensiones del clima laboral

La unión, participación, integración colectiva profesional ha permitido que existan cambios constantes mismos que han permitido el desarrollo de ciertas actividades que fortalecen al clima laboral, mejoran la productividad y la atención en los servicios.

- a) La tecnología:** es una puerta amplia y diversa que permite diferentes tipos de inserciones y progreso en diversas áreas. Ayudando así a mejorar el rendimiento y facilitando el trabajo de los funcionarios, pero sobre todo ahorrando recursos convirtiéndose así en una fortaleza para la empresa. (Cerda, 2016)

Los cambios tecnológicos han influido en la preparación de las personas y sus inclusiones en los diferentes espacios de su entorno laboral, con la finalidad de disminuir recursos. Por medio de estos instrumentos se ha mejorado la rapidez en los diferentes procesos de producción, además permite una atención más eficiente en las empresas de servicio.

- b) Los recursos humanos:** capital humano no siempre ha sido un tema de preocupación sin embargo si es un tema latente que permite organizar a los funcionarios a fin de mejorar la rentabilidad o productividad en una institución. (Cerda, 2016)

Es el elemento más importante dentro de la administración especialmente cuando se trata de empresas de servicios, además el componente más susceptible ante observaciones. Fuente primordial dentro de una organización, capaz de optimizar la rentabilidad y lograr objetivos con un fin común mediante el trabajo en equipo, también es capaz de aprender y traspasar sus conocimientos, emociones y seguridad al resto de la organización y sus clientes.

- c) La comunicación:** es una herramienta base de todos los procesos, el mantener una comunicación adecuada o efectiva facilita todo tipo de trabajo permitiendo buenas relaciones y sobre todo mejorando el clima laboral. (Cerda, 2016)

Es el traspaso de información o la habilidad de transmitir un mensaje. Necesita de un emisor y un receptor o viceversa para que un mensaje se lleve a cabo con el

propósito de evitar desacuerdos o malos entendidos internos y externos. Una buena comunicación fomenta la participación de todos.

En su estudio reciente (Espinoza, 2014) menciona que la comunicación puede dividirse en dos formas:

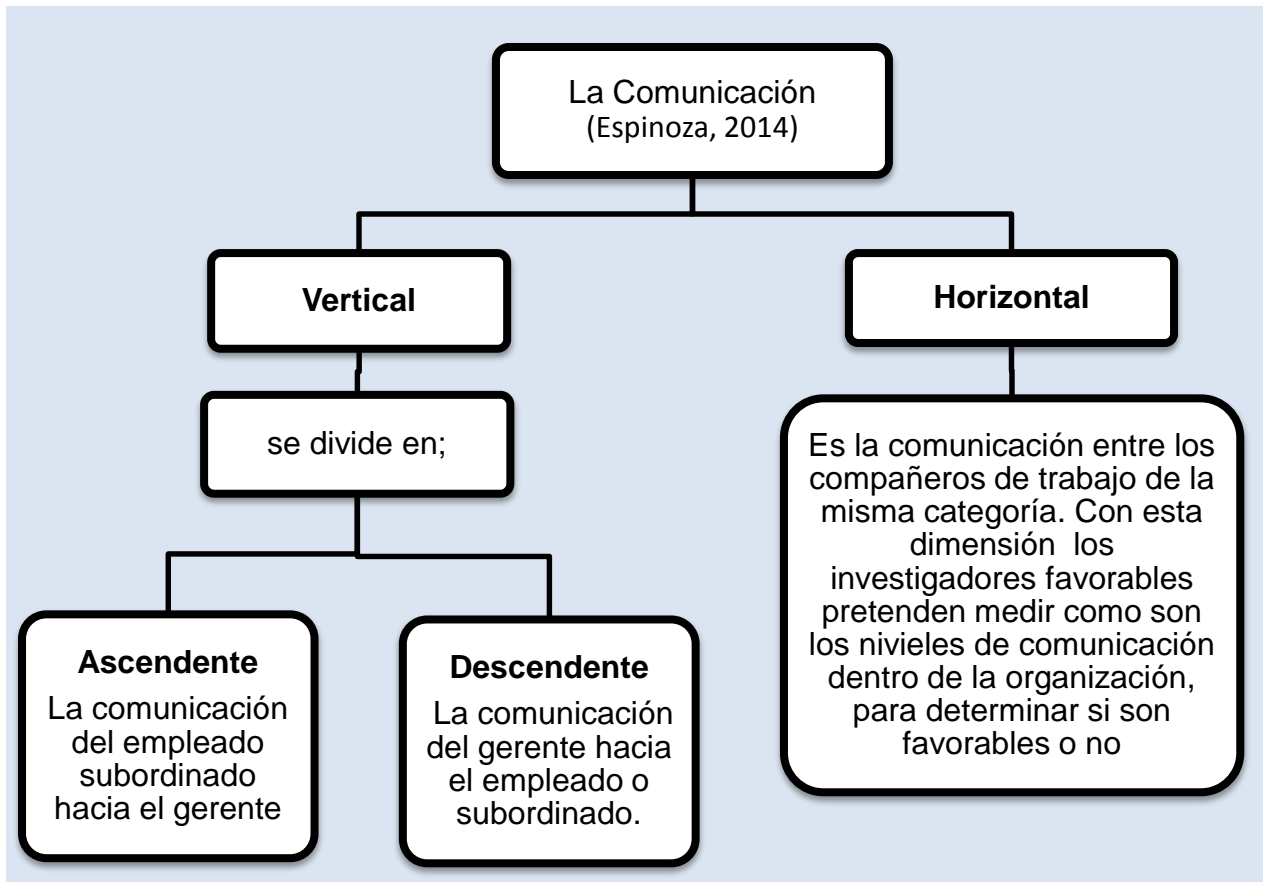


Tabla 2: La comunicación

La comunicación es un factor indispensable para lograr mantener la organización de la empresa esta puede manifestarse desde los hablado hasta en realización de acciones. La estructura organizativa permite la transmisión de información desde los diferentes departamentos, a cargo de la persona líder hacia sus subordinados, o de forma inversa, agilitando de esta manera la transmisión de mensajes, permitiendo depositar su confianza entre los miembros de la empresa además de

delegar funciones y que no exista un choque en los diferentes procesos. Además, permite destacar la funcionalidad de la organización y el nivel de competitividad, capacidades, habilidades entre los miembros de la empresa.

d) La motivación

Son aquellas condiciones o circunstancias que permiten de alguna manera fomentar el trabajo efectivo dentro de la empresa. (Cerde, 2016)

La motivación muestra lo que mueve a los trabajadores en su labor. Cuando tienen una gran motivación, se eleva el clima y se establecen relaciones satisfactorias de animación, interés, colaboración. Cuando la motivación es escasa, ya sea por frustración o por impedimentos para la satisfacción de necesidades, el clima organizacional tiende a disminuir y sobrevienen estados de depresión, desinterés, apatía, descontento. (Morejón, 2016, pág. 32)

La Motivación es el grado en que los miembros perciben que la organización pone énfasis y se motiva el buen desempeño y la producción destacada, generándose implicación y compromiso con la actividad realizada. (Bordas, 2016)

Suele ocurrir cuando existe alguna forma de incentivo o impulso el individuo adquiere mayor compromiso hacia sus tareas y la empresa. Los diferentes tipos de motivación pueden estar representados en forma económica, moral y profesionalmente mediante ascensos, capacitaciones, entre otros. Cuando la motivación es alta se incrementa la eficiencia en los servicios, además crea compañerismo colectivo que mejora el rendimiento laboral y modera su conducta. En ocasiones depende de la influencia de un líder mismo que debe poseer habilidades y destrezas, en especial un poder de seducción ante los demás, este personaje influye al momento de tomar decisiones realizándolo de manera positiva o negativa, a la vez logrando su aceptación en el equipo de trabajo, generalmente se encuentra a la cabeza de la estructura organizativa.

e) La toma de decisiones: finalmente evalúa la información y los recursos disponibles dentro de la institución. (Cerde, 2016, pág. 33)

La toma de decisiones juega un papel importante en la organización, combinada por diferentes ideas personales de los integrantes del equipo, de ello depende el éxito empresarial y su reconocimiento. Tiene como propósito solucionar problemas o cambiar errores mediante la evaluación de alternativas para la toma de medidas correctivas, además ayuda a renovar la empresa al momento de ponerlas en práctica, estas pueden enfriar los ánimos entre los miembros de la institución.

Mientras que, en la investigación de Morejón, C.J. (2016) considera otras variables de importancia para determinar la influencia del clima laboral como:

f) Igualdad: La igualdad es un valor que mide si todos los miembros de la empresa son tratados con criterios justos. La escala permite observar si existe algún tipo de discriminación. El amiguismo, el enchufismo y la falta de criterio ponen en peligro el ambiente de trabajo sembrando la desconfianza. (Morejón, 2016)

La igualdad hace referencia a la repartición equitativa de los recursos entre los miembros de la organización. Asimismo, ayuda a desarrollar capacidades de la persona y brindar mayores posibilidades para asumir cualquier cargo sin importar su sexo, raza o condición. Es decir, dar un trato justo sin importar el nivel de simpatía o compañerismo que exista generando un compromiso más ético, con oportunidades para todos.

g) Remuneración: El sistema de remuneración es fundamental. Los salarios medios y bajos con carácter fijo no contribuyen al buen clima laboral, porque no permiten una valoración de las mejoras ni de los resultados. Hay una peligrosa tendencia al respecto: la asignación de un salario inmóvil, inmoviliza a quien lo percibe. Los sueldos que sobrepasan los niveles medios son motivadores, pero tampoco impulsan el rendimiento. Las empresas competitivas han creado políticas salariales sobre la base de

parámetros de eficacia y de resultados que son medibles. Esto genera un ambiente hacia el logro y fomenta el esfuerzo. (Morejón, 2016)

Aunque es una forma de motivación este no permite destacar el desempeño o rendimiento de la empresa, ni simboliza un clima laboral efectivo. Sin embargo, es un determinante para lograr que las personas paren la producción o el servicio, existen normas con la finalidad de cumplir con el salario justo por la labor realizada, mediante este se desea incrementar las posibilidades de alcanzar objetivos.

h) Liderazgo

Mide la capacidad de los líderes para relacionarse con sus colaboradores. Un liderazgo que es flexible ante las múltiples situaciones laborales que se presentan, y que ofrece un trato a la medida de cada colaborador, genera un clima de trabajo positivo que es coherente con la misión de la empresa y que permite y fomenta el éxito. (Morejón, 2016)

Modo en que los miembros de la organización perciben a la dirección y a los líderes, su comportamiento, así como su estilo de relación con el resto de los empleados. (Bordas, 2016)

Conjunto de características que posee una persona ante cualquier acontecimiento, generalmente mantiene un equilibrio emocional y posee un poder de persuasión ante los demás, es la persona encargada de llevar o dirigir un equipo siempre con la opinión de todos. Es elegido por los miembros de la organización y su labor puede extenderse si se considera oportuno, además fija metas que ayuden alcanzar los objetivos de la empresa, corregir posibles desviaciones hasta lograr la superación tanto personal, grupal y empresarial.

i) Capacitación: La formación es bueno para el rendimiento y es fundamental para prevenir riesgos de naturaleza psicosocial. Las ventajas son la autoestima, la satisfacción laboral, mejor desempeño del puesto, promoción. (Morejón, 2016)

Es una actividad que tiene como propósito fortalecer las habilidades del ser humano ante los avances científicos y tecnológicos. En las empresas de servicio se intenta mitigar errores mediante la capacitación, una manera de motivar a los clientes internos y ofrecer bienestar al cliente externo optando por oportunidades para alcanzar el éxito.

- j) Trabajo en equipo:** Fortalecer la cultura de trabajo en equipo actual en la empresa, de manera que las tareas sean realizadas de manera eficiente y colaboradora; evitando conflictos que entorpecen el desempeño individual y departamental repercutiendo finalmente en el ambiente de la organización. (Morejón, 2016)

Una forma eficaz de emprender y plantearse metas gracias a la faena conjunta misma que exige la aplicación de valores tales como justicia, e igualdad. También representa una oportunidad para relacionarse con otros, se dividen funciones en base a capacidades entre los integrantes del equipo dejando de lado el beneficio particular. Además, busca transformar a las empresas de producción o servicios con una mayor rapidez, compromiso sin sacrificar la calidad.

Según Bordas, M. (2016) determina otras dimensiones según su estudio:

- k) Autonomía:** El grado en que los miembros de la organización perciben que pueden tomar decisiones y solucionar problemas sin consultar cada paso a sus superiores y en general, el grado en que se anima a los empleados a ser autosuficientes y a tomar iniciativas propias. (Bordas, 2016).

Proceso de trabajo individual que impulsa el desarrollo creativo y la autorrealización profesional brindándoles capacidad de decidir y sacar provecho desde uno mismo es decir conocerse a sí mismo y la forma de establecer directrices para la realización de algo.

- l) Cooperación y apoyo:** Grado en que los miembros perciben que en la organización existe un buen ambiente de compañerismo, cordialidad y apoyo a su desarrollo en la organización. (Bordas, 2016)

De la cooperación y el apoyo depende el trabajo en equipo ya que es la base para llevar a cabo una actividad. Formando un ambiente más creativo e interactivo permitiendo el desenvolvimiento libre de una persona en un espacio apto tanto para la participación, colaboración y la evolución empresarial.

- m) Reconocimiento:** El grado en que los miembros de la organización perciben que reciben un reconocimiento adecuado a su trabajo y su contribución a la organización. (Bordas, 2016)

El reconocimiento es un incentivo al esfuerzo realizado por los empleados, mismo que impulsa sacar a flote a una organización, aportar con diferentes opiniones, hasta lograr el progreso de la hostería. Si el reconocimiento recibido es justo existirá mayor compromiso interno para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

- n) Organización y estructura:** Grado en que los miembros perciben que los procesos de trabajo están bien organizados y coordinados, son claros y eficientes, sin excesivas restricciones organizacionales o formulismos burocráticos. (Bordas, 2016)

Es un modelo jerárquico utilizado para dividir y organizar funciones. Este factor de organización permite lograr mayor eficiencia y destreza, requiere de una estructuración definida donde se establezca la dirección o unidad de mando hasta delegar roles, funciones y responsables. Además, buscar un equilibrio entre las diferentes áreas y departamentos para que exista un buen canal de comunicación o divulgación de información dentro de la empresa. Así mismo la estructura organizativa permite de forma eficiente la formulación de objetivo, procesos, protocolos, la realización de un control y seguimiento a las diferentes áreas internas de la empresa apoyándose en la fijación de estrategias.

- o) Innovación:** Grado en que los miembros perciben que existe receptividad para expresar e implantar nuevas ideas, métodos y procedimientos y en

general, para la creatividad y el cambio, aceptando los riesgos que supone.
(Bordas, 2016)

La evolución tecnológica ha permitido que existan nuevas ideas innovadoras, transformadoras mismas que buscan satisfacer las más altas exigencias del consumidor. Dentro de la innovación existen diferentes cambios continuos, creativos, que generalmente posee características únicas que marcan la diferencia ayudando a posesionarse en el mercado. Procesos en los cuales el mayor riesgo es el nivel de aceptación por las personas, generalmente apoyan a la fabricación de productos, mejora la atención rápida en lo servicios, conjuntamente se convierte en apoyo para las diferentes modalidades de estudio.

p) Transparencia y equidad: Grado en que los miembros de la organización perciben que las prácticas y políticas organizacionales son claras, equitativas y no arbitrarias, especialmente en cuanto a valoración del desempeño y oportunidades de promoción. (Bordas, 2016)

La transparencia y equidad es el valor que se percibe en el ambiente al momento de establecer cualquier acción ya sea de tipo monetaria o en algún cambio empresarial. Estas decisiones indican el nivel de aceptación por los miembros de la organización, quienes califican desde sus propias perspectivas el nivel de justicia y claridad en los procesos de selección ante cualquier disposición.

2.2. Variables consideradas en el concepto de Clima laboral.

Hace referencia a diferentes indicadores que ayudan a medir el clima laboral en una organización. Mismas que logran determinar el ambiente de trabajo, planificación y funcionalidad de una estructura organizativa. Además de la forma de dirección control y monitoreo empresarial.

Cabezas (2016) en su trabajo describe a variables que aportan al clima laboral distribuyéndolas desde su perspectiva.

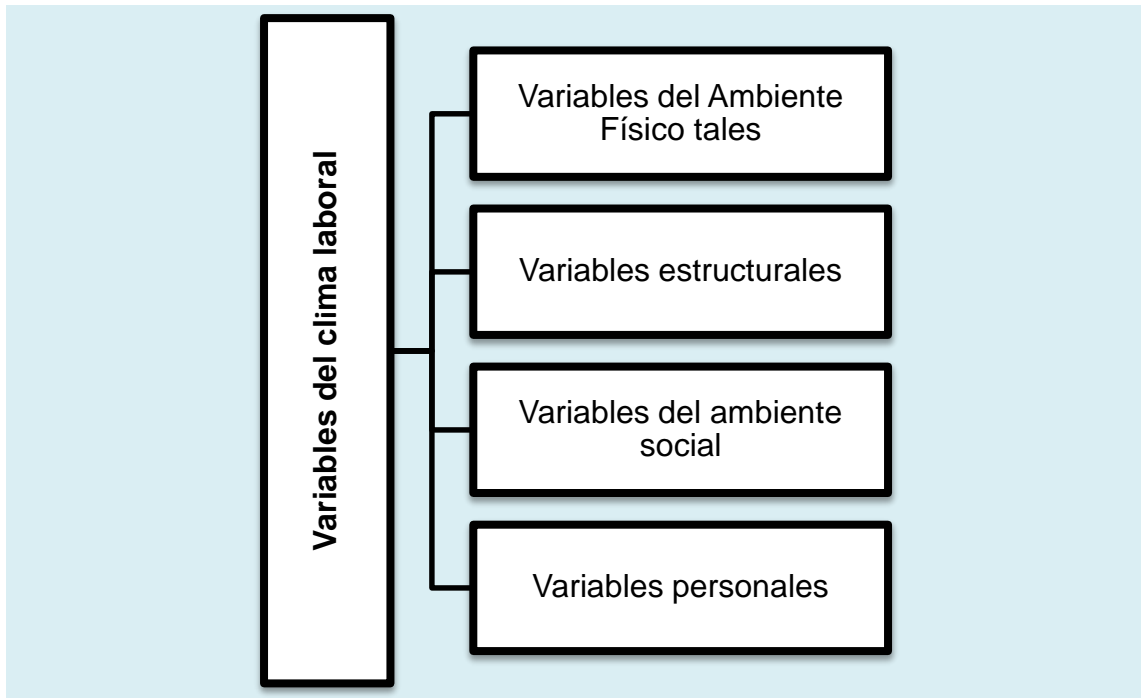


Tabla 3: Variables del clima laboral.

Además, permite conocer la realidad o situación actual de cada lugar, su estilo de trabajo, el ambiente donde se desarrolla la labor diaria, sus condiciones para el trabajo hasta medir cómo se siente el cliente interno en cuanto a estos elementos.

- **Variables del Ambiente Físico tales como:** Espacio físico, condiciones de ruido, calor, contaminación, instalaciones, maquinarias, etc. (Morejón, 2016)

Ambientación y los entornos del lugar en el que se desarrollan los diferentes procesos de la empresa, su finalidad es medir si estos contribuyen a un buen desempeño. En las empresas de servicio los escenarios físicos son la única forma de hacer tangible un servicio y de estos dependen la experiencia de un cliente.

- **Variables estructurales tales como:** Tamaño de la organización, estructura, formal, estilo de dirección, etc. (Morejón, 2016)

El clima laboral se puede encontrarlo en todas las empresas. Sin embargo, se evidencia de mejor manera cuando existe un mayor número de empleados,

dependiendo en muchos casos de la organización y administración que lleve la empresa.

- **Variables del ambiente social tales como:** Compañerismo, conflictos entre personas, o entre departamentos, comunicaciones. (Morejón, 2016)

Este indicador hace referencia a la diversidad de ideas dentro de un ambiente social de trabajo. Es importante rescatar los valores de cada persona, mismos que contribuyen al trabajo en equipo, mediante este indicador se podrá determinar el nivel de complicidad, amistad y lealtad que existe entre los integrantes de una organización. Y como esto influye al momento de traspasar información entre diferentes niveles organizativos.

- **Variables personales Tales como:** Aptitudes, actitudes, motivaciones, expectativas etc. (Morejón, 2016)

Permite medir el desenvolvimiento libre y creativo de un individuo de acuerdo a cualidades y habilidades únicas de cada personalidad mismas que contribuyen a la empresa, además determinar si labor diaria cumple con las perspectivas del cliente interno y son motivo para permanecer en la empresa acompañando a obtener metas de éxito para la organización.

2.3. Clima laboral en empresas de servicio.

La experiencia de un buen servicio depende de canalizar correctamente las expectativas del cliente y, a la vez, de brindar una prestación adecuada. (León, 2010)

Según la misma fuente brindar satisfacción en los servicios implica:

- Generar una experiencia de compra que satisfaga,
- Atender las necesidades del cliente conforme el cliente espera que se le atienda.

- Todo aquello que agregado al producto aumenta su utilidad

En las empresas de servicio la comunicación cuenta con un emisor y un receptor y es un factor fundamental en el trabajo de servicio. La primera impresión es la que se transmite con el primer servicio, en este se califican desde la presencia de la persona que atiende, su comportamiento, el ambiente laboral y la rapidez del servicio recibido. Además, considerar aspectos importantes, como la satisfacción, lo intangible y el valor añadido. Sin embargo, éstas dependen de la interpretación y percepción de cada una de las personas, un servicio se podrá considerar exitoso cuando el usuario haya recibido un servicio superior a la expectativa.

2.4. La Satisfacción del cliente.

La Satisfacción del Cliente es parte vital del sistema de competencia en el mercado. "la satisfacción de los precios baratos se olvida mucho más rápido que un mal servicio durante y después de la compra". (León, 2010)

Todo ser humano espera algo cuando adquirimos un producto o servicio mismo que debe cubrir las expectativas del cliente hasta lograr sorprenderle. De este factor depende el regreso de los clientes y su fidelidad con la empresa. Además del análisis que realiza el cliente a la oferta ofrecida y otros factores como los beneficios al obtener el servicio, precio y su valor añadido. La satisfacción de un cliente será más placentera si la persona que atiende, analiza, conoce a su cliente, y sabe lo que busca. De esta manera cumple con su trabajo y con un cliente satisfecho.

Según el estudio de (Espinoza, 2014) menciona diferentes formas de satisfacción en el ámbito empresarial.

<p align="center">La Satisfacción Espinoza, Coralia Abdeli Polanco Año 2014</p>			
<p>Satisfacción con la organización derivada del clima organizacional que los directivos promuevan fruto de la confianza, lealtad y seguridad.</p>	<p>Satisfacción con la tarea derivada del estado de bienestar que provoca realizar una tarea o actividad que no gusta y que nos considera un fastidio o castigo.</p>	<p>Satisfacción con la compensación social, derivado de las relaciones interpersonales que se mantiene con los compañeros de labor.</p>	<p>Satisfacción con la compensación salarial, derivada la relación contractual y la compensación establecida en función de la actividad desempeñada, la experiencia, antigüedad y grado de educación alcanzado</p>

Tabla 4: La satisfacción

La satisfacción se la puede establecer como un efecto positivo provocado por las acciones bien hechas y el nivel de reconocimiento hacia las mismas desde diferentes ángulos motivacionales que incentiven a la realización de un trabajo bien hecho. Además de examinar parámetros como el nivel de organización existente, liderazgo, confianza hacia los otros empleados. Permitiendo reconocer el nivel de productividad en la empresa de acuerdo a la satisfacción existente.

La satisfacción es el estado de ánimo de una persona que resulta de contrastar los distintos beneficios obtenidos de un producto o servicio con sus expectativas previas a la utilización del citado producto o servicio. (Blanco , Lobato, & Lobato , 2013).

Estados de	<p>Excitación. Los beneficios obtenidos con el uso del producto están por encima de las expectativas del cliente, lo que supone una sorpresa agradable y con gran capacidad de fidelización</p>
-------------------	--

	<p>Satisfacción. Los beneficios obtenidos con el uso del producto están en sintonía con las expectativas que el cliente tenía respecto del producto. La compraventa se ha desarrollado perfectamente y el rendimiento ha sido el esperado para ambas partes. Irritación</p>
	<p>Insatisfacción. Los beneficios logrados con el uso del producto están por debajo de las expectativas del cliente. El proceso de compraventa se ha desarrollado de forma adecuada, pero el resultado no es el esperado.</p>
	<p>Enfado. Tanto el uso del producto como el proceso de compraventa han tenido un resultado muy por debajo de las expectativas generadas, todo ha ido mal.</p>

Tabla 5: Estados de satisfacción

Conjunto de emociones provocadas por las experiencias vividas en anteriores servicios recibidos, mismos que permiten generar una opinión, establecer una comparación y dar un juicio de valor sobre el nivel de satisfacción que provoca un servicio en el cliente. Lograr un grado de satisfacción alto se puede alcanzar si se conoce bien los deseos y expectativas del cliente, es importante que un servicio cumpla con exigencias de calidad altas sin importar el servicio que sea, con este fin evitar insatisfacción y la pérdida de clientes. En las empresas de servicio se busca superar a las expectativas del consumidor, ya que la experiencia es lo que se vende, y esta será obtenida después de haber pagado un precio monetario, lo que asegura su reserva más no la credibilidad en el servicio. Por esta razón un cliente bien atendido, será un cliente satisfecho, consolidando su apoyo a la empresa.

- **Expectativa**

Es el reflejo de otras experiencias anteriores en relación a productos/servicios semejantes. (León, 2010)

Se origina en respuesta a varios elementos que busca el cliente desde el momento de adquirir un servicio desde sus percepciones de acuerdo a un estímulo recibido y otros servicios recibidos. La calidad, exigencia del servicio, la sorpresa, entre otras medidas que tome la empresa pueden influir en la satisfacción al cliente.

- **La satisfacción del cliente según términos aritméticos:**

Según (León, 2010) menciona que la satisfacción al cliente puede expresarse de maneras medibles como:

$$\text{Satisfacción del Servicio} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas} = (P - E)$$

Si: $(P-E) > 0$ o $P > E$, Exitoso.
Si: $(P-E) < 0$ o $P < E$, Insatisfacción.
Si: $(P-E) = 0$ o $P = E$, Indiferencia.

Tabla 6: La satisfacción en términos aritméticos

Es importante medir las expectativas del cliente ya que de esto depende si se ha cumplido con las percepciones del cliente logrando la satisfacción mediante un servicio amable, atento con un resultado exitoso, caso contrario mostrar indiferencia significa que no se toma en cuenta cómo se siente el cliente no permite tomar medidas correctivas que mejoren el servicio o producto de la empresa manteniendo clientes insatisfechos porque no se ha llenado por completo sus expectativas.

- **Valor en el servicio según el cliente.**

Según (León, 2010) se entiende por valor, al valor que le da el cliente a un servicio según sus atributos.

Valor	Valor	Valor	Valor
Económico	+ Funcional	+ Percepcional	+ Evaluativo

Tabla 7: Valor en el servicio

El valor que el cliente le otorga al servicio o al producto dependiendo del valor económico hace referencia al precio, funciones o beneficios que obtendría el cliente al elegir un producto, además siempre toma en cuenta sus experiencias con anteriores servicios. Finalmente, el cliente evalúa entre varias alternativas y elige su mejor opción desde sus expectativas.

- **Fórmula para obtener la satisfacción del cliente en casos de quejas o reclamos.**

Queja + Solución rápida = Incrementa satisfacción

La incomodidad que refleja una queja puede repercutir en no dar el interés necesario al cliente, esta actuación induce a formar mayor inconformidad. Por este motivo hace importante mencionar que entre más rápida sea la solución a un problema, se dará mayor importancia al cliente, mismo que significa que se estará dando un valor agregado en el servicio, obteniendo un cliente más satisfecho y su fidelidad. Mantener una forma de solución ante cualquier imprevisto o queja para que existan cada vez menos contrariedades dentro de la empresa, con una mejor planificación se intenta satisfacer los deseos y expectativas de cada uno de los clientes.

2.5. Cliente.

La palabra (cliente) proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (Barquero , Barquero , Rodriguez de Llauder, & Huertas , 2003)

Cliente es aquella persona física o jurídica que accede a un determinado producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago. (León, 2010)

Es el individuo que adquiere un bien a cambio de una respuesta monetaria u otra forma de desembolso, a cambio de cumplir sus necesidades, deseos o expectativas.

2.5.1. Clientes internos y externos de una empresa.

En su estudio sobre el marketing de clientes José Barquero (2003) menciona una clasificación sobre el cliente.

Clientes internos	Accionistas: son los que intervienen en la compañía.	Personal: son los que desarrollan el servicio.
Clientes externos	Canales de comercialización: son los que distribuyen el producto.	Mercado de referencia: son los que influyen en nuestras decisiones, esperan remuneraciones, así como la posibilidad de realizar experimentos, pruebas piloto.
	Proveedores: son los que venden	Mercado de influencia: son los que influyen en el cliente final, (prensa, autoridades.)
Clientes finales	Cliente actual: es el que me compra.	Cliente potencial no usuario: es el que podría comprar, pero no lo hace.
	Cliente del competidor: es el que compra a la competencia.	Cliente antiguo recuperable: es el cliente que compraba pero que ahora ya no compra.

Tabla 8: Clientes internos y externos.

Permite detallar de forma organizada como se conforma una empresa desde el interior hasta el exterior, estar al tanto de los esfuerzos y la forma de trabajo conjunta del personal de la hostería por lograr el funcionamiento completo del establecimiento. Además de conocer a los clientes finales que consumirán los servicios y cuales pueden convertirse en clientes viables para la hostería.

Son aquellos que juntan sus esfuerzos trabajando para la organización con la finalidad de entregar al cliente final o externo un producto terminado de excelente calidad buscando el deleite y fidelidad de los mismos. (León, 2010)

Dentro de la organización interna se trabajan de forma conjunta por lograr sacar a flote a la empresa, además cumple la función de mantener y cumplir con la satisfacción interna de los clientes, sin sacrificar el prestigio, ni la integridad personal. Mientras que la parte externa la conforman individuos ajenos a la empresa, quienes buscan satisfacer sus aspiraciones y exigencias.

2.5.2. El momento de la verdad en empresas de servicio.

Los momentos de la verdad son aquellos instantes en los que el cliente entra en contacto con nuestra empresa. (Barquero , Barquero , Rodriguez de Llauder, & Huertas , 2003)

El momento de la verdad hace referencia al instante en el cual interactúan la persona prestadora del servicio y el cliente, es decir la percepción que se transmite al vender un servicio o el impulso que conlleva a la adquisición del mismo mediante el cual existe un intercambio monetario.

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Tipo de investigación

- **Investigación básica:** Es aquel tipo de investigación que da la pauta o sirve como fundamento para cualquier otro tipo de estudio o de investigación,

ocupándose fundamentalmente de conocer y explicar buscando nuevas verdades y el conocimiento y comprensión de la naturaleza del hombre. (Posso, 2013)

Este tipo de investigación hace un breve reconocimiento del área de estudio, sobre el entorno o ambiente donde se desenvuelve una persona y realiza su labor o actividad productiva, es decir un sondeo que exponga y manifieste diferentes percepciones sobre la realidad sin tergiversar la información. Además, requiere de tiempo, permite conocer estímulos empresariales, técnicos de control de la empresa, mejorar los conocimientos teóricos constituyéndose como un punto de apoyo para la investigación ya que demanda de recolección de datos mediante conocimiento previo. Por esta razón es importante la recolección de información en el establecimiento hotelero arrojando datos reales y seguros mismos que servirán de base para emplear otros medios investigativos.

- **Investigación bibliográfica:** Es aquella investigación para recoger y analizar información secundaria contenida en diversas fuentes bibliográficas; es decir, se apoya en las consultas, análisis y crítica de documentos. Estas investigaciones pueden realizarse en forma independiente o como parte constitutiva de otro tipo de investigaciones, teniendo su aplicación más latente en áreas como la filosofía, lógica, histórica, literatura, etc. (Posso, 2013)

Este tipo de averiguación admite acopiar y estudiar datos recolectados de estudios anteriores, en donde se examinan, comparan y brinda puntos de vista sobre las investigaciones, determinando sus alcances, objetivos, determinar la factibilidad de cada trabajo realizado. Mediante este método se averiguará en diferentes fuentes bibliográficas sobre el objeto de estudio en este caso el clima laboral, con la intención de analizarlas y dar una opinión sobre cada estudio realizado. Determinar cuál fue el alcance de los trabajos, el resultado al aplicarse cada una de las investigaciones, cuán grande fue la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Conjuntamente se realiza comparaciones entre los trabajos estudiados relacionándolos con nuestro tema de investigación.

- **Investigación de campo:** También conocida como investigación directa, es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. (Lara, 2013)

Esta investigación colaborará a la recolección de datos desde la propia fuente, misma que se aplicará en el área de estudio, con la finalidad de obtener datos seguros y confiables. Por este motivo un primer paso será la visita al establecimiento hotelero con la finalidad de ser partícipes en las tareas del hotel para lograr tomar datos, describirlos y determinar acciones o sucesos que se desarrollen en el ambiente laboral desde los trabajadores hasta la dirección de la empresa.

Por la naturaleza de sus objetivos

- **Correlacional:** Investigaciones donde la estadística juega un papel muy preponderante, ya que el objetivo es medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, ya que permiten medir diferentes variables simultáneamente a través de distintos instructivos de investigación en condiciones naturales de desarrollo de acontecimientos. (Posso, 2013)

Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Uno de los puntos importantes en este tipo de investigación es examinar las relaciones entre variables y sus resultados, pero en ningún momento que una sea la causa de la otra. (Lara, 2013)

Este método investigativo permite el estudio de varias variables, es importante la aplicación de esta herramienta investigativa debido a que el tema propuesto de investigación trabaja con dos variables una dependiente de la otra. La primera variable es la satisfacción del cliente, misma que depende del clima laboral que se desarrolle en el establecimiento hotelero el cual definirá si el servicio recibido fue exitoso o no.

Por la naturaleza de la información

- **Cualitativa**

Que por el contrario se orienta a descubrir el sentido y significado de las acciones sociales. Se interesa en comprender la conducta humana desde el propio marco de referencias de quien actúa. Es de carácter subjetivo y utiliza métodos cualitativos que dan un tratamiento diferente a la información. (Posso, 2013)

Su preocupación no es medir, sino cuantificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (Lara, 2013)

La investigación cualitativa considera a toda persona capaz de pensar, razonar a través de la lógica sin importar su condición socioeconómica, raza, cultura, actividad social, etc. Además, establece una relación con múltiples actores y cómo contribuyen a transformar a un establecimiento sin importar su nivel profesional. Este método investigativo fija su interés en las cualidades o juicios de valor desde la perspectiva del investigador. La información que se recolecta será de carácter subjetivo, al mismo tiempo se obtienen posibles ideas o estrategias a aplicar para mejorar las variables del tema a investigar.

- **Cuantitativa**

Que centra de manera predominante la investigación social en los aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación de los fenómenos sociales. Las investigaciones cualitativas se inician con problemas y objetivos muy elaborados y definidos, así como también con diseño metodológico que previamente establecen la estrategia y procedimientos que se utilizaran. Son estudios objetivos, pues buscan los hechos o causas de los fenómenos sociales, escasa atención a estados subjetivos. (Posso, 2013)

También denominado tradicional, se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (Lara, 2013).

Transforma a las variables en datos contables es decir medibles para un mejor análisis, indaga hasta encontrar las causas que provocan el fenómeno del clima laboral, su origen y los elementos que influyen para que exista cliente satisfecho, tomando características generales hasta lograr explicaciones particulares, posteriormente se procede a sistematizar valores.

3.2. Métodos

Métodos teóricos de la investigación

- **Analítico- sintético**

Este método estudia los hechos al descomponer el objeto de estudio en cada una de las partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). (Bernal, 2016)

Este método ayuda al estudio del clima laboral debido a que permite la descomposición de variables en partes de manera organizada con el fin de conocer los elementos que influyen el objeto de estudio. Posteriormente integrándolas en un todo para realizar un análisis general colaborando a la construcción de la realidad y conocer el comportamiento del personal de trabajo. Además, permite la realización de una síntesis o un resumen del fenómeno a investigar, permitiendo reconocer las causas que provocan este fenómeno.

Inductivo- deductivo

Este es el método de inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) es inductivo en sentido contrario (de lo particular al general). (Bernal, 2016)

Este método admite travesear con los datos recopilados permitiendo la realización de un análisis de forma general hasta llegar a un análisis más profundo en cada parte que componen las variables del clima laboral, de la misma manera se puede realizarlo en forma inversa, es decir desde nivel interno como a nivel externo de la empresa, permitiendo focalizar una investigación desde nivel macro y micro.

Métodos prácticos de la investigación

- **Observación científica**

Consiste en “la atención cuidadosa a un objeto con el fin de conocerlo”. El proceso de la observación no solo aparece al principio sino a lo largo de una investigación y es algo más complejo que el simple hecho de ver con atención. (Cervantes & Moran Delgado, 2013)

La observación científica o directa puede ser utilizado para realizar un pre diagnóstico y tomar una idea de cuáles son los departamentos que tienen que estudiarse más a fondo, se debe tomar en cuenta que este es un proceso cualitativo y para tomar decisiones se debe aplicar un proceso más cuantificable. (Pereira, 2014).

La observación científica es uno de los primeros pasos para poder conocer algo desde un objetivo ya establecido, permite la descripción de todas las acciones o sucesos que se presenten al instante de realizar la observación, delimitando el problema a investigar. Para la recolección de datos se realiza un análisis del objeto a observar que son el cliente interno y externo de la empresa, solicitando a la organización el permiso para llevar a cabo esta investigación. Además, existe una relación entre el investigador y el fenómeno social. La observación científica puede variar constante debido a las circunstancias, acciones que se realicen al momento, medios de observación. El investigador puede ser participante de la investigación donde se integra de forma participativa pero no interviene o perturba las acciones a investigar con el fin de no cambiar los comportamientos de la persona. Es un análisis de las características de un lugar, no suele ser tan precisa ya que se hace desde la

perspectiva del investigador razón por la que puede ser cambiante, sin nombrar el cambio diario del manejo del establecimiento. Es un proceso donde se estudia el comportamiento de las personas en su ambiente de trabajo mediante la observación.

- **Encuesta**

Consiste en la interrogación sistemática de individuos a fin de generalizar. Se usa para conocer la opinión de un determinado grupo de personas respecto a un tema que define el investigador. (Cervantes & Moran Delgado, 2013)

Es un cuestionario de preguntas, aunque la mejor manera de descubrir lo que una persona piensa sobre algo es preguntárselo directamente, se corre el riesgo de que las respuestas sean alteradas por temor o estados emocionales en que la persona se encuentra al momento de responder, aun así, siempre será más exacta una encuesta directa. (Pereira, 2014)

Es una herramienta en la cual se realizan preguntas con la finalidad de conocer la opinión de las personas encuestadas. En la hostería El Prado los clientes internos y externos al establecimiento son un punto clave para determinar el clima laboral que se desarrolla en el establecimiento. Generalmente se toma una pequeña muestra de toda la población y los resultados arrojados son analizados, requieren de seriedad y respeto a las opiniones ajenas. Es importante no modificar o influir en la respuesta de los encuestados para que el análisis realizado mediante fórmulas matemáticas sea más preciso. Dentro de la hostería se aplicará 2 encuestas, la primera dirigida al personal interno del hotel es decir a los 32 trabajadores en sus diferentes cargos, calculando con la respectiva fórmula tenemos una muestra muy cercana a la población, por este motivo es importante aplicar la muestra a todos los empleados de la hostería, esta encuesta constara de 12 preguntas cerradas con opción a agregar información si los encuestados consideran oportuno. La segunda encuesta se aplicará al cliente externo que visita la hostería, el dato estadístico es de 68 personas por día, mismos que adquieren los diferentes servicios que ofrece el establecimiento. Cada encuesta constara de 15 preguntas de las cuales son preguntas cerradas con la finalidad de conocer la opinión personal de cada persona.

- **Entrevista**

Es una palabra creada a partir de *entrevue* (entrevista en francés) o el principio pasivo *entrevoir* que significa verse mutuamente, reunirse. La entrevista es un encuentro cara a cara entre dos personas que conversan con la finalidad, al menos de una de las partes, de obtener información de la otra. (Cervantes & Moran Delgado, 2013)

En ella necesariamente hay una interacción entre la persona que recolecta la investigación y el entrevistado, ya sea personal o telefónicamente. El entrevistador anota respuesta y recibe información adicional al observar las reacciones y los gestos del investigado sobre estímulos y preguntas. (Lerma, 2016)

La entrevista es un dialogo establecido entre dos o más personas y consiste en que el entrevistador le hace preguntas o interroga al entrevistado o entrevistados quienes responden con la finalidad de que el entrevistador obtenga la información u opinión que necesita. (Pereira, Clima laboral y servicio al cliente, estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango, 2014)

La entrevista es una estrategia para obtener información ya sea de forma individual o grupal mediante un diálogo, combina una serie de opiniones, sentimientos, emociones, gestos. Permite la búsqueda de soluciones puntuales y constituye un modo formal de hacer preguntas que no deben violar la intimidad de la persona. Está regida bajo un objetivo establecido, con el propósito de obtener la mayor cantidad de información posible. Uno de los métodos más seguros y confiables debido a que la información recolectada podrá ser clara, concreta y veraz desde la fuente, además de conocer sus diferentes puntos de vista e información única y relevante que no se puede encontrar en algún otro documento o medios de comunicación, además de intercambiar opiniones. Esta información será analizada para la posterior aplicación de estrategias que mejoren el clima laboral y la satisfacción del cliente, esta entrevista constará de 15 preguntas dirigidas al propietario de la hostería el Prado. En segunda instancia se indagará al trabajador más antiguo de la hostería, con 13 preguntas abiertas.

3.3. Técnicas e instrumentos

Instrumentos objetivo 1	Instrumentos objetivo 2	Instrumentos objetivo 3	Instrumentos objetivo 4
Ficha de observación Entrevista	Encuesta Entrevista	Encuesta	(FODA)

3.4. Población

Las personas a encuestar serán los 32 empleados de la empresa hotelera con el fin de medir el clima laboral que se desarrolla en la misma. Por otro lado, se encuestará a clientes externos a la empresa con el fin de conocer la variable satisfacción del cliente, se estima que se recibe alrededor de 60 visitantes al día de acuerdo a registros del establecimiento durante temporada baja, equivalente a 420 visitantes de manera semanal.

3.5. Muestra

Fórmula para el Cálculo de la muestra

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

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

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

E= Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación)

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

Cálculo de la muestra externa de la hostería El Prado.

$$n = \frac{0,25 \cdot (420)}{(420 - 1) \frac{0,02^2}{2,5^2} + 0,25} \qquad n = \frac{105}{(419) \frac{0,004}{6,25} + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{(419)(0,00064) + 0,25} \qquad n = \frac{105}{0,26816 + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{0,51816}$$

$$\mathbf{n = 202}$$

CAPÍTULO IV

1.1 Análisis e interpretación de resultados

1.1.1 Diagnóstico de la situación actual de la Hostería El Prado

Para la realización del diagnóstico en la hostería El Prado se realizaron dos instrumentos de investigación con el fin de recopilar información sobre el escenario en el que se desenvuelven las personas que la conforman. El primer instrumento se enfocó en la realización de una ficha que detalla aspectos a observar en cada una de las áreas que operan dentro del establecimiento hotelero. Al respecto, existen alrededor de 9 áreas: recepción, habitaciones, cocina, restaurante, salón de eventos, parqueadero, áreas verdes y áreas de recreación. El área de recreación se subdivide en dos subáreas, mismas que son piscina y canchas deportivas. El segundo instrumento es una entrevista que consta de 15 preguntas abiertas dirigidas al gerente propietario del establecimiento. Mismo que proporcionó información actual sobre el manejo de la hostería.

La infraestructura del establecimiento es de estilo moderno, predominando el ladrillo y cemento en su construcción. Además, ofrece el servicio de hospedaje con número de 52 habitaciones mismas que tienen una capacidad para 130 personas. Las habitaciones matrimoniales se encuentran en un precio de \$ 45 dólares más impuestos, diecinueve habitaciones dobles a un precio de \$ 70 dólares, nueve habitaciones triples en \$ 90 dólares y una sola habitación cuádruple en un precio de \$ 110. Además, se puede disfrutar del servicio de alimentación en el restaurante y escoger entre el menú del día y diferentes platos a la carta a un precio de \$ 12 dólares en adelante. También se puede adquirir el servicio de recreación en piscina con un costo de \$ 8 dólares y una capacidad para 180 personas.

Del mismo modo deleitarse de las instalaciones de tres salones de eventos con los que cuenta el establecimiento. El primero es el salón rojo con una capacidad para 700 personas, el salón amarillo para 300 personas, el salón el Prado con capacidad para 200 personas con karaoke incluido.

Estos servicios son más solicitados durante los meses de julio a septiembre considerados como temporada alta. Entre sus principales clientes se encuentran organizaciones, instituciones financieras, cooperativas e instituciones educativas, como el Banco del Pichincha, cooperativa Tulcán, Visión Fund quienes realizan capacitaciones a sus empleados en las instalaciones de este establecimiento.

En todas las áreas de trabajo el personal utiliza uniforme, el cual es otorgado desde el momento que se ingresa a ser parte de la hostería. Este contiene el logo y sello del establecimiento y no se incluye el nombre de la persona que atiende.

El comportamiento de los trabajadores es sumiso, amable y con una buena atención. En cuanto al comportamiento de la dirección están constantemente monitoreando por cámaras a sus trabajadores, no se sede un tiempo o espacio de diálogo entre los empleados. La presencia constante de los propietarios convierte al ambiente de trabajo en tenso, en especial en el área de recepción y restaurante, las cuales se encuentran continuamente cambiando de personal de trabajo, por lo que el ambiente laboral es algo inestable y una de las áreas en las cuales mayores inconvenientes se pueden evidenciar.

En las áreas verdes existe más participación debido a que estos trabajadores cumplen varias funciones, es decir son polifuncionales y mantienen una mayor interacción con el resto de empleados.

El acceso a todas las áreas se encuentra en buenas condiciones, con rampas que permiten un fácil acceso para las personas con capacidades especiales.

El acceso a mascotas se prohíbe dentro de la hostería. Sin embargo, al ingreso de la puerta constantemente se encuentran 2 perros que son propiedad de los dueños de la hostería, mismos que generan miedo o intimidan a los visitantes, estos animales se los retira en horas pico del establecimiento.

La luz y la temperatura se encuentran acorde a cada área, en el caso de parqueaderos existen tres zonas mismas que son al aire libre y cuentan con iluminado para las noches.

La hostería El Prado cuenta con algunas medidas de seguridad como caja fuerte central ubicada en la recepción, en donde los clientes guardan sus artículos,

alarmas contra incendios, alarma contra robos, las cuales se encuentran en el área de recepción, videocámaras distribuidas en toda la hostería con monitoreo constante y sensores de movimiento en los parqueaderos.

Dentro de la hostería existe un letrero pequeño que indica la distribución de las diferentes áreas, también cuenta con letreros informativos y preventivos para todos los clientes de la hostería.

Los niveles de ruido son apropiados, debido a que las habitaciones se encuentran divididas en tres sectores y alejados de las áreas de recreación como piscinas, canchas y restaurante. Las canchas deportivas se encuentran en una adecuación con el fin de mejorar las instalaciones. De manera general, podría afirmarse que son poco utilizadas.

Entre las opciones de pago para las reservas, se encuentra efectivo y tarjetas, de crédito o débito. Durante el desarrollo de la investigación, no se han evidenciado dificultades.

Los pisos de cada área son adecuados al uso, el material predominante es cerámica, como el caso de las habitaciones y salones. La cocina posee un piso granular, no resbaloso, mientras que la parte exterior es de adoquín, incluyendo la parte del parqueadero. Existe una bodega junto a la cocina que sirve para conservar las verduras o mercancías que llegan al establecimiento. En casos de eventos la comida es llevada a los salones por los meseros, no existe un carro para cubrir este servicio, pese a que las distancias son considerables. El servicio de alimentación es llevado por los propios meseros hacia los salones, no se utiliza carros de comida debido a que resulta más laboriosa esta actividad.

En el caso de la piscina se encuentra apropiada con césped sintético para mejor seguridad y movilidad de los visitantes que adquieren el servicio. También en sus instalaciones la piscina cuenta con mesas y sillas de descanso.

En esta área no se cuenta con un salvavidas o una persona que auxilie en casos de emergencia, únicamente la persona que atiende que generalmente es polifuncional y labora desde las 2 pm hasta 10 de la mañana.

Además, posee una capilla religiosa donde los invitados pueden disfrutar de bodas o eventos religiosos. También una jauría de canarios en la parte externa. Cuenta con servicios de internet, servicio telefónico. En la parte externa o áreas verdes se cuenta con un espacio de recreación para niños de 1 a 5 años y algunas mesas en su alrededor.

Mediante el segundo instrumento se logró conocer que es necesaria la utilización de 32 empleados para su correcto funcionamiento sin tomar en cuenta el personal que se incorpora en eventos ocasionales y fines de semana, aproximadamente se contrata de 3 a 4 empleados. También se mencionó el tema sobre contratación de empleados, para ello no existe un protocolo establecido. La exigencia máxima es la experiencia en manejo de áreas, desenvolvimiento y capacidad de respuesta. Mientras que para proveedores se analiza la calidad en los productos y costo, además es importante la seriedad del proveedor en cuanto a entrega, seguridad, puntualidad.

Un manual de funciones es un documento que tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones, mediante una mejor administración de recursos, permitiendo mejorar con eficacia, eficiencia y efectividad el rendimiento de los empleados

Otras de las preguntas de la entrevista se centran en conocer sobre la estructura organizacional interna y cómo está dirigido el establecimiento desde la dirección, sus diferentes departamentos y cómo se disgregan las funciones para cada empleado. En este caso en primera instancia se encuentra a la cabeza el gerente propietario, en segundo nivel se encuentran los jefes de área o departamentos, finalmente se ubica al resto de empleados. La dirección de la hostería ejecuta capacitaciones en motivación, arte de cocina, decoración, entre otras, estas actividades, dependiendo de la necesidad identificada lo en lo que se desee optimizar. Generalmente estas actividades se realizan una vez al año.

El reglamento interno que mantiene la hostería fue estructurado años atrás. En él constan permisos, derechos, obligaciones y días libres para los trabajadores. La jornada laboral es de 40 horas semanales cubiertas en dos turnos. El primer turno

inicia a las 7:00 de la mañana y termina a las 16:00 horas y el segundo desde las 16:00 hasta las 22:00 horas.

Dentro de la hostería el único método para solucionar inconvenientes o imprevistos es la presencia del gerente o propietarios, en caso de su ausencia no existe un protocolo que permita tomar el mando al resto de los empleados. Por este motivo se requiere la presencia del gerente en todo momento.

La relación laboral que existe es estrictamente profesional especialmente desde la dirección hacia los subordinados. Se infiere que las relaciones sentimentales o amistosas dejan de ser importantes y se concentra los esfuerzos en mantener únicamente un estricto profesionalismo tanto de parte obrera como de propietarios.

El rendimiento laboral cambia constantemente por lo cual no se puede establecer una escala de satisfacción con la labor o función que desempeña un trabajador, en la mayoría de casos existe un buen rendimiento, sin embargo, se ha presentado algunos inconvenientes con algunos empleados como irresponsabilidades, impuntualidad.

Un incentivo es el medio por el cual se intenta dar un impulso a los trabajadores a que cumplan de la mejor manera una actividad. En la hostería El Prado existen varios tipos de incentivos como premios, paseos, regalos los cuales dependen de la temporada y de las decisiones que tome la dirección de la hostería.

Al momento de tomar decisiones es manejado únicamente por los propietarios de la hostería, se toma en cuenta las opiniones de los empleados. Sin embargo, finalmente se realiza lo más conveniente para la hostería en base a la opinión de los dueños.

La seguridad y protección se cumple únicamente como un requisito indispensable que exige el Ministerio de Turismo para ser un establecimiento de cuatro estrellas. Generalmente cada área mantiene materiales adecuados como guantes, mascarillas, sombreros, esto dependiendo del área en que se labore.

También se preguntó sobre algún método o procedimiento que ayude a medir la satisfacción de los clientes externos o clientes que visitan la hostería, no existe ninguna alternativa o instrumento que permita conocer sobre aquellos.

La hostería El Prado se ha hecho acreedora a varios reconocimientos y premios. Uno de los reconocimientos más recientes que se ha recibido fue otorgado al propietario del establecimiento por ser el hotelero más antiguo de la provincia de Imbabura.

Entre las proyecciones futuras a corto plazo se encuentra la remodelación de las instalaciones, obra que inició siete meses atrás. No existen otras proyecciones a largo plazo.

La hostería El Prado cumple con las exigencias impuestas por el Ministerio de Turismo a todos los establecimientos hoteleros. El control, organización es un punto importante para quienes direccionan la empresa al momento de ofrecer calidad, es relevante mencionar que no se aplica algún método que mida la satisfacción del cliente interno y externo.

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Mediante esta ficha se busca recopilar información a través de la observación en el área de estudio, con el fin de obtener resultados confiables desde la propia experiencia del investigador dentro del establecimiento hotelero. Seleccione la opción que considere oportuno con una x de acuerdo a la observación realizada y establezca observaciones de ser necesario.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del establecimiento	Hostería El Prado		Ficha 1	Nombre del observador: Liliana Valverde												
				Fecha: 15-03-2018												
ELEMENTOS A OBSERVAR	opciones	Recreación	Habitaciones	Cocina	Restaurante	salones	Parqueadero	Recreación						áreas verdes	Observaciones	
								Piscina			canchas					
								sauna	turco	hidroma	tienda	fútbol	tenis	básquet		
Personal	uniformado	x	x	x	x	x	-	X	X	x	-	-	-	-		x
	nombre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-

	presencia pulcra	x	x	x	x	x	-	X	X	x	-	-	-	-	x	<p>Al personal de trabajo se le otorga un uniforme apropiado al área de trabajo en la que se laborara desde el momento que ingresa a ser parte de la hostería.</p> <p>El uniforme se encuentra adecuado con el logo de la hostería, en ninguno consta el nombre de la persona que atiende.</p> <p>En el área de recepción constantemente se está cambiando de personal.</p>
	logo o sello del establecimiento	x	x	x	x	x	-	X	X	x	-	-	-	-	x	
Comportamiento	positivo	x	x	x	x	x	-	x	x	x	-	x	x	x	x	<p>El comportamiento del personal es muy amistoso, son personas humildes, amables.</p> <p>En cuanto al comportamiento de la dirección están constantemente monitoreando por las cámaras a sus trabajadores por este motivo no se les da tiempo para platicar o conversar entre ellos.</p> <p>La presencia de los propietarios hace un poquito tenso el ambiente de trabajo especialmente en el área de recepción y restaurante.</p>
	negativo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ambiente laboral	estable	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<p>El ambiente laboral es estable puesto que cualquier inconveniente o disgusto no se transmite al cliente. Por</p>
	inestable	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	ordenado	x	x	x	x	x	-	x	X	x	-	-	-	-	-	

	participativo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	este motivo el ambiente es agradable para sus huéspedes. En el área de restaurante es donde más se puede evidenciar estos inconvenientes.
Accesibilidad	fácil	x	x	x	x	x	X	x	X	x	x	X	x	x	x	Todas las áreas tienen un fácil acceso.	
	difícil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Accesibilidad para personas con discapacidad	Si	x	x	x	x	x	X	x	X	x	x	X	x	x	x	El acceso es fácil ya que posee rampas en casos de sillas de ruedas.	
	No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Accesibilidad a mascotas	si	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	No se permite el acceso a mascotas, sin embargo, al ingreso de la puerta constantemente se encuentran 2 perros que son propiedad de los dueños de la hostería, mismos que generan miedo a los visitantes.	
	No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Luz	alta	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	x	x	x	x	Tres zonas de parqueo al aire libre y las otras áreas se encuentran adecuadas para el trabajo a realizar.	
	Moderado	x	x	x	x	x	-	x	X	x	-	-	-	-	-		
	Baja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

Seguridad	caja fuerte para visitantes	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<p>Cuenta con extintores en la sala de espera junto a la recepción, además de cámaras de seguridad en los pasillos, y en los parqueaderos.</p> <p>Algunas de las videocámaras de seguridad están conectadas al celular del propietario por lo que él siempre está monitoreando el movimiento de sus empleados y de las áreas de trabajo.</p> <p>Cuenta con letreros preventivos, prohibiciones para todas las personas en toda la hostería.</p>
	videocámaras	x	-	x	x	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	cámaras	x	-	-	x	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	
	alarma contra incendios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	alarma contra robos	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	sensores de movimiento	x	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Temperatura	calor	-	-	x	-	-	-	x	X	x	-	-	-	-	-	La temperatura se encuentra apropiada a cada una de sus áreas.	
	moderado	x	x	-	x	x	-	-	-	-	-	x	x	x	x		
	frio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Ruido	alto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

	moderado	x	-	x	x	x	-	x	X	x	-	x	x	x	x	Es apropiado debido a que las habitaciones se encuentran repartidas en tres sectores y alejadas de las piscinas, restaurante se encuentran distribuidas en lugares diferentes por lo que el ruido no molesta a ninguna de las áreas.
	Bajo	-	x	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	
Formas de pago	Efectivo	x	x	x	x	x	-	x	X	x	-	x	x	x	x	Otra forma de pago es mediante cuenta electrónica
	Tarjeta de crédito	-	x	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Reserva	Fácil	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	No se presentan dificultades en los clientes para reservar en la hostería.
	Difícil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Pisos	Madera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	La parte exterior de la hostería es de adoquín, incluyendo la parte del parqueadero.
	Cerámica	x	x	x	x	x	-	x	X	x	-	-	-	-	-	
	Mármol	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Cemento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	x	

<p>Otras observaciones</p>	<p>Además, posee una capilla religiosa donde los invitados pueden disfrutar de bodas o eventos religiosos.</p> <p>También, posee una jauría de canarios en la parte externa de la hostería.</p> <p>Servicios de internet, servicio telefónico.</p> <p>Las canchas deportivas se encuentran en una adecuación, son utilizadas en raras ocasiones.</p> <p>La hostería cuenta con un área de recreación para niños de 1 a 5 años.</p> <p>Se encuentra mesas en las áreas verdes de la hostería.</p> <p>En el área de piscina no se cuenta con un salvavidas o una persona que auxilie en casos de emergencia, únicamente la persona que atiende y la persona de mantenimiento que se encuentra desde las 2 am hasta 10 de la mañana.</p> <p>Existe una bodega para conservar las verduras o mercancía que llega al establecimiento.</p> <p>En casos de eventos la comida es llevada a los salones por los meseros, no existe un carro para transportar la comida cuando los salones se encuentran algo lejanos.</p> <p>Las instalaciones de piscina cuentan con mesas y sillas para el descanso.</p>
-----------------------------------	---

Tabla 9: Ficha de observación

1.1.2 Determinación de la satisfacción del cliente interno que labora en la Hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.

Para lograr medir la satisfacción interna del establecimiento, es decir de trabajadores, proveedores y la empresa hotelera, se hizo necesaria la realización de dos instrumentos de investigación. Para el primer método se optó por la realización de una encuesta a los trabajadores que son la fuerza motora y quienes conforman la parte principal al formar un clima laboral en las actividades diarias. Para el primer instrumento se realizó una entrevista dirigida al trabajador más antiguo del establecimiento, debido a que se convierte en un elemento clave para conocer información interna sobre el clima laboral y el funcionamiento de la hostería. Para el segundo instrumento se utilizó una encuesta, misma que consta de 12 preguntas, de las cuales 8 son cerradas y toman como base a 32 empleados considerados como muestra para esta investigación. En cambio, para el resto de preguntas se dio a escoger entre dos o más opciones, además de añadir información que los empleados consideren oportuna.

De acuerdo a la entrevista realizada según el trabajador más antiguo de la hostería menciona que el cargo que desempeña el trabajador está relacionado al área de mantenimiento. Es un empleado polifuncional con más de 18 años de permanencia en el establecimiento, además comenta sobre los cambios que se han efectuado en la hostería desde su ingreso a muy temprana edad, entre los que se indica el incremento de seis habitaciones, el servicio de piscina o área húmeda la cual se empezó a construir prácticamente a su ingreso. También se ha mejorado en el trato a los empleados que antes era exigente.

Entre las sugerencias o cambios que recomienda están el incremento de infraestructura e implementos de piscina. Además, piensa que la relación entre jefe y empleado cambia dependiendo de la persona de quien se trate, en este caso existe una estrecha amistad en especial con el gerente propietario al cual vio crecer.

Dentro del establecimiento existe trabajo en equipo como una estrategia lo que ha servido como medio para dar cumplimiento a cualquier actividad o evento, dependiendo de la demanda y el servicio que sea más solicitado.

Los propietarios de la empresa pasan constantemente en el establecimiento debido a que su vivienda está ubicada dentro de las instalaciones del hotel, a pesar de ser una vivienda apartada, estos personajes pasan la mayor parte del día junto a los empleados por lo que el ambiente de trabajo se vuelve tenso. Sin embargo, considera que entre empleados existe una relación muy amistosa. En casos en los que se ha presentado inconvenientes o problemas internos la presencia del gerente es importante ya que es el único quien se hace cargo de estos asuntos.

La comunicación se socializa de manera ascendente y descendente, es decir desde la dirección hacia los empleados y viceversa. El ambiente laboral entre estas dos partes se vuelve un tanto tenso esto dependiendo del empleado con quien se trate. Los empleados se encuentran muy de acuerdo a lo establecido en sus remuneraciones que son el salario básico más horas extras y un porcentaje que es otorgado por los propietarios cuando existen bastantes ventas especialmente en temporada alta.

Para la toma de decisiones se ha conformado un comité de empleados los cuales se reúnen cada dos meses, aquí se discute sobre nuevas opiniones, sugerencias, problemas, etc. Posteriormente esta información se traspaasa al gerente por los jefes de área. Es importante mencionar que se da apertura a ideas generadas por los empleados, pero la decisión final es tomada por los propietarios de acuerdo a como ellos consideren oportuno.

Entre los incentivos que reciben los empleados se encuentra capacitaciones y seminarios organizados por el Ministerio de Turismo y en ocasiones por los jefes del mismo establecimiento.

Se menciona que no ha existido una socialización sobre algún reglamento interno, por lo que los trabajadores se rigen únicamente bajo sus propios valores como

puntualidad es decir llegar a tiempo, compromiso y dar cumplimiento a sus 40 horas laborales.

Las medidas de seguridad son tomadas en cuenta para todas las áreas de trabajo, entre estas están materiales como guantes, mascarillas, sombreros, uniformes apropiados a la función que realiza cada empleado.

Universidad Técnica del Norte
Carrera de Ingeniería en Turismo

Encuesta

Señor/@ por favor lea detenidamente y responda cada pregunta marcando con una **X** la opción que considere correcta. Esta encuesta es para el trabajo de titulación en la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte, misma que tiene el objetivo de conocer el ambiente en que laboran los trabajadores de la hostería El Prado.

1) ¿Qué función desempeña usted dentro del establecimiento turístico?

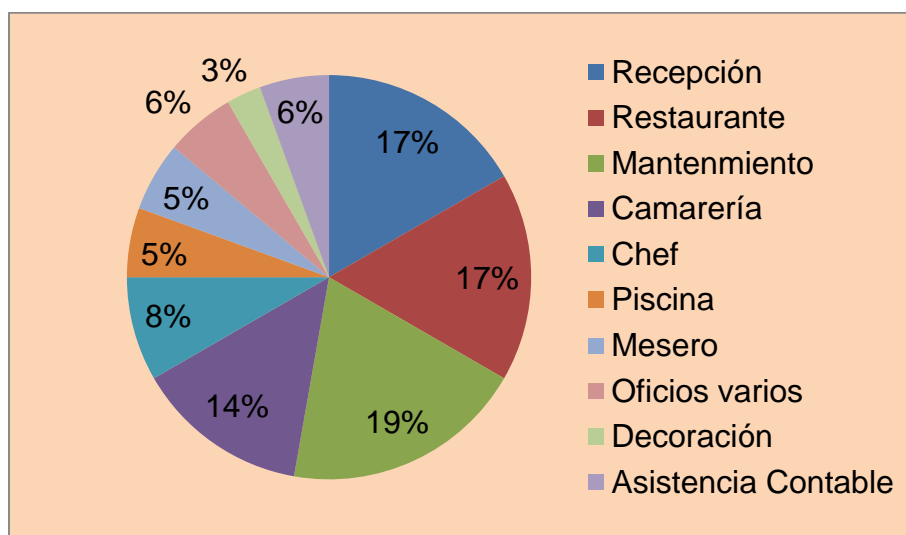


Figura 1: Cargos dentro del establecimiento turístico

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Para el funcionamiento correcto de la hostería El Prado se han dividido las tareas laborales entre 32 trabajadores de los cuales se tomó la muestra. Sin embargo, los datos arrojados muestran que 4 trabajadores son polifuncionales, es decir que imparten su labor entre dos cargos, sin tomar en cuenta los casos de temporada alta donde más trabajadores se vuelven polifuncionales y se contrata a más personal de manera ocasional dependiendo de la demanda y de los servicios que se reserven.

2) ¿Cada cuánto cambia de función dentro del establecimiento turístico?

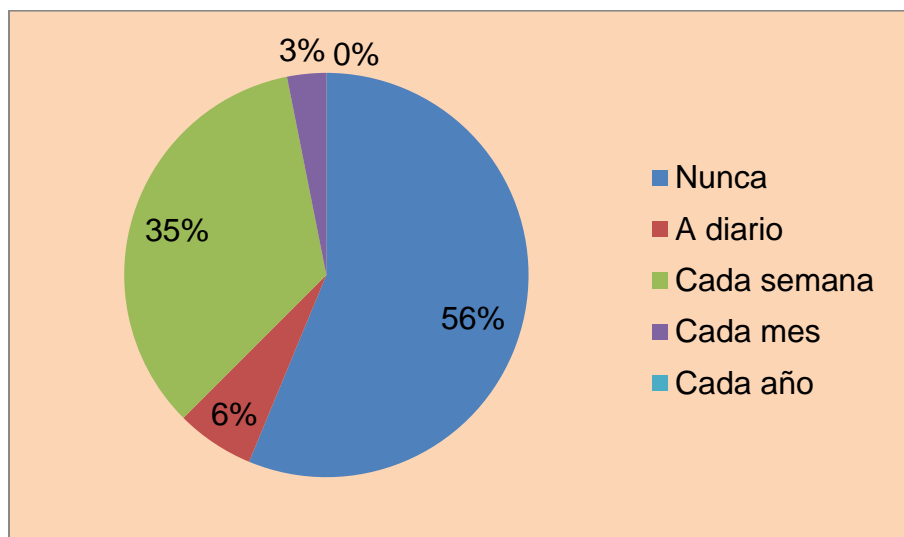


Figura 2: Funciones en el establecimiento turístico.

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Los empleados de la hostería en su mayoría poseen un trabajo asignado desde el momento que son contratados. Es decir, poseen una labor permanente o no cambian de cargo y sus funciones se mantienen establecidas dentro del establecimiento turístico, transformándose en una labor repetitiva sin permitir el desenvolvimiento natural de los empleados. El resto de trabajadores cambian de función semanalmente, pero en una menor proporción y lo hacen porque se dividen las tareas por la afluencia de clientes especialmente en la realización de eventos.

3) ¿Considera usted que posee la suficiente confianza por parte de la dirección de la empresa, para realizar su función?

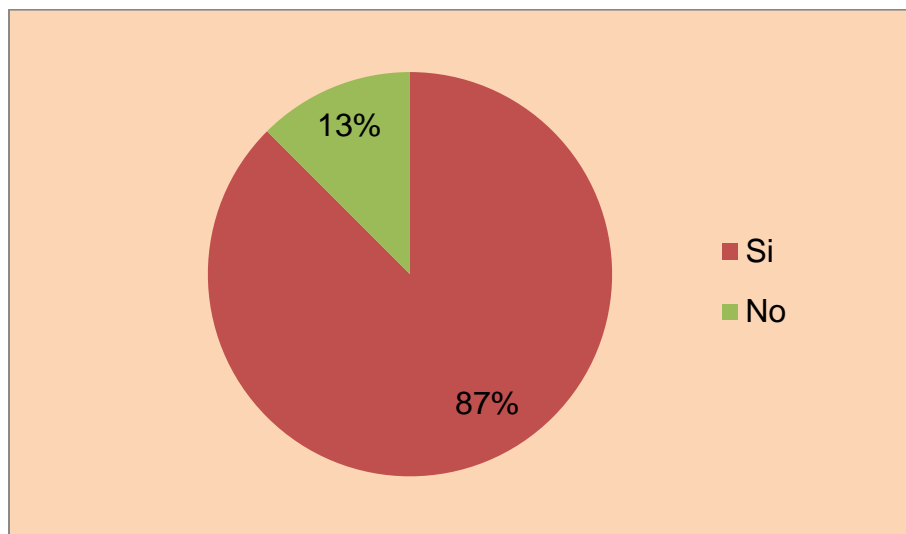


Figura 3: Confianza para realizar su función.

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Los empleados de la hostería El Prado afirman que existe la suficiente confianza por parte de las personas que dirigen al establecimiento, en especial de parte de la gerencia, permitiendo la realización de un trabajo coordinado. En el caso contrario sienten que existe presión por la dirección del establecimiento y no permiten que los trabajadores se desenvuelvan en un ambiente laboral más sereno, en varios casos se siente tensión por la presencia constante de los propietarios de la hostería en sus labores, especialmente en el área de restaurante y recepción.

4) ¿Qué tipo de motivación o reconocimiento recibe usted por su trabajo?

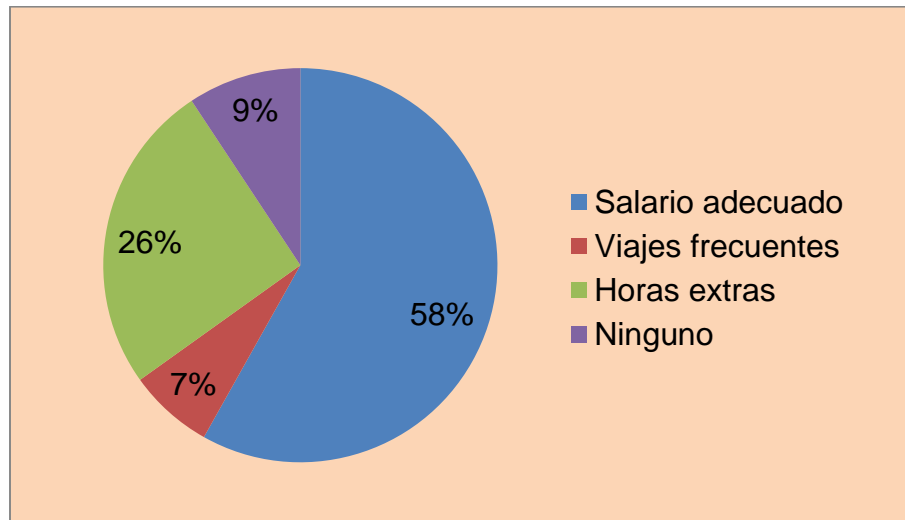


Figura 4: Tipos de motivación

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: La hostería El Prado ofrece a sus empleados diferentes formas de motivación o reconocimiento por las labores realizadas. El salario adecuado es uno de los derechos y principios que tiene un trabajador de acuerdo al Código del Trabajo en el Ecuador, pero se vuelve una forma de incentivo cuando los trabajadores reciben o adquieren un porcentaje de las ventas realizadas por la hostería, mismas que son añadidas al sueldo normal de los empleados generalmente en temporada alta.

Cuando no es de esta manera se ofrecen otras formas de incentivo como paseos los cuales se realizan de forma anual. También se permite que los trabajadores realicen horas extras fuera de su horario normal de trabajo las cuales son remuneradas y es una de las opciones más accesible para la mano de obra. El trabajador que no ha recibido alguna manera de incentivo es debido a que ingresaron hace poco tiempo a formar parte del establecimiento hotelero.

5) Qué tipo de necesidades de los trabajadores satisface la hostería.

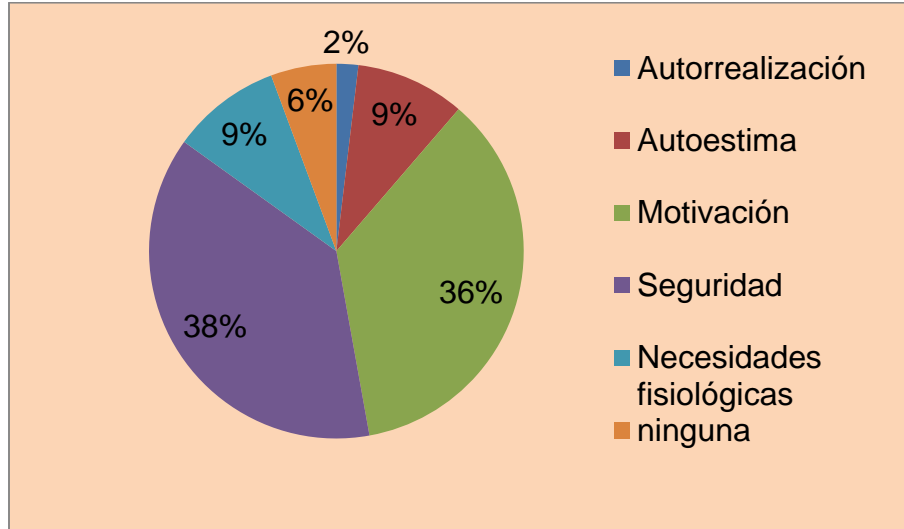


Figura 5: Necesidades de los trabajadores

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Maslow estableció en el año de 1943 una teoría sobre las necesidades y las clasificó mediante una pirámide de acuerdo a su importancia, manifestando que entre más satisfecha se sienta una persona mayor será su rendimiento, además describe que debe priorizarse sobre algunas necesidades para lograr dar cumplimiento al resto de ellas. Por este motivo las opciones a escoger están relacionadas con la escala de necesidades de Maslow.

El turismo es la actividad de viajar, conocer y disfrutar de manera sana de los recursos que ofrece la naturaleza y en espacios físicos modificados, se la puede realizar solo o de manera conjunta transformándose también en una actividad llena de emociones, expectativas y dispuesta a complacer a todos los grupos interesados sin importar sus edades o condiciones físicas. En muchos casos el turismo se ha vuelto un reto, meta o una forma de auto realización personal ubicada en la cima de la pirámide, es importante mencionar que para cumplir con cualquier actividad turística se tendrá que dar cumplimiento al resto de niveles que menciona Maslow en su teoría.

El Ministerio de Turismo ha organizado capacitaciones para motivar a los empleados, mismas que están dirigidas a todos los establecimientos hoteleros de Imbabura.

El Ministerio de Turismo obliga a todos los establecimientos hoteleros a cumplir con algunas exigencias como capacitaciones, seguridad tanto para el cliente como para empleados. Dentro de la hostería la seguridad representa un punto importante por este motivo las instalaciones cuentan con equipo de vigilancia para el cliente como cámaras de video, alarmas contra robos etc. También cuenta con implementos y accesorios de protección al trabajador como por ejemplo mascarillas, guantes, gorros, uniformes apropiados etc.

Se realizan capacitaciones para los empleados dirigidas desde la gerencia, en algunos casos son convocadas por el Ministerio de Turismo para todos los establecimientos hoteleros de la provincia, entre las capacitaciones más comunes se encuentran, atención al cliente, decoración, etiqueta y cocina.

Entre los incentivos más comunes que reciben los empleados están la paga extra en temporada alta y viajes de incentivo realizados una vez al año. Conjuntamente cambios de cargos entre los empleados de manera oportuna bajo supervisión de gerencia.

6) ¿Cómo considera la comunicación entre la dirección de la hostería y los empleados?

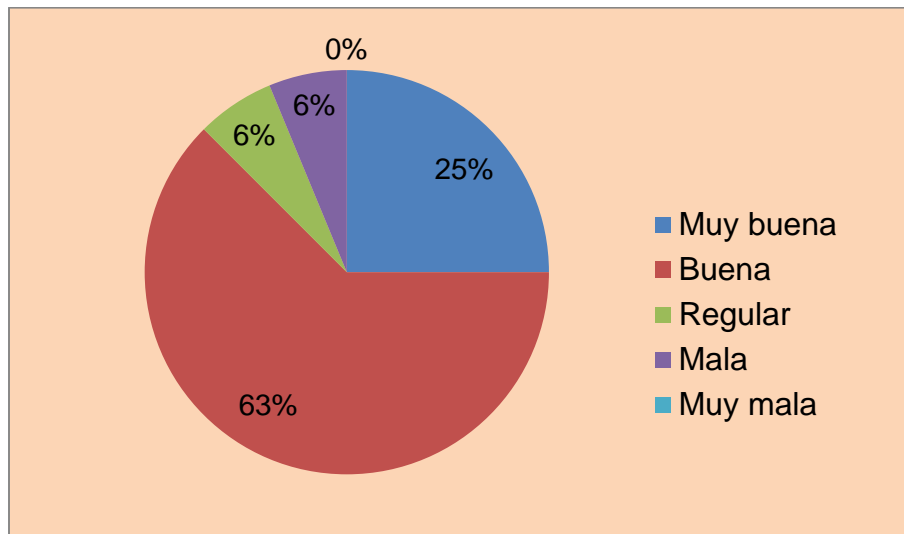


Figura 6: La comunicación entre dirección y empleados.

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: La comunicación permite el intercambio de información, además se convierte en una herramienta organizativa permitiendo un ambiente de trabajo más estable. Dentro de la hostería El Prado la comunicación es de forma ascendente y descendente, es decir que va desde los empleados hacia los jefes de áreas y finalmente hasta el gerente. Se considera a esta estrategia muy buena dentro de la hostería debido a que en algunas áreas existe mayor confianza entre la dirección y los empleados debido a la amistad y años de trabajo que existe entre estas dos partes. El 63% que son la mayoría de empleados afirma que el diálogo es bueno y se pueden expresar de manera libre entre empleados, pero existe un poco de timidez al dirigirse con la dirección. Por este motivo se organizan los trabajadores una vez al mes para poder reflejar sus inquietudes, sugerencias que posteriormente son comunicadas al gerente. El 6% considera a la comunicación regular y mala, esto sucede por el constante cambio en los trabajadores especialmente en el área de recepción.

7) ¿Considera usted el trabajo en equipo como una estrategia de la hostería?

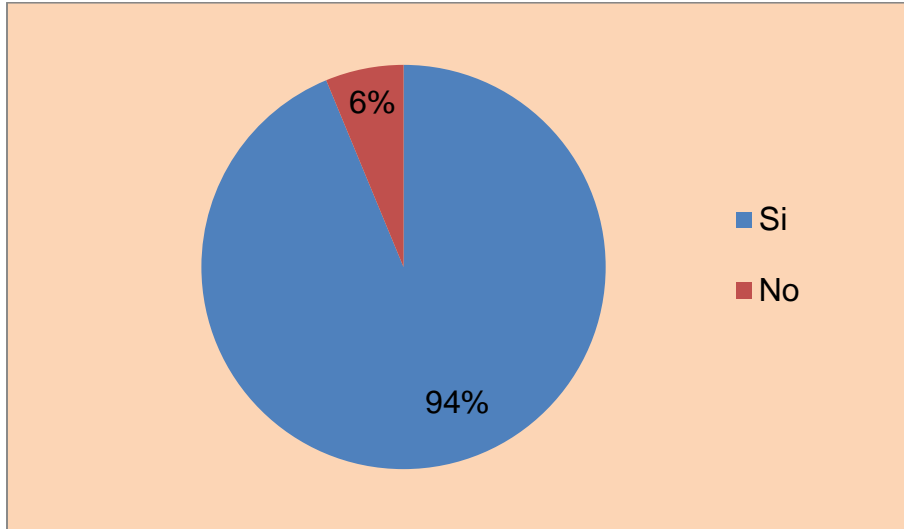


Figura 7: Trabajo en equipo

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: El trabajo en equipo es una estrategia que permite mejorar el desempeño de los trabajadores de la hostería. Mediante este factor se logra dar cumplimiento a las actividades diarias como el servicio de restaurante, en especial cuando se desarrollan eventos en los diferentes salones de la hostería. El trabajo en equipo es evidente entre los trabajadores, la dirección se enfoca únicamente en controlar y que se dé cumplimiento a la labor de cada trabajador.

8) ¿El ambiente laboral, en el cual usted realiza su trabajo es?

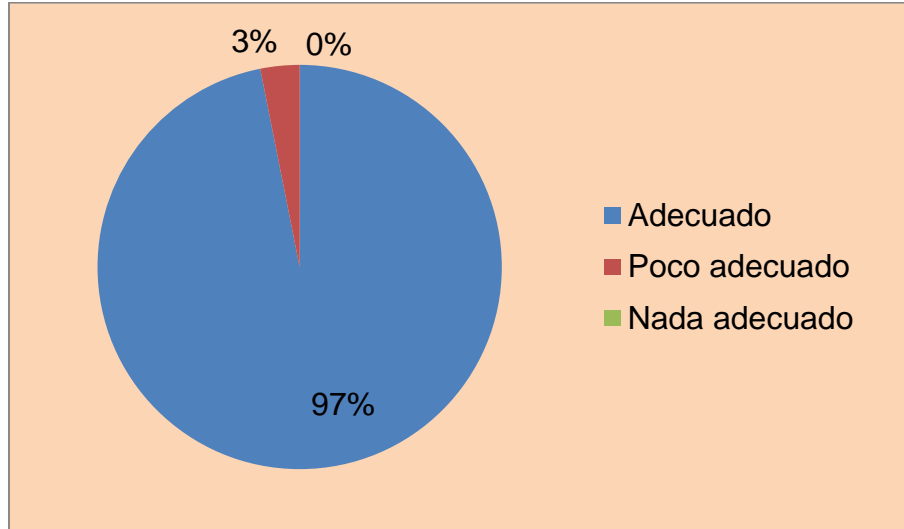


Figura 8: Ambiente laboral

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: El ambiente de trabajo o ambiente laboral es el espacio en el cual una persona realiza su actividad diaria a cambio de una remuneración. Dentro de la hostería El Prado el ambiente de trabajo es adecuado, existe una gran amistad y consideración entre los trabajadores. El apoyo entre los empleados depende de la demanda del servicio que se adquiera en la hostería, debido a que los empleados son funcionales. El 3% considera que existe un ambiente laboral poco adecuado ya que no existe el mismo tipo de relación con la dirección.

9) ¿Qué tipo capacitaciones ha recibido usted para desempeñar mejor su trabajo?

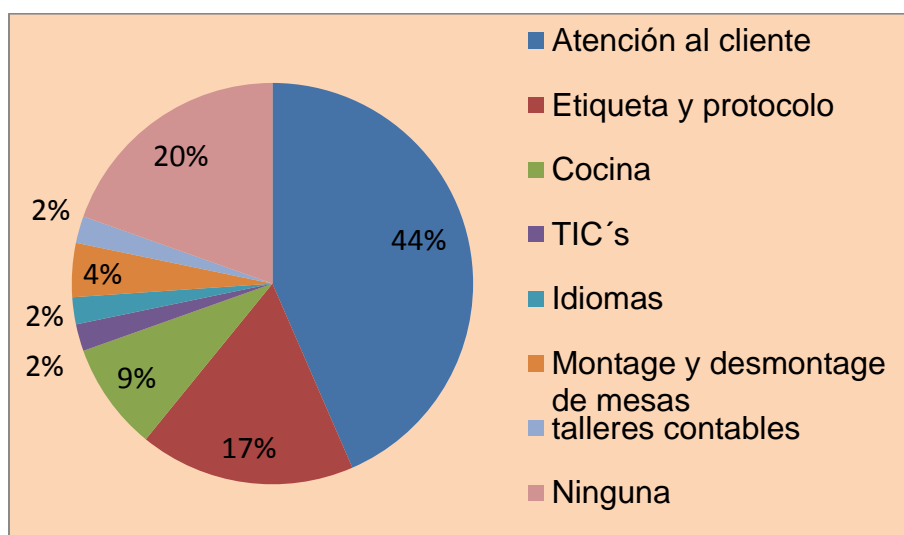


Figura 9: Tipo de capacitaciones

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Las capacitaciones son actividades que permiten la formación, aprendizaje y preparación de una persona o un grupo, con el fin de desarrollar creatividad y habilidades en cada individuo. La capacitación más común que se ha brindado a los empleados dentro de la hostería El Prado esta la atención al cliente especialmente con los trabajadores que mantienen un contacto directo con los visitantes como es la recepción. El Ministerio de Turismo organiza capacitaciones a todos los trabajadores de los establecimientos hoteleros de la provincia, como un apoyo que mejore la atención a los clientes en especial en el servicio en emprendimientos turísticos. Al mismo tiempo la dirección de la hostería considera si es oportuno mejorar en alguna área, por esta razón se realizan capacitaciones una vez al año. Del mismo modo se ha realizado la intervención en etiqueta y protocolo, cocina, montaje y desmontaje de mesas en especial para el personal que trabaja en restaurante y cocina. Con relación a otros cursos de capacitación se han brindado únicamente a ciertas personas del establecimiento, de acuerdo a la prioridad que considere importante el gerente, por lo que se infiere que no todos los trabajadores han recibido algún tipo de capacitación.

10) ¿Conoce usted los objetivos de la hostería?

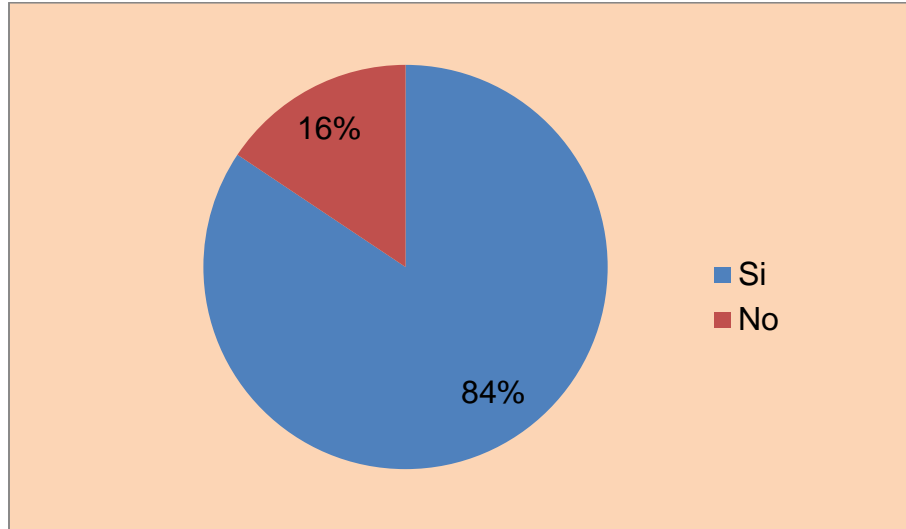


Figura 10: Conoce usted los objetivos de la hostería

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: De la encuesta realizada el 84% representa a 27 empleados los cuales conocen acerca de los objetivos de la empresa para la que laboran gracias a socializaciones organizadas desde la gerencia. Sin embargo, el 16% no conoce información relevante de la empresa debido a que llevan poco tiempo laborando para la misma y aún no han formado parte de ninguna socialización.

10.1) ¿Considera que las actividades que usted realiza en el establecimiento turístico, conllevan al cumplimiento de los objetivos de la empresa?

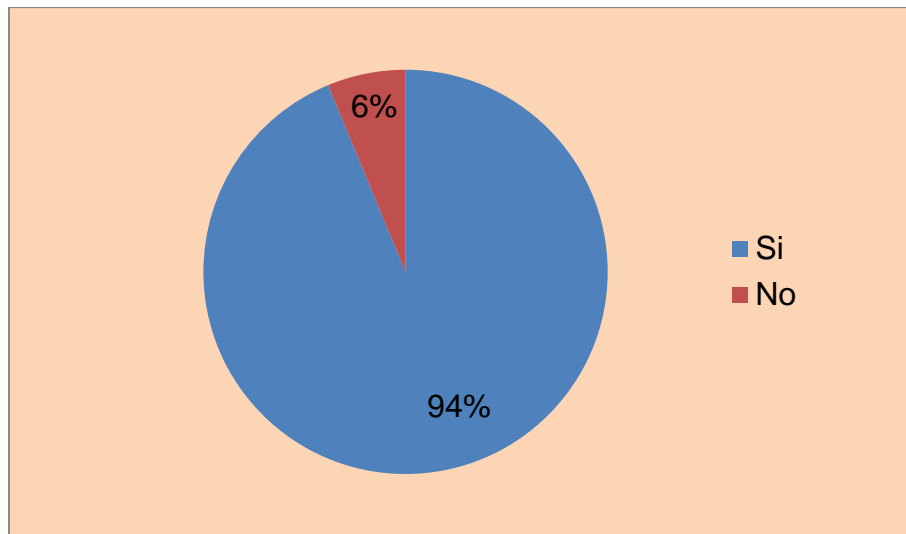


Figura 11: Cumplimiento de los objetivos de la hostería

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Los empleados opinan que las actividades cotidianas que ellos realizan colaboran al cumplimiento de los objetivos de la empresa. Consideran que conocer los recursos con los que pueden realizar su trabajo, la forma de organizarse, el trabajo en equipo y la presencia constante en el establecimiento permite que se lleve un buen funcionamiento del mismo y se cumpla con los objetivos propuestos.

11) ¿Cómo considera usted el estilo de dirección de la hostería?

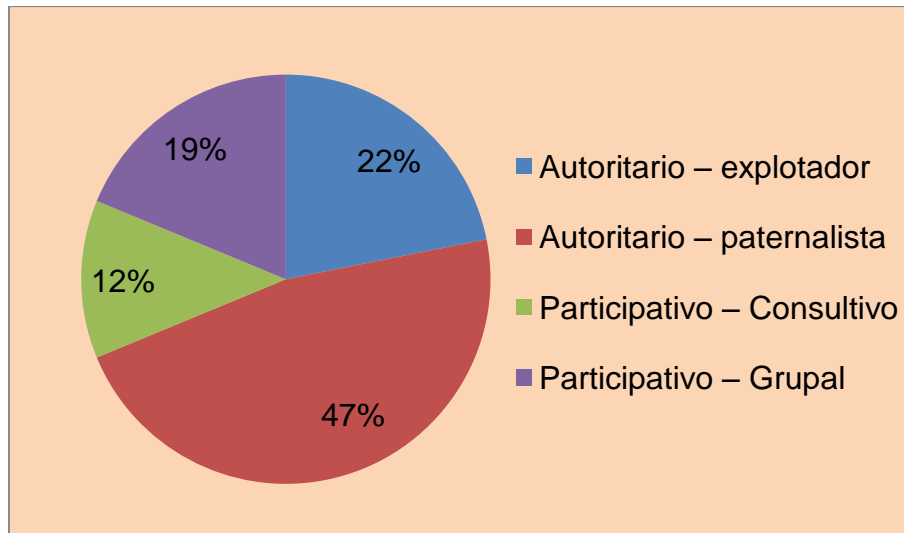


Figura 12: Estilo de administración.

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: La muestra a considerar fue de 32 empleados encuestados quienes consideran que el estilo de dirección de la hostería El Prado es de tipo autoritario-paternalista de acuerdo a las características de los tipos de clima laboral que menciona (Morejón, 2016) en su tesis sobre Gestión para el talento humano.

Se deduce dentro del estilo de dirección existe la suficiente confianza por parte de la dirección. Además, suele dar la apariencia de ser un lugar con un ambiente laboral estable y una apariencia más organizada. En ocasiones suele darse el abuso de poder, sin embargo, la dirección de la hostería se vuelve condescendiente de sus empleados ya que son quienes dan funcionamiento al establecimiento. Generalmente las decisiones se toman desde el primer nivel de la organización en este caso los propietarios y posteriormente se informa de cualquier cambio.

12) ¿En qué consideraría oportuno que se realicen cambios en la hostería?

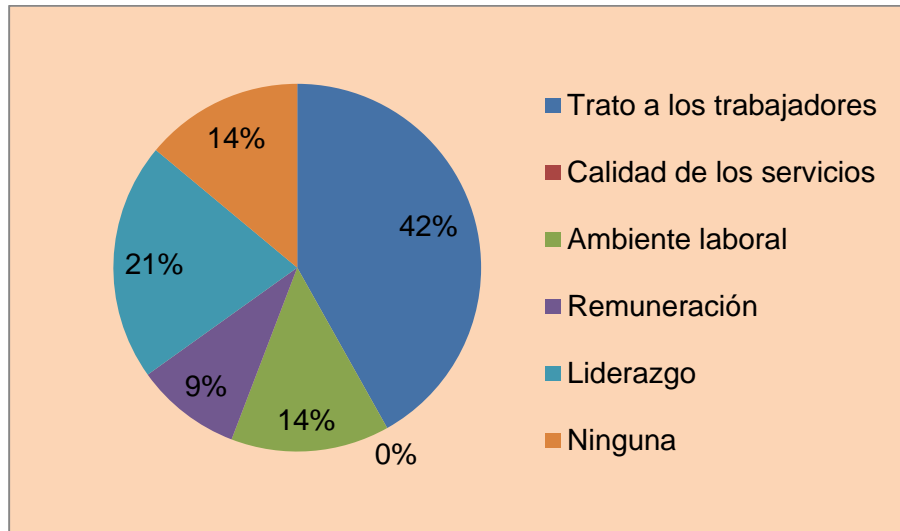


Figura 13: Cambios en la hostería.

Fuente: Trabajadores de la hostería El Prado.

Análisis: Uno de los parámetros más importantes en el cual se debe enfatizar está el trato a los empleados, ya que de este factor depende la comodidad y satisfacción que siente el trabajador para desempeñar su labor diaria.

Cualquier cambio o decisión va desde el líder del establecimiento, la falta de amistad o de diálogo entre las partes involucradas hace que exista desequilibrio en el ambiente laboral que rodea a la empresa, aunque este no se vea reflejado al brindar servicio al cliente externo que siempre se lleva una buena impresión y calidad en los servicios. Mientras que el 14% le corresponden 6 trabajadores los cuales consideran que no debe realizarse cambio alguno y se sienten conformes con su remuneración y el ambiente que rodea a la organización.

1.1.3 Identificación de la satisfacción del cliente externo que visita la Hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.

Al hablar del cliente externo, se hace referencia a las personas que visitan la hostería El Prado con la intención de consumir sus ofertas. Actualmente no se aplica ninguna herramienta o estrategia para medir la satisfacción externa, y consecuentemente no se tiene registros de tiempos anteriores. Por este motivo se vio en la necesidad de realizar una encuesta, misma que contiene 12 preguntas con respuestas cerradas y 2 con respuestas opcionales. Ha sido aplicada a 202 visitantes correspondientes al cálculo realizado en el muestreo de acuerdo al número de clientes que recibe el establecimiento de manera semanal en temporada baja.

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Señor/@ por favor lea detenidamente y responda cada pregunta marcando con una **X** la opción que considere correcta. Esta encuesta es para el trabajo de titulación en la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte, misma que tiene el objetivo identificar la satisfacción del cliente que visita la hostería El Prado.

Encuesta

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

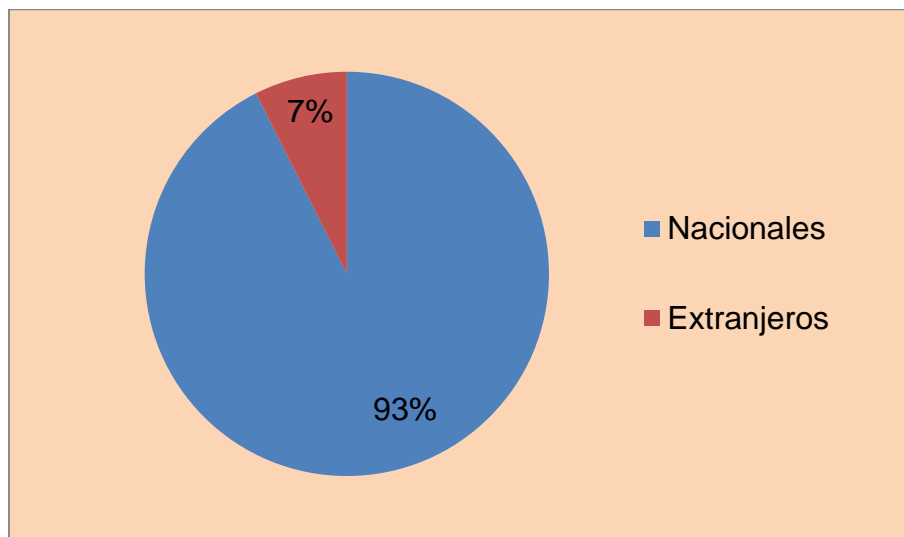


Figura 14: Lugar de procedencia.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La hostería El Prado posee una buena reputación y ha fijado sus esfuerzos en mantenerse y dirigirse a un segmento de mercado nacional distribuido en distintas provincias del país. Sin embargo, el segmento de mercado extranjero corresponde a clientes procedentes del vecino país Colombia.

1.1. ¿Ciudad y país de procedencia?

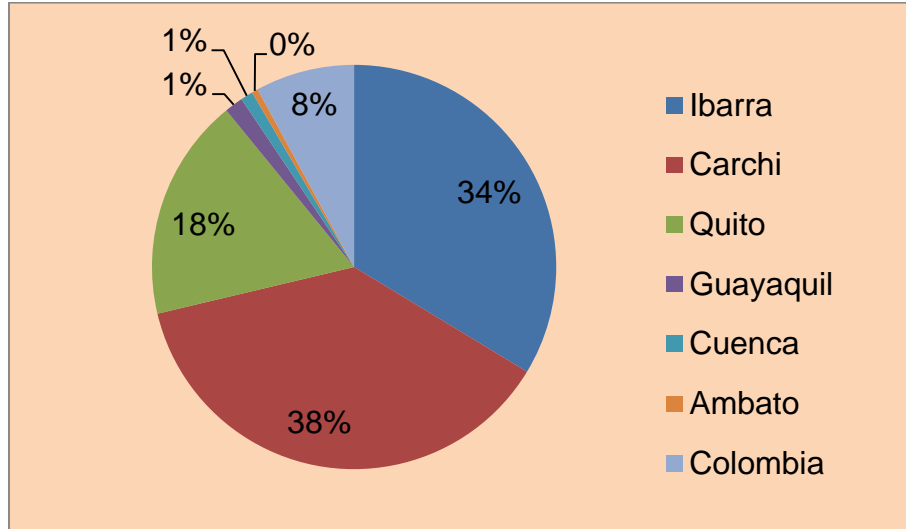


Figura 15: Ciudades y países de procedencia.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: El segmento de mercado que recibe la hostería El Prado corresponde a clientes que pertenecen a las provincias de Imbabura y Carchi en su gran mayoría, así mismo a clientes que visitan el establecimiento desde las ciudades más grandes del Ecuador entre ellas Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato. Colombia es el principal cliente extranjero generalmente provienen de las ciudades de Ipiales, Nariño y Pasto.

2. ¿Rango de edad en la que se encuentra?

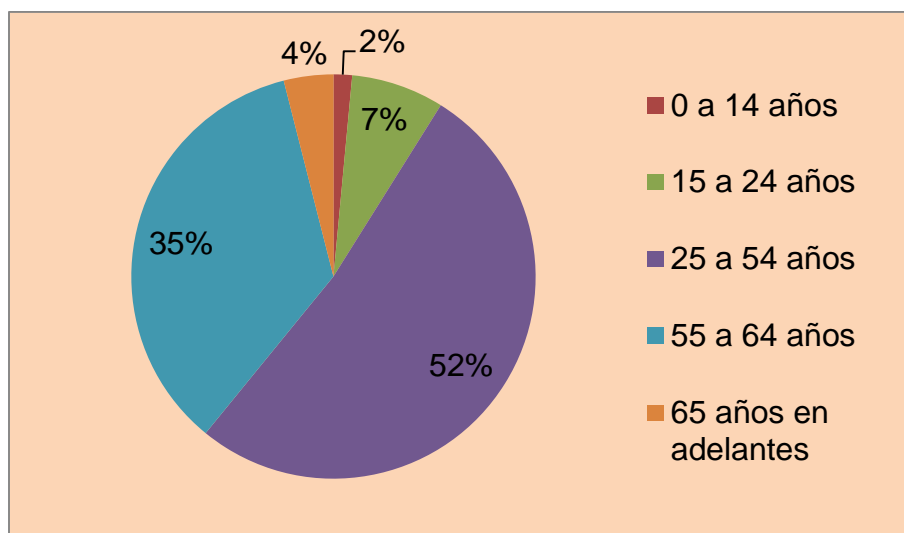


Figura 16 : Promedio de edad de los visitantes.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: Para conocer la edad de los visitantes que llegan al establecimiento se lo ha dividido en cinco grupos de acuerdo a la división por edades del Ecuador. Como primer grupo a niños de 0 a 14 años generalmente acompañados de la presencia de un adulto. Para el segundo grupo se ha considerado las edades de 15 a 24 años prácticamente adolescentes o edad laboral temprana, el tercer grupo con un 52% lo conforma la población económicamente activa en la edad de 25 a 54 años, convirtiéndose en el segmento que más visitas realiza al establecimiento. Asimismo, la población en edad laboral madura es decir edades entre 55 a 64 años con un 35% y el quinto grupo lo integran adultos mayores o con edad avanzada y se consideran a partir de los 65 años en adelante.

3. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios del hotel?

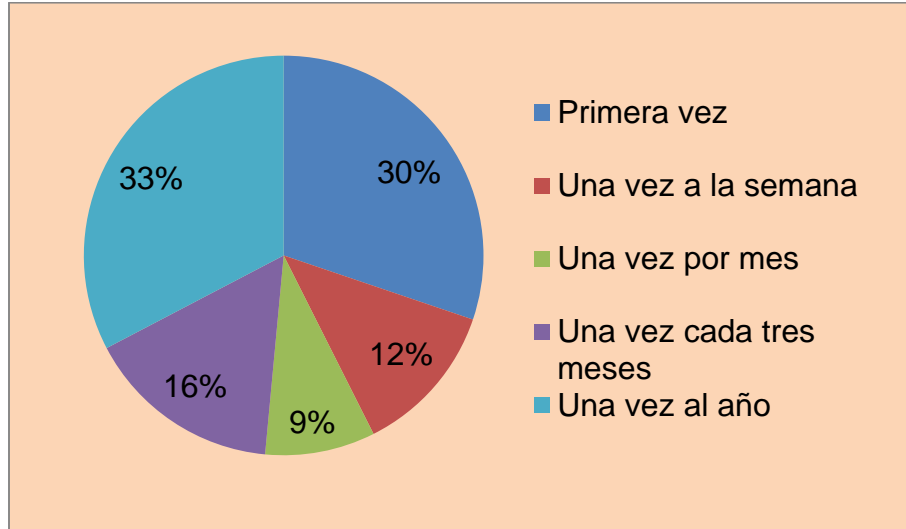


Figura 17: Frecuencia de utilización del servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La siguiente pregunta alude sobre la frecuencia de uso de los servicios que oferta el establecimiento, de acuerdo a los datos obtenidos el 33% equivale a clientes que visitan una sola vez al año la hostería, mismos que regresan ya sea por motivos empresariales o vacaciones. Mientras que el 30% son clientes de paso o visitan por primera vez la hostería, es decir todo depende de la eficiencia y eficacia aplicada en el servicio con el fin de lograr el regreso y fidelización de los clientes. El resto de clientes que visitan el establecimiento corresponde al grupo de consumidores habituales, se infiere sobre la importancia de mantener la lealtad de los mismos con la empresa.

4. ¿Cuál fue el servicio que usted adquirió?

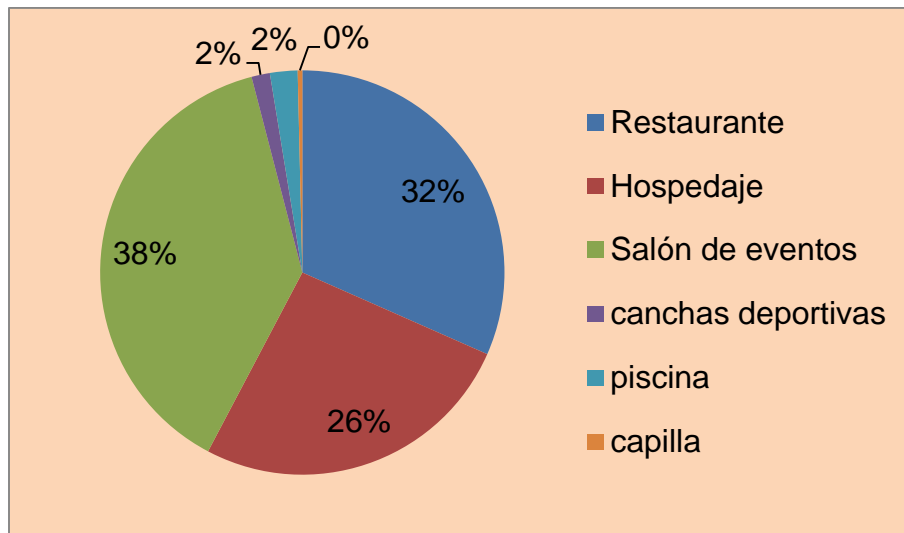


Figura 18: Servicio adquirido.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: Los salones para eventos es el producto más reservado por los clientes aquí se prepara capacitaciones para empresas, celebraciones de diferentes índoles como bodas, quince años, graduaciones, reuniones, etc. Generalmente van acompañado del servicio de alimentación donde se ofrece una gran variedad de menús y platos típicos ubicándolo como el segundo producto con mayor demanda, como tercer producto se añade el servicio de hospedaje con habitaciones simples, dobles, matrimoniales etc. Es importante resaltar que cada producto se vende en dos maneras la primera ya sea en paquete o cada producto de manera individual. Además, la empresa ofrece servicios de recreación, piscina y canchas deportivas, producto con menor demanda a pesar de ser visitados los fines de semana.

5. ¿El servicio recibido fué?

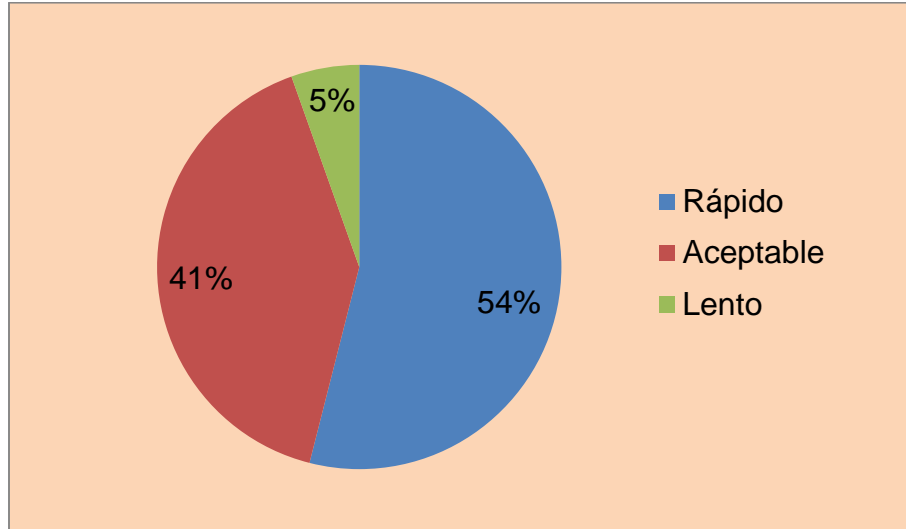


Figura 19: Como fue el servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La encuesta se aplicó a clientes que recibieron los diferentes servicios de la hostería, mismos que consideran que el servicio recibido fue rápido o se encuentra entre los rangos de aceptabilidad para los clientes, esta pregunta tiene como fin conocer el rendimiento de los trabajadores y como lo evaluarían los clientes. Por lo que se infiere que el establecimiento cumple con una de las exigencias del cliente al momento de ser atendido.

6. ¿Cómo considera usted la calidez del servicio recibido?

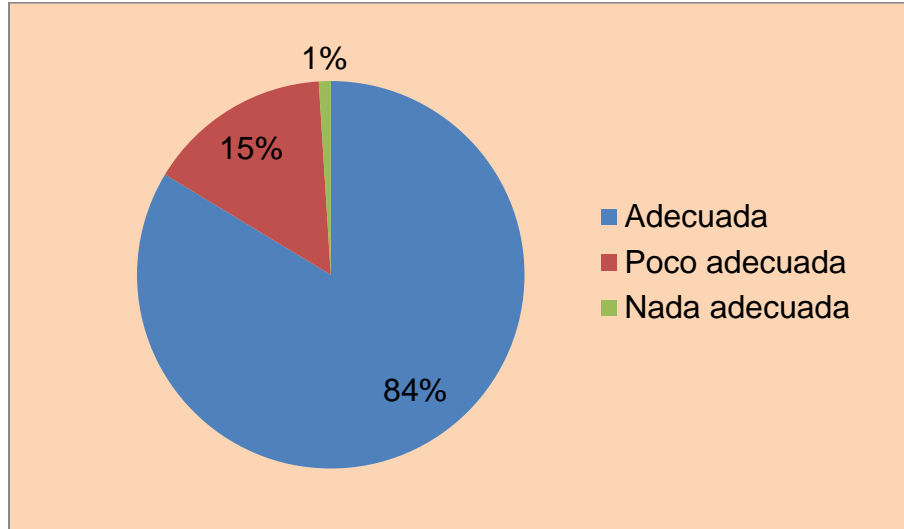


Figura 20 : Calidez del servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La calidez en el servicio es un factor frágil entre el empleado y el cliente, debido que se mantienen en constante comunicación, en algunos casos conocido como el momento de la verdad, las palabras cordiales o simples detalles pueden marcar la diferencia al momento decisivo de la compra. Los empleados de la hostería El Prado posees una aptitud cordial, amable y muestran interés por realizar bien su trabajo. Se infiere que en el establecimiento existe una buena atención y transmiten estar en un ambiente cómodo y acogedor.

7. ¿Durante el servicio se despejaron sus inquietudes?

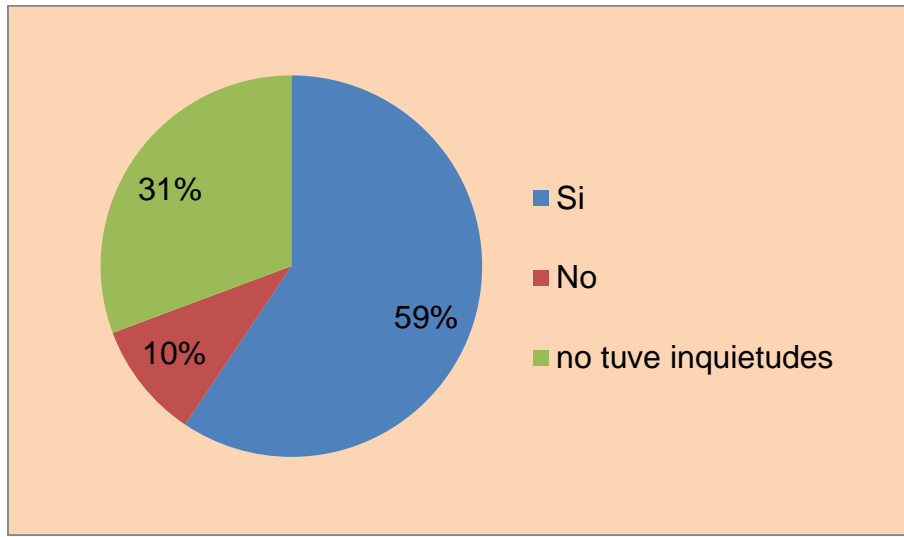


Figura 21 : El servicio despejo sus inquietudes.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: De acuerdo a los datos recopilados los clientes consideran que existe una buena capacidad de respuesta por parte de los trabajadores al momento de despejar inquietudes, dependiendo de esto el logro efectivo de una venta. Sin embargo, aún existe un porcentaje de trabajadores que necesita conocer la oferta para transmitir la información al cliente. También existe un grupo de clientes que a pesar de tener dudas prefiere no preguntar sobre la oferta o el establecimiento.

8. ¿Cumplió el servicio con sus expectativas?

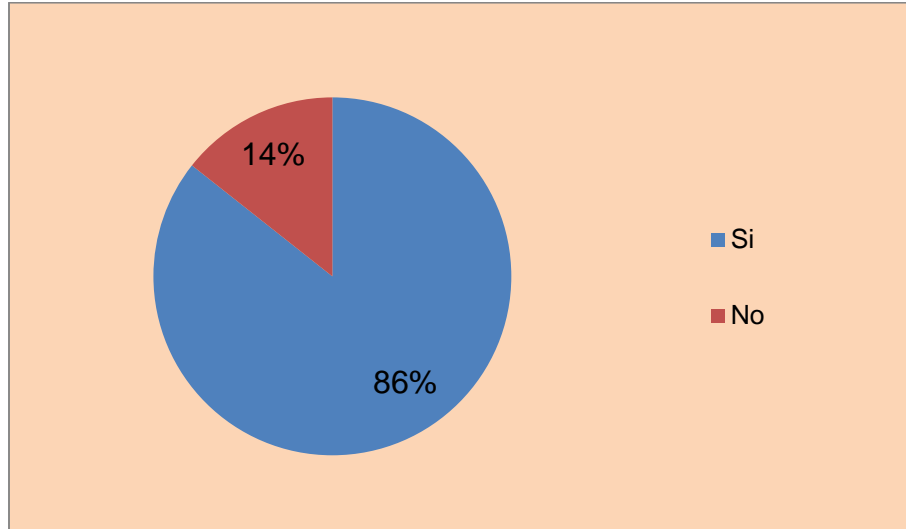


Figura 22: Expectativas del servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: Se deduce que las expectativas de los clientes no son tan altas por la cual el servicio ha logrado cubrir con la mayoría de expectativas, este es un gran logro para la hostería porque ha conseguido superar más del 80% de clientes satisfechos, lo que significa rentabilidad, promoción y mayores ventas. En el caso contrario las expectativas eran muy exigentes o a la vez existió fallas en el servicio y estas fueron detectadas por el cliente.

9. ¿A través de qué fuentes de información, supo usted de la existencia de la hostería?

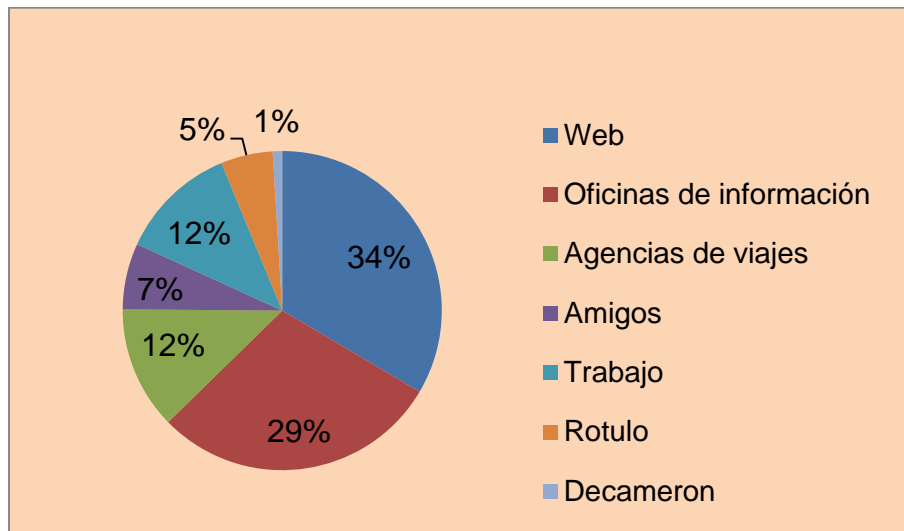


Figura 23: Fuentes de información.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La hostería El Prado mantiene varios medios de promoción sobre los servicios, entre ellos se encuentra la mayorista Decamerón, rótulos publicitarios, agencias de viajes, información transmitida por amigos y trabajo. Actualmente la web se ha convertido en el medio de comunicación indispensable para contactar personas y el más usado por este establecimiento al momento de realizar reservas desde overbooking o tripadvisor sin importa la ubicación del cliente, raza o costumbre. Las oficinas de información turística también realizan un gran aporte al momento de recomendar a la hostería.

10. ¿Tuvo dificultades para reservar la hostería?

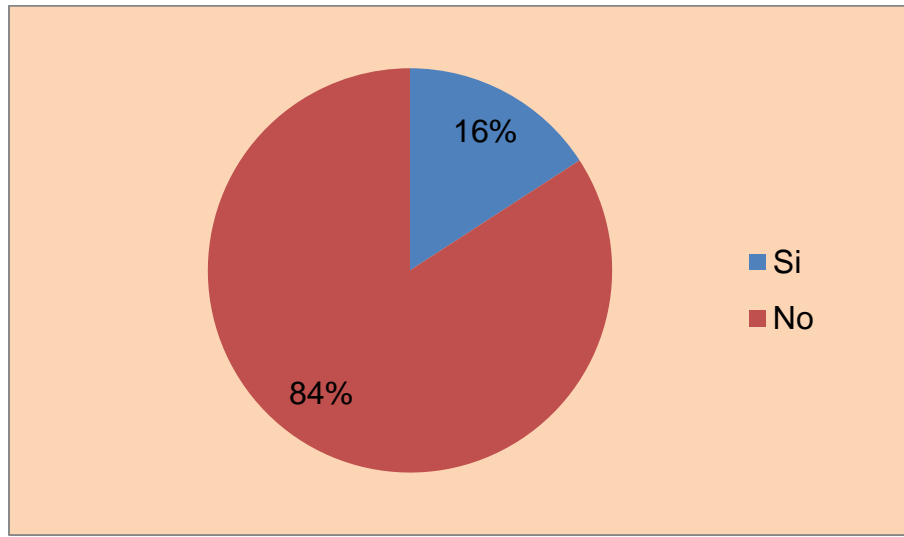


Figura 24 : Dificultades para reservar.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: La mayoría de clientes prefiere realizar una reserva por medio de internet o directamente a través de recepción, de acuerdo a la encuesta realizada no existe dificultades al momento de realizar una reserva, en algunos casos incluso se es atendido por el propio gerente.

11. ¿Regresaría a utilizar el servicio?

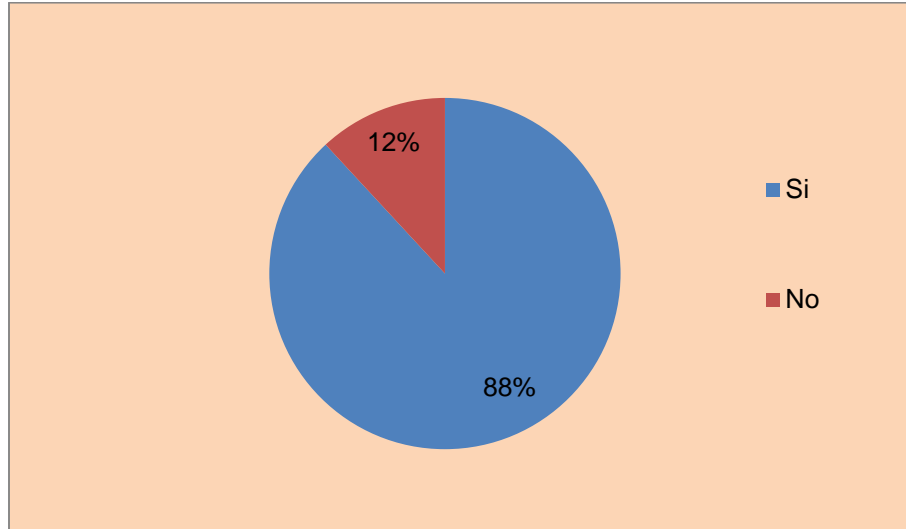


Figura 25 : Regresaría a utilizar el servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: El 88% son clientes que regresarían al establecimiento a utilizar el servicio este es un factor positivo para la empresa ya que refleja los esfuerzos internos por mantener clientes satisfechos, liderar en el mercado y buscar rentabilidad. Generalmente para que un cliente decida regresar al establecimiento analiza varios parámetros antes de tomar la decisión final como la facilidad de reserva, calidez del empleado, rapidez en el servicio entre otros.

12. ¿Considera que el precio pagado por el servicio es?

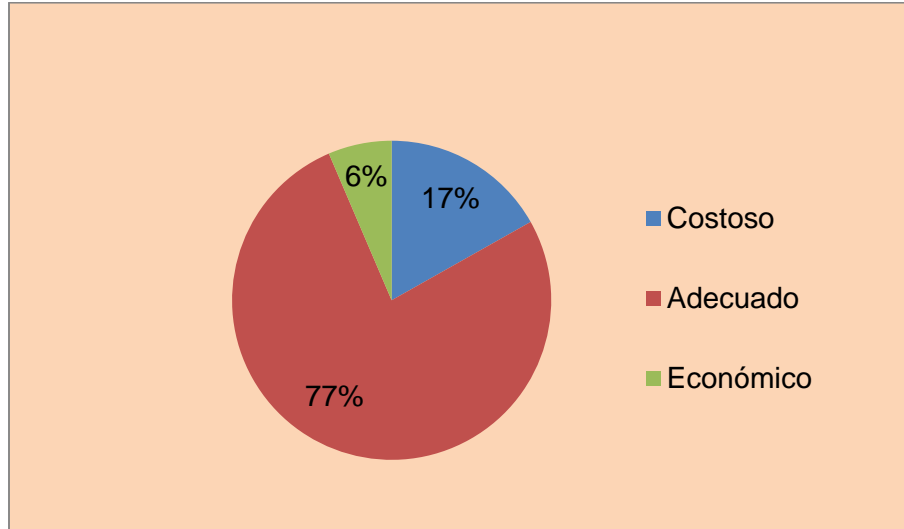


Figura 26: Precio a pagar por el servicio.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: El precio es el valor monetario que se paga por un servicio, aquí se evalúa si el precio pagado es justo a la calidad recibida, generalmente el cliente lo analiza en base a la experiencia con otros establecimientos. Dentro de la hostería El Prado el 77% de los clientes consideran que existe un equilibrio entre el precio y la calidad ofrecida o que este es adecuado manteniendo clientes satisfechos. Mientras que el 17% considera que el precio es costoso y sobrepasa a la calidad ofrecida y un 6% considera que el precio es económico en base a la calidad que presta el establecimiento.

13. ¿Cómo considera usted en general la calidad de su estadía en la hostería?

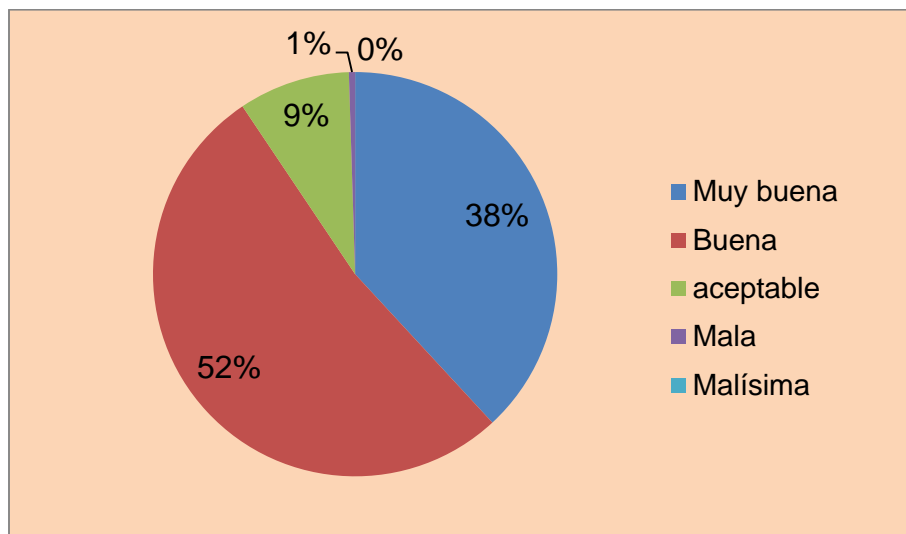


Figura 27: Calidad de estadía en la hostería.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: El éxito de una empresa es hacer que su cliente se sienta en un ambiente cómodo agradable considerando así su pronto regreso.

La calidad de estadía de los clientes se encuentra entre los niveles de buena y muy buena beneficiando a la empresa hotelera al momento de fidelizar clientes.

14. ¿De los siguientes parámetros al momento de elegir un establecimiento turístico cual considera usted son importantes?

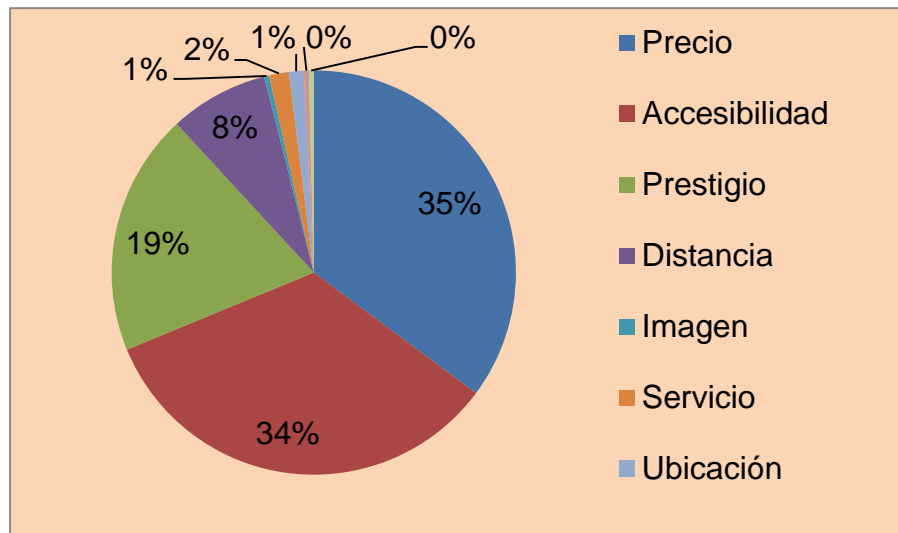


Figura 28: Parámetros para elegir un establecimiento.

Fuente: Clientes de la hostería El Prado.

Análisis: Según los clientes existen varios parámetros a considerar al momento de elegir un establecimiento turístico tales como: prestigio, ubicación, atención del servicio, condiciones del lugar, distancia, imagen, decoración, ubicando al precio y la accesibilidad como factores más importantes y determinantes para decidir entre las diferentes alternativas que ofrece el mercado.

1.1.4 Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la Hostería El Prado, Ibarra, Ecuador.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado y polifuncional. • Capacidad de trabajar en equipo. • Ambiente de trabajo agradable entre trabajadores. • Oferta variada en los servicios. • Infraestructura e equipamiento (operativo y de seguridad) moderno y en buen estado. • Señalética adecuada. • Base de datos de ingreso de turistas. • Accesibilidad adecuada e inclusiva. • Ubicación estratégica. • Marca posicionada en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones centralizada en los propietarios del establecimiento. • Percepción de los trabajadores acerca del modelo de dirección es de tipo autoritario. • Desconocimiento de la normativa vigente en la empresa. • Carencia de manuales operativos y administrativos. • Disfuncionalidad dentro de la empresa.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Programas de eventos deportivos, sociales y culturales en la provincia. • Relación adecuada con instituciones públicas y privadas. • Flujo turístico extranjero. • Proyectos emblemáticos nacionales, (Yachay-tren de la libertad, entre otros). • Cercanía al aeropuerto de Tababela. • Vías intercantonales e interprovinciales en buen estado mediante una señalética adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con otros establecimientos hoteleros cercanos a su ubicación. • Fenómenos naturales • Incremento del riesgo país. • Exageración en la documentación como requisitos para ingresar al Ecuador. • Crisis económica interna y externa. • Incremento de impuestos • Incremento de problemas sociales • Elaboración y aprobación de políticas públicas desfavorables para el fomento turístico. • Creación de vías secundarias alternativas a la ubicación en donde se encuentra la hostería El Prado.

Tabla 10: Matriz FODA.
Elaboración propia

Generación de estrategias para la hostería El Prado

Mediante la elaboración y análisis respectivo de la matriz FODA se busca establecer estrategias que permita a la hostería El Prado aprovechar sus recursos beneficiándose de las oportunidades y fortalezas de la empresa, además potencializar las debilidades con el fin de mejorar las relaciones internas y el rendimiento de la misma.

Estrategia FO

- Colocar señalética como medio de información y promoción en las vías intercantonales e interprovinciales.
- Ofertar paquetes turísticos a entidades públicas y privadas relacionadas con la organización de encuentros inclusivos, deportivos, culturales, sociales y de gestión de proyectos emblemáticos.
- Mejorar el servicio turístico recabando información sobre la percepción del servicio recibido por los turistas registrados en la base de datos de la empresa.
- Aprovechar la cercanía al aeropuerto Tababela y otros lugares importantes como Pichincha siendo esta una de las principales provincias del país.

Estrategia DO

- Elaborar y socializar un manual de funciones que permita mejorar la administración y operación de las actividades turísticas de la empresa.

Estrategia FA

- Realizar alianzas estratégicas con la competencia cercana durante temporada alta con el fin de mantener la lealtad de los clientes.

- Fomentar programas de capacitación para el personal con el fin de fortalecer el las capacidades del talento humano y mejorar el servicio turístico e incrementar la competitividad de la empresa.

Estrategia DA

- Elaborar un plan de contingencia para establecer acciones ante circunstancias inesperadas de riesgo.

Después de analizar cada una de las estrategias se concluye que las acciones más pertinentes a realizar son: la elaboración de un manual de funciones y un plan de contingencia por las siguientes razones:

El primero es un documento que permitirá detallar cada uno de los cargos funciones y responsabilidades de los integrantes de la empresa con el fin de disminuir conflictos internos entre empleados y quienes direccionan la empresa.

Mientras que el plan contingencia tiene por objetivo desarrollar destrezas y habilidades en los trabajadores con la finalidad de prepararlos ante sucesos inesperados, antes, durante y después de una emergencia.

Además el establecimiento cuenta con el personal capacitado para realizar este tipo de documentos administrativos, mismo que servirá de base para la elaboración de otros manuales operativos.

Los dos son documentos que no requiere de una fuerte inversión, pero sí de paciencia y disposición al momento de ser aplicado.

CAPITULO V

Conclusiones

- Se diagnosticó que el clima laboral en la hostería El Prado es inadecuado debido a las condiciones laborales tensas entre empleadores y empleados, sin embargo entre empleados se registra un ambiente de unión, comunicación, colaboración y trabajo en equipo.
- Se determinó que el grado de satisfacción del personal que labora en la hostería El Prado es satisfactorio, dado que se cumple con las necesidades fisiológicas y condiciones favorables de seguridad y motivación para desarrollar el trabajo eficaz y eficientemente.
- Se identificó que la percepción del cliente sobre el servicio recibido en la hostería El Prado es alta, ya que se cumple con las necesidades y expectativas de los clientes.
- Se establecieron estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, un manual de funciones permitirá detallar de forma clara las responsabilidades y funciones que debe cumplir un trabajador dentro de una empresa, en este caso la hostería.
- Se realizó un plan de contingencia para la hostería, mismo que permita reducir fallas en los protocolos a seguir en caso de sucesos inesperados, además aprovechando la disponibilidad de señalética dentro y fuera del establecimiento.

Recomendaciones

- Organizar conversatorios que fortalezcan la capacidad de liderazgo dentro del establecimiento, mismos que permitirán una participación más proactiva desde la dirección hacia sus empleados
- Aplicar las formas de incentivo de manera más continua y que no decaiga, como autorrealización para los empleados, con la finalidad de incentivar y mejorar la calidad de su trabajo y su rendimiento.
- Enfocar los esfuerzos de la hostería en mantener la calidad ofrecida y buscar atraer nuevos mercados, mediante una promoción intensa del establecimiento.
- Aplicar estrategias que ayuden a mejorar las funciones de cada trabajador para mejorar su satisfacción y que exista un empoderamiento con su labor brindando una mejor atención para obtener un cliente externo más satisfecho.
- Realizar simulacros que permitan capacitar al personal ante sucesos inesperados y realizar los cambios necesarios para lograr obtener un plan de contingencia exitoso.

Bibliografía

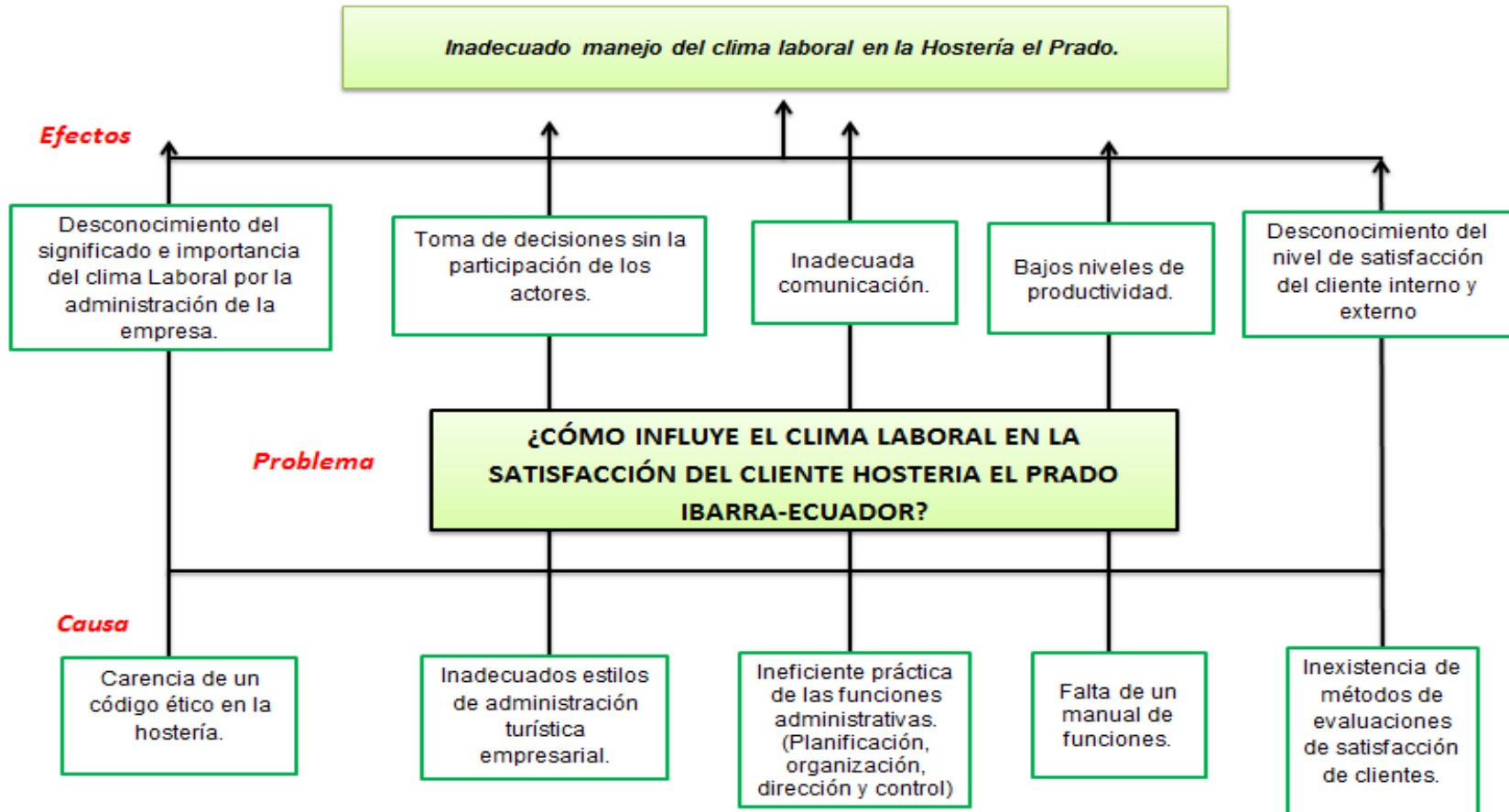
- Barquero , J., Barquero , M., Rodriguez de Llauder, C., & Huertas , F. (2003). *Marketing de clientes*. España, España: <https://www.casadellibro.com/libro-marketing-de-clientes-2-ed/9788448156145/1122338>.
- Bernal, T. C. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Blanco , C., Lobato, F., & Lobato , F. (01 de enero de 2013). Comunicación y atención al cliente. *Comunicación y atención al cliente*. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3217294>.
- Bordas, M. M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Cerda, L. A. (2016). El entorno laboral y su incidencia en la atención al cliente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, período 2015- 2016. *El entorno laboral y su incidencia en la atención al cliente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. (Tesis de licenciatura) Universidad Técnica del Norte*. Ibarra, Ecuador: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5933>.
- Cervantes, D. G., & Moran Delgado, G. (2013). *Metodos de investigación*. México: PEARSON.
- Espinoza, C. A. (Marzo de 2014). climay satisfaccion laboral en los docentes del Instituto Tecnológico de Administracion de Empresas de la ciudad de San Pedro Sula Cortes. *climay satisfaccion laboral en los docentes del Instituto Tecnológico de Administracion de Empresas de la ciudad de San Pedro Sula Cortes. (Tesis de maestria) Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán*. . Tegucigalpa: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmconv2d7>.
- Gómez, R. I. (2013). Innovación y cultura organizacional. *Innovación y cultura organizacional (Tesis de doctoral). Departamento de Analisis Economico*. España: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-Igomez&dsID=Documento.pdf>.
- Gonzales, C. (2016). *Como hacer una matriz de riesgo*. [Película].
- Laprida, J. A. (2018). *Universidad de Sevilla*. Recuperado el 13 de diciembre de 2018, de Universidad de Sevilla: <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/4918/fichero/PFC%252FTomo+II%252FProcedimientos%252FPIG-20%252FAnexo+I.2.pdf>
- Lara, M. M. (2013). *Fundamentos de Investigación*. México: Alfaomega.
- León, O. C. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción. *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción*. Lima, Perú: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%C3%BCero%20Cobo%20L.pdf>.

- Lerma, G. H. (2016). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Montaña, R. A., & Torres, G. A. (enero de 2015). Caracterización de la cultura organizacional y lineamientos para la de Intervención para la implementación de procesos de cambio en las organizaciones. Caso empresa sector financiero. *Caracterización de la cultura organizacional y lineamientos para la de Intervención para la implementación de procesos de cambio en las organizaciones. Caso empresa sector financiero*. BOGOTÁ D.C, Colombia: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/10104/1020716876-2015.pdf>.
- Morejón, C. J. (2016). Modelo de gestión del talento humano, para mejorar el clima laboral del hotel & Spa Casa Real. *Modelo de gestión del talento humano, para mejorar el clima laboral del hotel & Spa Casa Real. (Tesis de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera) Universidad Nacional de Chimborazo*. Riobamba, Quito, Ecuador: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3006>.
- Nuñez Santa Cruz, P. E., & Ruiz Llerena, E. P. (2015). Diseño de un programa de mejora en clima laboral basado en la inteligencia emocional para áreas críticas del hotel Sheraton. *Diseño de un programa de mejora en clima laboral basado en la inteligencia emocional para áreas críticas del hotel Sheraton. (Tesis en Psicología organizacional) Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Quito, Riobamba, Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8516>.
- Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.
- Pereira, M. C. (junio de 2014). *CLIMA LABORAL Y SERVICIO AL CLIENTE*. QUETZALTENANGO.
- Pereira, M. C. (junio de 2014). Clima laboral y servicio al cliente, estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 ciudad de Quetzaltenago. *Clima laboral y servicio al cliente, estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 ciudad de Quetzaltenago. (Tesis de licenciatura) Universidad Rafael Landívar*. Quetzaltenago, México.
- Pereira, M. C. (junio de 2014). Clima laboral y servicio al cliente, estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenago. *Clima laboral y servicio al cliente, estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenago (Tesis de licenciatura) Universidad Rafael Landívar*. Quetzaltenago, México.
- Pérez, C. L. (2016). La cultura y clima organizacionales como elementos clave para la acreditación de la carrera de Administración. *La cultura y clima organizacionales como elementos clave para la acreditación de la carrera de Administración*. Lima, Perú: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4896/1/Castro_pl.pdf.
- Posso, Y. M. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico*. Quito, Ecuador: Noción Imprenta.
- Tobar, A. P. (2016). Clima laboral e incidencia en la atención al cliente interno y externo de la dirección provincial del ambiente del Carchi, en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, período 2014. *Clima laboral e incidencia en la atención al cliente interno y externo de la dirección provincial del ambiente del Carchi, en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, período 2014. (Tesis de licenciatura) Universidad Técnica del Norte*. Ibarra, Imbabura, Ecuador: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5665>.

Williams, R. L. (FEBRERO de 2013). Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia Publica. *Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia Publica. (Tesis de Maestría en Psicología) Universidad Autónoma de Nuevo León*. Nuevo León, Monterrey, México: <http://eprints.uanl.mx/3751/1/1080256607.pdf>.

Anexos

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2: Matriz de Coherencia del proyecto de investigación.

CRONOGRAMA																																								
ACTIVIDADES	2017												2018																											
	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Elección del lugar a investigar																																								
Solicitud de confirmación del área a investigar																																								
Planteamiento del problema																																								
Definición del tema de investigación																																								
Construcción del árbol de problemas																																								
Capítulo I																																								
Descripción del área de estudio																																								
Planteamiento de objetivos																																								
Antecedentes																																								
justificación																																								
Contextualización del problema.																																								
Aprobación del tema																																								
Capítulo II																																								
Marco teórico																																								
Capítulo III																																								
Marco metodológico																																								
Descripción de tipos de investigación a utilizar																																								
Elaboración de instrumentos de investigación																																								

Anexo 3: Ficha de observación aplicada al cumplimiento del objetivo 1

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Mediante esta ficha se busca recopilar información a través de la observación en el área de estudio, con el fin de obtener resultados confiables desde la propia experiencia del investigador dentro del establecimiento hotelero.

Seleccione la opción que considere oportuno con una x de acuerdo a la observación realizada y establezca observaciones de ser necesario.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del establecimiento	Fecha:							Nombre del observador: Liliana Valverde							
	Número de la ficha:														
ELEMENTOS A OBSERVAR	opciones	Recepción	Habitaciones	Cocina	Restaurante	salones	Parqueadero	Recreación						áreas verdes	Observaciones
								Piscina			canchas				
								sauna	turco	hidromasaj	tienda	deportiva	futbol		
personal	uniformado														
	nombre														
	presencia pulcra														
	logo o sello del establecimiento														
	positivo														

Comportamiento	negativo																
ambiente laboral	estable																
	inestable																
	ordenado																
	participativo																
accesibilidad	fácil																
	difícil																
accesibilidad para personas con discapacidad	Si																
	No																
accesibilidad a mascotas	si																
	No																
Luz	alta																
	Moderad																
	Baja																
seguridad	caja fuerte para visitantes																
	videocámaras																
	cámaras																
	alarma contra incendios																

	alarma contra robos																
	sensores de movimiento																
temperatura	calor																
	moderado																
	frio																
Ruido	alto																
	moderado																
	Bajo																
Formas de pago	Efectivo																
	Tarjeta de crédito																
Reserva	Fácil																
	Difícil																
Pisos	Madera																
	Cerámica																
	Mármol																
	Cemento																
Otras observaciones																	

Anexo 4: Entrevista aplicada al cumplimiento del objetivo 1

Universidad Técnica del Norte Carrera de Ingeniería en Turismo Entrevista

Señor propietario de hostería El Prado, colabore respondiendo al siguiente cuestionario de información, mismo que servirá para el trabajo de titulación de la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte. Mediante esta entrevista se busca recopilar información que colabore al diagnóstico actual de la hostería.

1. ¿Cuántos empleados requiere la hostería para su funcionamiento?
2. ¿Qué método utilizan para la contratación de empleados y proveedores?
3. ¿Existe algún manual de funciones?
4. ¿Cuentan con un organigrama la hostería?
5. ¿Ejecutan capacitaciones periódicas a sus empleados?
6. ¿Cuenta con un reglamento interno dentro del hotel?
7. ¿Utiliza algún método para solucionar problemas internos?
8. ¿Cómo es la relación laboral que mantiene con el personal de la empresa?
9. ¿Se encuentra satisfecho con el rendimiento laboral de sus trabajadores?
10. ¿Ofrece algún tipo de reconocimiento o incentivo a sus trabajadores por el trabajo realizado?
11. ¿Cómo es el proceso al momento de tomar decisiones?
12. ¿Dispone el hotel de medidas de seguridad y protección para el trabajador?
13. ¿Cuenta la hostería con algún reconocimiento provincial o nacional?
14. ¿Cómo se retroalimenta Usted sobre la satisfacción del cliente? ¿Se realiza algún procedimiento para medir la satisfacción del cliente?
15. ¿Cuáles son las proyecciones futuras para la hostería?

Anexo 5: Encuesta aplicada al cumplimiento del objetivo 2

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Señor/@ por favor lea detenidamente y responda cada pregunta marcando con una **X** la opción que considere correcta. Esta encuesta es para el trabajo de titulación en la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad técnica del Norte, misma que tiene el objetivo de conocer el ambiente en que laboran los trabajadores de la hostería El Prado.

Encuesta

1. ¿Qué función desempeña usted dentro del establecimiento turístico?

Recepción. () Restaurante. () Mantenimiento. ()

Camarería () Otros ¿cuáles?

2. ¿Cada cuánto cambia de función dentro del establecimiento turístico?

Nunca () A Diario () Cada semana () Cada mes () Cada año ()

3. ¿Considera usted que posee la suficiente confianza por parte de la dirección de la empresa, para realizar su función?

Si () No ()

4. ¿Qué tipo de motivación o reconocimiento recibe usted por su trabajo?

Salario adecuado () Viajes frecuentes () Ninguno () Horas extras ()

Otros ¿cuáles?

5. Qué tipo de necesidades de los trabajadores satisface la hostería.

Autorrealización () Autoestima () Motivación ()
Seguridad () Necesidades fisiológicas () Ninguna ()

6. ¿Cómo considera la comunicación entre la dirección de la hostería y los empleados?

Muy buena () Buena () Regular () Mala () Muy mala ()

7. ¿Considera usted el trabajo en equipo como una estrategia de la hostería?

Si () No ()

8. ¿El ambiente laboral, en el cual usted realiza su trabajo es?

Adecuado () Poco adecuado () Nada adecuado ()

9. ¿Qué tipo capacitaciones ha recibido usted para desempeñar mejor su trabajo?

Atención al cliente () Etiqueta y protocolo () Cocina () TIC's ()
Idiomas () Otros. ¿Cuáles?

10. ¿Conoce usted los objetivos de la hostería?

Si () No ()

10.1. ¿Considera que las actividades que usted realiza en el establecimiento turístico, conllevan al cumplimiento de los objetivos de la empresa?

Si () No ()

11. ¿Cómo considera usted el estilo de dirección de la hostería?

Autoritario – explotador. () Autoritario – paternalista. ()

Participativo – Consultivo () Participativo – Grupal ()

12. ¿En qué consideraría oportuno que se realicen cambios en la hostería?

Trato a los trabajadores () Remuneración ()

Calidad de los servicios () Liderazgo ()

Ambiente laboral () otros ¿cuáles?

Anexo 6: Entrevista aplicada al cumplimiento del objetivo 2.

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Esta entrevista estará dirigida al trabajador más antiguo de la hostería con la finalidad de recopilar información que colabore a determinar el nivel de satisfacción del trabajador en la hostería El Prado. Esta información servirá para el trabajo de titulación de la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte.

Entrevista

1. ¿Cargo que desempeña en la hostería?
2. ¿Cambios que se han efectuado en la empresa desde su ingreso a la hostería?
3. ¿Qué cambios le gustaría que se realicen en la hostería?
4. ¿Cómo es la relación entre jefe y empleado?
5. ¿Existe trabajo en equipo entre el personal de la hostería?
6. ¿Cómo se realiza el trabajo entre el personal y los directivos de la hostería?
7. ¿Cómo se identifican los problemas internos a la empresa?
8. ¿Cómo considera usted el ambiente laboral en el que se desenvuelve?
9. ¿Considera Usted que la remuneración que recibe está acorde al trabajo que realiza?
10. ¿Se involucra al personal en reuniones para la toma de decisiones de la empresa?
11. ¿Recibe alguna forma de incentivo por su trabajo?
12. ¿Se rige usted bajo algún reglamento interno?
13. ¿Cuenta con medidas de seguridad e higiene al realizar su trabajo?

Anexo 6: Encuesta aplicada al cumplimiento del objetivo 3.

Universidad Técnica del Norte

Carrera de Ingeniería en Turismo

Señor/@ por favor lea detenidamente y responda cada pregunta marcando con una **X** la opción que considere correcta. Esta encuesta es para el trabajo de titulación en la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte, misma que tiene el objetivo identificar la satisfacción del cliente que visita la hostería el Prado.

Encuesta

1. ¿Lugar de procedencia?

Ecuatoriano () Ciudad.....

Extranjero () País

2. ¿Rango de edad en la que se encuentra?

0 a 12 años () 13 a 17 años () 18 a 29 años ()

30 a 64 años () 65 años en adelante ()

3. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios del hotel?

Primera vez () Una vez a la semana () Una vez por mes ()

Una vez cada tres meses () Una vez al año ()

4. ¿Cuál fue el servicio que usted adquirió?

Restaurante () Hospedaje () Salón de eventos ()

Otros ¿Cuáles?.....

5. ¿el servicio recibido fue?

Rápido () Aceptable () Lento ()

6. ¿Cómo considera usted la calidez del servicio recibido?

Adecuada () Poco adecuada () Nada adecuada ()

7. ¿Durante el servicio se despejaron sus inquietudes?

Si () No () no tuve inquietudes ()

8. ¿Cumplió el servicio con sus expectativas?

Si () No ()

9. ¿A través de qué fuentes de información, supo Usted de la existencia de la hostería?

Web () Oficinas de información () Agencias de viajes ()

Otros ¿Cuáles?.....

10. ¿Tuvo dificultades para reservar la hostería?

Si () No () ¿Cuáles?.....

11. ¿Regresaría a utilizar el servicio?

Si () No () por qué.....

12. ¿Considera que el precio pagado por el servicio es?

Costoso () Adecuado () Económico. ()

13. ¿Cómo considera usted en general la calidad de su estadía en la hostería?

Muy buena () Buena () aceptable () Mala () Malísima ()

14. ¿De los siguientes parámetros al momento de elegir un establecimiento turístico cual considera usted son importantes?

Precio () Accesibilidad () Prestigio () Distancia ()

Otros.....

Anexo 7: Matriz FODA aplicada al cumplimiento del objetivo 4.

**Universidad técnica del Norte
Carrera de Ingeniería en turismo**

Mediante la matriz FODA se busca establecer estrategias que potencien el clima laboral y mejoren la satisfacción de cliente de la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador, misma que servirá de base para la elaboración de un manual de calidad.

MATRIZ FODA		
	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)



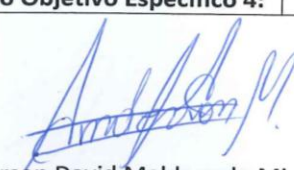
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN TURISMO**

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

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Liliana Janneth Valverde Mitis		
Ciclo:	Octubre 2017 – Febrero 2018	Fecha de revisión:	Febrero 06 – 2018
Tema:	Influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Caso de estudio hostería el Prado.		
Problema:	¿Cómo influye el clima laboral en la satisfacción del cliente que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador?		
Objetivo General:	Determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente, Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.		
Objetivo Específico 1:	Diagnosticar la situación actual del clima laboral que se genera en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Ficha de observación Entrevista
Objetivo Específico 2:	Determinar la satisfacción del cliente interno que labora en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta Entrevista
Objetivo Específico 3:	Identificar la satisfacción del cliente externo que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta
Objetivo Específico 4:	Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	(FODA)

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 2:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 3:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 4:	/		/	


Anderson David Maldonado Mina

DOCENTE INGENIERÍA EN TURISMO, FACA-UTN

CI: 100303577-9



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN TURISMO**

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

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Liliana Janneth Valverde Mitis		
Ciclo:	Octubre 2017 – Febrero 2018	Fecha de revisión:	Febrero 06 – 2018
Tema:	Influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Caso de estudio hostería el Prado.		
Problema:	¿Cómo influye el clima laboral en la satisfacción del cliente que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador?		
Objetivo General:	Determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente, Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.		
Objetivo Específico 1:	Diagnosticar la situación actual del clima laboral que se genera en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Ficha de observación Entrevista
Objetivo Específico 2:	Determinar la satisfacción del cliente interno que labora en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta Entrevista
Objetivo Específico 3:	Identificar la satisfacción del cliente externo que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta
Objetivo Específico 4:	Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	(FODA)

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 2:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 3:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 4:	/		/	

Isis Alejandra Camargo Toribio.

DOCENTE INGENIERÍA EN TURISMO, FCAE-UTN

CI: 0932744550



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN TURISMO**

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

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Liliana Janneth Valverde Mitis		
Ciclo:	Octubre 2017 – Febrero 2018	Fecha de revisión:	Febrero 06 – 2018
Tema:	Influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Caso de estudio hostería el Prado.		
Problema:	¿Cómo influye el clima laboral en la satisfacción del cliente que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador?		
Objetivo General:	Determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente, Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.		
Objetivo Específico 1:	Diagnosticar la situación actual del clima laboral que se genera en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Ficha de observación Entrevista
Objetivo Específico 2:	Determinar la satisfacción del cliente interno que labora en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta Entrevista
Objetivo Específico 3:	Identificar la satisfacción del cliente externo que visita la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	Encuesta
Objetivo Específico 4:	Establecer estrategias para potenciar el clima laboral y mejorar la satisfacción del cliente, en la Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.	Instrumento	(FODA)

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 2:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 3:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 4:	/		/	

Yoarnelys Vasallo Villalonga

DOCENTE INGENIERÍA EN TURISMO, FCAE-UTN

CI: 175421158-7



Liliana Jhanneth Valverde M <lilianavalverde93@gmail.com>

RV: [Urkund] 4% de similitud - lilianavalverde93@gmail.com
mensajeYoarnelys Vasallo Villalonga <yvasallo@utn.edu.ec>
Para: "lilianavalverde93@gmail.com" <lilianavalverde93@gmail.com>

30 de julio de 2018, 15:42

De: report@analysis.orkund.com <report@analysis.orkund.com>

Enviado: lunes, 30 de julio de 2018 16:54

Para: Yoarnelys Vasallo Villalonga

Asunto: [Urkund] 4% de similitud - lilianavalverde93@gmail.comDocumento(s) entregado(s) por: lilianavalverde93@gmail.com

Documento(s) recibido(s) el: 30/07/2018 18:52:00

Informe generado el 30/07/2018 18:54:27 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante: Revisión de tesis LILIANA VALVERDE

Documento : VALVERDE L-TESIS.pdf [D40677465]

Alrededor de 4% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 165 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 93 palabras y tiene un índice de similitud de 100% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento. Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

Haga clic para acceder al análisis:

<https://secure.orkund.com/view/39837362-748606-315087>

Haga clic para descargar el documento entregado:

<https://secure.orkund.com/archive/download/40677465-897459-288970>

UN PROBLEMA CON UN DOCUMENTO?

Un documento duplicado?

Un análisis llevando metadatos?

Un análisis inaccesible?

- > Escribir a nuestro equipo soporte para que la incidencia este resuelta lo antes posible.
- > Informar el equipo de la referencia de cada documento implicado [DXXXXXXX].

Contactos de nuestro equipo soporte:

//mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=adf4398447&jsver=GtaKaUgc6dM.es.&cbl=gmail_fe_180725.13_p2&view=pt&search=inbox&th=164ec... 1/2

Anexo 10: Manual de funciones

INTRODUCCIÓN

Un manual de funciones consiste en la elaboración de un documento que permita tener mayor control sobre las actividades que debe cumplir un trabajador. Además, se convierte en un instrumento de apoyo y facilita la toma de decisiones en la gestión interna.

Puede llegar a ser la base para la elaboración de cualquier otro sistema de organización dentro de un establecimiento, generalmente es una estrategia utilizada por los grandes empresarios con el fin de ser un medio de comunicación, información y orientación para el personal.

Dentro se detalla sobre cada uno de los cargos que tiene una empresa de acuerdo a la estructura organizacional que posea, además la formulación de funciones y responsabilidades para cada trabajador.

Su socialización es importante desde que una persona ingresa a trabajar al establecimiento para que conozca cuáles son sus responsabilidades y sea un medio que permita minimizar inconvenientes entre la dirección y los empleados.

1. Aspectos generales

Manual de funciones es una estrategia que permitirá delimitar los cargos y funciones del establecimiento con el fin de cada trabajador conozca cuáles son sus responsabilidades y se minimice las probabilidades de conflictos que dañen la relación laboral entre la dirección y los trabajadores.

Misión

Somos una hostería ubicada en Ibarra que cuenta con una variada oferta de servicios e instalaciones, desde alojamiento, alimentos y bebidas y actividades de recreación, para que nuestros clientes disfruten de una estadía placentera, en el mejor ambiente y con un gran equipo humano que brinda un servicio de calidad.

Visión

Ser una hostería posicionada en la región Andes norte, brindando servicios con altos estándares de calidad y ofreciendo al huésped una experiencia inolvidable durante su estadía.

Objetivos

Objetivo general

Posesionar la hostería El Prado como una de la mayor preferencia de turistas nacionales y extranjeros, en la provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

- Establecer un plan de marketing para atraer clientes.
- Incrementar el nivel de ocupación en el producto que ofrece la hostería.

Valores

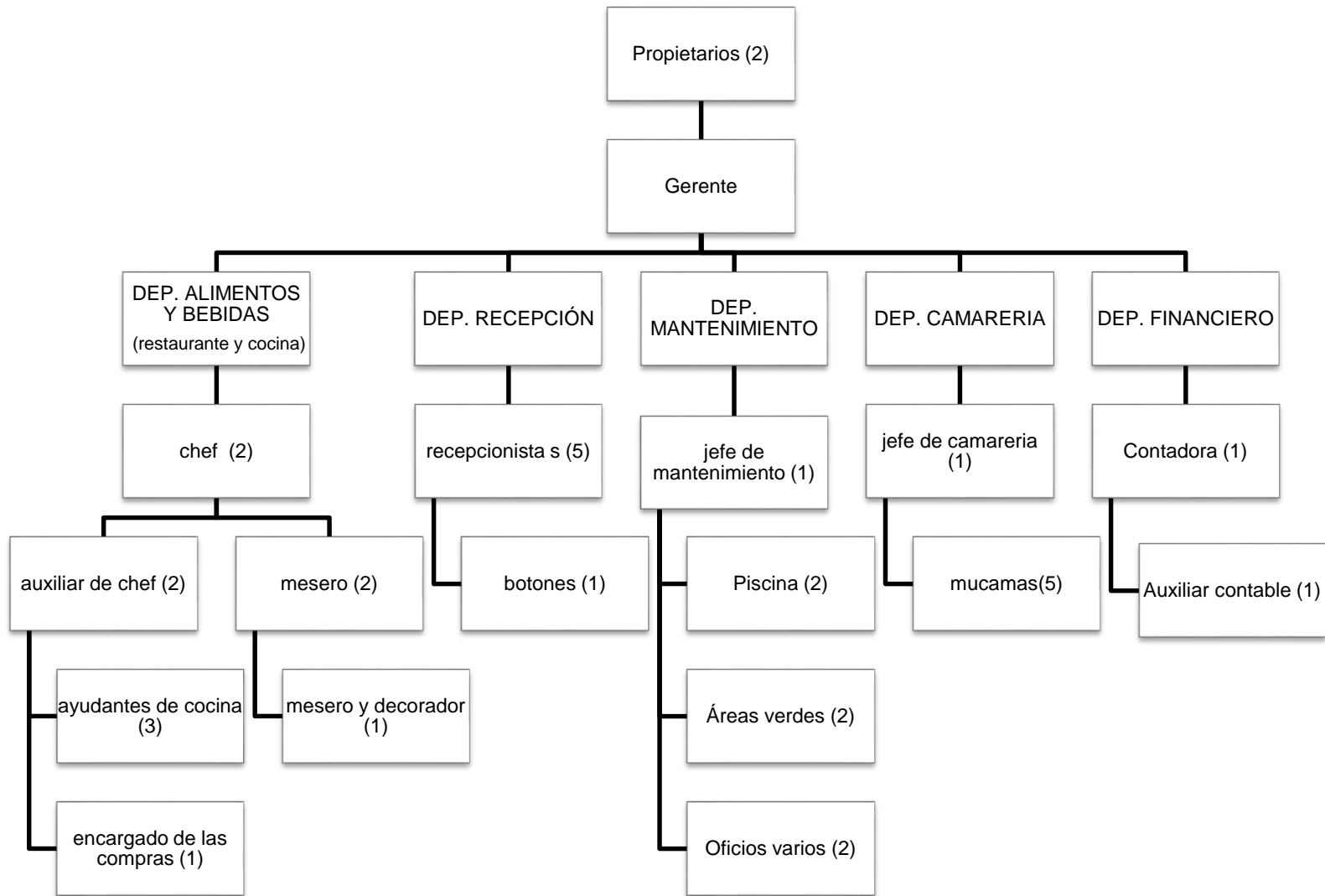
La empresa se rige a los valores de:

- Honestidad de empleados como de alta gerencia, brindando confianza y seguridad a nuestros clientes.
- Disciplina, puntualidad, respeto y responsabilidad, de tal forma que todo el trabajo sea realizado adecuadamente, generando satisfacción tanto en el cliente como en quienes conformamos la empresa.
- Trabajo en equipo, logrando el apoyo mutuo entre todo el personal, mejorando la comunicación entre departamentos y permitiendo el cumplimiento con sus responsabilidades de manera eficiente y eficaz.

2. Alcance

Este documento servirá como guía para la hostería El Prado y otros establecimientos hoteleros.

3. Organigrama Estructural



4. Descripción de los cargos

Gerente

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: directivo

Puesto al que reporta: Accionistas del establecimiento.

Funciones

- Supervisa y coordina todas las actividades del establecimiento.
- Está en constante comunicación con el resto de departamentos.
- Debe ser profesional con su lenguaje al estar en contacto con otros gerentes, proveedores y atender a clientes.
- Responder a entrevistas referentes al establecimiento.
- Brindar alternativas para satisfacer al cliente por algún inconveniente ocasionado en el establecimiento.
- Tomar en cuenta las sugerencias realizadas por los clientes a fin de lograr su satisfacción.
- Organizar una planificación con horarios y actividades para cada uno de los departamentos.
- Es el encargado de vigilar que se cumpla con las políticas y responsabilidades del establecimiento.
- Verificar que los trabajadores utilicen el uniforme otorgado por el establecimiento.
- Aplicar estrategias para promover el establecimiento.
- Realizar un control y monitoreo de las ventas y gastos que surjan en el establecimiento.
- Estar pendiente de la eficiencia y eficacia en sus trabajadores.
- Es el encargado de capacitar al nuevo personal y dar las instrucciones oportunas.

Responsabilidades

- Velar que se cumpla con los requisitos exigidos por el Ministerio de Turismo para la certificación de funcionamiento.
- Asistir a eventos, conferencias que requieran la presencia del establecimiento.

DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS & BEBIDAS

Cheff

Número de Personas en el puesto: 2

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: gerente

Funciones

- Debe mantener la cocina en orden.
- Elaborar el menú del día con anticipación.
- Realizar los pedidos que requieran los clientes.
- Debe estar en contacto permanente con los proveedores y realizar sus pedidos.
- Preparación de alimentos, limpieza, lavado y corte de verduras
- Organizar a su equipo de trabajo oportunamente con el fin de facilitar las actividades y su rapidez.
- Las ordenes, sugerencias deben estar en constante sincronía con el equipo de trabajo.

Responsabilidades

- Es el responsable de todo lo que suceda en la cocina y el uso que se dé a la maquinaria.
- Al final de la labor debe revisar que todo esté limpio y ordenado.
- Regulará el uso de los productos en la preparación de alimentos.

Auxiliar de cheff- subchef

Número de Personas en el puesto: 2

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: cheff

Funciones

- Su función principal es asistir al cheff en la preparación de alimentos.
- Debe revisar cada plato que salga hacia los clientes.
- También puede delegar actividades al resto del personal.
- Capacitar al personal y realizar retroalimentación oportuna.
- Preparar los alimentos de acuerdo a las instrucciones del cheff.
- Preparación de platos a la carta.

Responsabilidades

- Mantener en orden la cocina, delegar responsabilidades.

Ayudantes de cocina

Número de Personas en el puesto: 3

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: auxiliar del cheff

Funciones

- Ayudar en la preparación de recetas secundarias.
- Limpiar y cortar de verduras.
- Mantener limpia la cocina.
- Ayudar a la elaboración de
- Constituye funciones más específicas.
- Debe encargarse de pesar los alimentos y descongelar con anticipación otros.
- Elaborar un listado que contenga el producto necesario para la compra.

- Limpieza de las cocinas.

Responsabilidades

- Colaborar con el chef o ayudante en la preparación de alimentos.
- Verificar el funcionamiento de la maquinaria a utilizar y notificar en caso de inconvenientes.

Encargado de las compras

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: auxiliar del cheff

Funciones

- Ver la calidad del producto, el estado de conservación, registros y fecha de vencimiento.
- Presentar facturas o comprobantes de la compra realizada.
- Estar en contacto con los ayudantes de cocina y con el cheff en casos de dudas con los nombres de los productos.

Responsabilidades

- Colocar los productos en el lugar apropiado destinado para los mismos, como cuarto frio, bodega de alimentos, etc.

Mesero – Decorador

Número de Personas en el puesto: 3

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: cheff

Funciones

- Realizar la decoración y montaje de mesas de acuerdo a la temporada.

- Limpiar y colocar la cristalería y cubiertos en la mesa.
- Organizar mesas, manteles y forros para sillas.
- Dar la bienvenida a los clientes
- Brindar algún aperitivo.
- Dar la carta de menús a los comensales
- Tomar la orden o recomendar algún menú.
- Llevar el menú elegido a la mesa sin derramar ningún líquido
- Desmontar las mesas al final de haber terminado la jornada.
- Agradecer a los clientes por su visita.

Responsabilidades

- Preguntar si existe alguna indicación o sugerencia antes de iniciar su trabajo.
- Estar pendiente de los clientes y sus pedidos.
- Ofrecer profesionalismo y brindar seguridad al cliente con su elección.
- Capacitarse en montaje de mesas, sus nuevas tendencias y modelos.

DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

Es el principal punto de contacto con el cliente y quien refleja la imagen, seguridad y confianza a sus consumidores.

Recepcionista

Número de Personas en el puesto: 5

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: gerente

Funciones

- Se encarga de realizar reservaciones, contestar llamadas telefónicas, preguntas y mensajes, además la facturación de pagos hechos por los clientes.
- Observar y registrar a las personas que ingresan y salen del establecimiento.
- Coordina las actividades del personal a su cargo.

- Verifica la disponibilidad de habitaciones para ser vendidas.
- Recibe a los huéspedes y asigna habitaciones.
- Lleva el registro de las llaves
- Reportar cualquier actitud sospechosa al personal de seguridad.
- Reportar al jefe de camareras de las habitaciones que deben ser arregladas.
- Guardar las pertenencias de los clientes que dejen a su cargo en la caja fuerte de recepción.
- Entrega de vestimenta a los clientes quienes solicitaron el servicio de lavandería o planchado.

Responsabilidades

- Se mantiene constantemente informado de las actividades y disposiciones que surjan en el establecimiento.
- Atiende al huésped en caso de algún inconveniente o pedidos especiales.
- Debe transmitir la información veraz sobre las habitaciones y el establecimiento.
- Redactar informes escritos solicitados por los clientes.
- Tener cuidado al entregar las llaves a los huéspedes.
- Intenta asegurar la satisfacción del cliente.
- Brindar confianza y seguridad al cliente.

Botones

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: recepcionista

Funciones

- Recibe a los clientes dándoles la bienvenida a su llegada y la despedida a su salida.
- Ayudar a los clientes con el equipaje.
- Brindar el servicio de parking de ser solicitado y otros servicios.

- Acompañar a los huéspedes hasta la habitación y explicar a los huéspedes sobre el manejo de mecanismos electrónicos y otros servicios.
- Cerciorarse del buen estado de la habitación.
- Hacer el trabajo de mensajería a las habitaciones.

Responsabilidades

- Estar informado de los productos que se ofrecen en el establecimiento.
- Ser mediador para el cliente.
- Ser cordial y discreto con los clientes.

DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO

Tiene como finalidad garantizar la seguridad y funcionamiento del equipo en el establecimiento.

Jefe de mantenimiento.

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: gerente

Funciones

- Contar con un documento que enliste los equipos con los que se encuentra en cada área de trabajo
- Controlar la hora de llegada y salida de trabajadores a su cargo.
- Planificar, coordinar y asignar las actividades del personal a su cargo.
- Dar al personal las herramientas y el equipo de protección para el cumplimiento de su labor.
- Controlar el uso y reparación de los implementos de trabajo de manera coordinada.
- Supervisar el trabajo y reparación de equipos.
- Elaborar notas de pedidos y repuestos que se requieran para la maquinaria.

Responsabilidades

- Garantizar la conservación y mantenimiento de los equipos de seguridad del establecimiento.
- Estar siempre en contacto con el gerente y las otras áreas cuando se requiera un plan de mantenimiento con el fin de no interrumpir las actividades.
- dar los reportes correspondientes en caso de inconveniente con la maquinaria o en casos de requerir otros implementos.
- Realizar un documento de registro diario sobre el estado de la maquinaria al momento que sale y regresa a la bodega del establecimiento.
- establecimiento con el fin de evitar que sean substraídos.
- Verificar el estado e inspeccionar el correcto funcionamiento del equipo.
- Capacitarse en uso y procedimientos emergentes.
- Inspeccionar cada espacio con el fin de evitar fallas en las instalaciones del establecimiento.
- Avisar finalizar con la actividad de mantenimiento.

Mantenimiento de la piscina

Número de Personas en el puesto: 2

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: jefe de mantenimiento.

Funciones

- Realizar la limpieza en horas que no afecten los ingresos y uso del establecimiento.
- Realizar el uso correcto de los químicos para mantenimiento de la higiene de la piscina.
- Efectuar una correcta depuración de la piscina para el uso de los clientes.
- Vigilar la limpieza del sistema de filtración.
- Mantener limpio los vestidores y salas de relajación.
- Tener en cuenta las normativas de manejo y control de la piscina.

Responsabilidades

- Conocer sobre el equipo y alcance de este para realizar la limpieza de la piscina.
- Conocer sobre la capacidad, tamaño y dosis de químicos necesaria para la limpieza de la piscina.
- Administrar de manera adecuada los químicos necesarios para regular el pH del agua.
- Conocer sobre reguladores y floculantes que ayuden a mantener bien el pH de agua y no dañe la piel de los clientes.
- Guardar los frascos de químicos en un lugar seguro y fuera del alcance de los huéspedes.
- Colocar señalización visible e indicadores de profundidad de la piscina.
- Incrementar personal en horas agitadas.

Mantenimiento de áreas verdes

Número de Personas en el puesto: 2

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: jefe de mantenimiento.

Perfil

- Conocimiento en botánica.
- Conocer sobre plantas, su cuidado y saber diferenciarlas.
- Apto para realizar esfuerzo físico.
- Capacidad para seguir diseños paisajísticos.
- Actitud responsable.

Funciones

- Plantación y riego constante en las plantas.
- Cuidado en PH del suelo y protección de las plantas contra plagas.

- Realizar poda en las plantas que lo requieran y formación de copas en los árboles.
- Eliminación de malas hierbas y basura.
- Cuidar de parques, juegos infantiles, jardines, céspedes y praderas.

Responsabilidades

- Mantenimiento y control de la parte vegetal del establecimiento.
- Desbroces de plagas y anidación de aves u otros individuos en las plantas cercanas a infraestructura.
- Brindar una buena imagen, un ambiente agradable, acogedor y embellecer al establecimiento.

Oficios varios

Número de Personas en el puesto: 2

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: jefe de mantenimiento.

Responsabilidades

- Ayudar en las actividades que se requiera en los distintos cargos de la empresa.

DEPARTAMENTO DE CAMARERÍA

Jefe de camarería

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: Gerente

Funciones

- Lleva un cuaderno de aseo en cual se registrará las actividades realizadas ya sea en el turno del día o la noche.
- Debe estar en continuo contacto con la recepción para conocer los check out que surjan en el establecimiento y posteriormente proceder a la limpieza de las habitaciones.
- Hace la entrega de productos de limpieza necesarios para el trabajo de las mucamas.
- Supervisa que las habitaciones estén limpias y contenga todos los accesorios de limpieza que el establecimiento provee para los clientes.
- Ayuda a las mucamas de ser necesario.
- Entrega en recepción objetos olvidados por los clientes, para que sean devueltos.

Responsabilidades

- Debe conocer sobre reservaciones de manera anticipada y coordinar el número de habitaciones limpias para el número clientes que ingresan.
- Delegar a mucamas para que preparen las habitaciones, desde las primeras horas de trabajo.

Mucama

Número de Personas en el puesto: 5

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: jefe de camarería.

Funciones

- Es la responsable directa de las habitaciones,
- Debe estar pendiente de algún requerimiento de los huéspedes, como lavandería o planchado.

- Debe ser rápida y respetuosa con las pertenencias ajenas cuando ingresen a las habitaciones.
- Cambiar las sábanas y toallas de la habitación, limpiar mesas, espejos, baños, etc.
- Sacar la basura de los basureros del baño y la habitación.
- Limpieza del baño, closet.
- Trapeado del piso del baño y la habitación.
- Colocar amenities correspondientes en el baño.
- Doblar las toallas limpias para la habitación.

Responsabilidades

- Debe ser cuidadosa y tocar la puerta como mínimo tres veces antes de entrar anunciándose que es la camarista.
Reportar toda actividad que se realice, misma que debe ser registrada en un cuaderno.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

Ayuda a la toma de decisiones de manera estratégica mediante el análisis de información técnica.

Contadora

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: Gerente

Funciones

- Recopilar, registrar y presentar esta información.
- Velar por el cumplimiento y aplicación de normas legales y tributarias.
- Elaborar informes mensuales, conciliaciones bancarias, entre otros informes que se requieran.

- Utilizar una base de datos electrónica para el proceso de información, en donde se lleve los registros diarios de entradas y salidas, cuentas por cobrar y por pagar.
- Realizar cálculos de planillas de retención de ventas, facturas emitidas, cheques, declaraciones de IVA.
- Contabilizar, codificar y procesar los diferentes comprobantes ya sean activos, pasivos, patrimonio y otros reportes financieros.
- Comprobar las facturas recibidas, sus datos.
- Deberá ser el punto de conexión entre la cocina y el restaurante.

Responsabilidades

- Cuidar de los bienes de la empresa.
- Se requiere total confidencialidad con la información del establecimiento.
- Cumplir con cualquier otra actividad financiera encomendada por el gerente o que se requiera en la empresa.
- Realizar un inventario de los bienes de la empresa.

Auxiliar contable

Número de Personas en el puesto: 1

Nivel: administrativo

Puesto al que reporta: Contadora

Funciones

- Ayudar a que se agile el proceso de presentación de los estados financieros.
- Colabora al ajuste de los procesos contables.
- Mantiene registros financieros para el establecimiento.
- Debe estar al tanto del horario de trabajo de los empleados, las ventas, pagos y horas facturables.

Responsabilidades

- Estar capacitado en aritmética, computación, contabilidad, procesamiento y resguardo de archivos y manejo de hojas de cálculo.
- Cuidar de los procesos administrativos del establecimiento.
- Garantizar que se cumpla con todos los trámites contables.
- Ponerse a cargo en casos de ausencia del contador contable.

Anexo 11: Plan de contingencia para la hostería El Prado.



¿Qué es?

Es una respuesta rápida que integra todos los miembros de una empresa con la finalidad de actuar y disminuir los riesgos además de servir de apoyo antes, durante y después de una emergencia.

¿Para qué sirve?

Para actuar en caso de desastre o amenaza colectiva y desarrollar en las personas destrezas y condiciones, que les permitan responder rápida, efectiva y coordinadamente frente a una emergencia general.

Alcance

Este documento tiene por objetivo establecer las actuaciones necesarias para prevenir riesgos para los clientes y para el personal de servicio en caso de accidente o siniestro, realizando una rápida neutralización de los riesgos utilizando los recursos y medios propios y exteriores que se requieran, garantizando una evacuación segura de los ocupantes si fuera necesaria

Objetivos

objetivo general

- Elaborar un plan de contingencia para la hostería El Prado con la finalidad de minimizar riesgos.

Objetivos específicos:

- Determinar posibles riesgos para la hostería el Prado.
- Planificar las acciones a realizar en casos de riesgo para la hostería El Prado.

- Documentar posibles soluciones ante posibles riesgos para la Hostería El Prado.

1. PLANIFICACIÓN

Identificación del escenario

La hostería El Prado es un establecimiento creado en el año de 1998 por el señor Rubén López, la administración del mismo se encuentra a cargo del hijo Cristian López quien ocupa el cargo de gerente dentro del establecimiento.



Fuente: Elaboración propia.

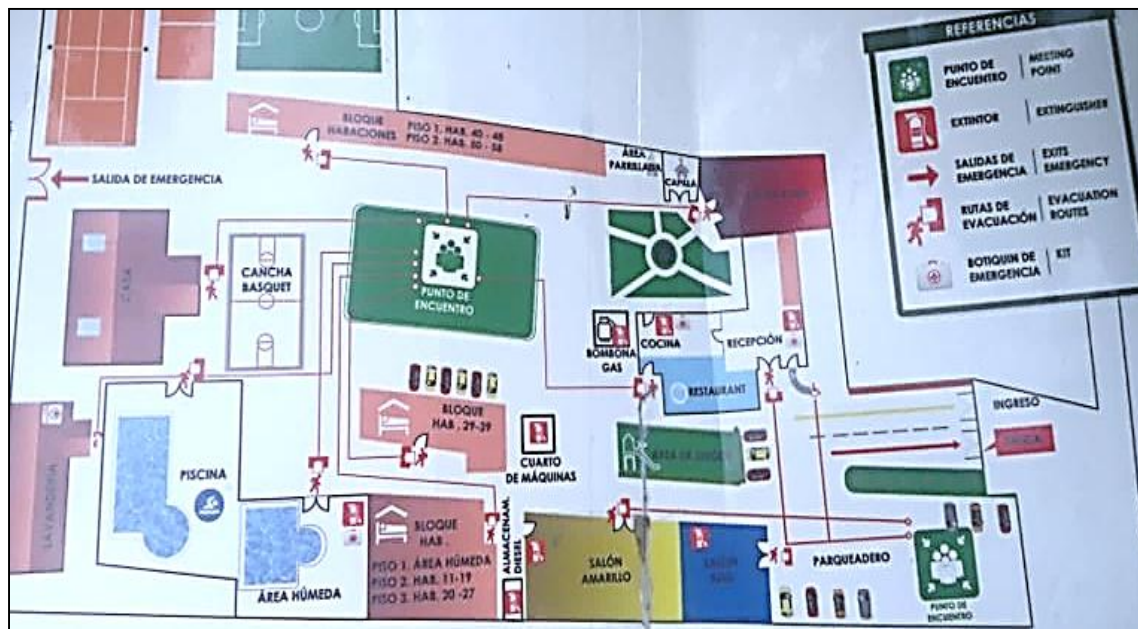
Se encuentra ubicado vía panamericana norte Km 1, barrio el Olivo provincia de Imbabura. En su imagen corporativa destaca los colores verde y amarillo símbolo de naturaleza y tranquilidad, también posee cuatro estrellas que indican la categoría en la que se encuentra ubicada de acuerdo al reglamento de los establecimientos hoteleros. En su interior se encuentra una fotografía de la hostería en sus inicios. Su eslogan dice “un lugar exclusivo para gente exclusiva”.

Misión: Somos una hostería ubicada en Ibarra que cuenta con una variada oferta de servicios e instalaciones, desde alojamiento, alimentos y bebidas y actividades de recreación, para que nuestros clientes disfruten de una estadía placentera, en el mejor ambiente y con un gran equipo humano que brinda un servicio de calidad.

Visión: Ser una hostería posicionada en la región Andes norte, brindando servicios con altos estándares de calidad y ofreciendo al huésped una experiencia inolvidable durante su estadía.

La hostería cuenta con 32 empleados divididos en cuatro departamentos, actualmente existen protocolos a seguir en casos de riesgo, mismos que han sido entregados por el cuerpo de bomberos, policía nacional.

Diagrama de evacuación de la hostería El Prado.



Fuente: Hostería El Prado.

Dentro de las instalaciones se encuentra un diagrama de evacuación acompañado de símbolos informativos y preventivos a la vista de todos los clientes, mismos que han sido colocados con ayuda del cuerpo de bomberos, quienes han realizado capacitaciones sobre cómo utilizar equipo en casos de emergencia.

En el siguiente diagrama se muestra la ubicación de cada una de las áreas que posee el establecimiento, además de posibles rutas de evacuación hacia un espacio abierto. También da a conocer algunos medios o instrumentos de apoyo para solucionar problemas en caso de necesitar primeros auxilios.

Simbología dentro del establecimiento.




	Ruta de evacuación/ <i>Evacuation route</i>
	Salida de emergencia / <i>Emergency exit</i>
	Botiquín de primeros auxilios/ <i>medicine box</i>
	Gradas de emergencia/ <i>Emergency Terraces</i>
	Lugar seguro/ <i>Safety place</i>
	Recepción / <i>Reception</i>
	Teléfono/ <i>Telephone</i>
	Baños / <i>Bathroom</i>
	Extintor/ <i>Fire extinguisher</i>
	Prohibido el ingreso/ no people

Fuente: Hostería El Prado.

2. DETECCIÓN DE RIESGOS Y DE POSIBLES SOLUCIONES

Matriz de Identificación de riesgo					Evaluación de riesgos			Medidas de control
Área	Actividad	Peligro	Riesgo	Consecuencia	P	C	MR	
Cocina	Preparación de alimentos.	Provocar incendio o caer agua hirviendo.	Sufrir magulladuras.	Quemaduras de primer, segundo hasta tercer grado.	1	2	3	
Recepción	Atender a los clientes.	Asalto, robo a la hostería.	Expuesto a ser lastimado.	Heridas, golpes, caso excesivo muerte.	1	3	4	
Mantenimiento	Garantizar el funcionamiento de maquinaria, piscina, equipo de cocina, jardinería.	Cortarse con el equipo de trabajo.	Contacto con herramientas cortopunzantes.	Perder alguna extremidad.	1	3	4	
Hostería	Servicio turístico.	Temblores.	Destrucción de la infraestructura	Mueran o queden atrapados clientes y trabajadores.	2	3	5	

Fuente: (Gonzales, 2016)

Valor			Magnitudes de Probabilidad		Magnitudes de Consecuencia	
Riesgo tolerable		1	Bajo	El evento ocurre nunca o casi nunca.	Bajo	Se produce una lesión o enfermedad que NO genera días perdidos.
Riesgo crítico		2	Medio	El evento ocurre algunas veces.	Medio	Se genera una lesión o enfermedad que genera días perdidos.
Riesgo muy crítico		3	Alto	El evento ocurre siempre o casi siempre.	Alto	Se genera una lesión o enfermedad que genera una invalidez o incluso la muerte.

Fuente: (Gonzales, 2016)

Medidas de control

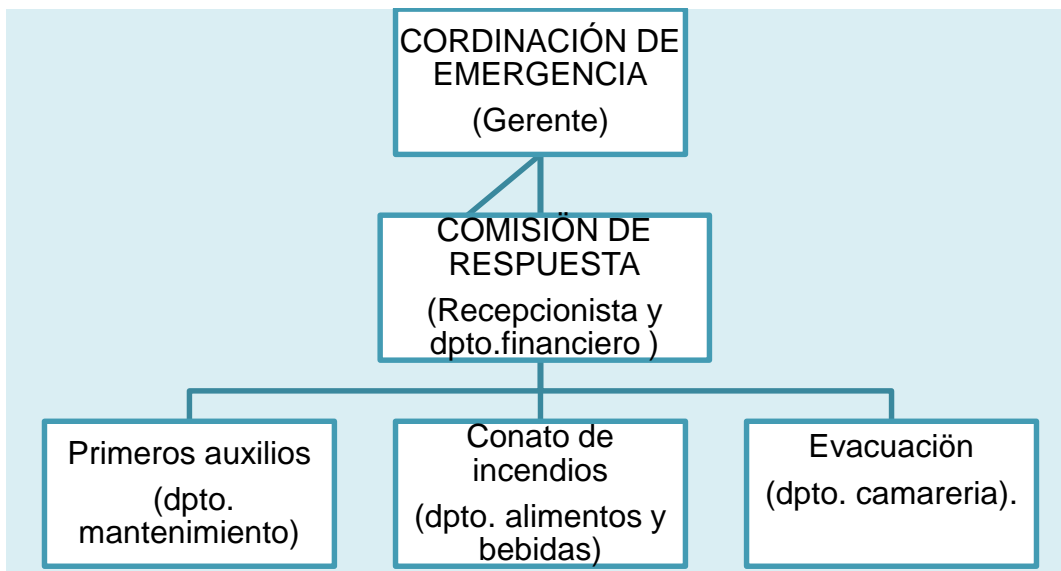
- Capacitar y organizar al personal para actuar en momentos de alerta.
- Organizar brigadas de asistencia médica y una brigada de evacuación y rescate.
- Revisiones periódicas en los sensores de humo, funcionamiento de extintores e instalaciones eléctricas.
- Preparar un kit de emergencia.
- Realizar simulacros para ver que el plan de contingencia funcione.

3. CONCRETAR ESTRATEGIAS Y DOCUMENTAR EL PLAN DE CONTINGENCIA Y LOS PLANES DERIVADOS

Antes de la emergencia

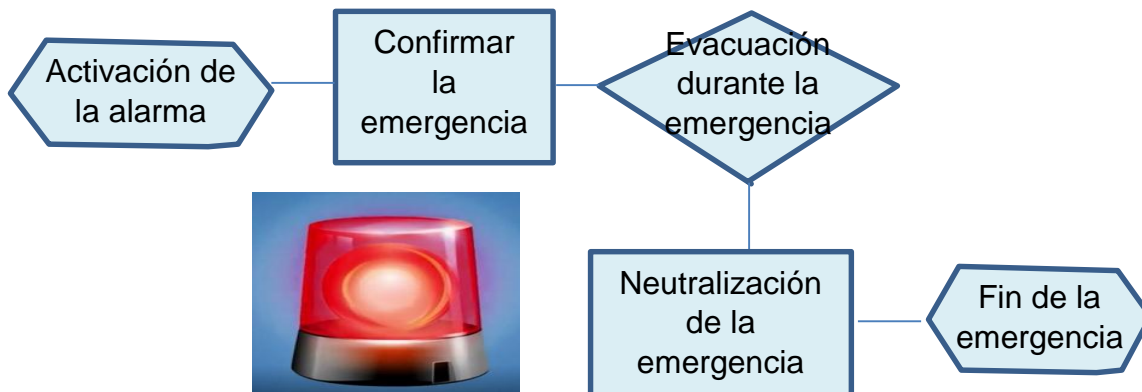
- Designar a la persona encargada de realizar llamadas telefónicas de socorro.
- Coordinar equipos para la conformación de brigadas de asistencia en casos de emergencia.
- Explicar sobre el manejo de emociones durante los acontecimientos.
- Capacitar al personal sobre manejo de extintores y equipo de primeros auxilios.
- Realizar simulacros con la finalidad de que el plan de contingencia sea efectivo.
- Realizar un kit de emergencia.

Organigrama del personal para dar una respuesta inmediata.



Fuente: (Laprida, 2018)

Forma de actuar durante la emergencia.



Fuente: Elaboración propia.

- Quien descubra una situación de emergencia o riesgo grave, avisará de inmediato a Recepción, manteniendo la calma en todo momento, sin gritar ni provocar el pánico.
- Transmitirá información concreta de la situación (qué está sucediendo y dónde, cuáles son los daños, si hay heridos o atrapados, etc.)
- Solicitar apoyo de ser necesario con entidades como cruz roja, bomberos, servicio de asistencia médica.

Recomendaciones para la evacuación

- Mantenga la calma
- Suspenda cualquier actividad que pueda ser peligrosa
- Ayude a las personas discapacitadas
- Salga de modo ordenado a la zona de seguridad o punto de encuentro
- Salga por las salidas de emergencia y no bloquee las vías de salida.
- Permanezca en el punto de encuentro hasta que le den otra orden.
- Siga las instrucciones de las personas encargadas de la evacuación
- No rompa ventanas, desconecte los equipos eléctricos.
- Si hay humo gatee y no abra puertas que estén calientes

- No intente salvar sus pertenencias personales
- No regrese a la zona afectada hasta que las autoridades lo dispongan.

¿QUÉ HACER EN CASOS DE ROBO O ASALTO?

Un asalto o toma de rehenes es una situación crítica. Cualquier circunstancia puede desencadenar una tragedia, por lo tanto, lo más seguro es que esta situación crítica dure lo menos posible. Además, todas las personas ante situaciones críticas tienen reacciones distintas, tanto las víctimas como los criminales.

Prevenga asaltos:

- Mantenga únicamente el efectivo estrictamente necesario en la caja registradora.
- Cuente el efectivo únicamente en un lugar privado.
- Anuncie en lugares visibles que cuenta con un sistema de alarma.
- Instale un sistema de vigilancia a través de video o un sistema de seguridad para desalentar los robos o para que pueda ser utilizado como evidencia.
- Desarrolle un sistema de apoyo mutuo con los otros establecimientos en la zona.
- Procure que más de una persona se encargue de abrir y cerrar el establecimiento.
- Proporcione a sus empleados sistemas sencillos para que pidan ayuda tales como alarmas silenciosas, teléfonos, intercomunicadores o anunciadores.

Recomendaciones:

- Ante todo, mantenga la calma.
- No oponga resistencia, menos aún si los delincuentes portan armas.
- Trate de memorizar lo que escucha.

- Nunca vea a los asaltantes a los ojos.
- Si los delincuentes escapan en un vehículo memorice y anote el número de placas, el modelo, el color y marca del mismo.
- Si lo toman como rehén, no se resista, ni trate de escapar.
- No toque ningún objeto que haya sido tocado por los asaltantes. En caso de disparos tírese al suelo y cúbrase la cabeza. Por ningún motivo persiga a los asaltantes.
- Tenga a la mano números telefónicos: Policía (911), emergencia médica o salud pública más cercanos.

Evite los robos por parte de sus propios empleados:

- Investigue cuidadosamente a sus empleados antes de contratarlos.
- Realice constante y cuidadosamente controles de inventario, realice revisiones de inventario inesperadas.
- Limite el acceso de los empleados a los registros de almacén e inventario.
- Revise periódicamente los basureros y rincones.
- Exija que se cierren las puertas de recepción inmediatamente después de haber recibido una entrega.
- No permita que sus empleados trabajen con una caja registradora o cajón abiertos.
- Mantenga un registro de quién tiene llaves del establecimiento y las fechas en las cuales fueron entregadas y devueltas.
- Mantenga limpios los escritorios y coloque los registros importantes bajo llave.
- Exija que todos los recibos de compra sean entregados a los clientes.
- Proporcione "reglas de conducta" que describan los riesgos y consecuencias por realizar actos de deshonestidad.

- Prohíba la entrada a proveedores a zonas donde no haya supervisión.
- Instale un sistema de vigilancia a través de video o un sistema de seguridad para desalentar los robos o para que pueda ser utilizado como evidencia.
- Monitoree sus operaciones.

¿QUE HACER EN CASOS DE INCENDIO?

- Se debe activar la alarma contra incendios y reportar con su superior.
- La persona que esté cerca al extintor será la encargada de actuar.
- Es importante conservar la calma, salir ordenadamente por la ruta de evacuación más cercana.
- Organizar la evacuación y reunirse en la zona de reunión del establecimiento.
- Verificar que el personal en turno y huéspedes registrados se encuentran en el sitio de reunión, comprobar que estén todos sin excepción.
- Localizar una camilla y el botiquín de primeros auxilios y llevarlo al sitio de reunión.
- Aplicar primeros auxilios al personal lesionado y solicitar apoyo de emergencia con la cruz roja u otras entidades pertinentes.
- Señal de Alarma; si considera la posibilidad de peligro para los ocupantes, se iniciará la evacuación inmediatamente.

Brigada Contra Incendios.

- Cortar la energía eléctrica interna y cerrar llaves de gas.
- Tomar los extinguidores más próximos.
- Tomar y preparar los hidratantes más próximos.
- El gerente valorara el grado del siniestro y solicitara apoyo externo.

- En el momento que entren en acción el personal capacitado deberá acudir al punto de reunión.
- El personal preparado utilizará señales de alerta y alarma como silbatos o sirenas y estará en espera de nuevas instrucciones.

Neutralizar la emergencia

- Organizar operaciones de rescate, salvamento con el personal disponible en el edificio hasta la llegada de socorros exteriores y sin correr riesgos innecesarios.
- Con la llegada del equipo de rescate, se recabará información concreta de la situación (qué está ardiendo y donde, cuáles son los daños, si hay heridos o atrapados, etc.)

Después de la emergencia

Ayudar a la limpieza y organización del establecimiento.

¿QUÉ HACER EN CASOS DE SISMO?

Antes

- Organice a todos los miembros de la empresa y preparen un maletín para emergencias, con alimentos no perecederos, medicinas y protectores para cubrir la nariz, etc.
- Organice como actuar en caso de terremoto.
- Retiremos de los lugares altos los objetos pesados que puedan caer.
- Aseguremos los muebles de manera que no se caigan con un temblor.
- Practique simulacros de terremoto.

Durante la emergencia:

- Mantengamos la calma.

- Ubiquémonos en zonas seguras previamente identificadas y, dentro de los edificios debajo del marco de una puerta o busquemos refugio debajo de una mesa o escritorio bien fuertes.
- Mantengámonos alejados de ventanas, espejos y artículos de vidrio que puedan quebrarse.
- No nos apoyemos en paredes.
- Retirémonos de estufas, braseros, cafeteras, radiadores o cualquier utensilio caliente.
- No utilicemos elevadores ni las escaleras durante el sismo.
- Salgamos serenamente, si existe dificultad para salir, busque un lugar seguro colocando los brazos sobre la cabeza y bajándola hacia las rodillas.
- Permanezcamos en un lugar seguro y estemos atentos al informe oficial donde indique que todo ha vuelto a la normalidad

Después:

- En caso de haber quedado atrapado, conservemos la calma y tratemos de comunicarnos al exterior haciendo ruido con un objeto.
- Busquemos heridos y personas atrapadas.
- Seamos cautelosos con las escaleras o ascensores; podrían haberse dañado con los sismos.
- Realicemos una cuidadosa revisión de los daños; si son graves, no haga uso del inmueble.
- No encendamos fósforos, velas, aparatos de flama abierta o eléctricos, hasta asegurarse de que no haya fugas de gas ni problemas en la instalación eléctrica.
- No consumamos alimentos y bebidas que hayan estado en contacto con vidrios rotos, escombros, polvo o algún contaminante.
- Encendamos el radio para mantenernos informados.
- Generalmente existen replicas, no intente mover a las personas que estén seriamente lesionadas.

¿QUÉ HACER EN CASOS DE QUEMADURAS O CORTES?

En caso de quemaduras depende del grado de profundidad de la misma, estas pueden ser leves, moderadas, graves de igual manera el tratamiento varío de acuerdo a la profundidad de la herida.

¿Qué hacer?

- Eliminar la causa: apagar llamas, eliminar ácidos, etc.
- Examinar el cuerpo del paciente; comprobar si se han producido hemorragias, fracturas, etc. y tratar la lesión.
- Refrescar la zona quemada aplicando agua en abundancia durante 20 ó 30 minutos.
- Cubrir la lesión con vendaje flojo húmero.
- Evacuar al herido al centro de salud más cercano.

¿Cómo tratarle?

Los primeros auxilios son indispensables:

- Lavar con una gasa, agua y jabón.
- Aplicar antiséptico.
- Tapar con gasas y esparadrapo.
- Las curas deben hacerse cada dos días aproximadamente

4. REALIZAR ENSAYOS O PRUEBAS

Se tiene programado dar capacitación en diferentes temas como: prevención de incendios, primeros auxilios y normas de evacuación tanto a los trabajadores como a clientes quienes deseen ser partícipes.

Cada vez que este por vencer la fecha de recarga de los extintores, se realizara una práctica de usos de los mismos con todo el personal.

Se procederá a realizar un simulacro al final de la capacitación para comprobar que los sistemas estén en un perfecto funcionamiento y la capacidad de respuesta de los empleados.

Con este ejercicio queremos comprobar cómo actuó el personal y poder realizar mejoras para el plan o mejorar el conocimiento en prevención al personal que se detecte alguna falencia.

El Cronograma para la implantación del Plan de Emergencia y las capacitaciones a las diferentes brigadas se detalla en la siguiente tabla:

Actividad	2019											
	Enero	febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	julio	Agosto	septiembre	Octubre	Noviembre	diciembre
Inspección de la señalética de información y seguridad de las oficinas.		X			X			x			X	
Inspección a medios contra incendios	X	X	X	X	X	X	x	x	x	X	X	x

Inspección de orden y limpieza e instalaciones eléctricas		X			X			x			X	
Capacitación anual:												
Brigada Contra incendios		X										
Brigada de Primeros Auxilios		X										
Brigada de Evacuación		X										
Simulacro de Emergencia			X									

Fuente: Elaboración propia.

5. REVISIÓN DEL PLAN DE CONTINGENCIA

Debe incluirse revisiones periódicas para que continúe vigente y pueda ser aplicable en caso de que se materialice algún riesgo empresarial, especialmente después de haber realizado un simulacro con la finalidad de corregir errores y que el plan de contingencia resulte efectivo.

Anexo 12: Trabajador de la hostería El Prado llenando una encuesta.



Anexo 13: Trabajadora de la hostería El Prado realizando el aseo de habitaciones.



Anexo 14: Instalaciones de Piscina de la hostería El Prado.



Anexo 15: Dormitorios de la hostería El Prado.



Anexo 16: Proveedor de la hostería El Prado realizando su trabajo.



Anexo 17: Trabajador de la hostería El Prado realizando su trabajo.



