



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE: TECNOLOGA EN ADMINISTRACION TURÍSTICA Y HOTELERA.

TÍTULO DEL PROYECTO.

ATENCIÓN AL CLIENTE.SISTEMA DE CAPACITACION EN GESTION A LA ATENCION AL
CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN
CARCHI.

Autor(a): ANDREA PINTADO C.

Asesor(a): FRIKTZIA MENDOZA J.

Quito,...14.....DE...10.....DE 2013.....

Lugar y Fecha.

ATENCIÓN AL CLIENTE.SISTEMA DE CAPACITACIÓN EN GESTIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE
HOSPEDAJE EN LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN CARCHI.



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y 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.

Andrea Amparo Pintado Condoy

CC 1724593270



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Andrea Amparo Pintado Condoy alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

Andrea Amparo Pintado Condoy

CC 1724593270



AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios y a mi familia quienes fueron el motor principal para el desarrollo del proyecto de investigación.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera quien día a día me enseñó que tan importante es formarse como una dama con los valores que supieron inculcarme diariamente con su enseñanza.

A quienes estuvieron involucrados en todo el proceso de desarrollo del proyecto investigativo.



DEDICATORIA

El siguiente proyecto va dedicado a mis padres y todos los maestros quienes
supieron enseñarme día a día en el transcurso de mi etapa estudiantil.

Al establecimiento donde forje mis estudios.

A todas las personas que tengan el interés de aprender más de este tema que es
de gran importancia.

INDICE GENERAL

	Páginas
• Declaración de Aprobación Tutor y Lector.....	iii
• Declaración de Autoría del Estudiante.....	iv
• Declaración de Cesión de Derechos a la Institución.....	v
• Agradecimiento.....	vi
• Dedicatoria.....	vii
• Índice General.....	viii
• Índice de Tablas.....	ix
• Índice de Figuras.....	x
• Resumen.....	xi
• Abstract.....	xii
• Capítulo I	
1. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Contexto.	
1.2.1 Reseña Histórica del Carchi.....	5
1.2.2 Ubicación.....	9
1.2.3 Hacienda La Primavera.....	14
1.3 Justificación.....	15
1.4 Definición del Problema.....	16

- **Capítulo II**

2. Análisis de Involucrados.

2.1 Mapeo de Análisis de Involucrados.....17

2.2 Matriz de Análisis de Involucrados.....19

- **Capítulo III**

3. Problemas y Objetivos.

3.1 Árbol de Problemas.....20

3.2 Árbol de Objetivos.....21

- **Capítulo IV**

4. Análisis de Alternativa.

4.1 Matriz de Análisis de Alternativas.....22

4.2 Diagrama de Estrategias.....24

4.3 Matriz de Marco Lógico.....25

- **Capítulo V**

5. Propuesta.

5.1 Antecedentes.....26

5.1.1 Evolución de la atención al cliente.....26

5.1.2 Que es un cliente.....27

5.1.3 Atención al cliente.....29

5.1.4 Atención al cliente de calidad.....30

5.1.5 Psicología de la atención.....31

5.1.6 Tipos de atención.....31

5.1.7 Modelo de proceso de satisfacción del cliente.....	32
5.2 Descripción de la herramienta.	
5.2.1 Contenido de la guía didáctica.....	34
5.2.2 Modelo de la encuesta.....	36
5.2.3 Investigación de mercados (tabulación).....	37
5.3 Formulación.....	46
5.3.1 Convenios.....	46
• Capítulo VI	
6. Aspectos Administrativos.	
6.1 Recursos.....	47
6.2 Presupuestos.....	48
6.3 Cronograma.....	49
• Capítulo VII	
7. Conclusiones y Recomendaciones.	
7.1 Conclusiones.....	50
7.2 Recomendaciones.....	51
• Anexos.....	52
• Bibliografía.....	54

INDICE DE TABLAS

	Páginas
• Tabla No 1	
Matriz de Análisis de Involucrados.....	20
• Tabla No 2	
Matriz de Análisis de Alternativas.....	23
• Tabla No 3	
Matriz de Marco Lógico.....	26
• Tabla No 4	
Recursos.....	49
• Tabla No 5	
Presupuesto.....	50
• Tabla No 6	
Cronograma.....	51

INDICE DE FIGURAS

	Páginas
• Figura No 1	
Mapeo de Involucrados.....	18
• Figura No 2	
Árbol de Problemas.....	21
• Figura No 3	
Árbol de Objetivos.....	22
• Figura No 4	
Diagrama de Estrategias.....	25
• Figura No 5	
Modelo del Proceso de Satisfacción al Cliente.....	34

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación titulada “Atención al cliente. Sistema de capacitación en gestión a la atención al cliente en establecimientos de hospedaje en la Hacienda La Primavera en Carchi”. La presente investigación abarca siete capítulos en los cuales se desarrollara detenidamente cada proceso con el fin de llegar a observar los problemas que se están suscitando en este establecimiento de hospedaje como lo es en “La Hacienda la Primavera en Carchi”, enfocándose en las exigencias y cuestionamientos de los clientes de hoy en día para así satisfacer la necesidad del cliente. Para dar solución al problema se pretende en diseñar una guía didáctica que contendrá lo necesario, corto e útil para el personal para despejar cualquier duda del mismo. Buscando así lograr los objetivos planteados que es una excelente atención al cliente y dando al establecimiento aún más el reconocimiento y más afluencia de clientes.



ABSTRACT

The research entitled “Customer. System management training to customer service lodging establishments in the Hacienda La Primavera in Carchi”. This research covers seven chapters in which each process is carefully developed in order to get to see the problems being raised at this as it is hosting “The Spring in Carchi Finance”, focusing on the requirements and customer question today in order to satisfy customer needs. To solve the problem it is intended to design a tutorial that will contain the necessary short and useful for staff to clear any doubt of it. Looking will achieve the objectives it an excellent customer service and giving the establishment even more recognition and more customer traffic.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

La razón de la investigación sobre este tema es que a lo largo del desarrollo transmite el interés por aprender para toda la comunidad y la gran importancia del tema. Saber cuáles son las causas que provocan el no brindar un buen servicio de atención al cliente y los riesgos en general que conllevan al no generarlo. Desde el momento que se realizó la recopilación de datos de la investigación resaltaron varios temas de gran importancia y que al mismo tiempo dan mucha impresión.

A lo largo de la investigación se pudo observar puntos y métodos importantes que hoy en día se están generando para implementarlos en el personal de un establecimiento de servicio. Ya que en la actualidad la sociedad es más exigente al momento de solicitar un servicio de atención y más aun con la gran competencia que rodea a cualquier establecimiento, dando un motivo más para tener una visión a la excelencia.

1.1Antecedentes

- **Tema:** Aplicación de la Técnica de Auditoria al cliente y propuesta de la mejora de servicios en la hostería.

Autor: Pablo Cruz Molina

Año: 2007

Conclusión: Utilización de herramientas en la atención al cliente, con criterios basados en lo real y técnico tomando en cuenta fortalezas y debilidades.

El buen servicio se basa en emplear todas las técnicas de atención de parte del personal.

El utilizar estas herramientas de atención al cliente servirá para emplear en el desempeño del personal y que las pongan en práctica.

Mediante lo cual los resultados se ven reflejados en la práctica diaria al momento de dar el servicio de atención al cliente.

Empresas de alojamiento utilizan herramientas que sean útiles y factibles para emplearlas en el personal que labora en servicio de atención al cliente.

- **Tema:** Evaluación de la calidad del servicio turístico en las empresas de alojamiento

Autor: Oscar Felipe Martínez Salgado

Año: 2009

Conclusión: Este libro contiene todo un proceso sistemático se basa en evaluación para lograr una buena atención al cliente, detallando así cada área que posee un establecimiento de alojamiento, evaluando al personal con un seguimiento diario para poder observar cuales son las técnicas que se deben cambiar o mejorar, para el excelente rendimiento del personal y así tener un cliente satisfecho.

De este libro se empleara cuáles son los elementos fundamentales de la evaluación de una entidad turística y cuál es el proceso que se emplea en cada una de las áreas de un establecimiento de hospedaje.

- **Tema:** Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias.

Autor: Ideas Propias Editorial, Vigo.

Año: 2007

Conclusión: En el mundo tiene mucho que ver lo que es el ambiente competitivo de una empresa, ya que casi siempre está sujeta a crecientes presiones de la oferta y la demanda. La buena atención al cliente está conformada por todas las acciones que efectúa la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de los clientes.

La empresa de alojamiento tiene en su poder la decisión de efectuar una buena atención al cliente, de ella depende sacar adelante a la empresa. De este libro serán útiles las estrategias para el buen desempeño de la atención al cliente.

- **Tema:** Servicio al cliente: imagen del establecimiento gastronómico.

Autor: Luz Angélica Patiño Díaz Granados.

Año: 2009

Conclusión: Una de las áreas importantes que posee un establecimiento de hospedaje es sin duda el área gastronómica y también depende mucho de ella la buena imagen del hotel.

De este libro se empleara el fisiograma de la imagen de un establecimiento y como se lleva a cabo el proceso de atención al cliente.

El área gastronómica es indispensable para un buen servicio ya que de esta también depende que un cliente quede totalmente satisfecho, empleando así normas estrictas de higiene alimentaria y manipulación de alimentos para un buen funcionamiento del área.

- **Tema:** Gestión de la Atención al cliente.

Autor: Andrew Brown

Año: 1992

Conclusión: La excelencia del servicio se basa en la correcta gestión de la atención al cliente. La información de este libro ayudara a enlazar a los grupos que comprenden servidores del servicio, ya que estas soluciones proporcionaran resultados rápidos e instantáneos. La decisión que toman los clientes está relacionada en la forma de cómo se los trata. Llegando así a observar mediante la gestión cuales son las necesidades del cliente.

1.2 Contexto

1.2.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL CARCHI

Los territorios de esta provincia del Carchi estuvieron poblados en época prehispánica por comunidades indígenas a las que los incas llamaron con el nombre de Quillasingas -palabra de origen quichua que quiere decir “Oro en la Nariz”- con la que se designa a quienes a modo de adorno llevan colgado de la nariz un pendiente en forma de media luna. Por otro lado, se afirma que el pueblo carchense proviene de cuatro culturas: Cayapas, de la región de Esmeraldas; Pastos y Quillasingas, del sur de Colombia, y caribes provenientes de la Amazonía. Los territorios de esta provincia del Carchi estuvieron poblados en época prehispánica por comunidades indígenas a las que los incas llamaron con el nombre de Quillasingas -palabra de origen quichua que quiere decir “Oro en la Nariz”- con la que se designa a quienes -a modo de adorno- llevan colgado de la nariz un pendiente en forma de media luna. Por otro lado, se afirma que el pueblo carchense proviene de cuatro culturas: Cayapas, de la región de Esmeraldas; Pastos y Quillasingas, del sur de Colombia, y caribes provenientes de la Amazonía.

El 14 de abril de 1814, en las inmediaciones de la población de Puntal (hoy Bolívar) el capitán español Pedro Galup ordenó el fusilamiento de los patriotas Esteban y Antonio Baca, Alejandro Ruano, Cecilio Arciniegas, Leandro

Campiño, José María Pava y otros más, por haber sido descubiertos en actividades independentistas.

En los primeros años de la República estos territorios integraron el cantón Tulcán, como parte de la provincia de Imbabura hasta el 19 de noviembre de 1880 cuando el General Ignacio de Veintemilla decretó su provincialización con el nombre de provincia de Veintemilla. En 1884, la Ley de División Territorial del 23 de abril de 1884, expedida durante el gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño, le dio el nombre de su río principal es decir el río Carchi.

Isaac Acosta

Etimológicamente, según Isaac Acosta, la palabra Carchi proviene del idioma chaima caribe y quiere decir "al otro lado".

Desde siempre su gente luchadora se ha visto influenciada por sus antepasados, los Pastos Quillasingas, una etnia que se extendió entre el norte del valle del Chota y el sur de Pasto, quienes a su vez fueron el soporte de la raza Mayoide; claramente notorio en los dibujos inspirados en la serpiente plumada, símbolo del origen del mundo y el lazo de unión entre el cielo y la tierra. Constructores ancestrales, prueba de ello la forma cónica de sus bohíos.

La presencia del hombre, que el futuro será el carchense, la encontramos desde el período del Paleo indio, pasando por el Formativo, el de desarrollo regional y el de integración con una antigüedad aproximada entre los diez mil años A.C.

hasta los 1534 cuando su desarrollo es interrumpido por la presencia de los españoles, comenzando otro período sustancialmente. Inicialmente los habitantes de estos territorios procedían de la raza Caribe, concretamente de la familia de los Chaimas, según el historiador González Suárez. El pasto, idioma andino derivado del Barbacoa, del tronco lingüístico Chibcha, era la lengua de estos pueblos. (Gonzales Suarez). Los registros de la etapa precolombina dan cuenta de tres segmentos etno demográficos en su composición: Mira - Puntal - Tusa, Huaca - Chuquín - Pun y Tulcán - Taques; autónomamente confederados

Mira.- En la invasión de los cuzqueños lucharon confederadamente con los Cayambis y Caranquis hasta ser diezmados en la batalla de Yahuarcocha, la que permitió el avance de HuaynaCápac hasta el río Angasmayo (Carchi), el cual fijó como límite de su imperio, quedando de esta manera dividida de esta manera la zona de los pastos en dos regiones; la del sur que corresponde a nuestro territorio, incorporada al Tahuantinsuyo y hacia el norte lo que actualmente es Colombia. Situación al momento de la presencia de los españoles.

Período Colonial

Tiene su punto de partida en los señoríos Pasto (formación político administrativa) y sus principales llactos (jefes): Taques, Tulcanazas, Tusa, Puntales, y muchos más que mantuvieron su dominio jerárquico hasta las

primeras décadas del siglo dieciocho, gozando de preponderancia y prestigio ante los poderes de España

En este periodo el indígena García Tulcanaza, reconocido por la corona como Gobernador con iguales derechos que ellos, juega un rol protagónico en su área de influencia e incluso más allá, produciendo cambios sustanciales en el conjunto de la población aborígen como la latinización, entendida esta como la incorporación de la lengua española a la propia y la enseñanza de la doctrina católica. A la postre confluiría en la conformación de una nuevo mestizaje étnico cultural con predominio español. Período Republicano los carchenses han participado significativamente y de manera incondicional en la causa de la independencia y de otros procesos de la formación social del país, como en la revolución alfarista, acción en la que se cambiaría significativamente las estructuras del Estado, iniciando un nuevo proceso de la historia. A la participación de este proceso se debe el “bautizo” de Pupos a los carchenses, con el paso del tiempo se lo acepta como sinónimo de sinceridad y valentía.

El 9 de abril de 1851 se crea Tulcán (Carchi actualmente) como cantón de la Provincia de

Imbabura, con las Parroquias de: Tulcán, Huaca, Tusa, Puntal y El Ángel. El 6 de noviembre de 1880 el Congreso reunido en Quito elevó el cantón Tulcán a Provincia, denominándola Veintimilla, agregándole la parroquia de Mira que antes perteneció al cantón Ibarra.

1.2.2 UBICACIÓN

Ecuador situado al noroccidente de América del Sur, que oficialmente fue llamado república del Ecuador.

Tiene una extensión de 283520 km². Su reconocida capital es Quito, está dividida políticamente y administrativamente en nueve regiones y distritos autónomos, posee 24 provincias, 221 cantones, 1500 parroquias.

Posee grandes secciones volcánicas de la Cordillera de los Andes, siendo uno de los más altos del país el Chimborazo con 6310 msnm.

Es el país que posee gran concentración de ríos del mundo, este territorio también incluye a las islas Galápagos con 1000 km al oeste de la región Costa.

Gracias a la campaña desarrollada de Ecuador Ama la Vida se ha podido hacer conocer más sobre los recursos naturales y turísticos del país haciendo concientizar más a la población en cuidar estos recursos que hoy en día son de gran afluencia turística y para economía del país. Ecuador posee cuatro regiones naturales que son:

Región Occidental, Litoral o Costa

Está localizada al oeste de la cordillera de los Andes. Llamada también región ante andina. Bañada por el océano Pacífico y con clima tropical, se extiende desde la línea costanera hasta la vertiente occidental de la cordillera de los Andes. Es caracterizada por poseer manglares, salitrales, también posee una extensa cordillera submarina.

La temperatura que posee como promedio esta región es de 22 Grados centígrados, mucho de sus bosques han sido destruidos, ya sea por mano del hombre como son la actividad agrícola, por esta razón se han perdido varias especies en flora y fauna, pero aún podemos encontrar importantes zonas como bosques secos, bosques lluviosos, bosques fluviales. En la Costa hay una extensa cultivación de productos uno de gran importancia y de exportación es el banano

Región Central o Sierra

Está constituida por el callejón interandino, formada por cordilleras Occidental y Oriental, llamada también Cordillera Real debido a su magnitud latitudinal y a su gran anchura, pertenecientes al sistema montañoso de los Andes.

Esta región posee una variedad de tradiciones, así como de distintos lugares de atracción turística.

Región Amazónica u Oriente

Es la zona más extensa del Ecuador, también llamada trasandina, en esta región se encuentra el volcán Sumaco, encontramos también una variedad de atractivos turísticos como las cuevas de Jumandi, ubicadas cerca de Archidona, la Cueva de los Tayos.

Región Insular o Galápagos

Construida por el archipiélago de Galápagos, contiene 13 islas mayores, que presentan conos coronados por enormes calderas, 17 islotes y decenas de rocas. Su extensión es de unos 8.006 km² y su nombre oficial es archipiélago de Colon denominación que recibió en 1892 al celebrarse el cuarto aniversario del descubrimiento de América.

Es uno de los lugares con mayor afluencia turística, por poseer uno de los paisajes más maravillosos del mundo, por su flora y fauna típica del lugar y con especies en peligro de extinción.

Carchi ubicado al norte del Ecuador, territorios de esta provincia en aquellos tiempos fueron poblados en época prehispánica por comunidades indígenas a las que los incas le dieron como nombre de Quillasingas –vocablo de origen quichua que significa “Oro en la Nariz”- con las cuales designan a personas que adornan o llevan colgado de la nariz un pendiente con forma de media luna. Por otro lado, se afirma que el pueblo carchense viene de cuatro culturas: Cayapas, de la región de Esmeraldas; Pastos y Quillasingas, del sur de Colombia, y caribes vienen de la Amazonía. A principios de estos años de la República estos territorios integraron el cantón Tulcán, como parte de la provincia de Imbabura hasta el 19 de noviembre de 1880.

Esta provincia posee varios pisos climáticos, ya que su territorio se encuentra desde los 1.000 msnm, con temperaturas de hasta 27° C en el subtrópico fronterizo con la provincia de Esmeraldas, las nieves perpetuas de la cima del volcán Chiles con una altura de 4.723msnm y con temperaturas inferiores a los 0° C. La provincia del Carchi tiene comunicación con el resto del país y con el sur de Colombia a través de la carretera Panamericana, vía asfaltada que se encuentra en excelentes condiciones, ya que a través de sus dos ramales comunica a las principales ciudades entre sí; además cuenta con una aceptable red de caminos vecinales en el centro este de la provincia. Tiene conexión también con la provincia amazónica de Sucumbíos a través de una carretera de segundo orden. El Sistema de Transporte público de pasajeros la realiza mediante cooperativas de buses interprovinciales que tiene conexión con la provincia y con el resto del país. El servicio de buses urbanos lo posee solo Tulcán. Existe un servicio de

taxis para un servicio al cliente individual, y de furgonetas y taxis colectivas para viajar entre las que son las principales ciudades de la provincia y desde Tulcán hasta la frontera con Colombia. El servicio inter parroquial está cubierto de una manera modesta por unas dos cooperativas de buses y unas siete cooperativas de jeeps y furgonetas.

No hay empresas dedicadas únicamente al transporte turístico; para este fin se utilizan buses, furgonetas y taxis de las diferentes cooperativas de las ciudades.

En la ciudad de Tulcán, capital de la provincia, hay un aeropuerto, el cual conecta a la región, a través del servicio de vuelos regulares de la compañía TAME, con Quito y con Cali, Colombia.

También posee el acceso a Internet, cyber cafés y locales con servicios de fax para una buena atención al público en general. Es por esto que se ha tomado mucho en cuenta uno de los aspectos importantes que posee cada una de las entidades que prestan el servicio de alojamiento que es la atención al cliente. Como atractivos naturales encontramos Reserva Ecológica del Ángel. Está es una zona declarada Reserva Nacional de Conservación Ecológica desde los comienzos del año 1986. Está situada a 20 km al sudoeste de la ciudad de Tulcán con una extensión de 16.000 hab posee una flora con características de paramo andino como especies de animales entre las que se destaca cóndor de los Andes que a veces es posible observarlo surcando por los cielos. También podemos observar elevaciones que superan los 3.500 msnm de altura, tales como el cerro Pelado, el Cerro Negro, el Mirador, el Chinchinal y el Chiltazón, el último recientemente explorado y en el cual podemos observar vestigios arqueológicos muy importantes y representativos para la cultura. Igualmente hay varias lagunas donde allí nacen las principales fuentes de agua que abastecen a las principales poblaciones del Carchi.

En la zona sur occidental de amortiguamiento de la Reserva está situado el bosque de Polylepis el cual es calificado como jerárquico-primario-milenario, situado a 3300 metros de altitud. Aquí se encuentra una hostería la cual posee un criadero de truchas y excelentes guías nativos que están especializados y orientan con una buena compañía a los turistas.

Volcán Chiles

Este volcán es uno de los más jóvenes y es considerado activo, con una altura de 4.723 msnm constituye uno de los picos más altos de la provincia del Carchi y también es considerado como un hito natural de la frontera colombo-ecuatoriana ya que de sus nieves perpetuas nacen el río San Juan al Occidente y el Carchi al Oriente, ríos que marcan los límites políticos entre estos dos países. Desde Tulcán se puede acceder a Tufiño, un pequeño pueblito asentado en los flancos de este volcán, a través de una vía asfaltada de unos 18 km, Una de las diferencias que hace a una provincia de otra es la gastronomía aquí encontramos platos típicos como el cuy, los llapingachos, hornado, caldo de gallina, bizcochuelos y la fanesca.

1.2.3 HACIENDA LA PRIMAVERA

Es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. En la actualidad la atención al cliente se ha vuelto como una prioridad dentro del campo turístico ya que si no se logra la satisfacción del cliente esto perjudicará a futuro la empresa que brinda el servicio de alojamiento ya que se generará la pérdida de clientes y tardará mucho tiempo en retener o atraer a nuevos clientes. La atención al cliente dentro del campo turístico de Ecuador está muy elevado dentro de grandes prestadores de servicios de ciudades grandes, demostrando que la calidad es base de desarrollo de una empresa de alojamiento. Hoy en día algunos hoteles ya poseen un manual de atención al cliente y esto hace que la empresa crezca y posea no solo información sino que están capacitados todo el personal y la empresa tenga una buena imagen y genere ganancias. La calidad del servicio y los servicios complementarios, estos son de acuerdo a la infraestructura del establecimiento de hospedaje. Esta investigación va enfocada primordialmente en la Hacienda La Primavera en Carchi. La hacienda se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, a una altitud de 3032 metros sobre el nivel del mar. Esta propiedad está operada y dirigida por la misma familia desde hace más de 90 años ubicada en el bosque nublado de la Reserva Alto Choco, es parte de la selva primaria y secundaria. En este bosque podemos encontrar animales como caballos, vacas, llamas, burros, cabras y cerdos, y una variedad de especies de aves. La hacienda pone a disposición de los clientes ocho suites, cada una posee una vista espectacular a la naturaleza que le rodea. Donde crea al huésped una agradable experiencia con una especialidad en gastronomía, con platos a la carta típicos de la zona. La decoración de sus habitaciones, posee un estilo colonial español, con balcón y baño privado. parqueadero,

1.3 Justificación

Carchi ubicado en la región Sierra, siendo una provincia muy visitada por sus atractivos turísticos, tradiciones culturales y gastronómicas. También por poseer lugares de alojamiento para los turistas nacionales y extranjeros que llegan a esta provincia como lugar de destino turístico y quienes al tener la necesidad de quedarse por varios días buscan lugares que brinden hospedaje de buena calidad en su servicio y un lugar acogedor. Por esta razón la información que se generara mediante este proyecto de investigación y desarrollo será el poder analizar detenidamente las razones de la falta de atención y de conocimientos que se pueden estar dando en la hacienda La Primavera. Y el personal que trabaja en esta hacienda será beneficiado al poder rectificar en los cambios para la mejora, al momento de brindar el servicio de alojamiento y brindar más información acerca de los servicios que ofrece la hacienda, con una excelente facilidad de hablar al momento de dialogar con los huéspedes. Así cumpliendo con la misión y la visión de la hacienda que es satisfacer las necesidades del cliente.

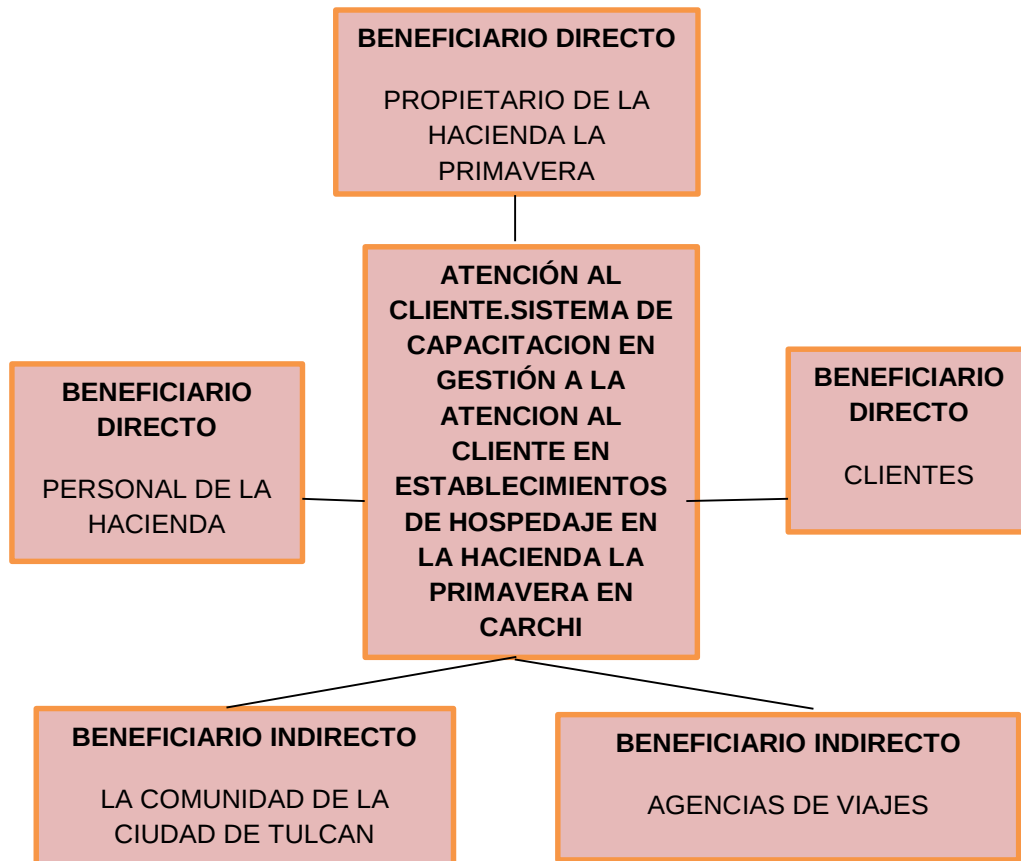
1.4 Definición del problema central

Con este estudio de campo se analizará las diferencias en la atención al cliente. Y de esta forma analizar detenidamente que tipo de capacitación se debe desarrollar para las áreas involucradas en servicio al cliente de la hacienda La Primavera en Carchi-Tulcán y llegar a tener un estándar de calidad competitivo y así atraer más clientes y poder preservarlos y que la hacienda tenga renombre, con más afluencia turística. Y la investigación que se generara en el desarrollo del presente proyecto ayudara a diferenciar las fallas en el servicio al cliente que se estén dando actualmente para realizar una propuesta de mejora. Beneficiando de esta forma la imagen de la hacienda La Primavera y con el consecuente el incremento de visitantes a la misma.

CAPITULO II

2. Análisis de involucrados

2.1 Mapeo de involucrados.



ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

FIGURA No 1

Beneficiarios directos

- En primer lugar tenemos al dueño de La Hacienda La Primavera ya que el obtendrá todos los beneficios como es tener un personal bien capacitado, un cliente satisfecho y con más ganancia lucrativa por el servicio prestado de la Hacienda.
- En segundo lugar tenemos al personal de La Hacienda ya que tendrán un buen asesoramiento y capacitación de todas las nuevas tendencias de atención al cliente y así brindar un buen servicio.
- En tercer lugar los clientes de La Hacienda ya que ellos recibirán los resultados de la capacitación mediante la buena atención al cliente

Beneficiarios indirectos

- En primer lugar tenemos a la comunidad de la ciudad de Tulcán, mediante la afluencia de turistas nacionales y extranjeros incrementaran la venta de sus negocios.
- En segundo lugar tenemos a las Agencias de Viajes, mediante el cual se podrá realizar convenios con la Hacienda La Primavera, con los resultados obtenidos de la capacitación.



2.2 Matriz de análisis de involucrados

INVOLUCRADOS	INTERES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS
PROPIETARIO DE LA HACIENDA LA PRIMAVERA	Obtener mayor información de nuevas técnicas de atención al cliente	Falta de tiempo para realizar cursos de atención al cliente. Falta de más motivación por parte del dueño.	Tiempo disponible del personal
PERSONAL DE LA HACIENDA LA PRIMAVERA	Tener más afluencia de clientes. Generar más ganancia lucrativa y reconocimiento.	Falta de interés por parte del personal al momento de laborar.	Motivación para el personal.
CLIENTES	Obtener crecimiento laboral y personal. Tener la satisfacción del cliente	Los clientes perciben la falta de una buena información y atención.	Información sobre métodos de atención al cliente.
COMUNIDAD DE LA CIUDAD DE TULCAN	Beneficiarse con la afluencia de turistas. Hacer que sus negocios tengan mayor venta.	Que los negocios de ventas de la comunidad, no generen ganancia mediante la no afluencia de turistas	Investigación de mercados.
AGENCIAS DE VIAJE	En formar convenios con establecimientos de hospedaje, para la elaboración de rutas turísticas.	El no encontrar establecimientos de hospedaje que generen o brinden una buena atención al cliente y con precios cómodos.	Información, hacer observar el buen servicio del establecimiento.

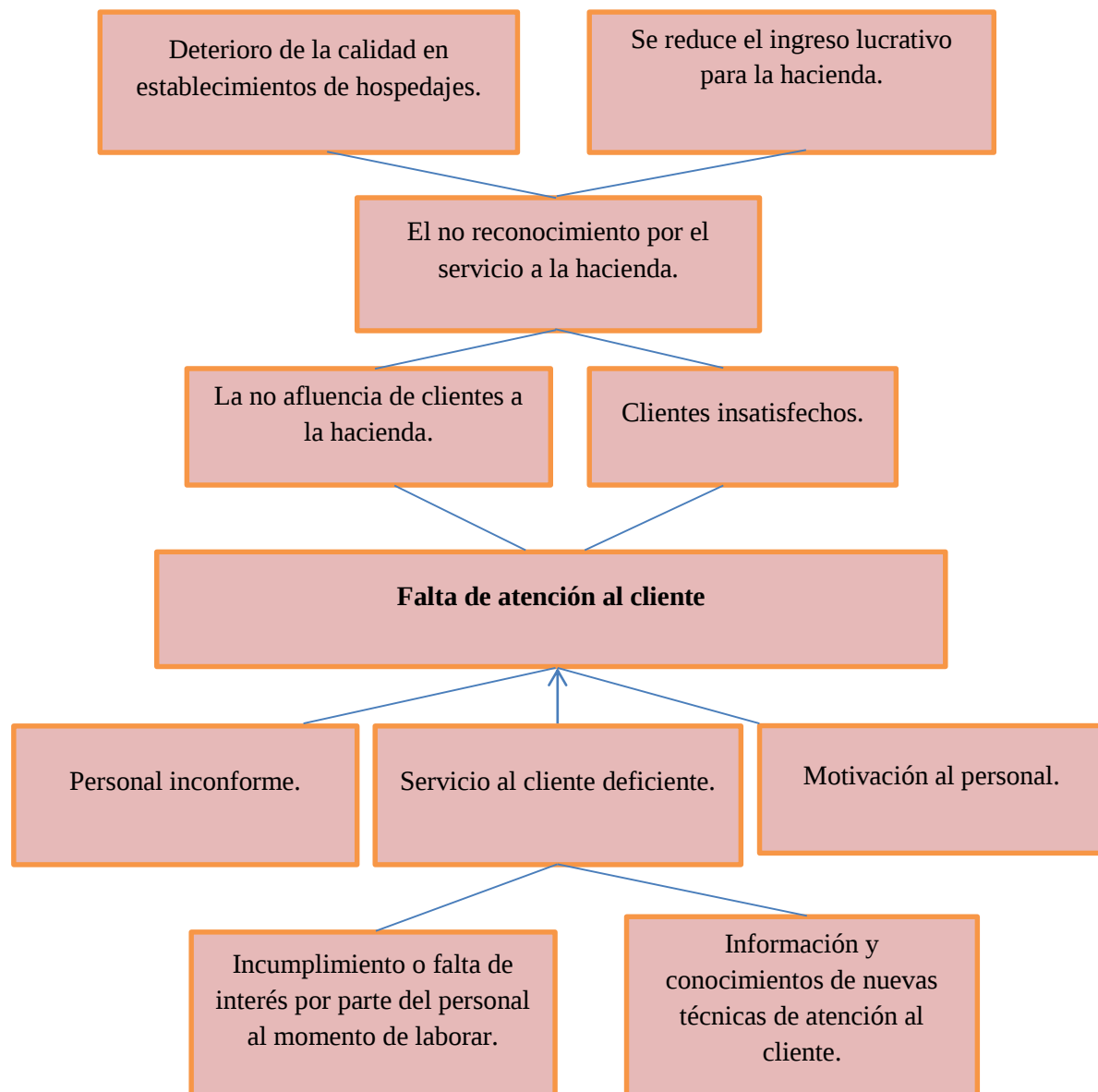
ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 1

CAPITULO III

3. Problemas y objetivos

3.1 Árbol de problemas

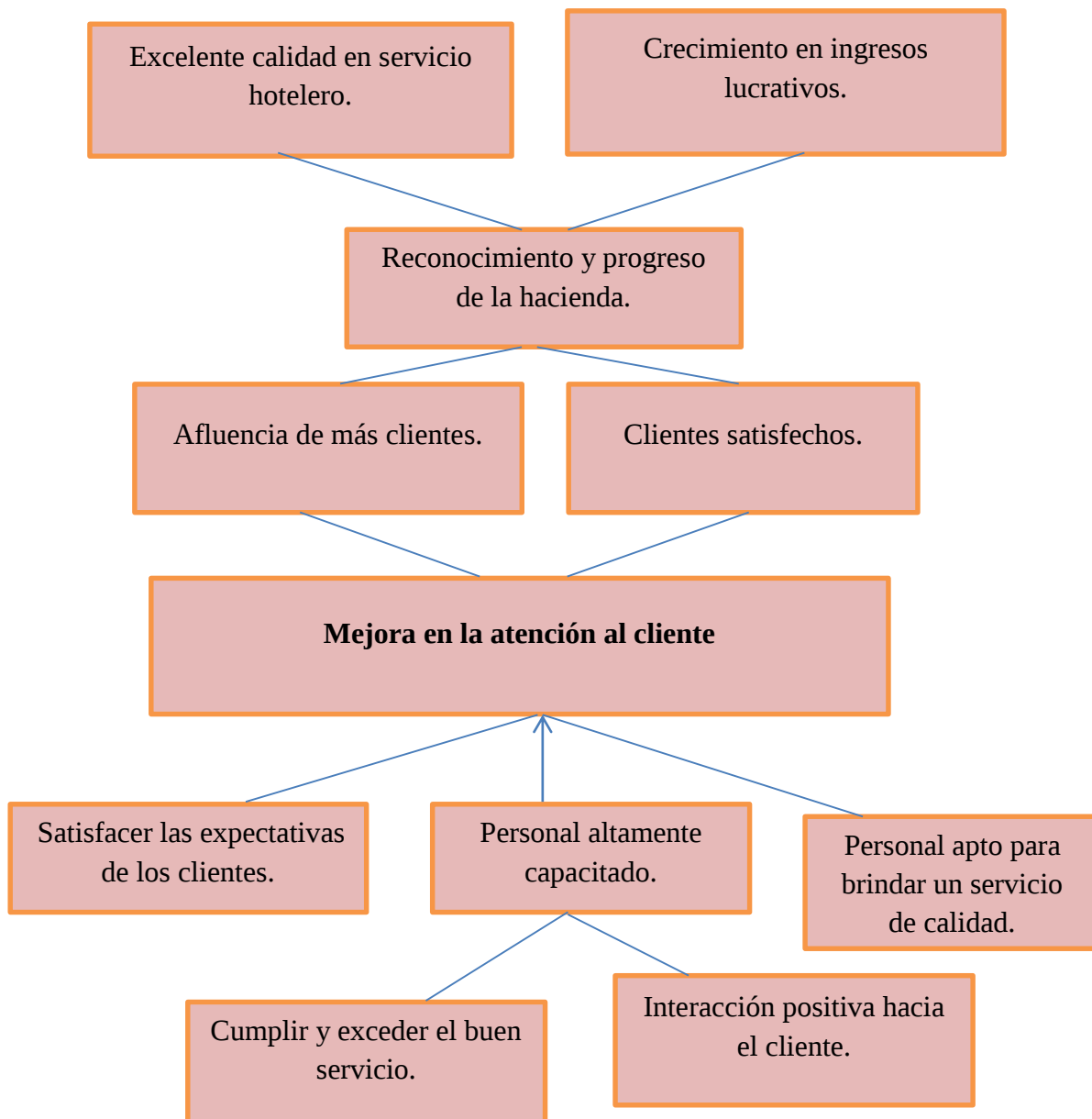


ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

FIGURA No 2

ATENCIÓN AL CLIENTE.SISTEMA DE CAPACITACIÓN EN GESTIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN CARCHI.

3.2 Árbol de objetivos



ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

FIGURA No 3

CAPITULO IV

4. Análisis de alternativas

4.1 Matriz de análisis de alternativas

OBJETIVOS	IMPACTO PROPOSITO	FACT. TECNICA	FACT. FINAN.	FACT. SOCIAL	FACT. POLITI.	TOTAL	CATEG.
Personal ha sido capacitado con toda la información adecuada en atención al cliente.	4	3	3	4	3	17	ALTA
Organización y manejo de cada área de desempeño del personal de la hacienda	4	4	4	3	3	18	ALTA
Realización de nuevas técnicas en atención al cliente para el personal.	4	4	3	3	3	16	ALTA
Desarrollo de una capacitación corta y eficaz para el personal.	4	3	4	4	4	18	ALTA
TOTAL	16	14	14	14	13	71	

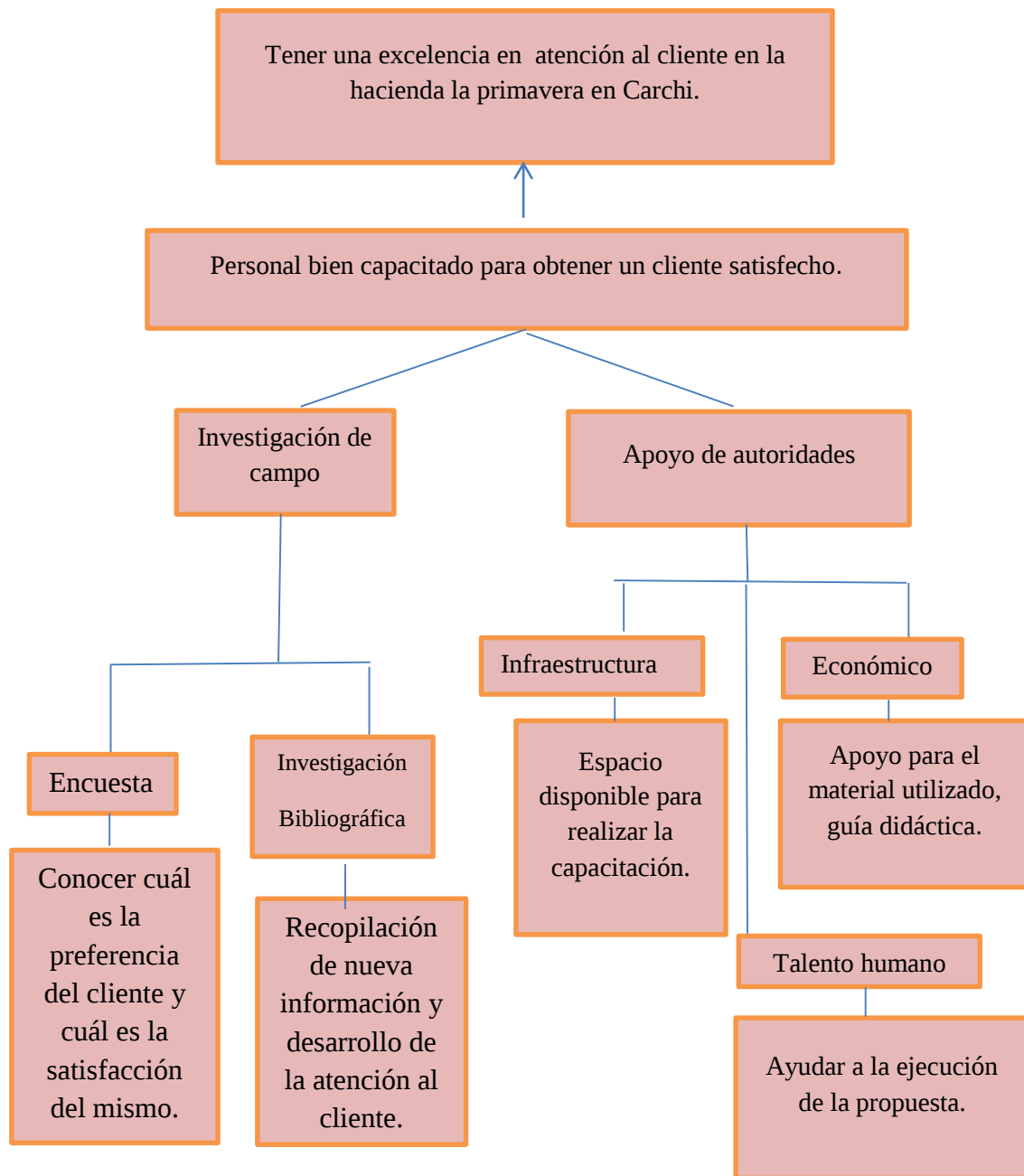
ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 2

ATENCIÓN AL CLIENTE.SISTEMA DE CAPACITACIÓN EN GESTIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN CARCHI.

- Mediante el primer objetivo el propósito nos da un total de 17 con una categoría alta indicando así que se podrá emplear todas las herramientas necesarias para cumplirlo.
- Mediante el segundo objetivo el propósito nos da un total de 18 con una categoría alta para un buen desarrollo de la organización de las áreas de la hacienda.
- Mediante el tercer objetivo el propósito nos da un total de 16 con una categoría alta poniendo así en práctica las nuevas técnicas con ayuda social.
- Mediante el cuarto objetivo el propósito nos da un total de 18 con una categoría alta indicando que la capacitación se la realizara en un corto plazo, por medio de la herramienta que es la guía didáctica.

4.3 Diagrama de estrategias



ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

FIGURA No 4

4.4 Matriz de marco lógico

FINALIDAD Personal bien capacitado.	INDICADORES Crecimiento de ingresos.	MEDIOS DE VERIFICACION La hacienda tenga un buen desarrollo y reconocimiento.	SUPUESTOS Apoyo del Ministerio de Turismo.
PROPOSITO Tener una excelente calidad del servicio.	Satisfacción del cliente.	Incremento de clientes. Mejor publicidad.	Apoyo total de los propietarios de la hacienda.
COMPONENTES En lo económico y apoyo de autoridades. Información.	Contrato de un personal apto en atención al cliente.	Talento Humano preparado. Mejoramiento en cada área de servicio de la hacienda.	Financiamiento total para el desarrollo de lo propuesto.
ACTIVIDADES Investigación. Seguimiento al lugar. Recopilación de información. Capacitación al personal.	Mantener un personal actualizado en atención al cliente.	Observando resultados positivos. Respuestas inmediatas. Personal motivado y con un compromiso laboral.	Convenios con Agencias de Viajes. Convenios con Tour Operadoras y toda entidad turística.

ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 3

CAPITULO V

5. Propuesta

5.1 Antecedentes

Desde la antigüedad el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego esto se fue reemplazando con la aparición de centros de abastecimientos, como por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante la gente fue mejorando sus productos debido a la competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ello que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día existen poderosas herramientas que nos permiten llegar de una manera más eficiente hacían nuestros clientes, de modo que permiten fidelizarlos.

5.1.1 Evolución de la atención al cliente

Humberto Serna Gómez (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad se tiene un nuevo concepto de servicio, es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior de los competidores. Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de

datos, exige mayor valor agregado, quieren que los proveedores conozcan más a detalle, se tiene una gran variedad de opciones en satisfacer la totalidad de sus necesidades de servicio.

5.1.2 ¿Qué es un cliente?

En términos generales, cliente es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer y que tiende a solicitar y/o utilizar los servicios de un profesional o empresa.

Para poder determinar las características de los clientes que estamos atendiendo, las empresas deben tener una posibilidad de realizar una investigación lo que en muchos casos podrían suponer una fuerte inversión de recursos económicos personal y tiempo.

Sin embargo dependiendo de los recursos de cada empresa existen maneras prácticas y sencillas que podrían permitir conocer a nuestros clientes.

1. Contacto directo con los clientes.

Este método va dirigido al personal que tiene trato directo con el cliente.

2. Buzón de quejas y sugerencias.

Las quejas son una fuente de información valiosa acerca de que los clientes quieren y no están teniendo.

Si una empresa no se entera nunca de lo que opinan sus clientes insatisfechos, esta nunca podrá establecer mecanismos de mejora.

3. Internet.

Se relaciona con la creación de páginas especializadas en donde las personas pueden hacer comentarios acerca de la calidad de los productos o servicios adquiridos.

Empresas que trabajan con pedidos y reservas como son los establecimientos de hospedaje, los clientes lo realizan por vía internet tiene este mecanismo que les permite conocer sus puntos débiles y fuertes y de esta manera pueden implementar mejoras para lograr una mayor satisfacción de sus clientes.

Hay dos etapas para el seguimiento de la satisfacción al cliente:

- 1) **ETAPA:** Obtener información
- 2) **ETAPA:** Utilizar la información

La organización debe determinar los métodos para realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente, debe determinar **QUE, COMO, QUIEN Y CUANDO** se obtiene y se utiliza la información.

- **NOTA 1**

Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

- **NOTA 2**

Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y estos han sido cumplidos esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

Como emplear información sobre la satisfacción al cliente:

- Encuestas rellenas por el cliente: la organización pregunta al cliente de forma activa.

- Quejas del cliente: fuente de información de incalculable valor a disposición de la organización sin mayor trabajo que tomar notas de ellas.
- Opinión del cliente sobre los productos: el cliente expresa su opinión respecto al producto, la organización obtiene su opinión de forma pasiva.
- Requisitos del cliente e información del contrato: que quería el cliente, que le hemos dicho, que le íbamos a dar, y que le hemos entregado. Búsqueda activa de información indirecta sobre la satisfacción del cliente.
- Necesidades del mercado: que está esperando el cliente y que estamos ofreciendo nosotros. El cliente tiene expectativas, pero aún más importantes que otras, conocer en qué medida nuestros puntos fuertes coinciden con lo que el cliente espera es obtener información indirecta sobre su satisfacción de forma activa.

5.1.3 Atención al cliente

Una correcta atención para con el cliente permiten que empresas conozcan los cambios en actitudes y expectativas para poder identificar las necesidades. Una buena relación constituye una buena ventaja competitiva, ya que en relación comercial se enfocan en el entorno en cuanto al uso de una nueva tecnología de información y comercialización, pero notablemente en el trato ofrecido hacia los clientes.

La atención es uno de los pasos más importantes en el proceso de una venta ya sea de un producto o servicio, cuando es una buena presentación se llega a desarrollar con gran rapidez, llegando así a la curiosidad por parte del cliente en la presentación que se le está dando.

Características de la atención al cliente:

Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es perecedero, se produce y se consume instantáneamente.
- Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El valor agregado, plus al producto.

Todas las empresas que manejan el concepto de atención al cliente tienen las siguientes características.

- Conocen a profundidad a sus clientes tienen de ellos bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- Realizan investigaciones permanentes y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción.
- Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- Hacen seguimiento permanente de los niveles de satisfacción.
- Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.

- Diseñan estrategias de mercado interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.
- El servicio al cliente externo hay que venderlo primero dentro y después fuera.

5.1.4 Atención al cliente de calidad.

Una prestación de calidad integra todos los componentes que intervienen en un servicio. Para entender mejor el servicio que ofrecemos y de esta manera ofrecer un verdadero servicio de calidad este debe ser entendido, englobando a todos los diferentes elementos que intervienen en la prestación.

5.1.5 La psicología de la atención.

La psicología de la atención ofrece algunas leyes, cuyo conocimiento servirá para estructurar normas y técnicas desde el punto de vista de la venta. Estas leyes se mencionan a continuación:

- a. "En el flujo de la conciencia, está siempre se halla ocupada en algo, y ese "algo" sobresale en la corriente concienical".

Esto se traduce en que la mente nunca puede estar en blanco, siempre está pensando en algo.

- b. Ley de Bretano.
- c. Ley de la Prioridad.

5.1.6 Tipos de Atención

La atención puede ser de tres tipos:

- Activa y voluntaria.

Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.

- Activa e involuntaria.

Es la orientada por una percepción.

- Pasiva.

La que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

5.1.7 Modelo del Proceso de Satisfacción al Cliente.



FIGURA No 5

Descripcion del modelo del proceso de satisfaccion al cliente.

➤ **Calidad percibida.**

Al momento de que el cliente se da cuenta de la manera que es tratado y como el personal ofrece los servicios del establecimiento. Determina en que medida el producto se adapta al cliente.

➤ **Expectativa del cliente.**

El cliente siempre tiene la esperanza de conseguir algo y ese algo es ser bien atendido para poder llenar todas sus expectativas. Es una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir.

➤ **Valor percibido.**

Expresa una relacion entre la calidad obtenida y el precio pagado, el cliente realiza una balnza entre lo que esperaba obtener y lo que ha recibido a traves del servicio.

➤ **Quejas del cliente.**

Las quejas son una son una de las expresiones mas palpables de la insatisfaccion. Cuanto mas satisfecho esta un cliente hay menos probabilidad de una queja.

➤ **Fidelidad del cliente.**

La fidelidad de los clientes es un componente critico, la fidelidad de un cliente es la rentabilidad del negocio.

➤ **Satisfaccion del cliente.**

La satisfaccion del cliente es lo mas grato que se obtiene al brindar un servicio de calidad.

5.2 Descripción de la herramienta a utilizarse.

La herramienta a utilizarse en el presente proyecto es un sistema de capacitación en atención al cliente, utilizando una guía didáctica que contendrá todo lo básico y necesario en el proceso de atención al cliente. Tomando en cuenta el tiempo que se da al personal para llevar a cabo una capacitación, ofreciéndole de manera más rápida y corta una información que le servirá de gran ayuda y aprendizaje.

La portada de la guía llevará el nombre de guía didáctica de atención al cliente en establecimientos de hospedaje.

5.2.1 El contenido de la guía se desglosará de la siguiente manera

- **Nombre de la guía.** Guía Didáctica de Atención al Cliente en Establecimientos de Hospedaje.
- **Introducción:** Llevará de manera resumida el uso de la guía, el tiempo en que se tomara en aprender el contenido.
- **Índice.-** en él se detallará los temas que contendrá la guía didáctica.
- **Definición.-** un significado corto y preciso de la definición de atención al cliente.
- **Importancia.-** que tan importante es la atención al cliente en establecimientos de hospedaje.
- **Contenido.-** dentro del contenido se desglosará lo siguiente:
 - Concepto de atención al cliente en establecimientos de hospedaje.
 - Características de la atención al cliente.
 - Como lograr una excelente atención al cliente.

- Como manejan los establecimientos de hospedaje el concepto de atención al cliente.
- Etapas para la satisfacción al cliente.
- Modelo de la satisfacción al cliente.
- Pasos para ofrecer un buen servicio al cliente.
- Beneficios de proveer un buen servicio al cliente.
- Métodos para realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente.
- Resultado de una buena atención al cliente (cliente satisfecho).
- **Recomendaciones.**
- **Conclusiones.**
- **Agradecimiento.**
- **Resumen.**

5.2.2 Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

UBIQUE UNA (X) EN LA RESPUESTA QUE USTED CREA CONVENIENTE.

1. CONOCE USTED LA PROVINCIA DEL CARCHI.

a) Si ☐ b) no ☐

2. HA ESCUCHADO HABLAR DE LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN CARCHI.

a) Si ☐ b) no ☐

3. QUE TIPO DE INSTALACION PREFERE AL MOMENTO DE HOSPEDARSE.

a) Hotel ☐ b) hostería ☐ c) hacienda ☐

4. AL MOMENTO DE SOLICITAR UN SERVICIO DE HOSPEDAJE LO HACE DE FORMA.

a) Personal ☐ b) vía telefónica ☐ c) internet ☐

5. CUANDO RECIBE EL SERVICIO DE HOSPEDAJE QUE TIPO DE ATENCION PREFERE.

a) Formal ☐ b) familiar ☐ c) informal ☐

6. AL MOMENTO DE HOSPEDARSE LO HACE CON.

a) Familia ☐ b) amigos ☐ c) grupos de trabajo ☐

7. CONSIDERA USTED QUE UNA EXCELENTE ATENCION LOGRA QUE EL CLIENTE REGRESE.

a) Siempre ☐ b) frecuentemente ☐ c) casi nunca ☐ d) nunca ☐

8. HA PERSIBIDO FALTA DE ACTITUD Y CAPACITACION EN LAS PERSONAS QUE BRINDAN SERVICIOS AL CLIENTE.

a) Si ☐ b) no ☐

9. CONSIDERA QUE EL PERSONAL CAPACITADO Y MOTIVADO RINDE MEJOR EN SU TRABAJO.

a) Siempre ☐ b) frecuentemente ☐ c) casi nunca ☐ d) nunca ☐

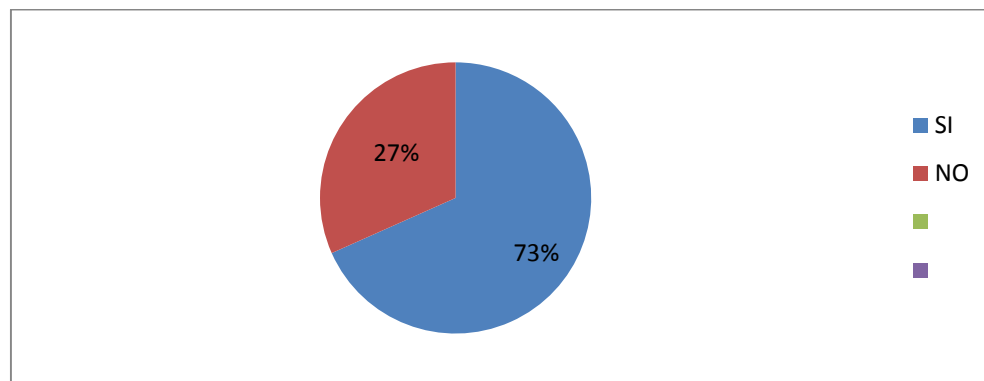
5.2.3 Investigación de mercados (tabulación).

Se realizó mediante encuestas a los pobladores de la provincia de Pichincha para conocer qué es lo que opina la comunidad acerca de este tema tan importante como es la atención al cliente.

Para esto se realizó 120 encuestas.

PREGUNTA No 1

- Conoce usted la provincia del Carchi.



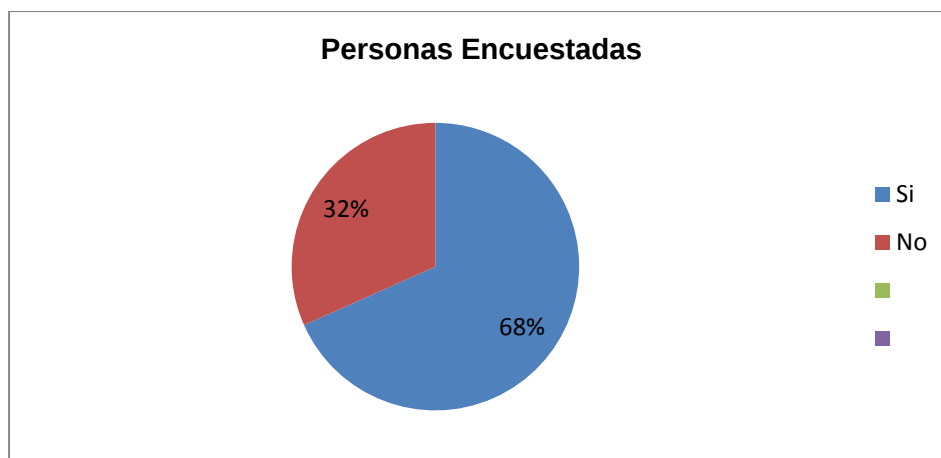
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Si	95	73%
b) No	35	27%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión la mayoría de encuestados dio un 73% y un 27% que no la conocen. Es decir que la provincia si es conocida en su totalidad y tenemos un porcentaje de encuestados que no conocen la provincia del Carchi y a quienes podríamos llegar con la propuesta.

PREGUNTA No 2

- Ha escuchado hablar de la Hacienda La Primavera en Carchi.



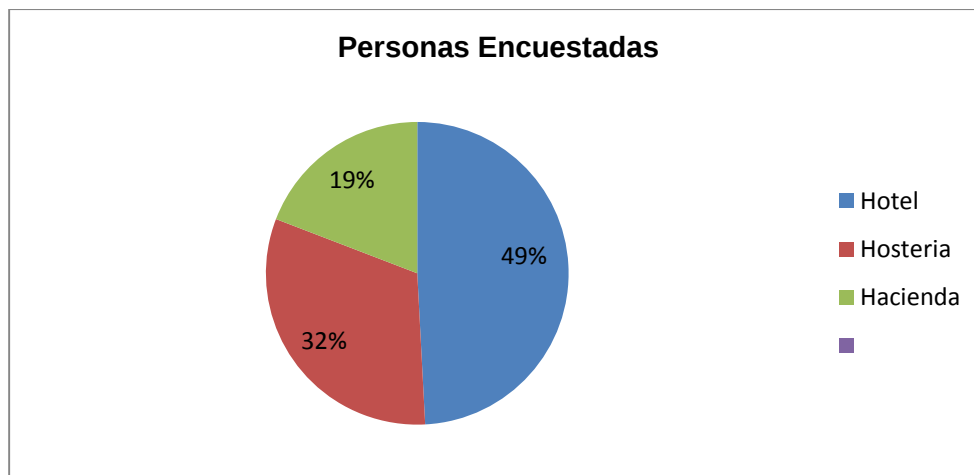
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Si	82	68%
b) No	38	32%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados en su mayoría con un **68%** optaron que si han escuchado sobre esta hacienda en Carchi y un **32%** que no han escuchado ni la conocen lo cual es un indicador importante para poder llegar hacia el cliente potencial que no ha escuchado del mencionado lugar.

PREGUNTA No 3

- Qué tipo de instalación prefiere al momento de hospedarse.



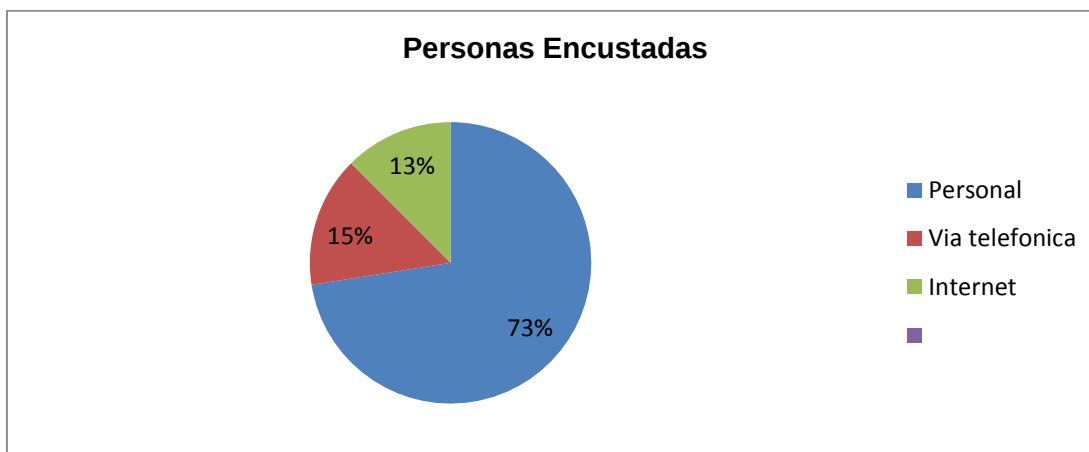
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Hotel	59	49%
b) Hostería	38	32%
c) Hacienda	23	19%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión la mayoría de los encuestados optaron en un **49%** en preferir un hotel como lugar de hospedaje. Un **32%** a las hosterías Y UN **19%** a haciendas como lugares de hospedaje. Considerando que el lugar del cual difundiremos información cuenta con un lugar acogedor, familiar y de naturaleza exótica.

PREGUNTA NO 4

- Al momento de solicitar un servicio de hospedaje lo hace de forma.



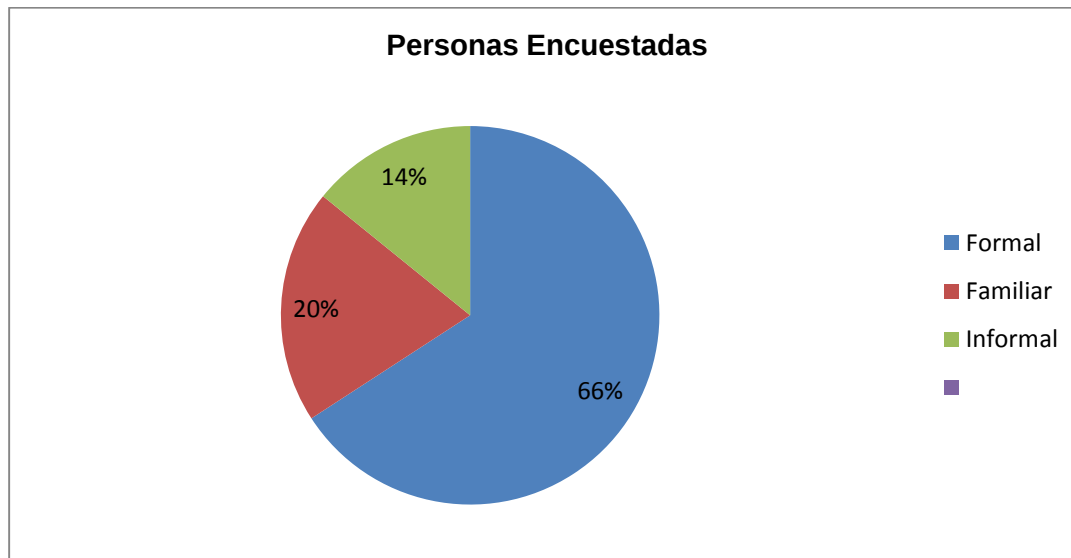
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Personal	87	73%
b) Vía telefónica	18	15%
c) Internet	15	13%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados tienen preferencia de al momento de solicitar un servicio de hospedaje realizarlo de manera personal dando así con un **73%** la mayoría. Un **15%** vía telefónica e internet con un **13%**. Tomando en cuenta que el lugar donde se realizara la capacitación al personal se tomara en cuenta todos los tipos de información para dar el servicio.

PREGUNTA No 5

- Cuando recibe el servicio de hospedaje que tipo de atención prefiere.



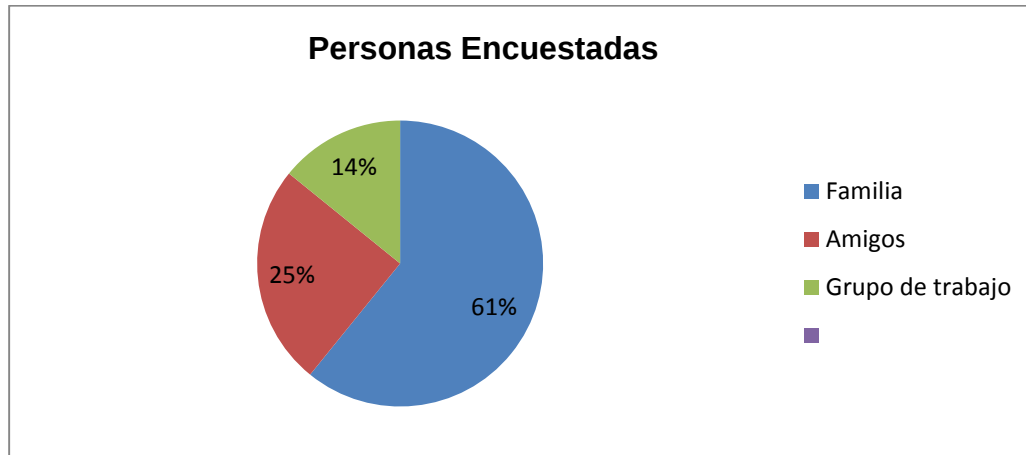
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Formal	79	66%
b) Familiar	24	20%
c) Informal	17	14%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados prefieren tener una atención formal y precisa en su mayoría con un **66%**. Un **20%** familiar y un **14%** informal. Dando así a conocer que el cliente es más exigente cada día al solicitar un servicio.

PREGUNTA NO 6

- Al momento de hospedarse lo hace con.



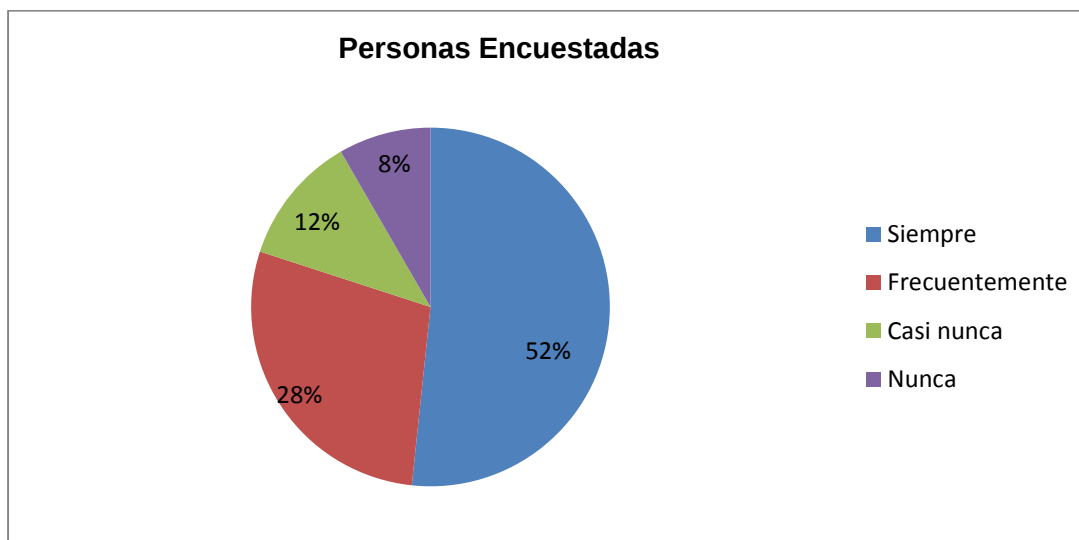
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Familia	73	61%
b) Amigos	30	25%
c) Grupo de trabajo	17	14%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados al momento de hospedarse optaron un **61%** que lo realiza con familiares. Un **25%** con amigos y un **14%** con grupos de trabajo. Observando así que el lugar donde se realizara la investigación posee más un ambiente familiar.

PREGUNTA No 7

- Considera usted que una excelente atención logra que el cliente regrese.



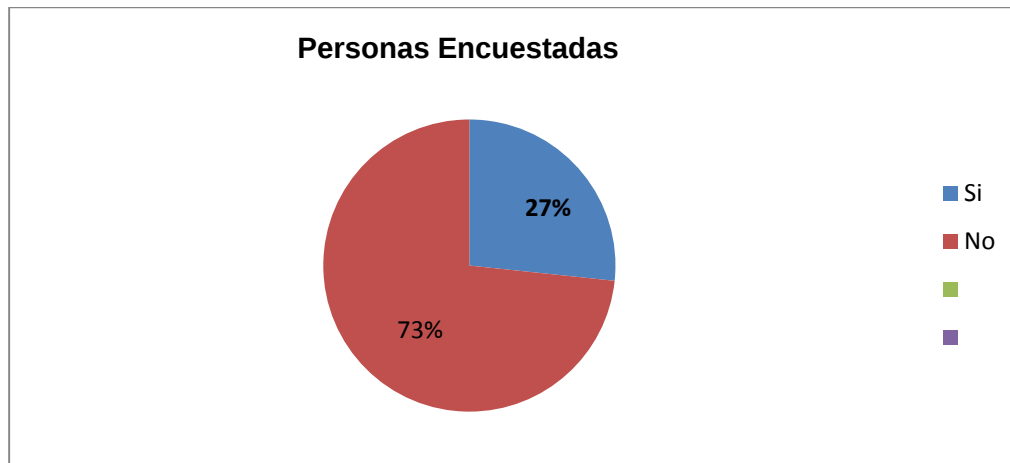
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Siempre	62	52%
b) Frecuentemente	34	28%
c) Casi nunca	14	12%
d) Nunca	10	8%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados optaron un 52% en que la buena atención hace que el cliente regrese. Un 28% frecuentemente, 12% casi nunca y un 8% en su totalidad nunca. Con un personal altamente capacitado produce mejor un buen servicio.

PREGUNTA No 8

- Ha percibido falta de actitud y capacitación en las personas que brindan servicios al cliente.



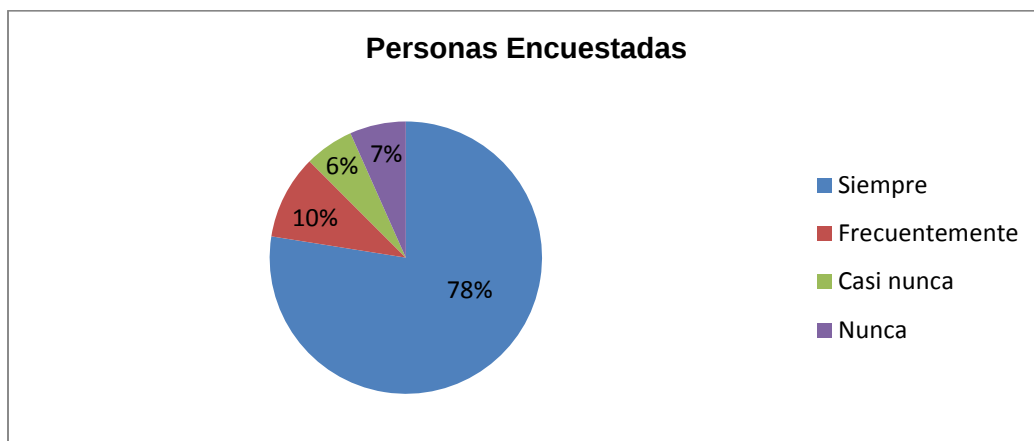
RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Si	88	73%
b) No	32	27%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados optaron en un **73%** que si han percibido falta de actitud cuando brindan servicio al cliente. Un **27%** que no han percibido falta de actitud. Un motivo más para el desarrollo de una capacitación y desarrollo de actitudes en el personal.

PREGUNTA No 9

- Considera que el personal capacitado y motivado rinde mejor en su trabajo.



RESPUESTA	T.ENCUESTAS	PORCENTAJE
a) Siempre	93	78%
b) Frecuentemente	12	10%
c) Casi nunca	7	6%
d) Nunca	8	7%
TOTAL	120	100%

CONCLUSIÓN

En conclusión los encuestados optaron por un **78%** que siempre un personal bien capacitado rinde mejor en su trabajo. Un **10%** que frecuentemente, un **6%** casi nunca y nunca en un **7%**. Con el resultado del personal que ha recibido la capacitación se observara el avance mediante la satisfacción del cliente.

5.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

- El proceso de aplicación se lo llevara a cabo enfocándose en cada área que corresponde a brindar atención al cliente en la Hacienda La Primavera dando así a conocer que contiene esta guía didáctica.
- Se empleara a todo el personal que labore en La Hacienda La Primavera, dando así un enfoque de motivación para ellos en complementar más su aprendizaje y en la forma de cómo desarrollar una excelente atención al cliente.
- Obtener convenios mediante los cuales nos permitan ofrecer lo que es la guía didáctica y cuál será el beneficio de la misma al emplearla en el uso diario de su labor que es el servicio de atención al cliente.

5.3.1 Convenios:

- Autoridades de Establecimientos de Hospedaje: los cuales nos abrirán campos para emplear la guía didáctica en función a la labor que es desarrollar una buena capacitación al personal.
- Buscar el apoyo económico de los dueños o propietarios de establecimientos de hospedaje para que nos puedan facilitar aún más el empleo de la guía didáctica.
- Apoyo de estudiantes que estén interesados en gestionar lo que hoy en día significa una buena atención al cliente.

CAPITULO VI

6. Aspectos administrativos

6.1 Recursos

Talento humano

• INVESTIGADOR	➤ SRTA. PINTADO CONDOY ANDREA AMPARO
• ENCUESTADOS	➤ PERSONAL DE LA HACIENDA LA PRIMAVERA ➤ PICHINCHA
• COMUNIDAD	➤ TULCAN
• TUTOR(A)	➤ FRIKTZIA MENDOZA J.
• LECTOR	➤ ING.BLANCA JIMENEZ D.

ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 4

6.2 Presupuesto

DESCRIPCION	VALOR
• MOVILIZACION	15.00
• ALIMENTACION	12.00
• HOSPEDAJE	10.00
• INTERNET	14.00
• CELULAR	5. 00
• COPIAS	3.00
• PAPEL BOND	6.00.
• EMPASTADO	10.00
• CD	4.00
• GUIA DIDACTICA(2)	60.00
• TUTOR	200.00
TOTAL	339.00

Recursos tecnológicos

• COMPUTADOR	
• INFOCUS	5.00
• TV	
TOTAL	5.00

ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 6



6.3 Cronograma

MES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE
CAPITULO							
I			24/06/2013				
II				15/07/2013			
III					12/08/2013		
IV					26/08/2013		
V						23/09/2013	
VI						23/09/2013	
VII						23/09/2013	
Defensa del proyecto.							28/10/2013

ELABORADO POR: ANDREA PINTADO

TABLA No 7

CAPITULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Una vez culminada la presente investigación se puede concluir en lo siguiente:

- En conclusión la elaboración del proyecto I+D+I ayudo a identificar más a fondo ideas concretas, análisis sistemáticos sobre el tema a investigar. Dando así un aprendizaje claro y preciso.
- Dándonos a conocer así la importancia de una excelente atención al cliente en los establecimientos de hospedaje, ya que es uno de los elementos más importantes que posee toda entidad que presta servicios.
- Hoy en día existen varias formas y métodos que se emplean para brindar un excelente servicio.
- El analizar o estudiar detenidamente cuando un cliente está verdaderamente satisfecho de la atención que se le fue brindada en el momento.

7.2 Recomendaciones

- El personal que labora en establecimientos de hospedaje debería tomar en cuenta que tan importante hoy en día es el dar un buen servicio al cliente.
- Tener en cuenta que día a día el cliente es más exigente.
- Teniendo como finalidad facilitar al personal recomendaciones que les permita lograr atender a los clientes respondiendo así a sus exigencias y expectativas.
- Que el personal al estar rodeado de muchas competencias en servicios hoteleros, debe seguir capacitándose en el área de atención al cliente, logrando así el éxito tanto de su establecimiento como en lo personal.



ANEXOS



Hacienda La Primavera.



Habitaciones.



Lugares de descanso.



Servicio de caminatas.



Área de piscina



Observación de plantas

Cabalgatas



Bibliografía

ATENCIÓN AL CLIENTE.SISTEMA DE CAPACITACIÓN EN GESTIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA HACIENDA LA PRIMAVERA EN CARCHI.

- Enciclopedia... (Ed.).(1999).Ecuador.España.Lexus Editores,S.A
- Libro...Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.
- Libro...Aplicación de la Técnica de Auditoria al cliente y propuesta de la mejora de servicios en la hostería de Pablo Cruz Molina, 2007).
- Libro...Evaluación de la calidad del servicio turístico en las empresas de alojamiento de (Oscar Felipe Martínez Salgado, 2009).
- Libro...Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias de (Ideas Propias Editorial, Vigo,2007)
- Libro...Servicio al cliente: imagen del establecimiento gastronómico de (Luz Angélica Patiño Díaz Granados,2009)
- Libro...Gestión de la Atención al cliente de (Andrew Brown, 1992).

Referencias Electrónicas

- www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra.../historia/item/196-reseña-históric
- Pereira, J. (18-03-2008). La satisfacción del cliente en ISO 9001 Colombia: Pereira, J. Recuperado el 03-05 del 2011 en <http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la-satisfaccion-del-cliente-iso-9001>