



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
HOSTERIA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA
PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL
TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO

Proyecto de Investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en
Administración Turística Y Hotelera

Autor: Mishell Alejandra Pérez Molina

Tutor: Ing. Patricio Acuña

Quito, 22 de Agosto del 2017



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



FORMULARIO 005 ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS
Dirección de Proyectos

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 18 de septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) PEREZ MOLINA MISHHELL ALEJANDRA, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Patricio Acuña
Tutor del Proyecto

Ing. Mónica Herrera
Lector del Proyecto

Ing. Frikizia Mendoza
Director de Escuela

Ing. Galo Cisneros
Coordinador Unidad de Titulación

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERIA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Mishell Alejandra Pérez Molina

C.I. 1753507365

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Mishell Alejandra Pérez Molina alumno de la escuela de administración turística y hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor a la Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"



Mishell Alejandra Pérez Molina

C.I. 1753507365

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Mishell Alejandra Pérez Molina portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1753507365 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL HOSTERIA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE**

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERIA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.



MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

NOMBRE

Mishell Alejandra Pérez Molina

CEDULA

1753507365

Quito, a los 12-Septiembre-2017

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme y entregarme la fuerza necesaria para enfrentar cada una de las adversidades que fueron apareciendo en el camino y hacer realidad el sueño anhelado.

A mis padres y familia por estar presente en mis primeros pasos y enseñarme a dar lo mejor de mí sin recibir nada a cambio, todo esfuerzo vale la pena.

Un eterno agradecimiento al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA y su personal docente en especial al Ing. Patricio Acuña por ser parte de este logro, brindarme sus conocimientos para la culminación de este proyecto.

DEDICATORIA

A Dios por ser mi fortaleza, inspiración en cada momento.

A mis padres por su sacrificio y la confianza que pusieron en mí.

A mi familia que siempre estuvieron dándome palabras de aliento.

A mis maestros por su paciencia.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	I
CERTIFICADO DE CESION DE DERECHO DE AUTOR.....	II
CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD	
INTELECTUAL.....	III
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	XVI
CAPITULO I.....	1
1.01 Antecedentes.....	1
1.02 Justificación.....	3
1.03 Contexto.....	4
1.04 Definición del problema central (Matriz T).....	9
CAPITULO II.....	11
2.00 Análisis de Involucrados.....	11

2.01 Mapeos de Involucrados.....	11
2.02 Matriz de porcentaje de involucrados.....	12
2.02 Matriz de análisis de involucrados.....	13
CAPITULO III.....	19
3.00 Problemas y Objetivos.....	19
3.01 Árbol de Problemas.....	19
3.02 Árbol de Objetivos.....	20
CAPITULO IV.....	21
4.00 Análisis de alternativas.....	21
4.01 Matriz de análisis de alternativas.....	21
4.02 Matriz de análisis de impactos de objetivos.....	23
4.03 Diagrama de estrategias.....	24
4.04 Matriz de marco lógico.....	25
CAPITULO V.....	26
5.00 Propuesta.....	26
5.01 Antecedentes (herramienta o metodología que propone como solución).....	26
5.01.01 Análisis FODA.....	28
5.01.02 Investigación de Mercado.....	29
5.01.03 Instrumento de investigación.....	30
5.01.04 Población y Muestra.....	31

5.01.05	Análisis de la Información.....	36
5.02	Descripción (herramienta o metodología que propone como solución).....	48
5.03	Formulación (proceso de la aplicación de la propuesta).....	51
CAPITULO VI	53
6.00	Aspectos Administrativos.....	53
6.01	Recursos.....	53
6.02	Presupuesto.....	55
6.03	Cronograma.....	57
CAPITULO VII	58
7.00	Conclusiones y Recomendaciones.....	58
7.01	Conclusiones.....	58
7.02	Recomendaciones.....	59
7.03	Anexo.....	60
7.03.01	Carta de Auspicio.....	60
7.03.02	Diseño de la Encuesta.....	61
7.03.03	Proformas.....	62
7.03.04	Facturas.....	63
7.03.05	Diseño Manual de Atención al cliente.....	64
7.03.06	Fotos.....	65
7.04	Bibliografía.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. Escalas.....	9
Tabla 2 Matriz de análisis de fuerza T.....	10
Tabla 3. Matriz de porcentaje de involucrados.....	12
Tabla 4. Matriz de análisis de involucrados.....	13
Tabla 5. Categorías.....	21
Tabla 6. Matriz de análisis de alternativas.....	22
Tabla 7. Matriz de análisis de impacto de objetivos.....	23
Tabla 8. Matriz de marco lógico.....	24
Tabla 9. Ejemplo de Eficacia y Eficiencia.....	27
Tabla 10. Matriz de análisis FODA.....	28
Tabla 11. Población según censo 2010.....	31
Tabla 12. Población según género.....	31
Tabla 13. Población según género y edad.....	32
Tabla 14. Seguimiento geográfico.....	35
Tabla 15. Seguimiento demográfico.....	35
Tabla 16. Mercado meta.....	35

Tabla 17. Porcentaje de Encuestas.....	35
Tabla 18. Género.....	36
Tabla 19. Rango de Edades.....	37
Tabla 20. Pregunta N° 1.....	38
Tabla 21. Pregunta N° 2.....	39
Tabla 22. Pregunta N° 3.....	40
Tabla 23. Pregunta N° 4.....	41
Tabla 24. Pregunta N° 5.....	42
Tabla 25. Pregunta N° 6.....	43
Tabla 26. Pregunta N° 7.....	44
Tabla 27. Pregunta N° 8.....	45
Tabla 28. Pregunta N° 9.....	46
Tabla 29. Pregunta N° 10.....	47
Tabla 30. Presupuesto de aplicación de la propuesta.....	55
Tabla 31. Presupuesto de la elaboración del trabajo de titulación.....	56
Tabla 32. Cronograma.....	57

Índice de figuras

Figura 1. Mapeo de Involucrados.....	11
Figura 2. Árbol de problemas.....	19
Figura 3. Árbol de objetivos.....	20
Figura 4. Diagrama de objetivos.....	23
Figura 5. Género.....	36
Figura 6. Edades.....	37
Figura 7. Pregunta N° 1.....	38
Figura 8. Pregunta N° 2.....	39
Figura 9. Pregunta N° 3.....	40
Figura 10. Pregunta N° 4.....	41
Figura 11. Pregunta N° 5.....	42
Figura 12. Pregunta N° 6.....	43
Figura 13. Pregunta N° 7.....	44
Figura 14. Pregunta N° 8.....	45
Figura 15. Pregunta N° 9.....	46
Figura 16. Pregunta N° 10.....	47

Figura 17. Proforma N° 1.....	62
Figura 18. Proforma N° 2.....	62
Figura 19. Factura N° 1.....	63
Figura 20. Portada	64
Figura 21. Contraportada.....	64
Figura 22. Hostería San Carlos.....	65
Figura 23. Hostería San Carlos.....	65
Figura 24. Hostería San Carlos.....	66
Figura 25. Hostería San Carlos.....	66
Figura 26. Hostería San Carlos.....	67
Figura 27. Hostería San Carlos.....	67

RESUMEN EJECUTIVO

Los manuales o guía de instrucciones sirven para mejorar el uso de un dispositivo o desempeño laboral en un establecimiento.

Existen diferentes tipos de manuales pero en esta vez nos enfocamos en uno en específico que ayuda a mejorar la atención al cliente, en el cual se detalla paso a paso las actividades que debemos realizar para que el cliente se sienta a gusto y podamos volverlo a recibir en las instalaciones.

Este proyecto consiste en la elaboración de un manual de atención al cliente en la hostería San Carlos en la parroquia de Tababela para mejorar la atención y que pueda haber más ingresos económicos en la hostería.

El manual que voy a realizarlo será de mucha ayuda tanto para los empleadores que están actualmente como los que vendrán a futuro porque son pasos a seguir para mejorar la atención y motivar que los turistas nacionales y extranjeros visiten con mayor frecuencia la parroquia y pernocte en la hostería.

Al momento de realizar este proyecto será de mucha utilidad todos los conocimientos impartidos en clases por mis profesores ya que ellos siempre supieron guiarme en cada una de sus cátedras realizadas y con mi empeño en investigar y conocer más sobre los hoteles y su buena atención me motiva a culminar este proyecto con la mejor satisfacción posible y así que mis maestros se sientan orgullosos de que todo su esfuerzo puesto en nosotros está dando frutos.

Abstract

The manuals or instruction guide serve to improve the use of a device or work performance in an establishment.

There are different types of manuals but this time we will focus on a specific one that will help us improve customer service, which details step by step the activities we must do to make the customer feel at ease and we can return it to Receive on the premises.

This project consists of the elaboration of a manual of attention to the client in the inn San Carlos in the parish of Tababela to improve the attention and that there can be more economic income in the inn.

The manual I am going to do will be very helpful for both the employers who are currently and those who will come in the future because they are steps to improve the care and motivate the national and foreign tourists to visit the parish more frequently and spend the night in the parish. Inn.

At the time of this project will be very useful all the knowledge imparted in classes by my teachers since they always knew how to guide me in each of their chairs and with my determination to investigate and know more about the hotels and their good care motivates me To complete this project with the best possible satisfaction and so my teachers feel proud that all their effort put into us is bearing fruit.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es la forma práctica de implementar estrategias dentro de la hostería para poder llamar la atención del cliente con diferentes formas de buena atención al cliente para así empezar creciendo en el ámbito económico y social.

Esto se lleva a cabo gracias a los conocimientos impartidos en clase y también poniendo todo mi esfuerzo y empeño para seguir impulsando a la hostería a surgir y llamar la atención de más turistas.

En este plan también rescataremos, una atención de calidad haciendo que la hostería se sienta más respaldada por la fidelidad de nuestros clientes, con un ambiente de tranquilidad y seguridad, con esto conseguiremos visitas más frecuentes atrayendo a su vez nuevos clientes, gustosos de esperar un trato privilegiado lleno de nuevas experiencias que el lugar ofrece.

Con este manual podemos dejar un legado a los actuales y nuevo personal que se encuentra en la hostería ayudándoles a brindar una mejor estadía y una tranquilidad como si estuvieran en sus hogares.

En la actualidad muchas hosterías han perdido su toque de cordialidad, sin darse cuenta que este gesto lleva a perder clientes que visitan las instalaciones, diferenciando con un buen gesto o una excelente manera de tratar podemos ser los número uno en el sector hotelero.

CAPÍTULO I

1.00 Antecedentes

Elaboración de un manual de atención al cliente en la Hostería San Carlos ubicado en la parroquia de Tababela provincia de Pichincha con el fin de mejorar la atención al turista nacional y extranjero.

Tema: Evolución y perspectivas del sector hotelero Ecuatoriano

Autor: Ing. Carlos Quisiguiña

Institución: Ing. Carlos Quisiguiña

Año: 2016

Conclusión: En este libro podemos encontrar la evolución que ha tenido la hotelería y las perspectivas según el autor de esta rama hotelera.

Tema: Plan estratégico de marketing para el hotel caída del sol para fidelizar la cartera de clientes e incrementar la cuota de participación en el mercado de la Ciudad de Quito

Autor: Silva Criollo, María Elisa

Institución: E.S.P.E

Año: 2008

Conclusión: En el Cap. 1 podemos encontrar un poco más sobre la historia y evolución de la hotelería y como ha sido su progreso hasta la actualidad.

Tema: Servicio al cliente

Autor: John Tschohl

Institución: John Tschohl

Año: 2008

Conclusión: En el siguiente libro podemos encontrar las técnicas para mejorar el servicio a los diferentes turistas.

Tema: Servicio y atención al cliente

Autor: Williams Estrada Vera

Institución: Williams Estrada Vera

Año: 2007

Conclusión: En este libro encontraremos diferentes estrategias y claves para lograr una capacitación con éxito.

Tema: Evaluar la atención al cliente en la hostería KAREN ESTEFANIA en la ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo

Autor: Nancy Janeth Carrazco Sanunga

Institución: Escuela Politécnica de Chimborazo

Año: 2010

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

1.01 Justificación

En el siguiente proyecto se realiza un manual de atención al cliente para la hostería San Carlos con algunas pautas que serán de mucha utilidad para el personal, por que si ellos tiene la debida capacitación y organización para realizar alguna actividad dentro de la hostería podrán sentirse mas eficientes al realizar su labor diario con más motivación.

El motivo de la elaboración del manual es por la falencia que existe al momento de atender al cliente nacional y extranjero los cuales sales muy insatisfechos del lugar por la baja calidad y calidez que existe en el lugar.

Garantiza que el personal este mejor capacitado y con un ambiente laboral de satisfacción y armonía para trasmitir al cliente y el se pueda sentir como en casa con la calidad de atención que se merece y así pueda recomendarnos a terceras personas y suban los ingresos económicos que serán beneficio exclusivamente de la hostería para mantenerla con una infraestructura adecuada.

Para realizar el manual se necesitara de capacitadores profesionales que identifiquen las falencias generales que existen para recopilar la información necesaria que estará impresa en el manual .

1.02 Contexto

1.01.01 Historia de la hotelería en el Ecuador

La industria se caracteriza por que hace algunos años empezó con el crecimiento sostenido basado en planes promovidos por el Gobierno enfocados en la diversidad cultural y ecosistemas que ofrece nuestro hermoso país.

También nos podemos enfocar que en el Ecuador habido un incremento de turistas por lo cual se ha incrementado la oferta del sector .

(Quisiguiña, 2016)

“La ventaja que ofrece el sector permite albergar a la mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros para que obtengan el mayor descanso, disfrute y esparcimiento.” (Criollo & Elisa, 2008)

1.01.02 Historia de la Atención al Cliente

Los propietarios que poseen empresas relacionadas al turismo no entienden que el servicio al cliente es una acción para ganar clientela.

Según estudios realizados por American Management Association demuestra que las compras o reservas realizadas por clientes leales son mucho más frecuentes ya que conseguir o atrapar a nuevos clientes es más difícil porque ellos no conocen el servicio que se les brinda o la calidad del mismo.

El área de atención al cliente en la actualidad es una estrategia de marketing con la finalidad de ir ganando clientes nacionales e internacionales que serán de gran aporte económico para el país.

El compromiso de las autoridades es crucial para un programa de éxito en la atención al cliente cada una de las autoridades deben difundir a sus empleados valores morales que deben ser ejecutados dentro de las instalaciones como fuera de las mismas.

Los recursos son importantes porque sin ello no podemos dar una capacitación apropiada a todo el talento humano que exista dentro de la empresa encargada de dar servicios. (Tschohl, 2008)

1.01.02.01 El servicio como factor clave del Éxito

La calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo de compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general (Estrada, 2007 pág. 9,10)

1.01.02.02 ¿Quién es el cliente?

Una persona que es impulsada por un interés personal que busca un producto, servicio o bien para satisfacer sus necesidades.

A este tipo de personas la encontramos en todo campo comercial, empresarial e industrial. (Estrada, 2007 pag.10)

1.01.02.03 Expectativas del cliente con respecto al servicio

Son actitudes que este asume para satisfacer las necesidades y expectativas para brindar una adecuada atención al cliente (Estrada, 2007 pag.10)

1.01.02.04 Capacitación del servicio al cliente

El proceso de capacitación profesional que se desarrolla en las instituciones que forman parte del sistema nacional de educación superior requiere de una cuidadosa planificación que se concreta específicamente en el currículo de estudio. La formación de profesionales debe desarrollarse en correspondencia con las necesidades de la región que evolucionan y se modifican por el tiempo, por la modernización, tecnificación, organización o por diferentes factores que inciden directamente en el ejercicio de la profesión. (Álaba, 2013)

1.01.03 Cliente

Es una persona que tiene necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón pero como empresa debemos ponerle en primer lugar si queremos ser reconocidos por una excelente atención al cliente. (Carrasco, 2010 pág. 10)

1.01.03.01 Importancia del cliente

El cliente es una pieza muy importante en cualquier empresa u organización para su funcionamiento, porque el pago que realiza

el cliente contamos con un trabajo seguro. (Carrasco, 2010 pág. 10)

1.01.03.02 Principio

- El cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendándolo.
- Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es ningún extraño
- Un cliente no es solo dinero en caja. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento con respeto.(Carrasco, 2010 pág. 10-11)

1.01.03.04 Clases de clientes y como ser tratados

Cliente silencioso: Esta clase de cliente es aquel que es indiferente con lo que se le está vendiendo y presta poco nivel de importancia.

La forma correcta para tratarlo es rompiendo el hielo iniciando conversaciones distintas al objetivo, para esta clase de clientes debemos tener mucha paciencia. (Carrasco, 2010 pág. 12)

Cliente lento: Esta clase de cliente es aquel con personalidad de indeciso, toman mucho más tiempo en decidir

ya que ellos prefieren examinar todas las alternativas antes de arriesgarse por la primera que le ofrecen.

Para tratar este tipo de clientes debemos ser muy optimistas y estar seguros de sí mismo, eso transmitimos al cliente para que puede realizar una decisión apropiada. (Carrasco, 2010 pág. 12-13)

Cliente desconfiado: Este tipo de cliente es inseguro y siempre está buscando la opinión de familiares o colegas que saben del tema para evitar una responsabilidad y caer en el fracaso.

La manera correcta de tratar a este cliente es dándole la seguridad que requiere. (Carrasco, 2010 pág. 14)

Cliente Obstinado: El cree conocer todo lo que se refiere a la empresa u organización pretende controlar la entrevista. Cree que sus opiniones son las únicas que valen ese momento. (Carrasco, 2010 pág. 14-15)

Cliente aséptico: Este tipo de clientes tiene una actitud negativa para todo lo que se le ofrece y mantiene una desconfianza hacia el vendedor.

Para mantener a este cliente debemos tener confianza y ser muy claros y precisos en lo que decimos para mantener la credibilidad de la venta. (Carrasco, 2010 pág. 15)

1.02 Definición del problema central (Matriz T)

1.02.01 Problema central: Un problema es contextualizar como una dificultad que encuentra el investigador en su práctica y no puede ser resuelto con el conocimiento existente por que la solución exige implementar un proceso de investigación contextualizado.(Sevilla, 2015)

1.02.02 Matriz T: Está basada en dos principios básicos. Primero la relación lógica vertical de causa efecto entre las diferentes partes del problema, que corresponde a los cuatro niveles de la matriz que relacionan a las actividades, los componentes, propósito y el fin (Dep. Estudios 2001)

Tabla N° 1
Escalas

1	Baja
2	Medio Bajo
3	Media
4	Medio Alto
5	Alta

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Las escalas de esta tabla van de uno a cinco, en donde uno es la menor calificación que tiene y cinco es la más alta por lo cual debemos ser muy críticos al momento de utilizar cada una de las calificación que la tabla de escalas indique ya que con esto podemos tener un mejor enfoque en lo que estamos realizando y si es factible.

Tabla N° 2
Matriz de análisis de fuerzas T

Problema Aggravado	Problema Central				Problema Resuelto
Desinterés por parte de los propietarios de la hostería.	Poca afluencia de turistas en la Hostería San Carlos.				Manejo preciso y adecuado del personal hacia los turistas
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Levantamiento de información del hostería	1	4	2	4	Poca información del Hotel
Buscar apoyo de los propietarios	2	3	1	3	Desinterés de los propietarios
Buscar apoyo del talento humano	1	4	3	4	Desinterés del talento humano
Calidad al Momento de brindarle atención al cliente	2	5	4	5	Inexistencia en la calidad de atención al cliente
Mejorar ingreso económico en la hostería	3	5	2	3	Bajo ingreso económico en la hostería

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la siguiente tabla se plantea el problema central y las fuerzas impulsadoras son las que encontramos en la parte izquierda y analizar los objetivos a los cuales queremos llegar para la solución del problema y las fuerzas bloqueadoras están ubicadas en el extremo derecho que observa los aspectos negativos que vamos encontrando.

Los factores a evaluarse son la intensidad representada por la letra "I" y el potencial de cambio por las letras "PC"

CAPÍTULO II

2.00 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados

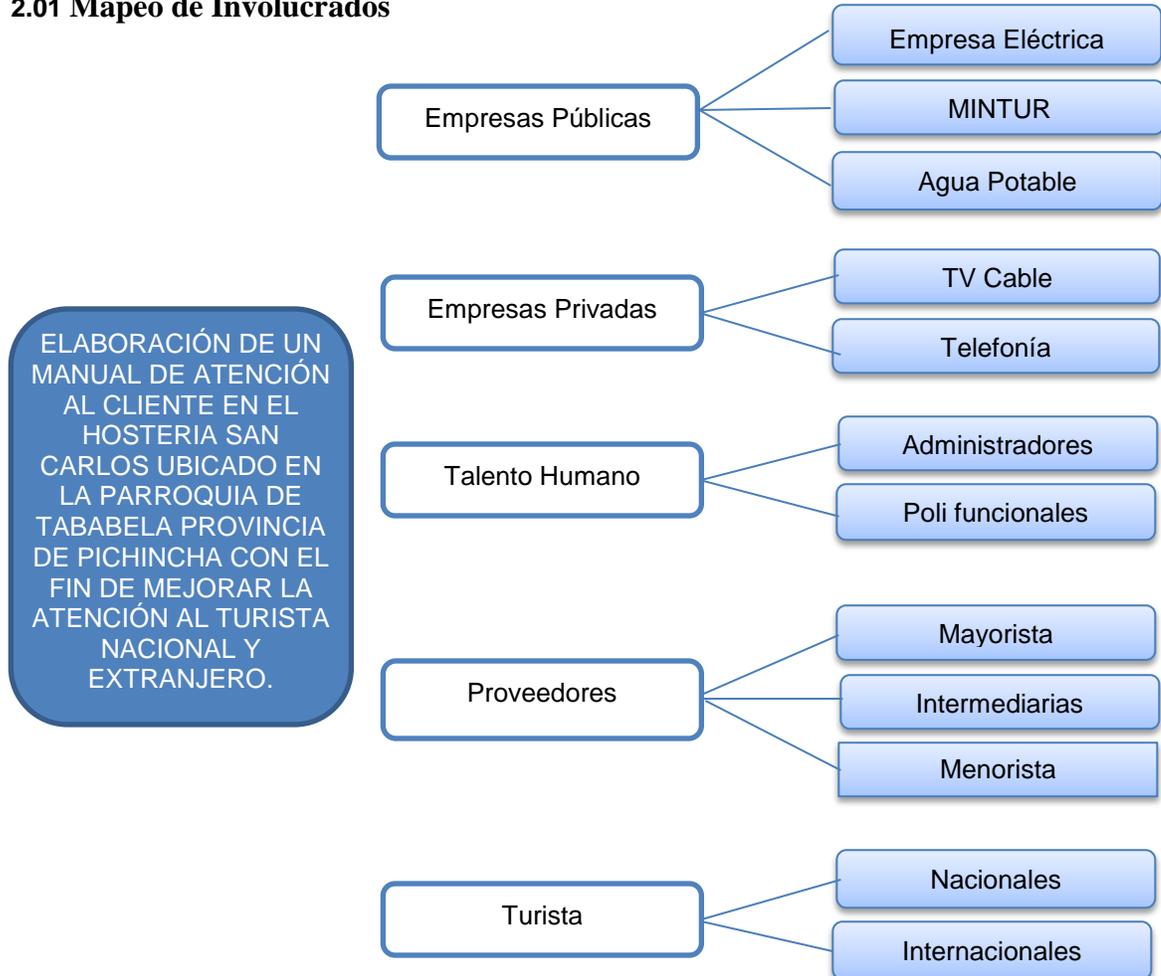


Figura N° 1
Mapeo de Involucrados
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la presente figura podemos observar a los involucrados para la elaboración del proyecto que se dividen en dos grandes grupos como son los involucrados directos y los involucrados indirectos.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

2.02 Matriz de Porcentaje de involucrados

Tabla N° 3
Matriz de Porcentaje de Involucrados

Involucrados	Directos	Indirectos	%
Turistas	X		8
Nacionales		X	4
Extranjeros		X	.6
Empresas Públicas	X		6
Agua Potable		X	8
MINTUR		X	7
Empresa Eléctrica		X	8
Empresas Privadas	X		7
TV Cable		X	7
Telefonía		X	5
Proveedores	X		5
Mayoristas		X	4
Intermediarias		X	5
Menoristas		X	5
Talento Humano	X		5
Administrativos		X	5
Polifuncional		X	5
TOTAL			100 %

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la siguiente tabla se representan los porcentajes del 1 al 10 para dar una calificación de aportación de cada uno de los involucrados sean directos o indirectos, esta tabla fue calificada de acuerdo al mi criterio y según a la contribución que cada uno de los involucrados da para la elaboración del proyecto.

Tabla N° 4
Matriz de Análisis de Involucrados

Actores involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Turistas	Mejorar la atención al cliente en el Hostal.	Falta de información de la existencia del hostería.	Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes.- c) Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de Alojamiento.	Afluencia de turistas en la hostería.	Poca afluencia de turistas en el sector.
Nacionales	Obtener una mejor atención.	Poca afluencia de turistas nacionales.	Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes.- Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico.	Poder tener más ingresos divisas.	Poco conocimiento de la existencia de la hostería.
Extranjeros	Obtener una mejor atención bilingüe.	Poco conocimiento del lugar.	Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes.- k) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.	Pues poder tener una atención al cliente en el idioma general.	Inexistencia de personal bilingüe.
Empresas Públicas	Afluencia de turistas en la hostería.	No hay mucho apoyo.	Art. 2.- OBJETIVOS.- 3. Regular la autonomía económica, financiera, administrativa y de gestión de las empresas públicas, con sujeción a los	Ingreso de divisas.	No hay atención inmediata.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.



			principios y normativa previstos en la Constitución de la República, en ésta y en las demás leyes, en lo que fueren aplicables;		
Agua Potable	Afluencia de turistas en la hostería.	No hay mucho apoyo.	ARTÍCULO 1.- Los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, prestados por el Organismo Operador en todo el ámbito de su territorio, comprenderán las actividades siguientes:	Incrementar los ingresos.	No hay atención inmediata en reparaciones.
Empresa Eléctrica	Afluencia de turistas en la hostería.	No hay mucho apoyo.	Art. 51.- Condiciones del alojamiento.- e) En todas las habitaciones o conjuntos de alojamiento las instalaciones sanitarias y eléctricas, cualquiera sea el sistema de funcionamiento, deberán reunir las condiciones técnicas exigidas por Los organismos competentes, evitando en todo caso ruidos y vibraciones.	Incrementar ingresos.	No hay atención inmediata en reparaciones.
MINTUR	Promoción de la Hostería San Marco.	Escasa información de la hostería.	Capítulo 4 Artículo 15 ley de turismo El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes	Afluencia de turistas en la Hostería.	Falta de información de la hostería.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

			atribuciones		
Empresa Privada	Incremento de turistas.	Desconocimiento del sector.	Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;	Crear alianzas.	Desinterés en brindar un mejor servicio en el sector.
Tv Cable	Incremento de turistas.	Poco uso de los turistas.	ARTÍCULO 5.- Los trabajadores deben tener en cuenta que toda la información, documentos, procedimientos, reportes, estadística, registros, expedientes personales de los trabajadores, etc., son intereses pertenecientes a TV Cable ECUADOR; por lo tanto, se exige de todos los trabajadores, la reserva y Confidencialidad de los mismos.	Incrementar del nivel económico	Desinterés en brindar un mejor servicio en el sector.
Telefonía	Incremento de turistas.	Poca señal.	Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su	Incrementar del nivel económico	Desinterés en brindar un mejor servicio en el sector.

			conocimiento a la brevedad posible, Directamente o a través de recepción o de conserjería, de haberla.		
Proveedores	Afluencia de turistas en el sector.	Falta de conocimiento o en la atención al cliente.	Artículo 3 ley de turismo literal b) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional	Afluencia de turistas en la hostería San Carlos.	Poca afluencia de turistas en el sector.
Mayoristas	Incrementar los ingresos de pedidos.	Poco apoyo de los proveedores.	Art. 79.- Clasificación.- Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las Actividades de ninguna de las otras.	Incremento de ingresos.	Pocos pedidos.
Intermediarias	Incrementar los ingresos de pedidos.	Poco apoyo de los proveedores.	Art. 78.- Actividades.- Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país: a. La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales;	Incremento de ingresos.	Poco conociendo de la existencia de la Hostería.



Menoristas	Incrementar los ingresos de pedidos.	Poco apoyo de los proveedores.	Art. 79.- Clasificación.- Las agencias las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, Siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular	Incremento de ingresos.	Poco conociendo de la existencia de la Hostería.
Talento Humano	Afluencia de turistas en la Hostería.	Desinterés del talento humano.	Art. 5.- i) Entregar la información requerida por el establecimiento previo al ingreso (check in), incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresan;	Ser capacitados para mejorar la atención al cliente.	Poco apoyo del talento humano.
Administradores	Estar capacitados para recibir una gran cantidad de turistas.	Falta de apoyo al personal.	Art. 76.- Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones: a) Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones o conjuntos de alojamiento y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;	Conseguir convenios.	Mejorar en el idioma inglés.
Polifuncional	Aprender a trabajar bajo presión.	Desinterés del personal.	Art. 20.- Hostales y pensiones de dos estrellas.- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su	Incremento de sueldos.	Mejorar en el idioma inglés.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

			<p>limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación directa con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciocho habitaciones como mínimo, debiendo contar por lo menos con una Camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones.</p>		
--	--	--	---	--	--

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En esta tabla podemos encontrar una evaluación objetiva de cada uno de los involucrados según los parámetros que detallaremos a continuación: interés sobre el problema central, problemas percibidos, recursos, mandatos y capacitaciones, interés sobre el proyecto y para finalizar conflictos potenciales cada uno de estos parámetros son encontrados a un estudio de mercado que se realiza según la observación de comportamientos de cada involucrado.

Cada uno de los involucrados tanto directos o indirectos se rigen mediante alguna ley o mandato que entregan empresas superiores o socios de la misma empresa y eso nos ayuda a tener un mejor seguimiento de cada involucrado y hasta donde puede aportar para la culminación del proyecto

CAPÍTULO III

3.00 Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

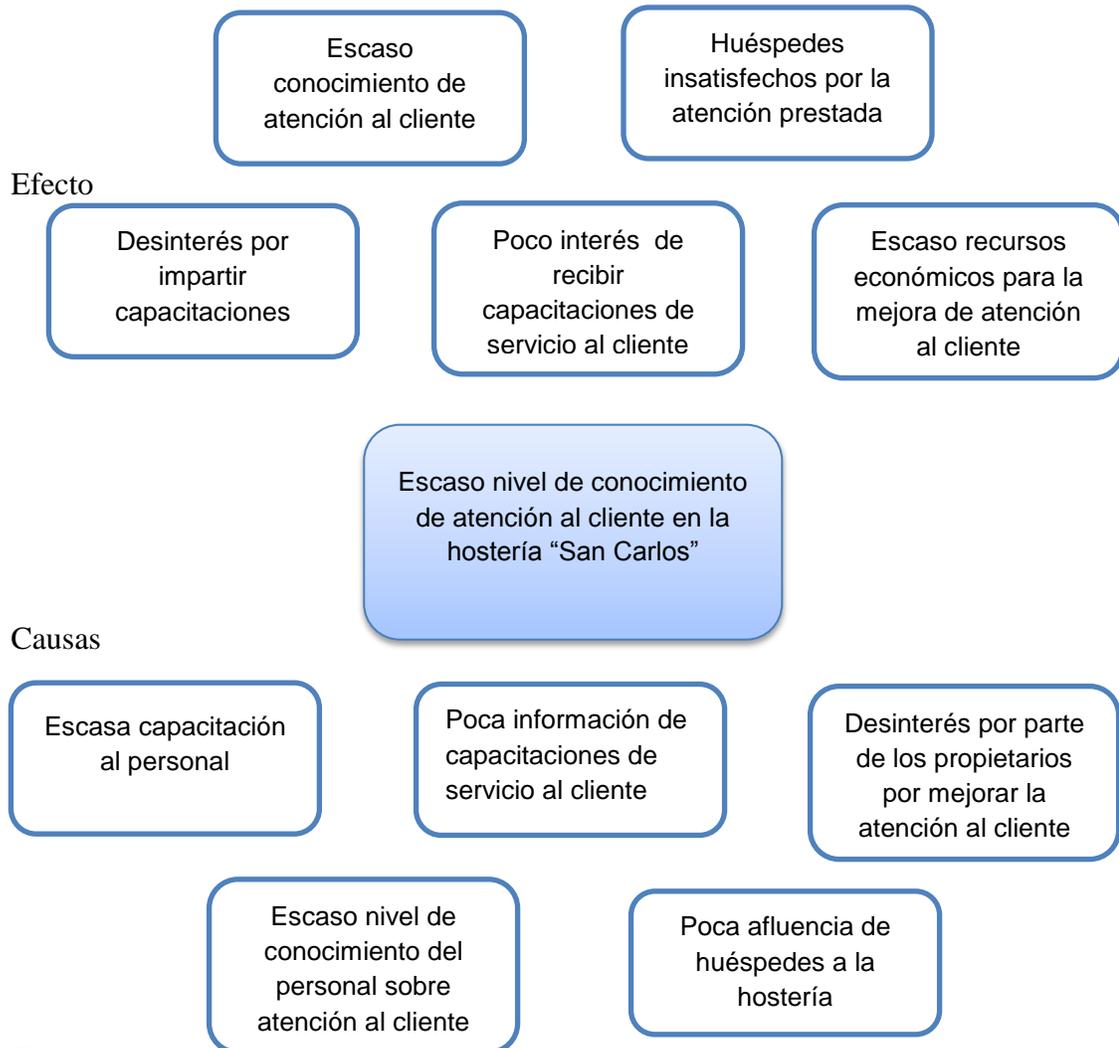


Figura N° 2
Árbol de Problemas
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En esta figura podemos detallar la problemática percibida la cual tiene causas y consecuencias, y así realizar una investigación más detallada

3.02 Árbol de Objetivos

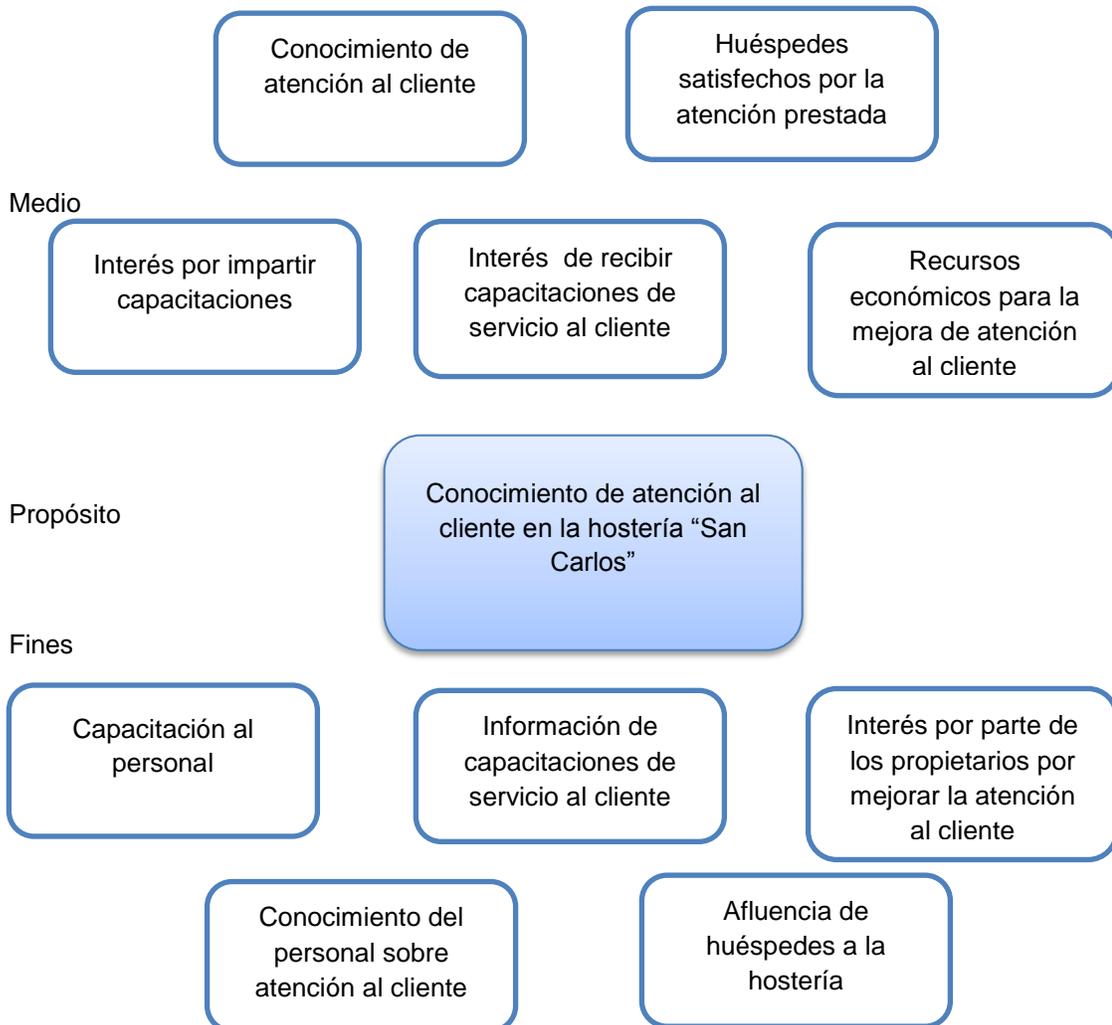


Figura N° 2
Árbol de Problemas
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la sucesiva figura podemos ver aspectos positivos para la elaboración del proyecto enfocándonos en soluciones futuras haciéndoles objetivos comunes y así poder observar cambios notorios.

CAPÍTULO IV

4.00 Análisis Alternativo

4.01 Matriz de análisis de alternativas

El análisis de alternativas permite establecer el objetivo principal del proyecto, así como identificar los medios posibles para alcanzarlo y seleccionar aquellos que resulten más adecuados, desde los puntos de vista técnico y económico. El objetivo principal del proyecto representa un cambio social, cuyo logro es en sí mismo la solución al problema central que afecta a la población potencialmente beneficiaria. Debe ser mensurable en tiempo y esfuerzo razonables, y debe ser redactado usando verbos que denoten acción. El objetivo principal es la misión del proyecto. Un proyecto es lo que está establecido en su objetivo principal (Sanchez0, 2015)

Tabla N° 5
Categorías

1 - 5	Baja
6 - 11	Medio Bajo
12 - 17	Media Alta
Más de 18	Alta

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Esta tabla de categorías sirve para dar un nivel de aceptación al proyecto, con esta categorización ayuda a calificar la intensidad que existe en las diferentes factibilidades para ayudar al problema existente.

Tabla N° 6
Matriz de análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Impartir capacitaciones al personal	4	3	3	2	3	15	Media Alta
Recibir información de capacitaciones de atención al cliente	3	3	4	5	4	19	Alta
Mejorar la atención al cliente con recursos económicos o interés de los propietarios	3	3	3	2	3	14	Media Alta
Conocer el nivel de atención al cliente que ofrece el personal	4	4	2	3	2	15	Media Alta
Satisfacer a los huéspedes con una mejor atención al cliente	3	3	5	2	2	15	Media Alta
TOTAL	17	16	17	14	14	78	

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la próxima tabla podemos observar la calificación de 1 a 5 de los objetivos planteados con anterioridad en el la figura n° 2, así observaremos que el proyecto es totalmente factible por su resultado final de 78 puntos o Medio Alto.

4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos

Tabla N° 7
Matriz de análisis de impacto de objetivos

	Factibilidad de lograrse (4-2-1)	Impacto de Genero (4-2-1)	Impacto Ambiental (4-2-1)	Relevancia (4-2-1)	Sostenibilidad (4-2-1)	Total
OBJETIVOS	✓ Cuenta con el apoyo de los propietarios	✓ Hombres y mujeres polifuncionales	✓ Aplicación de métodos de reciclaje	✓ Acatar las condiciones de los propietarios	✓ Mejorar la calidad de las instalaciones	✓ 22 a 32 BAJA
	✓ Colaboración del talento humano	✓ Incremento de ingresos económicos en ambos géneros	✓ Desperdicio de agua	✓ Afluencia de huéspedes	✓ Tener capacidad al talento humano	✓ 33 a 44 MEDIA
	✓ Tecnología avanzada	✓ Leyes y normas para un mejor manejo de personal	✓ Consumo excesivo de gas	✓ Incrementar ingresos económico	✓ Conseguir convenios a futuro	✓ 45 a 66 BAJA
	✓ Apoyo de las autoridades		✓ Consumo excesivo de energía eléctrica		✓ Poder ser reconocida en el sector y el ámbito turístico	✓ 67 a 88 ALTA
			✓ Áreas verdes destruidas			
	16	12	16	12	16	72 Media Alta

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Esta tabla de categorías sirve para dar un nivel de aceptación al proyecto ya que con esta categorización no ayuda a ver donde existen falencias y en donde podemos enlazarnos para lograr encontrar un apoyo para que este proyecto vaya a flote.

4.03 Diagrama de estrategias

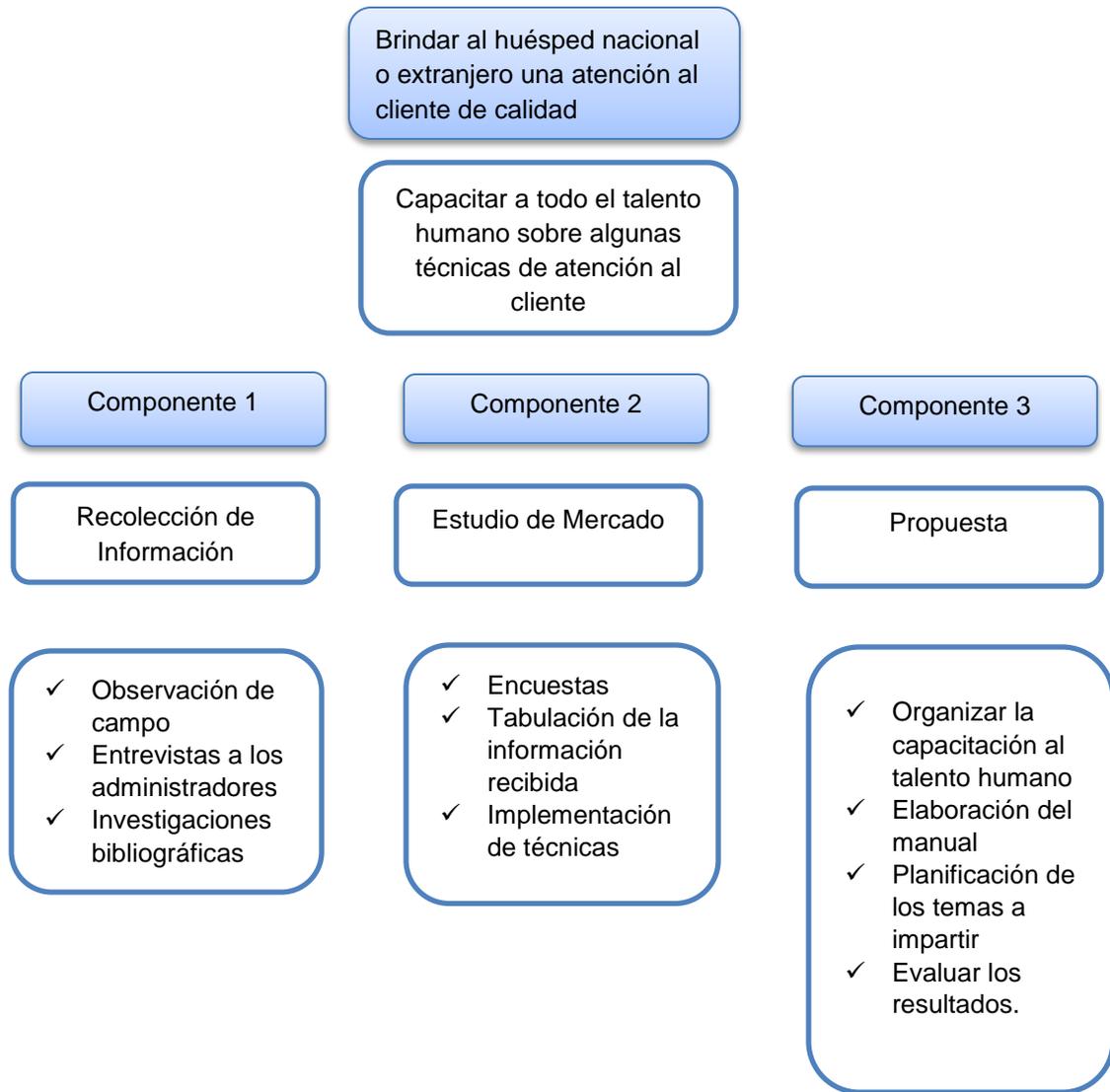


Figura N° 4
Diagrama de Objetivos
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En esta gráfica podemos observar el propósito y la finalidad que tenemos para lograr nuestro objetivo final, con ayuda de los componentes podemos ir recopilando toda la información que necesitamos para poder elaborar una propuesta que de los mejores resultados en la elaboración del manual.

4.04 Matriz de marco lógico

Tabla N° 8
Matriz de marco lógico

Objetivos	Indicaciones	Medios de verificación	supuestos
Finalidad Capacitar a todo el talento humano sobre algunas técnicas de atención al cliente	Al año 2018 las técnicas impartidas al talento humano serán puestas en practica	Entrevistas a los huéspedes	Incrementar el ingreso de turistas y lograr enlaces con agencia de viajes
Propósito Capacitar a todo el talento humano sobre algunas técnicas de atención al cliente	En la época actual todas las personas buscan donde hospedarse cada vez que se desplazan a otro lugar	Entrevistas para ver con tanta frecuencia eligen el hostel	Aplicación de la información recopilada para brindar una mejor atención al cliente
Componentes ✓ Recolección de la Información ✓ Estudio de mercado ✓ Propuesta	Personal mejor capacitadas para brindar una buena atención a los huéspedes	Entrevista si la propuesta se está llevando a cabo	Establecimiento mejor organizado
Actividades ✓ Observación de campo ✓ Entrevistas a los administradores ✓ Investigaciones bibliográficas ✓ Entrevistas a los huéspedes ✓ Tabulación de la información recibida ✓ Implementación de técnicas ✓ Organizar la capacitación al talento humano ✓ Elaboración del manual ✓ Evaluar los resultados	90% de la información es confirmada 30% de la información es bibliográfica 20% de la información es mediante entrevistas El manual tendrá un costo aproximado de \$25	Fotos Documentos legales Facturas Notas de venta	Personas que colaboran con las entrevistas Personal adecuado

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Esta tabla ayuda a entender mejor todo los recursos y objetivos que tenemos al momento de la elaboración del proyecto. Así realizando actividades que logren un mejor funcionamiento en todo el proceso de aplicación.

CAPÍTULO V

5.00 Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución

Hostería: Es una actividad productiva que se ocupa de proporcionar servicios de alojamiento, de comida y de bebida, incorporándose de manera coincidente prestaciones muy diversas: el alojamiento, servicios de comidas y bebidas, formas de restauración fuera de los establecimientos habituales (catering o la alimentación en colectividades).

Debido a la alta heterogeneidad de la Hostelería, las actividades que se realizan dentro de ella se distribuyen de la siguiente forma: actividades de alojamiento, que incluyen hoteles, hostales y/o pensiones, apartamentos en régimen hotelero, etc.; actividades de restauración (restaurantes, colectividades, cafeterías, etc.) y actividades de comida y bebida, que incluye cafés y bares. (Sandoval. 2012)

Capacitación: Conjunto de acciones de preparación, continuas y planificadas, concebido como una inversión, que desarrollan las organizaciones dirigidas a mejorar las competencias y calificaciones de los trabajadores, para cumplir con calidad las funciones del cargo, asegurar su desempeño exitoso y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios. (NC 3000: 2007)

Servicio al cliente: (Damaso J 1987) argumenta que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices, porque con cliente felices sabremos que estamos contribuyendo con la publicidad de la hostería

indirectamente por que si uno cliente se va feliz puede traer más gente y así aumentar los ingresos económicos

Gestión Talento humano: (CHAVENATO, IDALBERTO 2009) Define la Gestión del talento humano como: «el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño

Eficacia: Es una medida normativa del logro de los resultados. Puede medirse en función de los objetivos logrados. 2. Se refiere a la capacidad de una organización de satisfacer una necesidad social mediante el suministro de bienes y servicios.(Chavenato, 2009)

Eficiencia. Es una medida normativa de la utilización de recursos. Puede medirse por la cantidad de recursos utilizados en la elaboración de un producto. La eficiencia aumenta a medida que decrecen los costos y los recursos utilizados. 2. Es una relación técnica entre entradas y salidas. La eficiencia busca utilizar los medios, métodos y procedimientos más adecuados y debidamente empleados y organizados para asegurar un óptimo empleo de los recursos disponibles. (Chavenato, 2009)

Tabla N° 9
Ejemplo de eficiencia y eficacia

EFICIENCIA	EFICACIA
Énfasis en los medios	Énfasis en los resultados y fines
Resolver problemas	Lograr objetivos
Asistir a los templos	Practicar los valores religiosos
Jugar fútbol con arte	Ganar el campeonato

Elaborado por: Mishell Pérez

5.01.01 Análisis FODA

Tabla N° 10
Matriz de análisis FODA

		Fortalezas		Debilidades	
		Factor interno		Factor externo	
		Apoyo por los propietarios y administrativos		Desinterés del talento humano	
	Oportunidades	Estrategias (FO)		Estrategias (DO)	
	Avances tecnológicos	El avance de la tecnología nos ayuda a tener una capacitación favorable para conseguir el apoyo de los propietarios		Con los avances tecnológicos podemos buscar nuevos métodos para satisfacer las necesidades del Talento humano	
	Amenazas	Estrategias (FA)		Estrategias (DA)	
	Poco apoyo de las autoridades	Junto al apoyo de los propietarios conseguir el reconocimiento de las autoridades		Incrementar el interés del talento humano mediante dinámicas novedades para conseguir el apoyo neto de las autoridades	

Elaborado por: Mishell Pérez

5.01.02 Investigación de mercado

Básicamente, el estudio de mercado se podría definir como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Es decir, este estudio de mercado podría ser utilizado para determinar qué porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la ubicación, la edad y el nivel de ingresos. (Fran León Ale, 2015)

Es el que implica pruebas como encuestas, investigaciones en terreno y entrevistas, entre otros métodos.

Este tipo de estudio, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Este tipo de estudio es relativamente barato y fácilmente accesible, aunque, a veces, no es específico al área de investigación y los datos que se utilizan pueden ser tendenciosos y complicados de validar. (Fran León Ale, 2015)

Viendo todo esto, lo que queda claro es que el estudio de mercado sirve para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. Asimismo, puede implicar el descubrir cómo actúan las personas. (Fran León Ale, 2015)

5.01.03 Instrumentos de investigación

Con el diseño del manual de atención al cliente se deben conocer diferentes esquemas de trabajo de investigación que son:

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

Para la mejora del servicio de atención al cliente se utilizará:

Encuestas: las encuestas van a ser realizadas en función de la información requerida a los turistas que acuden a la hostería San Carlos.

Como en segundo orden se realizaran capacitaciones a los operarios de la hostería para que se pueda realizar un buen manejo del manual de atención al cliente.

- Producto: El manual de atención al cliente será empleado para que los operarios puedan regirse al mismo y con eso conseguir la mejora de la atención al cliente.
- Precio: La tabla de costos arrojará un valor individual de cada manual que será costado por la hostería para cada uno de los operarios.
- Plaza: La plaza será definida como la hostería que se difundirá a todos los operarios del lugar.
- Promoción: Será efectuada con capacitaciones a los operarios de la hostería realizar la mejora de atención al cliente

5.01.04 Población y muestra

Población:

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación

Tabla N° 11
Población según censo 2010

Población según censos							
	1950	1962	1974	1982	1990	2001	2010
Tababela	0	1.088	1.279	1.540	1.804	2.277	2.823

Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado por: Mishell Pérez

Tabla N° 12
Población según género

Población Total según género	
Tababela	
Mujeres	1.423
Hombres	1.400
Total de población	2.823

Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado por: Mishell Pérez

Tabla N° 13
Población según género y edad

Población por grupo de edades y sexo			
Grupo de edades	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menos de 1 año	17	26	43
De 1 a 4 años	120	108	228
De 5 a 9 años	161	158	319
De 10 a 14 años	142	151	293
De 15 a 19 años	131	123	254
De 20 a 24 años	114	127	241
De 25 a 29 años	126	120	246
De 30 a 34 años	101	119	220
De 34 a 39 años	85	102	187
De 40 a 44 años	74	68	142
De 45 a 49 años	76	74	150
De 50 a 54 años	58	51	109
De 55 a 59 años	52	52	104
De 60 a 64 años	24	38	62
De 65 a 69 años	47	31	78
De 70 a 74 años	26	31	57
De 75 a 79 años	15	13	28
De 80 a 84 años	20	22	42
De 85 a 89 años	7	6	13
De 90 a 94 años	3	2	5
De 95 a 99 años	1	1	2
Total	1400	1423	2823

Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado por: Mishell Pérez

Muestra:

Muestra: La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra " es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38)

Tipos de muestras

- Muestreo aleatorio simple:
- Muestreo estratificado:
- Muestreo por cuotas
- Muestreo intencionado
- Formula de la población finita

$$n = \frac{N \times p \times q (z)^2}{(N - 1)(e)^2 + p \times q (z)^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N=Población o Universo

z=Base a nivel de confianza 95%

p=Población de Éxito 50%

q=Población de fracaso 50%

e=Margen de error 5%

Muestra de la población en la parroquia de Tababela

$$n = \frac{N \times p \times q (z)^2}{(N - 1)(e)^2 + p \times q (z)^2}$$

$$n = \frac{2823 \times 0.50 \times 0.50 (1.95)^2}{(2823 - 1)(0.05)^2 + 0.50 \times 0.50 (1.95)^2}$$

$$n = \frac{2823 \times 0.25 \times 3.8025}{2822 \times 0.0025 + 0.25 \times 3.8025}$$

$$n = \frac{2683.61}{7.055 + 0.95}$$

$$n = \frac{2683.61}{8}$$

$$n = 335$$

Análisis:

La siguiente fórmula nos ayudará a determinar la cantidad de encuestas que vamos a realizar tomando en cuenta como universo la población de Tababela que es de 2823 mil habitantes lo cual se tomará la muestra de 335 para identificar la satisfacciones que tienen los turistas de la hostería.

Tabla N° 14
Seguimiento Geográfico

Descripción	Detalle
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Tababela
Población del Ecuador	16.39 millones de habitantes
Población de Pichincha	2'576.287 Millones de Habitantes
Población de Quito	1.169 Millones de habitantes
Parroquia de Tababela	2.823 mil habitantes

Elaborado por: Mishell Pérez

Tabla N° 15
Seguimiento Demográfico

Descripción	Detalle
Edad	Todas
Género	Todas
Nacionalidad	Todas
Estado civil	Todas sin discriminación
Profesión	Todas
Nivel de instrucción	Todas
Ingreso Mensual	Todas las clases sociales
Religión	Todas

Elaborado por: Mishell Pérez

Tabla N° 16
Mercado meta

Turistas Nacionales	Hombre / Mujeres Edad: 18 en adelante Profesión : todas Clase Social: todas
---------------------	--

Elaborado por: Mishell Pérez

Tabla N° 17
Porcentaje de encuestas

Detalle	N° de Entrevistas	%
Nacionales	20	15%
Total	96	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

5.01.05 Análisis de la información. (7.03.02 Anexo Formato de Encuesta)

Datos Estadísticos

Género

Tabla N° 18
Género

Datos	Muestra	Porcentaje
Hombres	184	55%
Mujeres	151	45%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

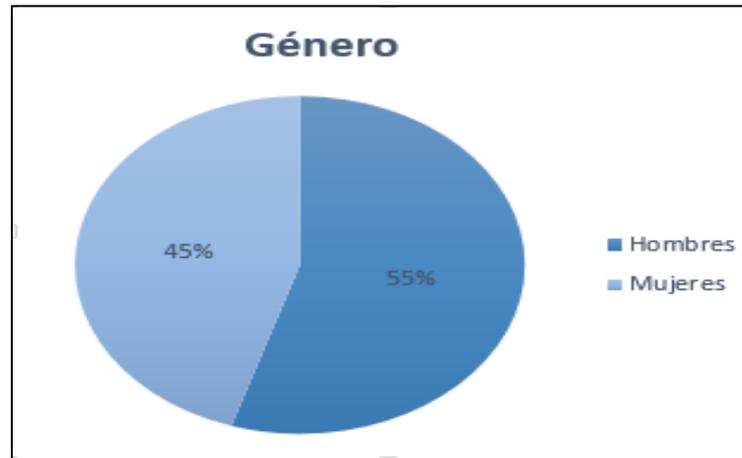


Figura N° 5
Genero

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En el gráfico actual se clasifica el género por masculino y femenino en el que arroja como resultado que existen 55% de hombre y el 45 % de mujeres sumando esto un total de 100% en población.

Rango de Edades

Tabla N° 19
Rango de Edades

Datos	Muestra	Porcentaje
18 - 28 años	89	27%
29 - 38 años	123	37%
39 - 48 años	36	11%
49 - 58 años	62	19%
59 – 68 años	25	7%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

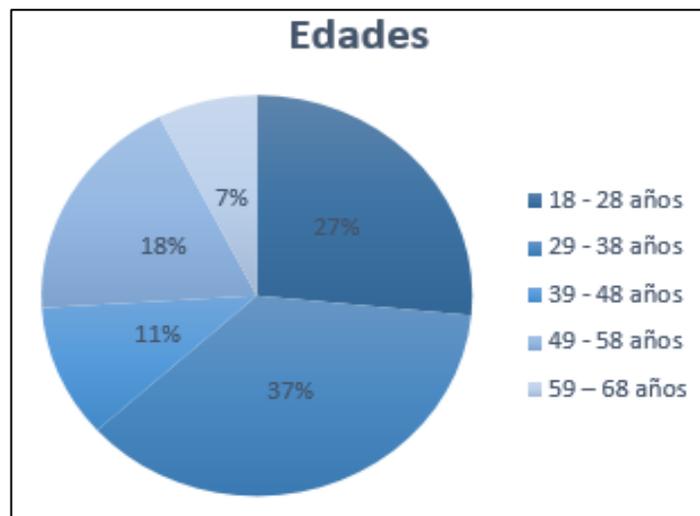


Figura N° 6
Rango de Edades
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En el gráfico se puede apreciar la segmentación de edades que existe en la población de Tababela.

Pregunta N° 1 ¿Con que frecuencia visita la Hostería San Carlos?

Tabla N° 20
Pregunta N° 1

Datos	Muestra	Porcentaje
Con Frecuencia	72	21%
Ocasional	129	39%
Primera vez	134	40%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

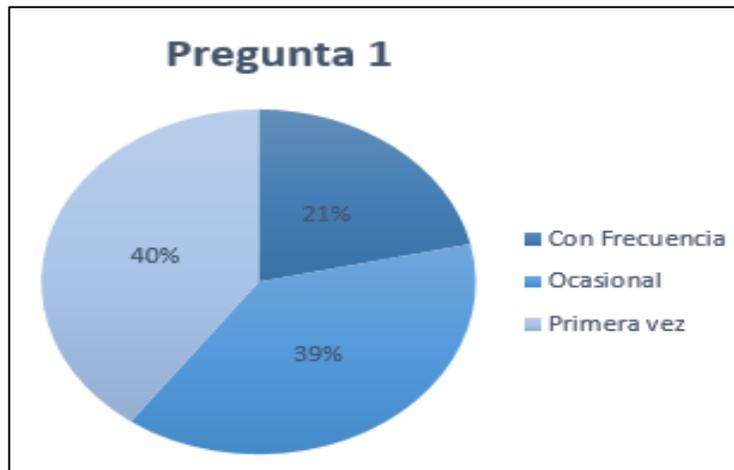


Figura N° 7
Pregunta N° 1

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En la presente tabla se representa las visitas que la población tiene en la que con mayor puntaje está la de primera vez con un 49%.

Pregunta N° 2 ¿Por qué medio conoció de la Hostería San Carlos?

Tabla N° 21
Pregunta N°2

Datos	Muestra	Porcentaje
Correo	17	6%
Radio	31	11%
Amigos o Colegas	153	54%
Redes Sociales	84	29%
Total	285	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

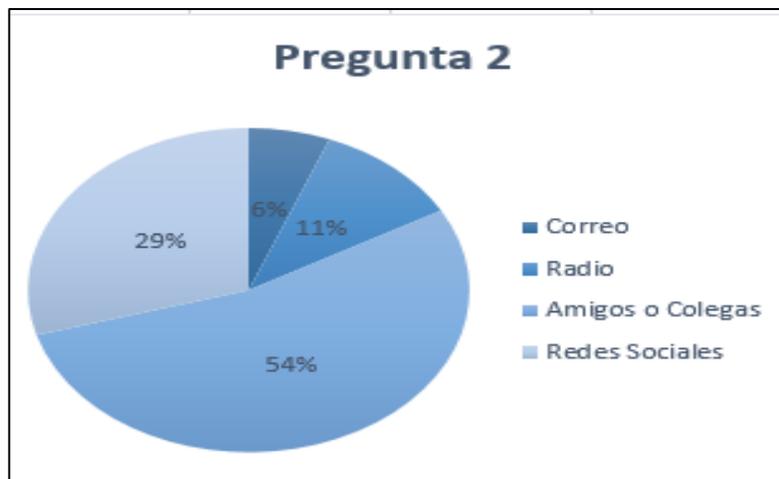


Figura N° 8
Pregunta N° 2

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Existen diferentes tipos de medios en las que se puede conocer Tababela en la que con un 54% sostiene las redes sociales siendo esto un punto sobresaliente para conocer el lugar.

Pregunta N° 3 ¿Cómo califica la atención al cliente?

Tabla N° 22
Pregunta N°3

Datos	Muestra	Porcentaje
Excelente	92	27%
Buena	176	53%
Regular	43	13%
Mala	24	7%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

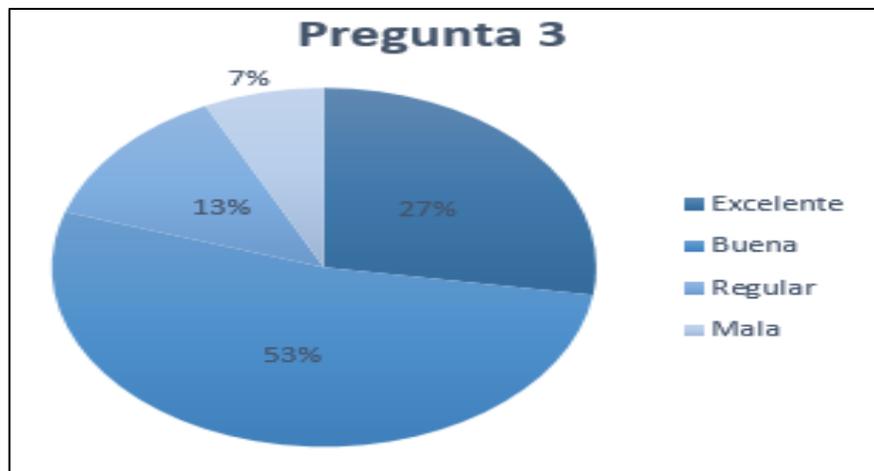


Figura N° 9
Pregunta N° 3

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

La calidad de atención del cliente es muy indispensable y puede llegar a ser una arma de doble filo porque si la calidad de atención al cliente es alta puede atraer mucho más turistas pero si es mala puede llevar a la quiebra.

Pregunta N° 4 ¿Cómo califica la eficiencia del personal?

Tabla N° 23
Pregunta N°4

Datos	Muestra	Porcentaje
Excelente	101	30%
Buena	176	53%
Regular	33	10%
Mala	25	7%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

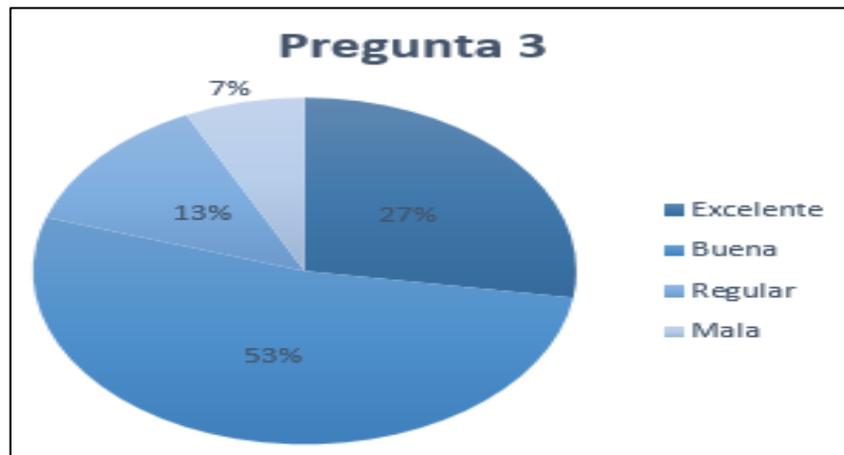


Figura N° 10
Pregunta N° 4
Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

La calificación del personal se segmenta en 4 opciones excelente, buena, regular y media en la que lidera el porcentaje de 53% como buena.

Pregunta N° 5 ¿Cómo califica la limpieza de las instalaciones?

Tabla N° 24
Pregunta N°5

Datos	Muestra	Porcentaje
Excelente	88	26%
Buena	179	53%
Regular	47	14%
Mala	21	6%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

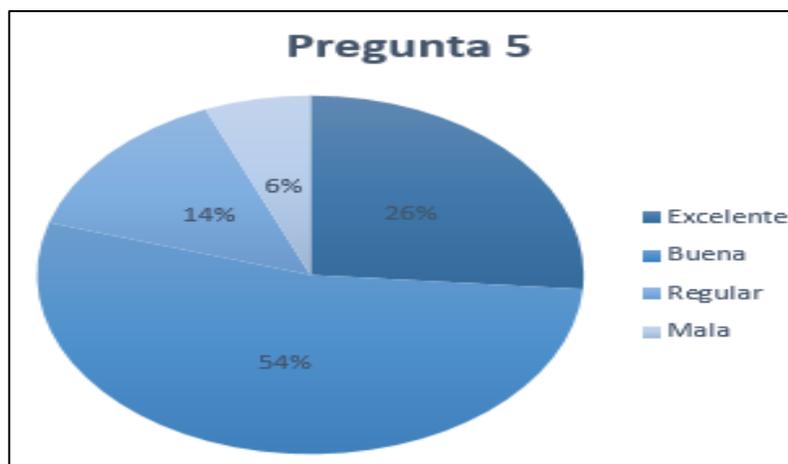


Figura N° 11
Pregunta N° 5

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

La limpieza de las localidades son indispensables para el servicio al cliente y en esta tabulación como resultado da un buena teniendo un 53% en limpieza del establecimiento.

**Pregunta N° 6 ¿Por qué medio Ud. se informa de los precios y ofertas que tiene la
hostería San Carlos?**

Tabla N° 25
Pregunta N°6

Datos	Muestra	Porcentaje
Correo	56	17%
Radio	39	12%
Redes Sociales	185	55%
Teléfono	55	16%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

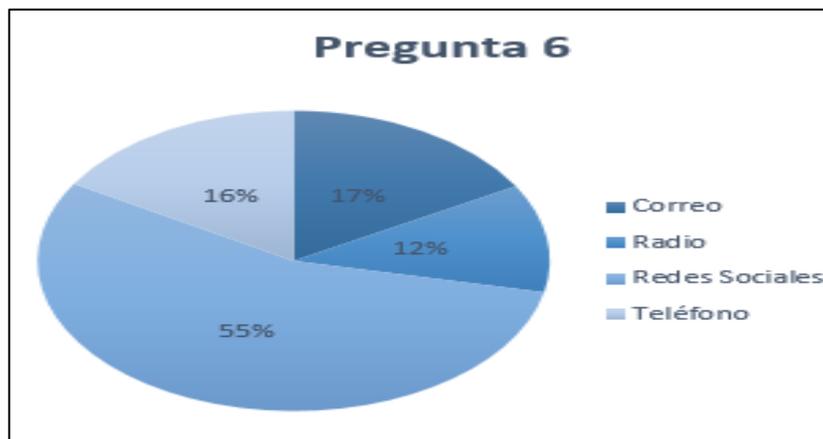


Figura N° 12
Pregunta N° 6

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis

En la actualidad es mucho más factible revisar precios y comodidad de las necesidades del cliente en el cual en este gráfico advierte que el 55% se informó por redes sociales.

Pregunta N° 7: ¿Cuánto tuvo que esperar aproximadamente para ser atendido?

Tabla N° 26
Pregunta N°7

Datos	Muestra	Porcentaje
Inmediata	91	27%
3 a 5 min	141	42%
5 a 10 min	68	20%
10 min o mas	35	10%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

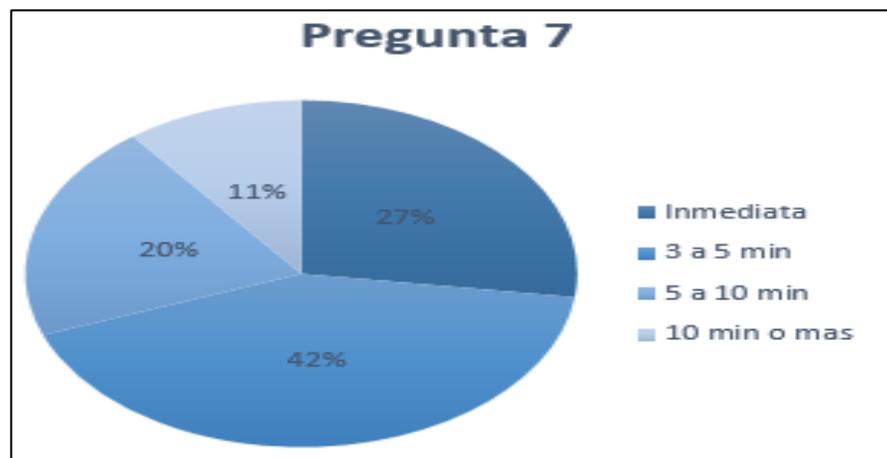


Figura N° 13
Pregunta N° 7

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

En este gráfico se tabula la atención al cliente en el que se puede observar que el 42% que es la más alta fue entre 3 a 5 minutos, con esto se puede denominar que es al instante y que es muy buena.

Pregunta N° 8 ¿Conoce todo lo que ofrece la hostería San Carlos?

Tabla N° 27
Pregunta N°8

Datos	Muestra	Porcentaje
Si	181	54%
No	154	46%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

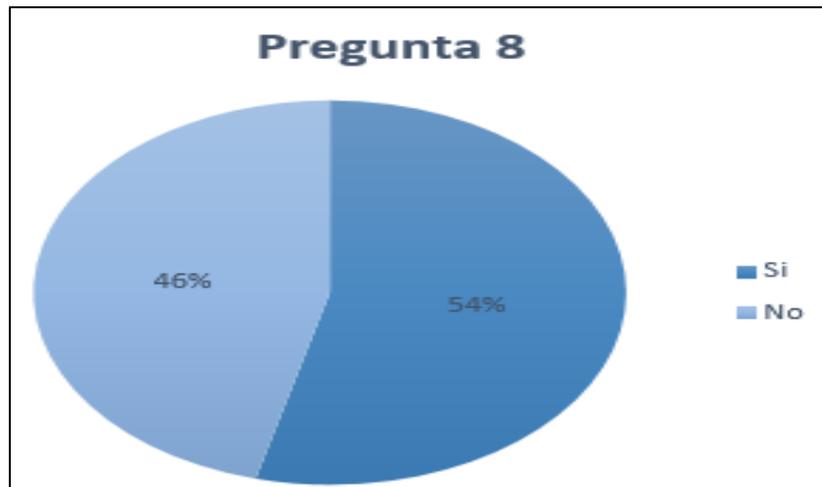


Figura N° 14
Pregunta N° 8

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis

Los servicios hoteleros son un punto importante al momento de solicitar una reserva y en la hostería existe un 54% de servicios que ofrece este establecimiento.

Pregunta N° 9 ¿Cuál es su recomendación para mejorar el servicio?

Tabla N° 28
Pregunta N° 9

Datos	Muestra	Porcentaje
Positivo	154	46%
Negativo	181	54%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

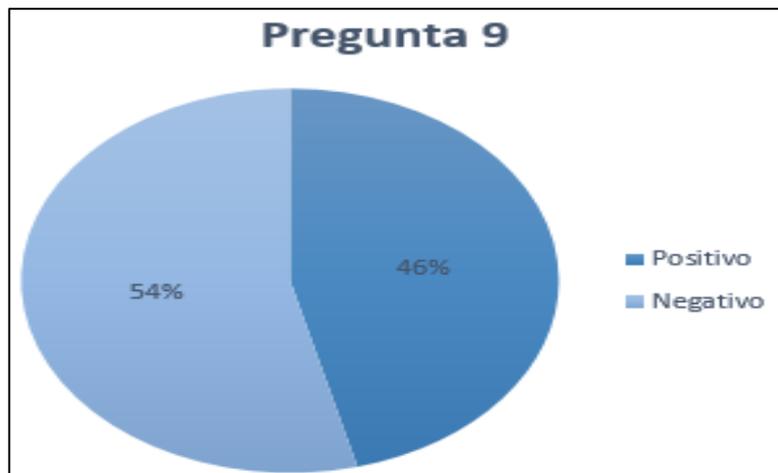


Figura N° 15
Pregunta N° 9

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

Como recomendaciones del cliente hacia la hostería existe un 46 % que dice ser positivo para la misma.

**Pregunta N° 10 ¿Cree usted que para brindar un mejor servicio en la
Hostería San Carlos sea falta de talento humano?**

Tabla N° 29
Pregunta N° 10

Datos	Muestra	Porcentaje
Si	179	53%
No	156	47%
Total	335	100%

Elaborado por: Mishell Pérez

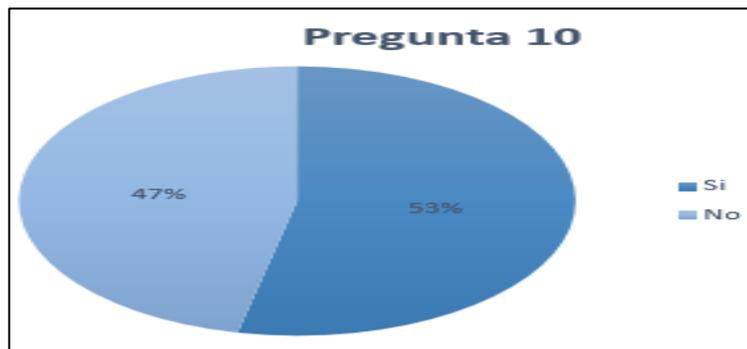


Figura N° 16
Pregunta N° 10

Elaborado por: Mishell Pérez

Análisis:

El servicio al cliente es un factor importante para el crecimiento de la hostería y como talento humano piensan que se radica en un 53% con esto se efectúa un cambio notorio para el desarrollo del servicio.

5.02. Descripción de la herramienta o metodología que se propone como solución

Después de haber observado las actitudes que tiene el talento humano hacia los turistas y la desconformidad que tienen, se llegó a la conclusión de realizar un manual de atención al cliente que será entregado a todo el personal que trabaja dentro de la empresa tanto personal administrativo como personal polifuncional para obtener mayor cantidad de clientes y lograr que la hostería sea un lugar de relajación y esparcimiento

Elaboración del manual

- **Portada y Contraportada:** Se realizará en madera corte laser
- **Grosor de madera.** 3mm
- **Páginas:** Se utilizará papel Cauché de 150gr.
- **Medida:** 15 cm de ancho y 15 cm de largo
- **Hojas:** 17

Características del Manual

- Se utilizará colores corporativos (Blanco y Negro)
- Imágenes Full Color
- Se realizará una modificación del Logo con la respectiva autorización
- El manual se utilizará la metodología de infografías que será de mayor atracción para el talento humano.
- Lenguaje claro y específico.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL
HOSTERIA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA
PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL
TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

Duración de la capacitación 40 horas

Noviembre 06

Tema: Calidad al cliente

Duración: 10 horas

Contenido:

- Concepto
- Características
- Estrategias

Noviembre 07

Tema: Clientes

Duración: 10 horas.

Contenido:

- Concepto
- Importancia
- Principios

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN
CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL
FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

-
- Clases de clientes
 - Como entender las necesidades del cliente
 - Manejo eficaz de las quejas

Noviembre 08

Tema: Liderazgo para la calidad

Duración: 10 horas

Contenido:

- Concepto
- Aplicación para conseguir la calidad total
- Planificación estratégica
- Desarrollo estratégico

Noviembre 09

Tema: Evaluación Final

Duración: 10 horas

Contenido:

- Dramatización de lo aprendido
- Evaluación final

5.03. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.

MISIÓN

Capacitar a todo el talento humano de la Hostería San Carlos ubicada en la parroquia de Tababela para brindar un mejor servicio a los turistas Nacionales y Extranjeros que visiten el lugar.

VISIÓN

Brindar al huésped nacional o extranjero una atención al cliente de calidad para ser reconocidos en las agencias de viajes nacionales e internacionales para abrir un campo más para la visita de nuestro país.

OBJETIVOS

- Impartir capacitaciones al personal
- Recibir información de capacitación atención al cliente
- Mejorar la atención al cliente con recursos económico interés de los propietarios
- Conocer el nivel de atención al cliente que ofrece el personal
- Satisfacer a los huéspedes con una mejor atención al cliente

ESTRATEGIAS

- El avance de la tecnología nos ayuda a tener una capacitación favorable para conseguir el apoyo de los propietarios.
- Con los avances tecnológicos podemos buscar nuevos métodos para satisfacer las necesidades del Talento humano.
- Junto al apoyo de los propietarios conseguir el reconocimiento de las autoridades.
- Incrementar el interés del talento humano mediante dinámicas novedades para conseguir el apoyo neto de las autoridades.

CAPÍTULO VI

6.00 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Recurso Económico:

El recurso Humano utilizado es de \$411

Recurso Tecnológico:

- Celular
- Cámara fotográfica
- Filmadora
- Impresora
- Computadora

Talento Humano:

- Mishell Pérez (Investigador y Capacitador)
- Ing., Patricio Acuña (Tutor)
- Ing. Mónica Herrera (Lector)
- Sebastián Salvador (Propietario)
- Amparo Subidia (Administradora)
- Andrés Castañeda (Diseñador y Fotógrafo)

Recurso Material:

- Fotocopias
- Empastado
- Cd Proyecto
- Esferos
- Hojas de papel bond
- Hojas a cuadros
- Impresiones
- Papel Cauché
- Tijeras

Recurso Tiempo:

- Tiene una duración de 9 meses
- Planteamiento del tema febrero 2017
- Elaboración del Proyecto desde Marzo 2017 hasta Octubre 2017

Recurso Viáticos

- Alimentación
- Transporte
- Saldo

6.02 Presupuesto

Tabla N° 30
Presupuesto de Aplicación de la Propuesta

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. Total
Diseño del Manual	1	\$40	\$40.00
Impresión del Manual	6 (17 pág.)	\$ 1.50 x pág.	\$25.50
Capacitadores	2	\$50	\$100.00
Fotógrafo	1	\$50	\$50.00
Viáticos			\$ 30,00
Total			\$ 245.50

Elaborador por: Mishell Pérez

Análisis:

En la siguiente tabla observamos todos los gastos que vamos a realizar para que este manual sea posible realizarlo con costos reales para ver un total de \$ 245.00.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

Tabla N° 31
Presupuesto de la elaboración del trabajo de titulación

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. Total
Impresión del Manual	4 (17 pág.)	\$ 1.50 x pág.	\$25.50
Capacitador	1	\$ 25	\$25.00
Impresiones (Adelanto T.T)	40 hojas	\$ 0.10	\$ 4.00
Impresiones (Encuestas)	150	\$ 0.05	\$7.50
CD Trabajo de Titulación	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Espiralados	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Empastado	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Impresión (empastado y Espiralados)	3		\$ 36,00
Viáticos			\$ 50,00
Total			\$ 175.00

Elaborador por: Mishell Pérez

Análisis:

La siguiente tabla nos indica todos los gastos que se fueron realizando a medida que se fue avanzando con la realización del proyecto de titulación que lanza un gasto total de \$175.00.

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

CAPÍTULO VII

7.00 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

El Trabajo de Titulación fue una herramienta incondicional en este último semestre porque aquí nos damos cuenta el profesionalismo que tenemos para resolver situaciones que se van presentando en el transcurso del camino, también nos ayudó a conocer más de nosotros mismo y ver hasta qué punto podemos llegar al momento de tener un objetivo claro.

La elaboración del manual ayuda al talento humano a desenvolverse con mayor facilidad al momento de atender al cliente y cumpliendo todas las necesidades del mismo.

Para saber que tan útil iba ser el manual en la hostería realizamos encuestas a los turistas que visitan los cuales se sentían un poco inconformes con la atención prestada, con ayuda de este manual se puede dar pautas y un mejor enfoque a la prestación de servicios y como ayudará en el aspecto económico.

Para plasmar la propuesta fueron muy útiles todos los conocimientos adquiridos durante los seis semestres que cada uno del personal educativo nos impartió para lograr nuestro objetivo final.

7.02 Recomendaciones

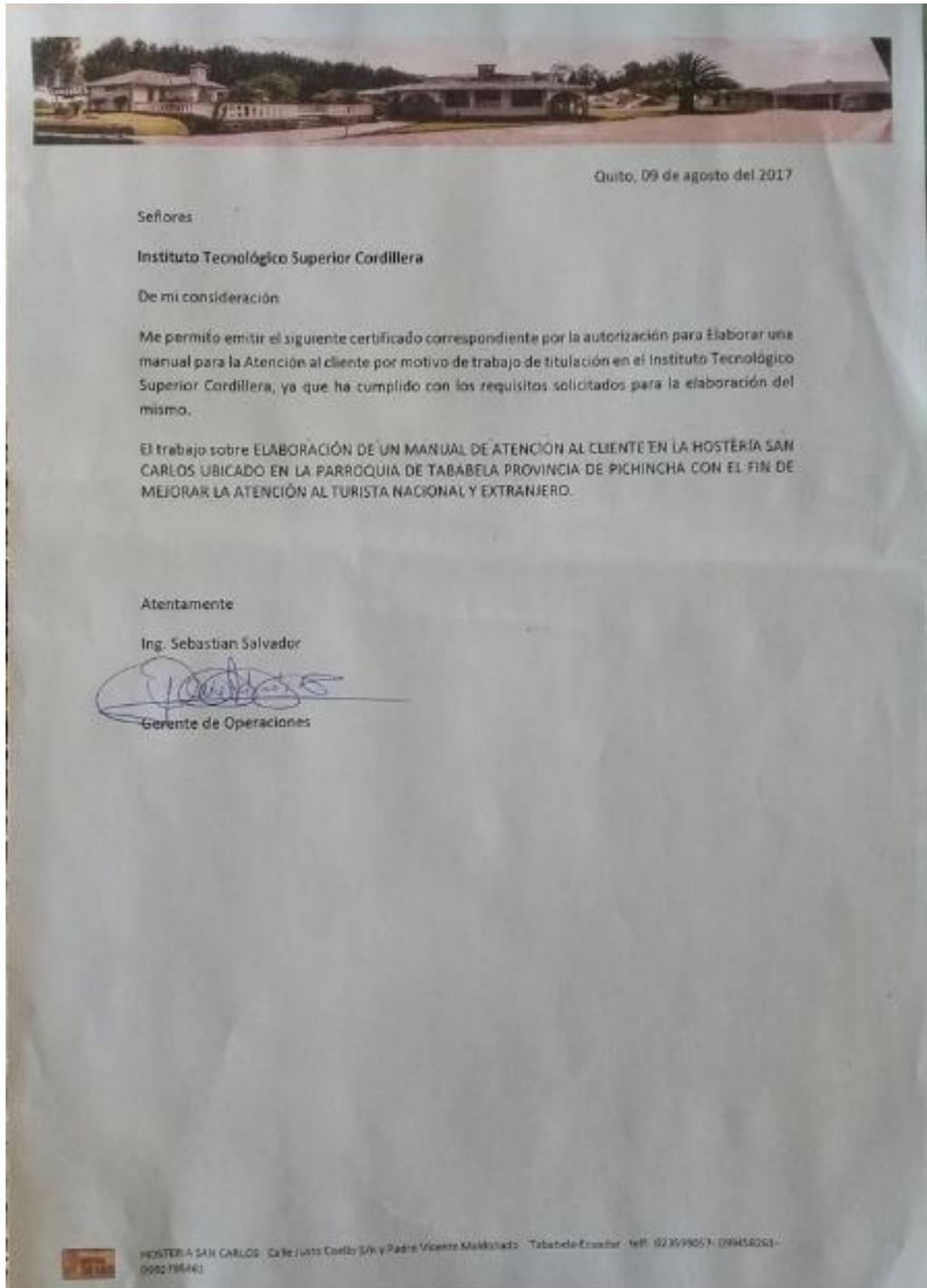
Para continuar con la mejora en la atención al cliente se recomienda seguir con capacitaciones anuales que serán de ayuda para lograr que la hostería sea reconocida en la actividad hotelera.

El personal administrativo debe trabajar junto al talento humano para mejorar la atención ya que ellos deben realizar evaluaciones constantes del trabajo de cada persona que labora ahí.

Los propietarios de la hostería deben prestar mucha atención a las actitudes del personal porque si el personal se siente capaz de realizar alguna actividad va transmitir al cliente nacional y extranjero un nivel de calidez que cada turista busca al momento de salir de su lugar de confort.

7.03 Anexos

7.03.01 Carta de Auspicio



ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

7.03.02 Formato encuestas

Escuela de Administración Turística y Hotelera del Instituto Tecnológico Superior Cordillera

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la calidad de atención al cliente que brinda la Hostería San Carlos

Lea con atención cada una de las preguntas y responda con la mayor sinceridad posible, ya que de esta encuesta depende el éxito de la investigación.

Genero

Masculino Femenino

Edad

18-28 29-38 39-48 49-58 59-68

Ocupación _____

1. ¿Con que frecuencia visita la Hostería San Carlos?

Con frecuencia Ocasional Primera vez

2. ¿A través de que medio conoció sobre la Hostería San Carlos?

Correo Radio Amigos o Colegas Redes sociales

3. ¿Cómo califica la atención al cliente?

Excelente Buena Regular Mala

4. ¿Cómo califica la eficiencia del personal?

Excelente Buena Regular Mala

5. ¿Cómo califica la limpieza de las instalaciones?

Excelente Buena Regular Mala

6. ¿Por qué medio Ud. se informa de los precios y ofertas que tiene la hostería San Carlos?

Correo Redes sociales Teléfono

7. ¿Cuánto tuvo que esperar aproximadamente para ser atendido?

Inmediatamente 3 a 5 min 5 a 10 min 10 min o más

8. ¿Conoce todo lo que ofrece la hostería San Carlos?

Sí No

9. ¿Cuál es su recomendación para mejorar el servicio?

10. ¿Cree usted que para brindar un mejor servicio en la Hostería San Carlos sea falta de talento humano?

Sí No

7.03.03 Proformas

punt print RUC: 1720271475001
Dir.: America N23 - 21 Antonio Marchena
Telf.: 5110 869 / 0999683314

RECIBO
2648

Nombre: Mishell Pérez Fecha: 8-AGO-2017
Email: puntoprint_uce@hotmail.com

Cantidad	TRABAJO	VALOR
	PROFORMA	
1	Roll up	50,00
100	Cartapas Pesa	12,00
	Impresión Tesis 0,30	36,00
1	Empastado	10,00
2	Espirales	3,00
16	Impresión Cache 115g	64,00
2	Impresión Cache 300g	2,00
1	CD + imp + grab	1,50
10	memi triptico	8,00
	Sub. Total	
	I.V.A.	
	TOTAL	

Nota: Al inicio del trabajo es el 20% de anticipo
TODOS los valores están incluido IVA para la factura.

Figura N° 17
Proforma N° 1
Elaborado por: Mishell Pérez

IMPRESIÓN 1440 AMIMAKI - 720 DPI
CENTRO DE IMPRESIÓN
GIGANTOGRAFÍAS - VINIL - MICROPERFORADO
BANNER - ROLL UP - CARTELES ESTUDIANTILES

RECIBO DE COBRO

Dirección: Av. América N23-32 entre Mercadillo y Marchena
E-mail: fullcopy2012@gmail.com - Telf: 2527 532 / 0992485693 / 0987439584
Quito - Ecuador

Fecha:

Cliente:

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	1 Roll up	50,00
1	Impresión papel couche	2,50
	Empastado tesis	10,00
	Impresión CD	2,50
	Impresión papel couche 15x15	1,50 c/u
	TOTAL	

Au = 0,35 c/u B/o 903
OBSERVACIONES: Semibloque 0,20 c/u
Anillados \$2

AUTORIZADO POR

Figura N° 18
Proforma N° 2
Elaborado por: Mishell Pérez

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

7.03.04 Facturas

MultiCopias **ORDEN DE TRABAJO**

COPIAS - IMPRESIONES - EMPASTADOS
Av. América N22-148 y R. Dávalos - Edif. Saá
Telf. Movis: 0987799770 / Claro: 0969113822
mc_multicopias@hotmail.com

Oficina 106

Señor (es): Mishel Pérez

Fecha: 08-08-2017 Telf: _____

Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Empastado.	6	6.00
2	Espeñados.	1	2.00
360	Impresiones laser.	0.15	54.00
2	0.15 Sobres.	2.25	4.50
1	Imp. M.A3	2.50	2.50
1	Imp. Cuiche.	0.30	
ABONO: _____			
SALDO: _____			
FECHA DE ENTREGA: _____			
OBSERVACIONES: Nuestros precios NO incluyen IVA			

Figura N° 19
Factura N° 1
Elaborado por: Mishell Pérez

7.03.06 Manual de Atención al Cliente

Portada



Figura N° 20
Portada
Elaborado por: Mishell Pérez

Contraportada



Figura N° 21
Factura N° 1
Elaborado por: Mishell Pérez

7.03.07 Fotografías de la Hostería San Carlos



Figura N° 22
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez



Figura N° 23
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.



Figura N° 24
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez



Figura N° 25
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez



Imagen N° 26
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez



Imagen N° 27
Hostería San Carlos
Elaborado por: Mishell Pérez

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

7.03.08 Revisión URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Trabajo-de-Titulacion-MAPM.FINALdocx..pdf (D30320808)
Submitted: 2017-08-31 21:06:00
Submitted By: mishelaleja95@hotmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

TESIS OSCAR TINOCO MUÑOZ.docx (D13351474)
Tesis Litsy Anchundia Alay.docx (D15037620)
Manual de mejoras para los servicios hoteleros..docx (D9266097)
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/2485/MKT-16-17-1718450305.pdf?sequence=1>
<http://gestiondeltalentohumanouny.blogspot.com/2015/03/gestion-del-talento-humano.html>
<https://www.auditool.org/blog/control-interno/824-eficacia-y-eficiencia>

Instances where selected sources appear:

15

7.04 Bibliografías:

Alaba Amnabelli (2013) Programa de capacitación dirigido a la unión de asociaciones de prestadores de servicios turísticos del cantón playas provincia del Guayas. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/689/1/85.-ALAVA%20ALAREZ%20AMNABELLI.pdf>

Carrasco Nancy (2010) Evaluar la atención al cliente en la hostería KAREN ESTEFANIA en la ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo

Criollo Silvia & Elisa María (2008) Plan estratégico de marketing para el hotel caída del sol para fidelizar la cartera de clientes e incrementar la cuota de participación en el mercado de la Ciudad de Quito.

Departamento de Estudios y Estadísticas (Enero 2001) Matriz de Marco Lógico. Obtenido de http://docencia.unet.edu.ve/Coordinaciones/SComunitario/archivos/Matriz_de_Marco_Logico.pdf

Estrada Vera Williams (2007) Servicio y atención al cliente.

León Fran (2015) Obtenido de <https://www.merca20.com/author/fran-leon-ale/>

Ley de Turismo (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Moreno Eliseo (2013) ¿QUE ES LA POBLACIÓN EN UNA INVESTIGACIÓN? Obtenido de Tamayo (2012) <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

Quisiguiña Carlos (2016) Evolución y perspectivas del sector hotelero Ecuatoriano. Obtenido de <http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/05/25/Evoluci%C3%B3n-y-Perspectivas-del-sector-Hotelero-Ecuatoriano-1>

Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Reglamento General de Actividades Turísticas (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf>

Reglamento General de la Ley de Turismo (2015). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HOSTERÍA SAN CARLOS UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO.

- Reglamento Interno de RVT (2011). Obtenido de http://www.rvtecuador.ec/transparencia/2015/a3/Reglamento_interno.pdf
- Roura Willebaldo (2011) Eficacia y eficiencia. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/824-eficacia-y-eficiencia>
- Tesis de Investigador (2011) Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Tschohl John (2008) Servicio al cliente. Obtenido de <http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>
- Sandoval Cynthia (2011) DEFINICION DE HOTELERIA. Obtenido de <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>
- Sativan (2012) CONCEPTOS DE AUTORES SOBRE SERVICIO AL CLIENTE. Obtenido de (Damaso J 1987) <http://servicioalclienteblogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>
- Sevilla Julio (2015) Describir la forma como se redacta y plantea un problema. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos100/problema-en-investigacion/problema-en-investigacion.shtml#ixzz4qvPyJxYc>
- Universidad de Yacambu (2015) Gestión del Talento Humano. Obtenido de
- Xie Qian, Zhou Li y Yizhou Zhou (NC 3000: 2007). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/406/Definicion%20de%20los%20terminos%20capacitacion%20y%20desarrollo.htm>