



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

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

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en  
Turismo y Hotelería**

## **Tema:**

---

**“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS  
TURISTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD  
MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA  
CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”**

---

**AUTOR:** David Olivo

**TUTOR:** Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

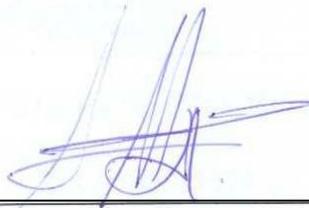
**Ambato – Ecuador**

**2016**

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

**CERTIFICA:**

Yo, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos con C.I. 180301736-5 en mi calidad de Tutor del trabajo de graduación o titulación sobre el tema: **“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**. Desarrollado por el egresado David Giovanni Olivo Morales, considero que dicho informe investigado, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por el H. Concejo Directivo.



---

**Ing. Mg. Diego Melo Fiallos**

**TUTOR**

## **AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN**

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



---

**David Giovanni Olivo Morales**

**C.I. 1804317574**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de Grado o titulación sobre el tema: **“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



---

**David Giovanni Olivo Morales**

**C.I 1804317574**

**AUTOR**

**AL CONCEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
Y DE LA EDUCACIÓN:**

La comisión de estudio y calificación del informe del trabajo de Graduación o titulación, sobre el tema: **“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”** Presentado por el Sr. David Giovanni Olivo Morales egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción Abril 2015 - Septiembre 2015, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos, técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

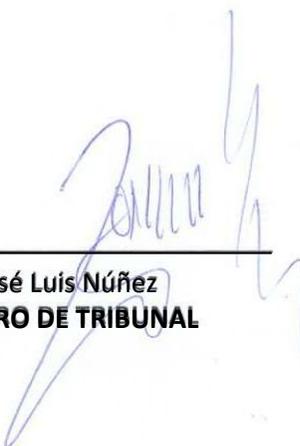
Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes

**LA COMISIÓN**



---

**Mg. Raúl Tamayo**  
**MIEMBRO DE TRIBUNAL**



---

**Mg. José Luis Núñez**  
**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

*A DIOS por haberme Bendecido con la mejor Madre del  
Mundo;*

*A mi hermosa Madre por haberme dado la vida y el  
sentido de vivirla;*

*A la vida por haberme dado una hermosa Familia;*

*A mi Hermosa Familia por nunca dejarme;*

*¡A ustedes familia, si a ustedes!*

*Pilar fundamental en mi vida,*

*Mi eterno amor.*

*¡Lo logre!*

***David Giovanni Olivo Morales***

## **AGRADECIMIENTOS**

Expresar inmensa gratitud a Dios, por sus bendiciones, por sus lecciones, por todo lo que me ha enseñado en cada paso de esta vida, el tiempo de dios es bueno y siempre tiene planes para nosotros.

A la Universidad Técnica de Ambato, por los conocimientos impartidos durante mi vida estudiantil.

A mi Madre y mi hermana por ser el pilar fundamental de mi vida, por estar en mis triunfos y mucho más en mis fracasos, a mis Familia: Mis Abuelitos por desempeñar el papel de Padre en mi vida, que hubiera sido de mí sin ustedes; A mis tíos por el apoyo incondicional en todo momento, a mis primos y demás familiares (Somos una gran familia y todos hemos estado ahí en momentos de alegría y difíciles), les estoy eternamente agradecido.

A mi Hermoso Hogar, mi acompañante de vida a ti Fer gracias por ser ese apoyo incondicional.

A mi Hija hermosa, motivo por el cual salir adelante motivo por el cual la vida es vida.

A mis Amigos y maestros que han formado parte de todo esta etapa de mi vida a todos ustedes.

Gracias.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONCEJO DIRECTIVO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTOS .....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE GRÁFICOS .....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA .....	1
1.1. Tema .....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	1
1.2.1. Contextualización .....	1
1.2.2. Análisis Crítico .....	2
1.2.3. Prognosis .....	3
1.2.4. Formulación del problema.....	4
1.2.5. Preguntas directrices.....	4
1.2.6. Delimitación de problema.....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo general.....	6
1.4.2. Objetivos específicos .....	6

CAPÍTULO II .....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Antecedentes investigativos.....	7
2.2. Fundamentación filosófica.....	9
2.3. Fundamentación legal.....	10
2.4. Categorías fundamentales.....	13
2.5. Hipótesis .....	29
2.6. Señalamiento de Variables .....	29
CAPÍTULO III .....	30
METODOLOGÍA .....	30
3.1. Enfoque de la Investigación.....	30
3.2. Modalidad Básica de la Investigación .....	30
3.3. Tipo de Estudio.....	31
3.4. Población y muestra.....	31
3.5. Operacionalización de variables .....	33
3.6. Recolección información .....	35
3.7. Plan de procesamiento y análisis .....	36
CAPÍTULO IV .....	37
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	37
4.2. Verificación de la hipótesis .....	49
CAPÍTULO V .....	54
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
5.1. Conclusiones.....	54
5.2. Recomendaciones .....	55
CAPÍTULO VI.....	56
PROPUESTA.....	56
6.1. Datos informativos.....	56
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	56

6.3. Justificación.....	57
6.4. Objetivos.....	58
6.5. Análisis de factibilidad .....	58
6.6. Fundamentación Teórica .....	59
6.7. Metodología – Modelo operativo .....	62
6.8. DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	63
6.9. Administración .....	94
6.10. Previsión de la evaluación .....	94
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFIA .....	96
Anexos .....	101

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización Variable Independiente .....	33
Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente .....	34
Tabla 3: Recolección de Información .....	35
Tabla 4: Tabulación pregunta N. 1.....	37
Tabla 5: Tabulación pregunta N. 2.....	38
Tabla 6: Tabulación pregunta N. 3.....	39
Tabla 7: Tabulación pregunta N. 4.....	40
Tabla 8: Tabulación pregunta N. 5.....	41
Tabla 9: Tabulación pregunta N. 6.....	42
Tabla 10: Tabulación Pregunta N. 7 .....	43
Tabla 11: Tabulación Pregunta N. 8 .....	44
Tabla 12: Tabulación pregunta N. 9.....	45
Tabla 13: Tabulación pregunta N. 10.....	46
Tabla 14: Tabulación pregunta N. 11.....	47
Tabla 15: Tabulación pregunta N. 12.....	48
Tabla 16: FRECUENCIA OBSERVADA .....	49
Tabla 17: FRECUENCIA ESPERADA.....	50
Tabla 18: Cálculo del Chi Cuadrado.....	51
Tabla 19: Catastro Municipal (Gad Ambato).....	63
Tabla 20: Catastro Municipal (Gad Ambato).....	64
Tabla 21: Encuesta Satisfacción del Cliente .....	95

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de Problemas .....	2
Gráfico 2: Categorías Fundamentales .....	13
Gráfico 3: Subordinación Variable Independiente.....	14
Gráfico 4: Subordinación Variable Dependiente .....	15
Gráfico 5: Representación Gráfica N.1 .....	37
Gráfico 6: Representación Gráfica N.2.....	38
Gráfico 7: Representación Gráfica N.3.....	39
Gráfico 8: Representación Gráfica N.4.....	40
Gráfico 9: Representación Gráfica N.5.....	41
Gráfico 10: Representación Gráfica N.6.....	42
Gráfico 11: Representación Gráfica N.7.....	43
Gráfico 12: Representación Gráfica N.8.....	44
Gráfico 13: Representación Gráfica N.9.....	45
Gráfico 14: Representación Gráfica N.10.....	46
Gráfico 15: Representación Gráfica N.11 .....	47
Gráfico 16: Representación Gráfica N.12.....	48
Gráfico 17: Representación Gráfica CHI Cuadrado .....	53
Gráfico 18: Flujograma.....	62
Gráfico 19: Manual de Evaluación .....	65
Gráfico 20: Manual de Evaluación 1 .....	66
Gráfico 21: Manual de Evaluación 2 .....	67
Gráfico 22: Manual de Evaluación 3 .....	68
Gráfico 23: Manual de Evaluación 4 .....	69
Gráfico 24: Manual de Evaluación 5 .....	70
Gráfico 25: Manual de Evaluación 6 .....	71
Gráfico 26: Manual de Evaluación 7 .....	72

Gráfico 27: Manual de Evaluación 8 .....	73
Gráfico 28: Manual de Evaluación 9 .....	74
Gráfico 29: Manual de Evaluación 10 .....	75
Gráfico 30: Manual de Evaluación 11 .....	76
Gráfico 31: Manual de Evaluación 12 .....	77
Gráfico 32: Manual de Evaluación 13 .....	78
Gráfico 33: Manual de Evaluación 14 .....	79
Gráfico 34: Manual de Evaluación 15 .....	80
Gráfico 35: Manual de Evaluación 16 .....	81
Gráfico 36: Manual de Evaluación 17 .....	82
Gráfico 37: Manual de Evaluación 18 .....	83
Gráfico 38: Manual de Evaluación 19 .....	84
Gráfico 39: Manual de Evaluación 20 .....	85
Gráfico 40: Manual de Evaluación 21 .....	86
Gráfico 41: Manual de Evaluación 22 .....	87
Gráfico 42: Manual de Evaluación 23 .....	88
Gráfico 43: Manual de Evaluación 24 .....	89
Gráfico 44: Manual de Evaluación 25 .....	90
Gráfico 45: Manual de Evaluación 26 .....	91
Gráfico 46: Manual de Evaluación 27 .....	92

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

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

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”

**AUTOR:** David Giovanni Olivo Morales

**TUTOR:** Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

**RESUMEN:**

El mercado actual en el que nos desarrollamos, es constantemente cambiante por lo cual es necesario innovar y mejorar la calidad de los productos y servicios de una empresa, con el objetivo de no perder competitividad y a su vez generar una ventaja que lo distinga de la competencia. Dentro de la investigación se plantea explorar todas las áreas de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, y observar el desconocimiento que poseen en cuanto a normas de calidad.

Es así que por medio de la presente investigación se tomara en cuenta todos los aspectos positivos y negativos, para dar vida a una estrategia que mejore la calidad en los servicios pensando no solo en mejorar los ingresos y la reputación de los establecimientos sino también generar un impacto positivo en el desarrollo turístico

de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, diseñando un manual de evaluación para los establecimientos previo a la gestión de un sello de calidad.

**Palabras Clave:** Mercado, innovar, mejora, calidad, productos, servicios, competitividad, competencia, reputación, desarrollo turístico, impacto.

## **INTRODUCCIÓN**

En el presente trabajo de grado se investigó el aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato que genera la calidad en los servicios por parte de los establecimientos turísticos de diversión nocturna que están dentro del catastro Municipal.

El trabajo consta de seis capítulos:

### **CAPÍTULO I**

En esta etapa se identifica el problema objeto de estudio en la investigación. Se determina la realidad a investigar, explicando y analizando aspectos como la contextualización, donde se describe el problema tal como se presenta en la realidad; el análisis crítico que consiste en determinar las causas del problema; la prognosis, que construye una visión hipotética de los efectos que puede originar el problema detectado; la delimitación del objeto de estudio determinando límites de contenido, espacio y tiempo; la formulación del problema, relacionando las variables; las preguntas directrices, que derivan el problema central y que permitan desarrollar los objetivos específicos; la justificación, que detalla las razones y motivos para llevar adelante la investigación; y los objetivos general, y específicos que expresan los propósitos a alcanzar con la presente investigación.

### **CAPÍTULO II**

Aquí se desarrolla el marco teórico, que es el sustento teórico científico que permite interpretar el problema objeto de estudio. Los subelementos son: los antecedentes investigativos, que son investigaciones previas que sustentan la investigación, la fundamentación filosófica, que determina el paradigma a utilizar; la fundamentación legal, que consiste en normas que respaldan la investigación; las categorías fundamentales, para describir y analizar el problema prediciendo la relación entre las

variables. La hipótesis, que es la respuesta tentativa y provisional al problema; y las variables, que son los ejes característicos de la investigación.

### **CAPÍTULO III**

Dentro de este capítulo nos referimos a la metodología, en donde se detalla cómo y con qué se desarrollará la investigación. Aborda temas relacionados con el enfoque de la investigación; el tipo o nivel de la investigación; la modalidad que seguirá la investigación; la población y la muestra, a quienes se investigará; la operacionalización de variables, para pasar de lo abstracto a lo concreto de la investigación; la recolección de información, a través de técnicas e instrumentos que permitan describir, analizar e interpretar el problema objeto de estudio; y el plan de procesamiento y análisis de la información, para procesar los datos recolectados y para analizar e interpretar los resultados.

### **CAPÍTULO IV**

Dentro del capítulo IV desarrolla el análisis e interpretación de los resultados de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados, lo que sustenta la verificación de la hipótesis planteada.

### **CAPÍTULO V**

Se establecerán las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado después del proceso de investigación; es el sustento para plantear la propuesta.

### **CAPÍTULO VI**

Finalmente se especifica la propuesta del investigador que dará solución al problema objeto de estudio, mismo que deberá ser eficientemente justificado y fundamentado.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1.Tema**

La calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad municipal y su aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

#### **1.2.Planteamiento del problema**

El desconocimiento y la falta de calidad en los servicios de los establecimientos turísticos de diversión nocturna que constan dentro del catastro Municipal, y su aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

##### **1.2.1. Contextualización**

El turismo a nivel mundial es constantemente cambiante y evolutivo, ya no poseemos un solo tipo de turismo ni un solo destino y peor aún una sola manera de viajar, actualmente a medida que evoluciona la tecnología, evolucionan también los mercados turísticos, creando así nuevas tendencias y nuevos destinos.

La OMT menciona que: “el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico” (Organización Mundial de Turismo, 2015).

Ecuador es uno de los países mejores ubicados a nivel mundial dentro del ámbito turístico y esto lo podemos evidenciar gracias a las cifras presentadas por el

MINTUR, donde menciona que: “el ingreso de divisas por turismo en el período enero-septiembre del 2014, alcanzó los USD 1.085,5 millones, representando así un crecimiento del 21% respecto a igual período del 2013. De este modo la balanza turística registró en este período un saldo positivo de USD 322.1 millones” (Ministerio De Turismo Ecuador, 2015).

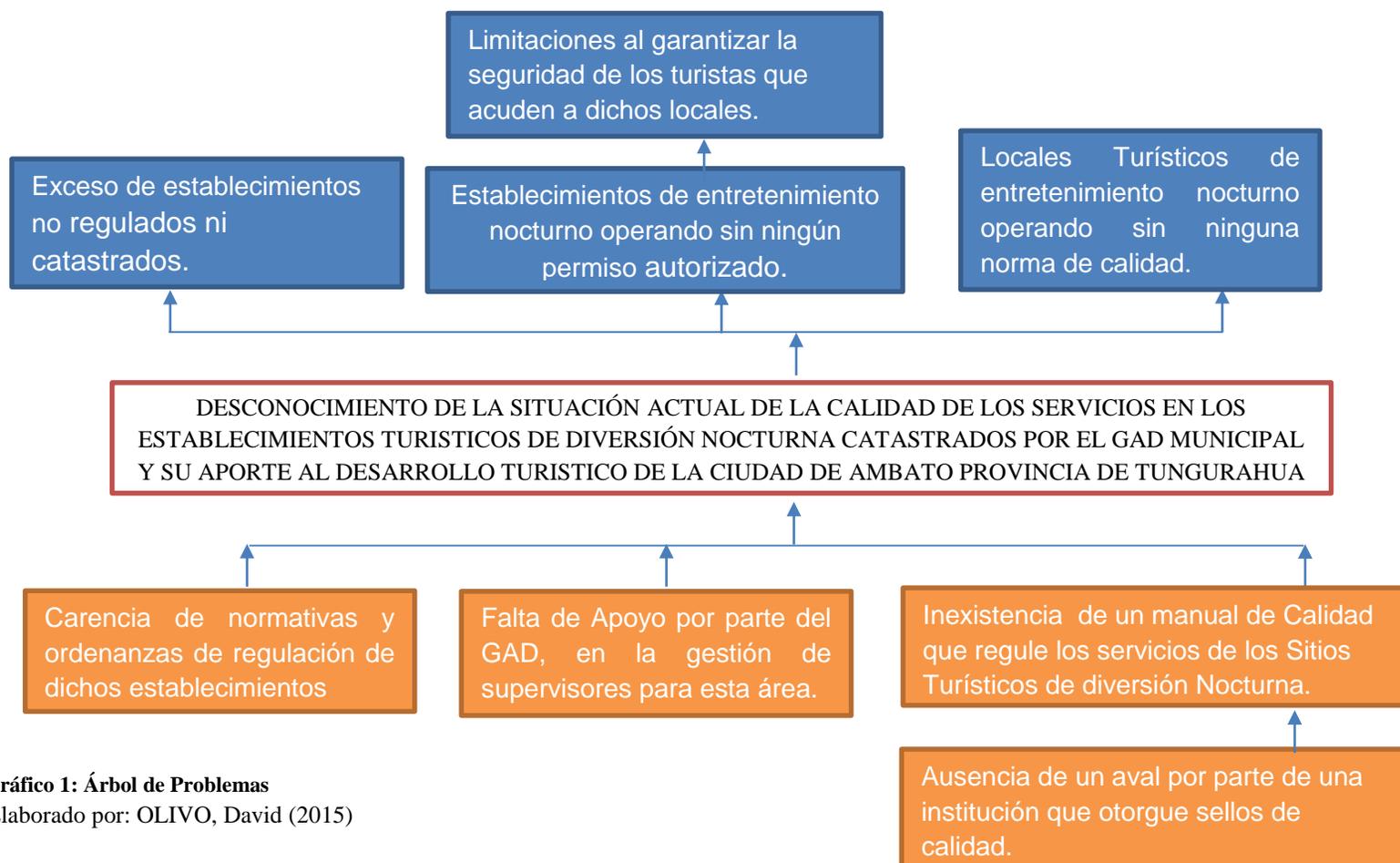
A medida que el país recibe mayor cantidad de turistas extranjeros, estamos posicionándonos dentro del mercado turístico como una potencia más en este ámbito, hablar de turismo no es solo mencionar al turismo tradicional o cultural sino también citar las nuevas tendencias turísticas como son, turismo medico (salud), turismo sexual, turismo gastronómico y hacer énfasis en el tema a tratar en la investigación turismo de entretenimiento u ocio nocturno.

Dentro de este ámbito podemos resaltar que antiguamente la actividad nocturna y los establecimientos que brindan este tipo de servicios no se encontraban regulados y tampoco contaban con un área específica para su correcta ubicación, al contrario los establecimientos turísticos de diversión nocturna se situaban en cualquier parte del Ecuador.

Haciendo mención a la Ciudad de Ambato se puede afirmar que los establecimientos turísticos de diversión nocturna no contaban con un sector específico para su ubicación, muchos de ellos irrumpían la ley no solo al funcionar sin los permisos necesarios sino también al situarse cerca de centros educativos y distintas entidades públicas, afectando así la tranquilidad y la convivencia con las diferentes entidades aledañas y en ocasiones con viviendas situadas a su alrededor.

Actualmente podemos encontrar ordenanzas que regulan el consumo de bebidas alcohólicas al igual que la ubicación de los establecimientos en zonas determinadas es decir lejos de centros educativos o entidades públicas, lamentablemente los dueños de muchos establecimientos hacen caso omiso a la ley y se ubican donde encuentren la posibilidad de hacerlo.

## 1.2.2. Análisis Crítico



**Gráfico 1: Árbol de Problemas**  
Elaborado por: OLIVO, David (2015)

### **Análisis crítico**

El desconocimiento de la situación actual de los establecimientos turísticos de diversión nocturna es un problema que afecta directamente al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Podemos darnos cuenta que, en la ciudad de Ambato no existen normativas que sean dedicadas solo al sector de diversión nocturna, causando un exceso de lugares sin los correspondientes permisos de funcionamiento y normas de calidad sanitaria, generando graves consecuencias para el turista y al mismo tiempo a la reputación y el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato.

Mediante esta investigación buscamos despertar el interés de las autoridades competentes, para que las mismas proporcionen todo lo necesario para llevar a cabo una inspección a los servicios y un control minucioso mediante el cual se den cumplimiento a los requisitos de funcionamiento.

Al culminar este largo proceso de investigación y observación, se busca que las autoridades gestionen un sello de calidad que sirva de apoyo y ayuda a los prestadores de dicho servicio y así lograr que Ambato sea reconocido en este campo como un lugar seguro y que brinda calidad a los Turistas que consuman los servicios de dichos establecimientos.

#### **1.2.3. Prognosis**

De no investigarse el problema suscitado por la no evaluación de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, el desarrollo turístico de Ambato y este segmento de mercado se verán en riesgo constante ya que brindar servicios sin normas de calidad y muchas de las veces sin las autorizaciones y los permisos correspondientes, pueden poner en peligro la integridad física y moral del turista local y extranjero.

Al contrario y de llevarse a cabo esta investigación, la provincia de Tungurahua y principalmente la ciudad de Ambato habrán ganado un punto a favor muy importante dentro del ámbito turístico siendo este la calidad en sus establecimientos y que mejor que esta calidad sea evidenciada mediante un sello de calidad. Hablar de calidad es hablar de excelencia, rentabilidad y sobre todo fidelidad. Ambato ya no dependería de un turismo de paso sino que generaría estabilidad en la afluencia turística, beneficiando no solo al sector del turismo nocturno, sino que ayudara al sector hotelero, de alimentos y bebidas y sobre todo aportara óptimamente al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Cómo aporta la calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad municipal, al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua?

#### **1.2.5. Preguntas directrices**

¿Cuál es el grado de aplicación de las normas de calidad en los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

¿Qué impacto generará la inclusión de normas de calidad en el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua?

¿Qué sello de calidad como estrategia, mejorará los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua?

### **1.2.6. Delimitación de problema**

#### **De contenido**

**Campo:** Turismo

**Área:** Calidad de los servicios

**Aspecto:** Desarrollo Turístico

#### **Espacial**

El presente proyecto se desarrollará en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal en la Ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua

#### **Temporal**

El trabajo de Investigación se llevara a cabo durante el periodo comprendido entre los meses de Abril a Septiembre del 2015.

### **1.3. Justificación**

Mediante el presente proyecto de investigación se establecerán una serie de estrategias que permitirán a los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato despertar su **interés** en cuanto a normas de calidad, las cuales generarán un aporte positivo al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato, todo esto con el fin de llegar a dar una solución a una problemática que se ha venido desarrollando en el ámbito del Turismo de diversión nocturna, debido al alto índice de establecimientos que no cumplen con las normas legales de funcionamiento y estándares que aseguren la calidad de sus servicios. El presente proyecto es totalmente **factible** ya que busca brindar un estudio técnico previo a la gestión de un sello o una certificación de calidad por parte de la autoridad competente para los

establecimientos turísticos de diversión nocturna y así lograr un posicionamiento y diferenciación en el mercado actual.

El proyecto de investigación aquí descrito, a más de ser **importante** es una idea original que nació de la experiencia como investigador, al palpar que los establecimientos turísticos de diversión nocturna no cumplen con lo que ofrecen e incluso brindan servicios de mala calidad ya sea en sus productos o en la atención al cliente.

Los sectores que se verán **beneficiados** con el proyecto no solo serán los sectores públicos y privados, directamente Ambato como ciudad se verá beneficiada con la información recolectada, la cual será de utilidad poder mejorar las experiencias de los turistas.

## **1.4.Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

- Investigar el aporte de la calidad en los servicios de los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el GAD municipal de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Evaluar la calidad de los servicios que los establecimientos turísticos de entretenimiento nocturno prestan al turista local e internacional.
- Identificar el aporte que generará en el desarrollo turístico la aplicación de normas de calidad en los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato.
- Elaborar una propuesta que permita solventar el problema detectado en este trabajo de investigación.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

La presente investigación se ha fundamentado con datos previos establecidos por distintos autores, los cuales poseen relación con el tema de Calidad de servicios con lo cual hemos podido obtener una recolección de datos que serán de gran apoyo para el correcto desempeño del proyecto.

En la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL reposa la tesis cuyo tema es “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOWLING – BAR EN LA CIUDAD DE AMBATO” (CARLOS ESTEBAN MIÑO ROMO-2010) Quien llego a las siguientes conclusiones:

- El proyecto está dirigido a un target de mercado que comprende entre los 15 hasta los 60 años de edad y de estatus medio y alto. La creación de este proyecto permitirá tener una nueva opción de distracción, para disfrutar en familia y entre amigos en la ciudad de Ambato.
- Satisfacer las necesidades del cliente es un factor importante dentro de un negocio, por eso es indispensable tener empatía y cumplir con los procesos y procedimientos de la empresa, logrando posicionar una imagen de calidad en atención y de servicio en la mente del consumidor final.
- El ciclo de vida de un bar en nuestro país, aproximadamente es de 5 años dependiendo de la ciudad donde se encuentre, esto depende del valor agregado que ofrezca el Bowling – Bar a su clientela, sin embargo la política de este establecimiento se basa en la atención, el servicio, y el producto que sea de calidad, obteniendo como resultado la satisfacción del cliente.

- En la ciudad de Ambato la competencia es mínima, siendo este un factor importante para el crecimiento del negocio. A medida que el negocio vaya creciendo se necesitara mayor personal, creando de esta manera fuentes de empleo y esto a su vez aportará al desarrollo de la ciudad.

De acuerdo a las conclusiones citadas con anterioridad, y estando de acuerdo con ellas, en nuestro país existe un target muy amplio al cual están dirigidos los establecimientos turísticos de diversión nocturna por lo cual ofertar servicios de calidad será ese “algo más” (valor agregado) que todo establecimiento debe brindar al turista y así lograr implantar en su mente una idea de retorno gracias a la atención y a los productos que el establecimiento pueda brindarle garantizando su bienestar y seguridad.

En la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales Carrera de Derecho, en la cual reposa la siguiente tesis con el TEMA “LA INEFICAZ APLICACIÓN DE NORMAS JURÍDICAS QUE SANCIONE A LOS LIBADORES EN LA VÍA PÚBLICA FRENTE A LA IMPUNIDAD Y LA DESCOMPOSICIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2011” (Álvaro Mauricio bombón Samaniego) ( Ambato – ecuador 2013). Donde llego a las siguientes conclusiones.

- A pesar de la reglamentación, las personas responsables de su cumplimiento actúan con poca eficacia, por la permisividad de la norma. Siendo tanto que la venta de alcohol se da a toda índole, teniendo un fácil acceso, es simple y directo, no hace falta siquiera esforzarse por conseguir algo para tomar, en cuanto a bebidas alcohólicas se refieren, existiendo en nuestra ciudad un número superior de licoreras que de farmacias, siendo el común e incluso tomar a fuera de los mentados establecimientos de venta libre.
- Todas aquellas personas y empresas que están involucradas en la venta de alcohol son responsables también de lo que sucede en la actualidad. Para

quienes están involucrados en la producción y comercialización de alcohol, el adolescente es un consumidor en potencia al cual hay que inducir y comprar, sobre todo teniendo en cuenta que actualmente este dispone de la aceptación por parte de sus padres o adultos responsables de la decisión que tomen. La valoración excesiva de "tener", sobre el "ser", ha llevado a nuestra sociedad a no fijarse en medios ni en consecuencias con tal de obtener un lucro importante de cualquier actividad.

- Es importante además el detallar el hecho de que a más de ser insuficiente y hasta cierto punto ineficaz la norma establecida como sanción el beber en sitios públicos, se ha concluido que genera en la permisividad en cuanto al consumo de bebidas alcohólicas se refiere, desafiando incluso los consumidores a los miembros del orden públicos que se ven atados, y muchas de las veces recurriendo a detenciones ilegales, sacrificando sus carreras con tal de que se establezca la normalidad de las relaciones de los ciudadanos y por ende la tranquilidad.

Lamentablemente en la actualidad las autoridades han descuidado las normativas que regulan la ubicación de los establecimientos turísticos de diversión nocturna y a su vez el control de documentos que legalicen el funcionamiento de las mismas, causando así un desorden total en cuanto a la ubicación de establecimientos en zonas prohibidas y al desequilibrado consumo de bebidas alcohólicas en la ciudad de Ambato.

## **2.2.Fundamentación filosófica**

La presente investigación tiene una fundamentación filosófica crítico – propositivo que busca analizar el aporte que los establecimientos turísticos de diversión nocturna brindan al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, como también promover la gestión de un sello de calidad para que los

establecimientos turísticos de diversión nocturna logren incrementar su rentabilidad y así posicionarse como establecimientos de calidad turística.

### **2.3.Fundamentación legal**

El presente proyecto está fundamentado en las Ordenanzas Municipales de la ciudad de Ambato, la Ley de Turismo del Ecuador y en la Ley Orgánica del consumidor del Ecuador.

## **ORDENANZAS MUNICIPALES**

Art. 3. Las discotecas, cantinas y establecimientos para la venta de licores sólo podrán funcionar en las zonas comerciales del cantón, según el plan regulador.

Los locales en que funcionan estos negocios deberán reunir las condiciones mínimas de construcción establecidas en la ordenanza respectiva y contar con el permiso del Departamento de Planificación.

Si funcionare uno de estos negocios en un local que no reúna las condiciones mínimas de construcción establecidas en la ordenanza, la Dirección de Comisarías Municipales procederá a clausurarlo, previo el informe de la Dirección de Planificación.

La Intendencia o cualquier otra entidad solamente podrán otorgar permiso para el funcionamiento de estos negocios cuando exista el informe y el permiso de la Dirección de Planificación Municipal. Se tendrá en cuenta que no exista la oposición por parte de un número significativo de moradores del barrio.

### **Sobre las bebidas**

Art. 4. Se prohíbe el expendio público de bebidas alcohólicas en el cantón, después de las 02h00.

Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública y en los parques del cantón.

La Intendencia de Policía velará por el cumplimiento estricto de esta disposición, así como el Departamento de Comisarías del Municipio de Ambato.

La Dirección de Comisarías procederá a sancionar con una multa de hasta cuatro salarios mínimos vitales a los propietarios de los establecimientos que incumplan esta disposición. En la Fiesta de la Fruta no se aplicará la prohibición.

## **LEY DE TURISMO**

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

## **CAPÍTULO X**

### **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

**Art. 46.-** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

## **LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR**

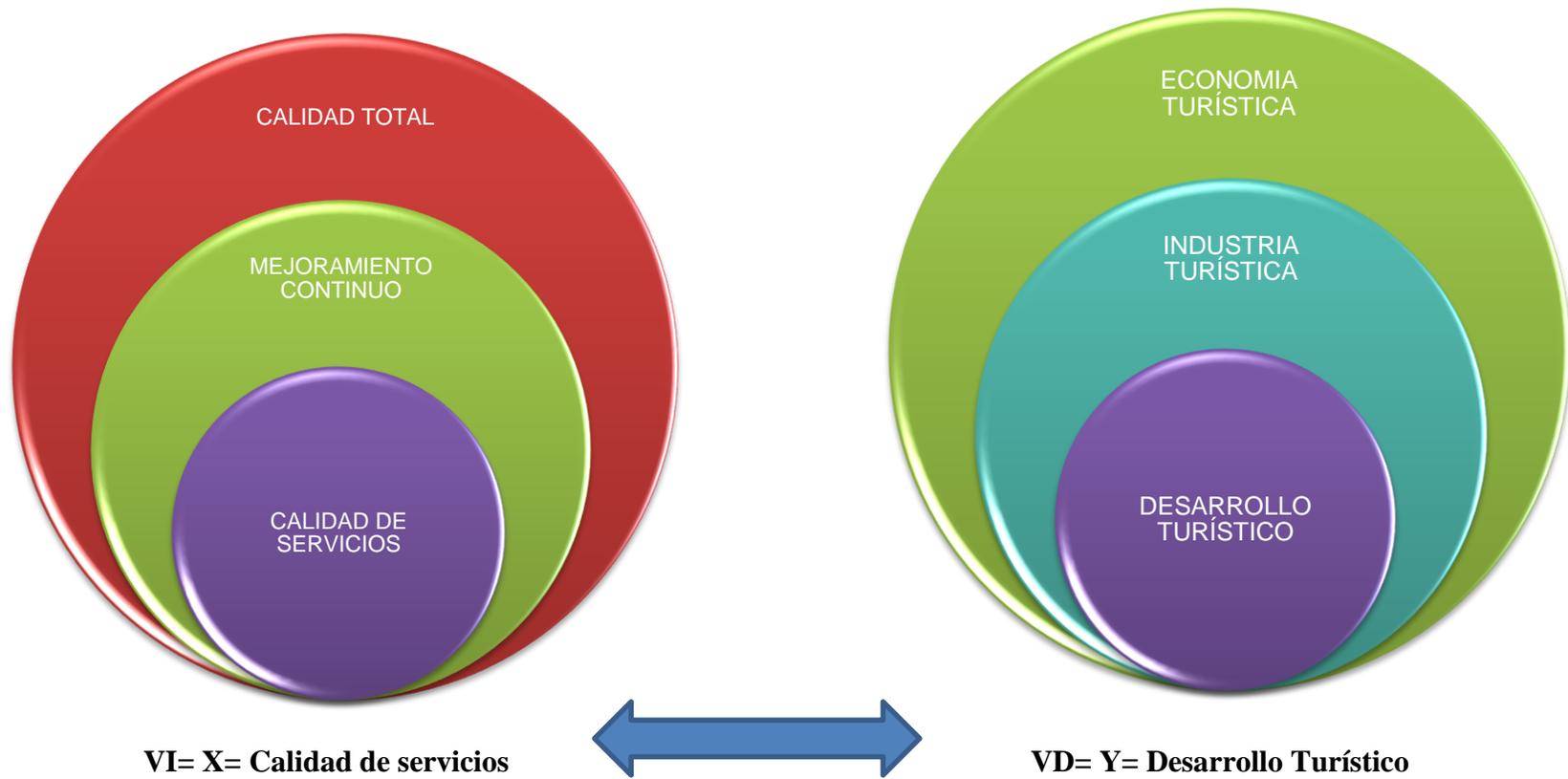
### **CAPÍTULO IV INFORMACIÓN BÁSICA COMERCIAL**

**Art. 9 Información Pública.** - todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medida, de acuerdo a la naturaleza del producto.

Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

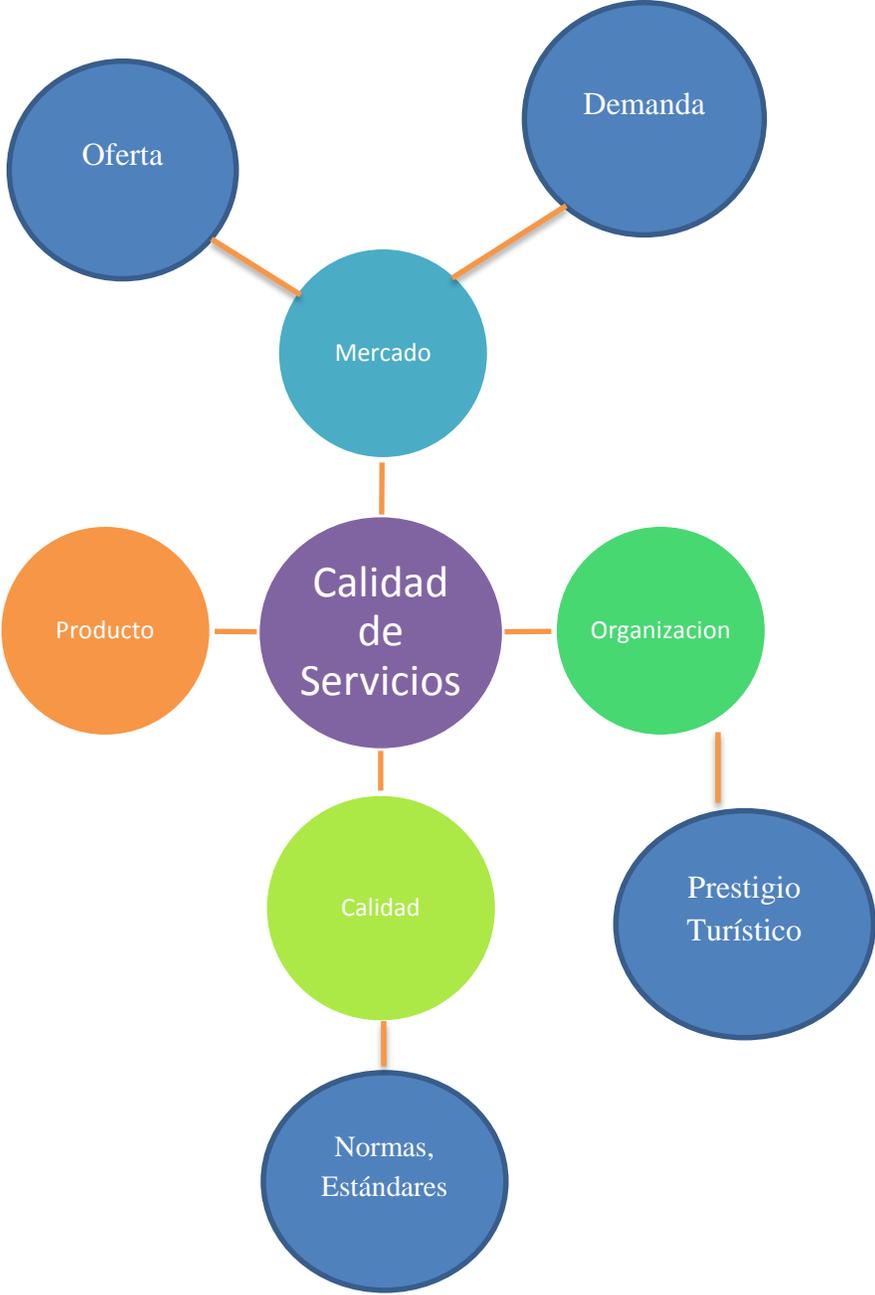
Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y /o volumen.

## 2.4. Categorías fundamentales



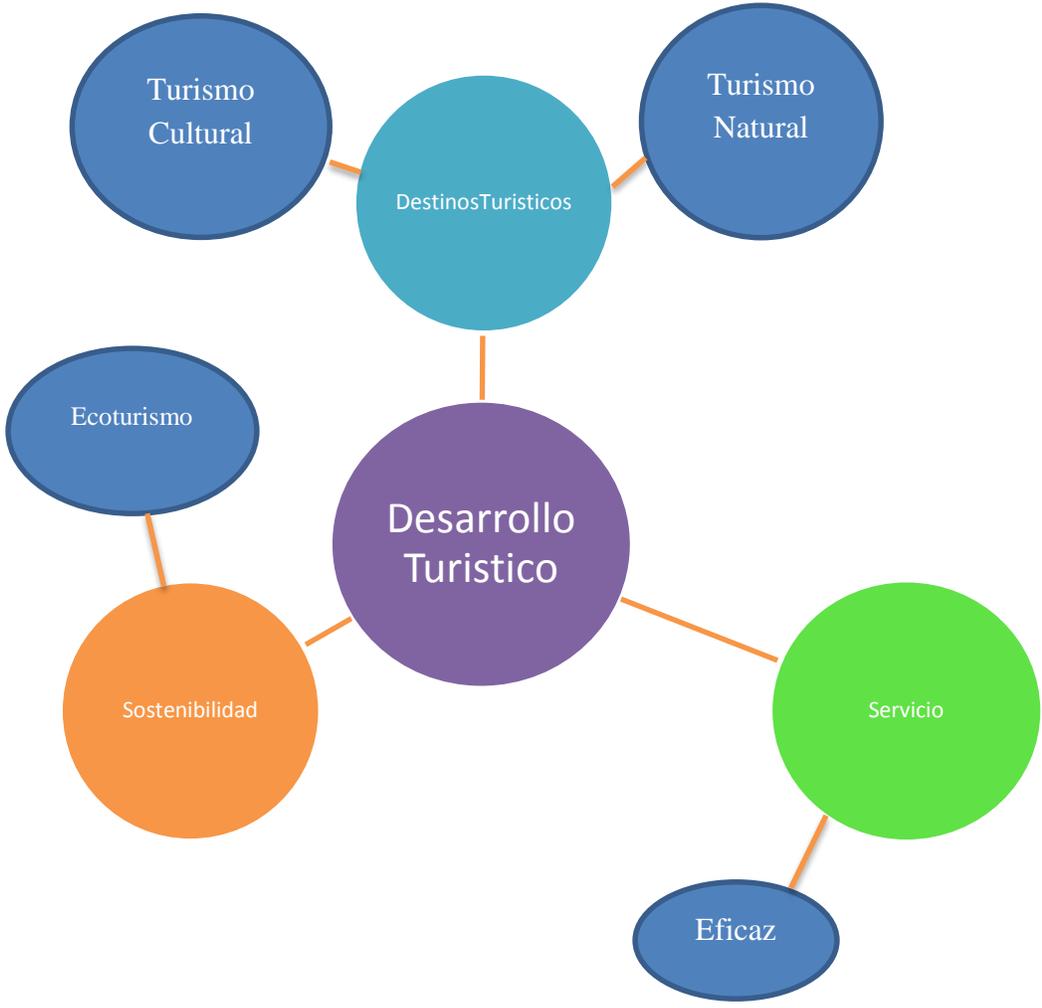
**Gráfico 2: Categorías Fundamentales**  
Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Subordinación de la Variable Independiente**



**Gráfico 3: Subordinación Variable Independiente**  
Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Subordinación de la Variable Dependiente**



**Gráfico 4: Subordinación Variable Dependiente**  
Elaborado por: OLIVO, David (2015)

## **Descripción de las Variables**

Dentro de las categorías fundamentales identificaremos varios temas, los cuales serán de gran importancia para el óptimo desarrollo de este proyecto lo cual nos permitirá obtener un profundo conocimiento sobre lo que vamos a tratar, a continuación citaremos las definiciones de dichas categorías.

## **Descripción de la Variable Independiente**

### **Calidad Total**

El mercado en el que nos desenvolvemos cambia constantemente y a la medida que este cambia también cambian las exigencias del consumidor el cual se vuelve más exigente al momento de cumplir sus expectativas es decir al momento de su satisfacción total, es por eso que los conceptos que citaremos a continuación nos ayudaran a comprender que es la calidad y como ayuda al cliente:

Manene entiende por calidad total a: “la mejoría permanente del aspecto organizacional; donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el empleado del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales” (MANENE, 2010).

A más del concepto citado con anterioridad Manene habla sobre La Calidad total y dice que es Calidad total porque: “comprende todos y cada uno, de los aspectos de la organización, porque involucra y compromete a todas y cada una de las personas de la organización” (MANENE, 2010).

La Asociación Española para la Calidad nos explica que calidad es: “la aplicación de los principios de la gestión de la calidad al conjunto de actividades y personas de la organización, no sólo a la realización del producto o servicio que se entrega al cliente” (AEC, 2012).

## **Mejoramiento Continuo**

El mejoramiento continuo para el Ing. Cabrera en su documento publicado en Eumed.net el mejoramiento continuo es: “el conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente” (Ing. CABRERA, 2009).

Podemos observar que un mejoramiento continuo garantiza un posicionamiento continuo y una empresa potencialmente competitiva, buscando mediante este mejoramiento generar cualidades extra que capten la atención de los consumidores.

Fadi Kabboul (1994), define el Mejoramiento Continuo como: “una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado”.(tomado del Curso de Mejoramiento Continuo dictado por Fadi Kbbaul).

Orlando Moreira y su artículo nos menciona que el mejoramiento continuo no es más que: “un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo” (Orlando, 2002).

## **Calidad**

Calidad es un término que trata de la disciplina dedicada al análisis del correcto empleo de las diferentes normas estandarizadas para el mejoramiento en la prestación de un servicio y así lograr la satisfacción total del consumidor.

Para comprender de una manera específica lo que es calidad citaremos las definiciones de los siguientes autores:

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. (Deming, 1989)

Kaoru Ishikawa (1988), menciona que la calidad “es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. (Ishikawa, 1988).

Según Philip Crosby (1989), “la calidad es entregar a los clientes y a los compañeros de trabajos, productos y servicios sin defectos y hacerlo a tiempo”. (Crosby, 1989).

### **Normas de calidad**

Las normas de calidad son estándares o requerimientos que un empresa de carácter público y privado sea cual fuese su razón social debe poseer, para así poder brindar servicios óptimos de calidad sin ningún tipo de falencia, y que estos sean de agrado con el cliente, es decir mantener satisfecho al cliente ya que es la razón de la Empresa.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) define las normas como: “acuerdos documentados que contienen especificaciones técnicas y otros criterios precisos para su uso consecuente como reglas, directrices o definiciones, con el objetivo de asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios sean apropiados a su fin” (ISO/IEC, 1996).

### **Organización**

Organización es más que un término es un proceso que se lleva a cabo durante un periodo o tiempo indeterminado en el cual se buscara cumplir al 100% con los objetivos fijados por una empresa o un grupo de talento humano.

Para ampliar nuestros conocimientos tenemos los siguientes conceptos:

Para Robbins y Coulter en su libro Administración, Organización es: “una asociación deliberada de personas para cumplir determinada finalidad”. (ROBBINS & COULTER, 1996).

Santiago de Quijano menciona que las organizaciones son:

“Formaciones sociales complejas y plurales, compuestas por individuos y grupos, con límites relativamente fijos e identificables, que constituyen un sistema de roles, coordinado mediante un sistema de autoridad y de comunicación y articulado por un sistema de significados compartidos en orden a la integración del sistema y a la consecución de objetivos y fines” (Díaz de Quijano, 1993).

Para Yopo en su libro Organización y Administración Universitaria define que: “organización es un sistema de relaciones que define la disponibilidad de recursos escasos, los que pueden ser manipulados en términos de eficiencia y efectividad” (Yopo, 1970).

## **Producto**

Hablar de producto es hablar del bien o servicio que un consumidor recibe a cambio de dinero, este producto será el causante de generar satisfacción o insatisfacción al consumidor, a continuación citaremos diversas definiciones que nos ayudaran a comprender el término Producto:

En su libro Claves para gestionar precio, producto y marca: Cómo gestionar una Guerra de precios Belio y Sainz mencionan que el producto es: “Fuente de satisfacción de necesidades” (Belio & Sainz).

Keegan en su libro Marketing Global menciona al Producto como: “Un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción y beneficios al usuario o comprador” (Keegan, 1997).

## **Mercado**

Es considerado el medio donde se desarrolla una actividad mercantil es decir donde se realiza el intercambio de un producto bien o servicio entre la oferta y la demanda, buscando siempre tener un beneficio principalmente Económico.

Para Díaz el mercado es: “cualquier institución, mecanismo o sistema que pone en contacto a compradores y vendedores, y facilita la formación de precios y la realización de intercambios” (DÍAZ, 1999).

Rivera y Garcillan definen al mercado como un: “conjunto de compradores que buscan un determinado producto” (Rivera Camino & De Garcillan, 2012).

## **Oferta**

La oferta es el complemento de la demanda, es la encargada de ofertar un bien, servicio o producto a si vez se encarga también de la fidelización del consumidor mediante un trato de excelencia y un producto de calidad motivos por los cuales el cliente se sienta satisfecho y sienta la necesidad de adquirir dichos productos nuevamente.

Para Spencer en su libro de Economía Contemporánea menciona que la oferta es:

“Una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios

alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes” (Spencer, 1993).

Según la Pontificia Universidad Javeriana la oferta se entiende como: “la cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesta a vender a un determinado precio del mercado” (Pontificia Universidad Javeriana. Cendex, 2001).

Para Rosales Obando la oferta es: “las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables” (Rosales Obando, 2006).

## **Demanda**

Entendemos por demanda al conjunto de personas o individuos que requieren los servicios y productos de cualquier tipo de institución en cualquier segmento de mercado, es decir la demanda adquiere un producto o servicio de la oferta a cambio de su dinero, al carecer de definiciones exactas sobre demanda hemos citado la más acertada:

Dentro del libro Marketing de Destinos Turísticos se realiza la siguiente definición sobre Demanda donde dice que es: “Deseo de un producto específico apoyado por una capacidad adquisitiva” (Bigné Alcañiz, Font Aulet, & Andreu Simó, 2000).

## **Prestigio Turístico**

Al no encontrar un solo concepto que abarque el significado del término prestigio turístico, eh decidido partir de sinónimos que establezcan una referencia significativa y así poder construir un concepto adecuado para el término citado con anterioridad.

## **Reputación**

El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) define la reputación con dos acepciones, como la “opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo” y el “prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo” (Española, Real Academia Española, 2012).

El Grupo de Reputación corporativa menciona en su blog que la reputación empresarial y corporativa es:

“La reputación corporativa o empresarial es el reconocimiento que los grupos de interés o stakeholders de una compañía (cualquier persona o entidad afectada por las actividades de esa empresa, ya sea porque forma parte de los grupos internos de la misma, como propietarios, accionistas, directivos o trabajadores, o de los externos, como clientes, proveedores, competidores y sociedad en general) hacen del comportamiento corporativo de esa compañía, a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas –si los tuviera- y la sociedad en general” (corporativa, 2012).

Según el profesor Javier Fernández Aguado, Reputación corporativa es:

“El prestigio consolidado y fundamentado que una entidad logra ante todos sus stakeholders. Esa reputación se convierte luego en una ventaja competitiva para cualquier entidad, pero es fin en sí misma, no viene justificada por la mejora en los logros obtenidos por la entidad” (Aguado).

En base a los conceptos citados con anterioridad y adjuntando la terminación Prestigio al termino Turístico, podemos decir que el prestigio turístico es el grado de promoción, aceptación y fidelidad del cliente hacia un establecimiento. El prestigio parte de una excelente atención lo cual generara un impacto positivo en el consumido provocando así que el mismo realice publicidad de boca a boca y así incrementa la demanda y la fidelización hacia le empresa.

## **Descripción de la Variable Dependiente**

### **Desarrollo Turístico**

Al no encontrar una definición específica que logre explicar al desarrollo turístico, partiremos citando definiciones de la base del término mencionando cuya base es desarrollo

### **Desarrollo**

Según Alfonso Dubois doctor en Economía, el concepto de desarrollo “se relaciona con la idea de futuro que cada sociedad se propone como meta para el colectivo humano”. (Dubois)

Gracias al concepto citado con anterioridad sumado a la diversidad de conceptos mencionados sobre “Turismo” se puede llegar a una conclusión: El desarrollo Turístico es el crecimiento sustentable y sostenible de un segmento de mercado como lo es el Turismo en General.

### **Industria Turística**

La industria es aquí donde se generan todos los productos que van a ser vendidos en el mercado, dentro de la industria es importante tener un talento humano capacitado un talento humano que sea Eficiente y Eficaz, capaz de resolver problemas dentro de la misma, pero sobre todo la industria está encargada de poner en práctica los estándares de calidad y así lanzar al mercado productos de calidad que generen satisfacción total hacia el consumidor.

A continuación citaremos el concepto que la OMT ha emitido sobre lo que es la industria Turística:

La OMT menciona que: “Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo” (OMT, 2008).

### **Economía Turística**

En el medio en el que nos encontramos actualmente, la economía es una de las ciencias más importantes dentro del mercado y es que gracias a ella que podemos comprender la interacción que se obtiene entre oferta, demanda al momento de realizar comercio con bienes, servicios y productos.

A continuación tendremos definiciones que nos ayudaran a comprender a fondo el significado de la misma:

En el portal web definición ABC, hace referencia a la Economía como: “la disciplina que estudia las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, analizando el comportamiento humano y social en torno de éstas fases del proceso económico” (Definicionabc, 2007/2015).

En otro orden, Gregory Mankiw, en su libro ‘Principios de Economía’, señala que la economía es "el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos" (Mankiw).

### **Turismo**

Para una mejor comprensión del término turismo, citaremos los siguientes conceptos con sus respectivos autores:

La página Web ¿?? menciona en uno de sus artículos que: “Turismo es el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio

diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año” (Definicion, s.f.).

La Real Academia Española menciona en su diccionario que el Turismo es una “Actividad o hecho de viajar por placer” (Española, Real Academia Española, 2012).

La OMT (1991) lo define como: "un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales" (OMT, 2005-2007).

Con ayuda de los conceptos citados con anterioridad, podemos concluir que el Turismo es la actividad que una o más personas relazan con el simple hecho de desplazarse dentro o fuera de su área de confort, ya sea por recreación, salud, entretenimiento u otra necesidad, se considerara turismo a la pernoctación del turista fuera de su área de residencia habitual.

## **Sostenibilidad**

Hablar de sostenibilidad es hablar de comunión entre el humano su desarrollo y el medio ambiente es decir crecer sin destruir, aprovechar sin explotar, hacer conciencia de que la naturaleza en la actualidad no es renovable y que si fallamos al conservarla, fallaremos como seres humanos.

A continuación citaremos las siguientes definiciones:

La OMT como ente regulador del turismo a nivel mundial define que: “Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, y un equilibrio adecuado debe establecerse entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (OMT, 2004).

Dentro del libro “Comportamiento del consumidor ecológico” se define a la sostenibilidad como: “Vivir en una sociedad de bienestar, pero sin dilapidar los recursos naturales” (Andrés & Martínez Salinas, 2002).

### **Ecoturismo**

Para comprender el término Ecoturismo partiremos con una definición de lo que es Ecología para des pues mancomunarla con el término turismo y así lograr un claro concepto del mismo:

En el libro “Ecología” se explica claramente que la ecología es: “es el estudio de la relación entre los organismos y su medio ambiente físico” (López Aguilar, y otros, 2006).

Trataremos de vincular al término ecología con el ser humano y es por eso que a continuación citaremos el concepto de “Ser Ecológico” definición establecida en el libro “Certezas en un mundo incierto” donde menciona que:

“Ser ecológico es vibrar en resonancia con esa gran entidad viviente que es la Tierra, cuyos huesos son los minerales, rocas y piedras, cuya columna son las cordilleras, cuyas venas y arterias son los ríos, cuya sangre y energía vital son los mares, cuyo sistema biológico son todos los seres vivos, en cuya mente vibran los pensamientos humanos, en cuya gran alma resplandecen nuestras almas; ser ecológico es despertar a ver que la vida personal encuentra su sentido en cuanto sirve, aporta, da a ese todo mayor que existe” (May, 2012).

Teniendo como referencia de ecología y ser ecológico a los conceptos citados con anterioridad, podemos definir ahora con más claridad lo que es el ecoturismo, ya que podremos conjugar a la ecología y al ser ecológico y así podremos decir que el ecoturismo es la actividad de viajar sin contaminar, el portal web “Importancia.org: Saber valorar la vida” define que: “Eco-turismo cuando los espacios naturales son

protegidos por su especial diversidad y por los programas de conservación que en ellos se desarrollan (Profesores, 2002/2013).

### **Destinos turísticos**

Para que la actividad turística exista se debe tener lugares a los cuales viajar, lugares que reúnan varias cualidades como belleza paisajística, cultural, social, cualidades que deberán estar acompañadas de infraestructura, servicios básico y accesibilidad, una vez que tengamos dichas cualidades en un lugar, lo podremos llamar destino turístico.

A continuación y para ampliar nuestro conocimiento en cuanto al término Destino turístico citaremos las siguientes definiciones:

En el libro de “Marketing de destinos turísticos” mencionan que: “Son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas” (Bigné Alcañiz, Font Aulet, & Andreu Simó, 2000).

Martínez y Rojo mencionan en su libro que destino turístico es: “El espacio (país, región o ciudad) que cuenta con elementos necesarios de atracción o recursos turísticos e infraestructuras y equipamientos turísticos hacia el que se dirigen las personas para disfrutar” (Martinez Leal & Rojo Gil, 2013)

### **Turismo natural**

Es la actividad recreacional que se realiza fuera del casco urbano, como su palabra lo menciona es natural ya que buscaremos entrar en confort con el medio ambiente.

A continuación mencionaremos los aportes de diferentes autores:

Según el portal web “Importancia.org: Saber valorar la vida” turismo natural son: “los viajes organizados por personas con el objetivo de realizar actividades recreativas en

contacto, precisamente y como su nombre lo adelanta, con la naturaleza” (Profesores, 2002/2013).

La Secretaría de Turismo (SECTUR) define al Turismo de Naturaleza como:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (SECTUR, 2014).

### **Turismo cultural**

Actividad dedicada al conocimiento, a la experiencia de conocer las diferentes culturas, modismo, tradiciones, a todas las partes que componen la identidad de un lugar.

A continuación y para comprender más sobre el significado de turismo cultural citaremos a Quesada quien menciona lo siguiente:

Según Quesada Turismo cultural son: “Un conjunto de ideas, técnicas, costumbres y prácticas artísticas que configuran el estado de desarrollo material y social de un pueblo, de un grupo étnico o del conjunto de la Humanidad” (Quesada Castro, 2007).

### **Servicios**

Es todo tipo de actividad dedicada a la satisfacción de un usuario/cliente, es decir aplicar todos los conocimientos profesionales buscando cumplir con un objetivo, en este caso se busca cumplir con las expectativas de los clientes.

Citaremos a la Organización médica de España quien nos da una referencia de lo que es “Servicio” y menciona que:

“Toda prestación ejecutada a cambio de una remuneración, partiendo de un establecimiento situado en un Estado miembro y a favor de un beneficiario establecido en otro estado miembro” (OMC, 2015).

### **Eficacia**

Según el portal web “definición de” eficacia es: “es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción” (Definicion, Definicion de, 2015).

Robbins y Coulter mencionan que la Eficacia es: “hacer lo que es apropiado, es decir, las actividades de trabajo que ayudan a la organización a alcanzar sus metas” (Robbins & Coulter, 2005).

### **2.5.Hipótesis**

¿Cuál será el aporte de la calidad de los Servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal al desarrollo Turístico de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua?

La calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna si aportara al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

### **2.6.Señalamiento de Variables**

**Variable Independiente:** Calidad de Servicios

**Variable Dependiente:** Desarrollo Turístico

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Enfoque de la Investigación**

La presente investigación se encuentra enmarcado en un esquema cualitativo que hace referencia a cada uno de los aspectos que no son susceptibles a un valor numérico y estadístico, mediante el cual comprenderemos los fenómenos que inciden en las conductas de una persona y en su percepción sobre calidad de un servicio y satisfacción al cliente.

Se maneja también un esquema cuantitativo, refiriéndonos a la recopilación de datos numéricos y estadísticos que nos permitirán tener una visión más clara del aporte al desarrollo turístico por parte de los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato.

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

La presente investigación utilizara dos modalidades para su estudio las mismas que serán citadas a continuación:

**De Campo:** La presente investigación se realizará en la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, lugar en el que analizaremos problemas reales, y de los establecimientos prestadores de servicios de entretenimiento, es por eso que como investigador me basare en el estudio desde el mismo lugar donde ocurren los hechos, y así obtener resultados palpables y la relación que existe entre las causas y los efectos.

**Bibliográfica y Documental:** Constituye la búsqueda y recolección de información, organización, y procesos de información para llevar a cabo la investigación mediante libros, relevancias documentales, folletos, revistas y sitios web que nos faciliten información sobre el tema a investigar.

### **3.3. Tipo de Estudio**

El presente perfil tiene los siguientes tipos de investigación:

#### **Tipo exploratorio**

Es de tipo exploratorio ya que estaremos presentes en el lugar donde se va a desarrollar la investigación, para recolectar información sobre la calidad de los servicios de los Establecimientos Turísticos de entretenimiento nocturno.

#### **Tipo descriptivo**

Es de tipo descriptivo porque una vez explorado el lugar y habiendo recolectado información necesaria, se procederá a describir las virtudes y falencias del ámbito investigado en este caso A los establecimientos turísticos que presten servicios de entretenimiento nocturno.

### **3.4. Población y muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

En donde:

n: tamaño de muestra

Z: nivel de confiabilidad (1,96)

P: probabilidad de que ocurra (0,5)

Q: probabilidad de que no ocurra (0,5)

N: población (178.538)

e: error de muestreo (0,05)

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5) 178.538}{1,96^2 (0,5) (0,5) + 178.538(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,84)(0,25) 178.538}{(3,84)(0,25) + 178.538(0,0025)}$$

$$n = \frac{(0,96) 178.538}{(0,96) + 178.538(0,0025)}$$

$$n = \frac{171.396,48}{(0,96) + 446,345}$$

$$n = \frac{171.396,48}{447,305}$$

$$\mathbf{n = 383}$$

### 3.5.Operacionalización de variables

#### 3.5.1. Variable Independiente: Calidad de Servicios

Tabla 1: Operacionalización Variable Independiente

<i>Conceptualización</i>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems Básicos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
<i>Normas estandarizadas que permitan ofertar un producto y servicio de calidad óptimos, Es decir buscar la satisfacción total del cliente al consumir cualquier tipo de prestación</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Normas Estandarizadas.</li> <li>-Producto y Servicio de Calidad.</li> <li>-Satisfacción Total del Cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecimientos turísticos de diversión nocturna que cumplen con las normas.</li> <li>-Establecimientos turísticos de diversión nocturna ofrecen servicios y productos de calidad</li> <li>-El cliente está totalmente satisfecho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Ah visitado algún establecimiento turístico de diversión nocturna en la ciudad de Ambato?</li> <li>¿Cómo calificaría la calidad del servicio brindado por el staff de los establecimientos turísticos de diversión nocturna?</li> <li>¿Cuál ha sido su grado de satisfacción al consumir los productos y servicios de dichos establecimientos?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario</li> </ul>

Elaborado por: David Olivo

### 3.5.2. Variable dependiente: Desarrollo Turístico

Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas	Instrumentos
<p><i>Mejora en prestaciones de servicios o productos, que beneficien a todos los sectores involucrados dentro del ámbito turístico.</i></p>	<p>-Prestación de Servicios y productos</p> <p>-Beneficiarios</p>	<p>- Normas de calidad</p> <p>- Entidades Públicas y Privadas</p>	<p>¿Cree usted que los establecimientos de diversión nocturna aplican normas de calidad a la prestación de servicios y productos?</p> <p><b>¿Cómo considera usted que ha sido el impacto en el desarrollo turístico, generado por el grado de satisfacción del turista al consumir los productos y servicios de dichos establecimientos?</b></p> <p>¿Qué entidades cree usted que se beneficiarían de este tipo de turismo?</p> <p>¿Cómo considera usted que será el impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato al gestionar una certificación de calidad para dichos establecimientos?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>	<p>Entrevista estructurada</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: David Olivo

### 3.6.Recolección información

<b>¿Para qué?</b>	Para analizar el la calidad de los servicios y su aporte al desarrollo turístico.
<b>¿De qué personas u objetos?</b>	Los dueños de los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato
<b>¿Sobre qué aspectos?</b>	Calidad de los servicios y Desarrollo Turístico.
<b>¿Quién?</b>	David Olivo.
<b>¿Cuándo?</b>	En el periodo Abril – Septiembre 2015
<b>¿Dónde?</b>	En los establecimientos turísticos de diversión nocturna
<b>¿Cuántas veces?</b>	Las que la investigación requiera
<b>¿Qué técnica de recolección?</b>	Encuesta
<b>¿Con que?</b>	Cuestionario de Preguntas
<b>¿En qué situación?</b>	Durante el proceso investigativo.

**Tabla 3: Recolección de Información**

Elaborado por: David Olivo

### **3.7. Plan de procesamiento y análisis**

Para el presente trabajo de investigación se utilizara el programa de SPSS para calcular, tabular y realizar gráficos según los resultados que arrojan las encuestas realizadas a la población de Ambato. Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos aparte de ser una plataforma de fácil trabajo y una sencilla interface.

#### **3.7.1. Características de programa**

Descripciones de las propiedades de cada variable del archivo de datos. En la Vista de variables:

Las filas son variables.

Las columnas son las características de las variables.

Una plataforma de fácil manejo de datos.

## CAPÍTULO IV

### 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 4: Tabulación pregunta N. 1

1) ¿Ah visitado algún establecimiento turístico de diversión nocturna en la ciudad de Ambato que cuente con normas de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	3,9	3,9	3,9
	NO	368	96,1	96,1	96,1
	Total	383	100,0	100,0	100,0

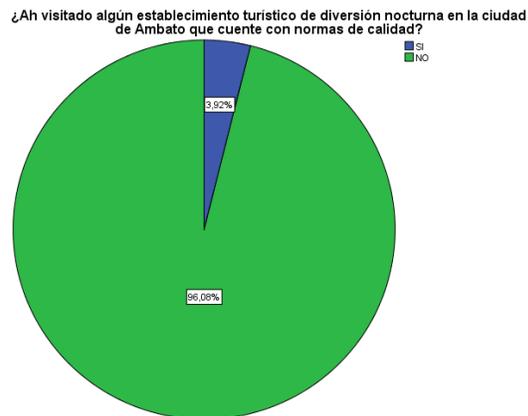


Gráfico 5: Representación Gráfica N.1

**Análisis:** Como se puede observar el 3.92% ha visitado al menos un establecimiento turístico de diversión nocturna que cuente con normas de calidad por el contrario 368 personas correspondientes al 96% nunca han visitado un establecimiento con normas de calidad.

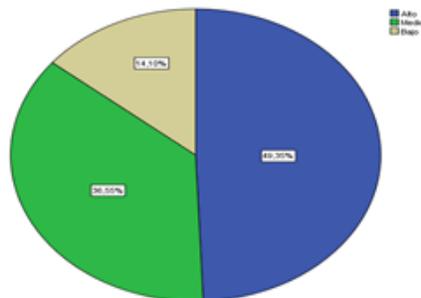
**Interpretación:** Esto quiere decir que en su mayoría, los establecimientos de diversión turística de Ambato no cuentan con normas de calidad en sus servicios.

**Tabla 5: Tabulación pregunta N. 2**

2) ¿Cómo calificaría la calidad del servicio brindado por el staff en los establecimientos turísticos de diversión nocturna?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	189	49,3	49,3	49,3
	Medio	140	36,6	36,6	36,6
	Bajo	54	14,1	14,1	14,1
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cómo calificaría la calidad del servicio brindado por el staff en los establecimientos turísticos de diversión nocturna?



**Gráfico 6: Representación Gráfica N.2**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** De 383 encuestados el 49.35% califican como Alto el servicio brindado por parte del staff de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, el 36.6% lo califican como Medio y el 14.1% restante de encuestadas lo califica como Bajo.

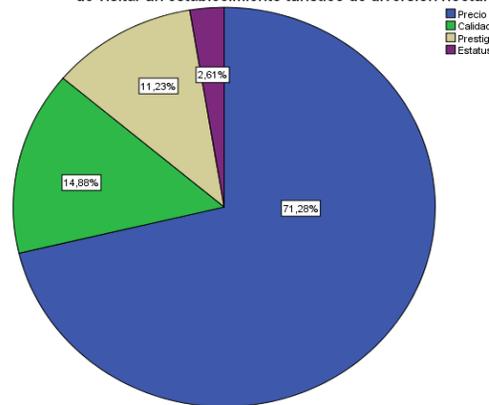
**Interpretación:** La demanda de los servicios prestados por los establecimientos turísticos de diversión nocturna cada vez son más exigentes es por eso que cada día los establecimientos mencionados capacitan a su personas en cuanto atención al cliente, siendo así motivo por el cual la población de la ciudad de Ambato en su mayoría califica como Alto al desempeño del staff dentro de su área laboral.

**Tabla 6: Tabulación pregunta N. 3**

**3) ¿Cuál es el factor que a Ud. más le impacta para tomar una decisión al momento de visitar un establecimiento turístico de diversión nocturna?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	273	71,3	71,3	71,3
	Calidad	57	14,9	14,9	14,9
	Prestigio	43	11,2	11,2	11,2
	Estatus	10	2,6	2,6	2,6
	Total	383	100,0	100,0	100,0

**¿Cuál es el factor que a Ud. más le impacta para tomar una decisión al momento de visitar un establecimiento turístico de diversión nocturna?**



**Gráfico 7: Representación Gráfica N.3**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** Se puede observar que el 71% de las personas encuestadas elige un establecimiento turístico de diversión nocturna en base al precio, mientras que el 14% asiste por calidad el 11,23% prefiere el prestigio y el 2.61% en su minoría los escoge fijándose en la calidad de sus servicios y productos.

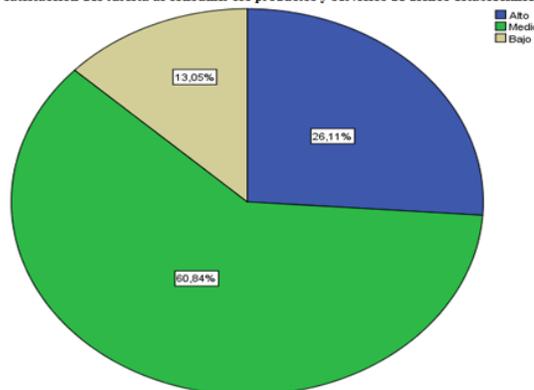
**Interpretación:** En base a los resultados obtenidos en la tabulación se puede apreciar que las personas durante su visita a los establecimientos no toman en cuenta la calidad en los servicios y productos sino que se basan más en el precio que ellos poseen. Muchas veces el cliente no se da cuenta que lo Barato les puede salir caro.

**Tabla 7: Tabulación pregunta N. 4**

4) ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto en el desarrollo turístico, generado por el grado de satisfacción del turista al consumir los productos y servicios de dichos establecimientos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Alto	154	40,20	40,20	40,20
Medio	105	27,41	27,41	27,41
Bajo	124	32,37	32,37	32,37
Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cómo considera usted que ha sido el impacto en el desarrollo turístico, generado por el grado de satisfacción del turista al consumir los productos y servicios de dichos establecimientos?



**Gráfico 8: Representación Gráfica N.4**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

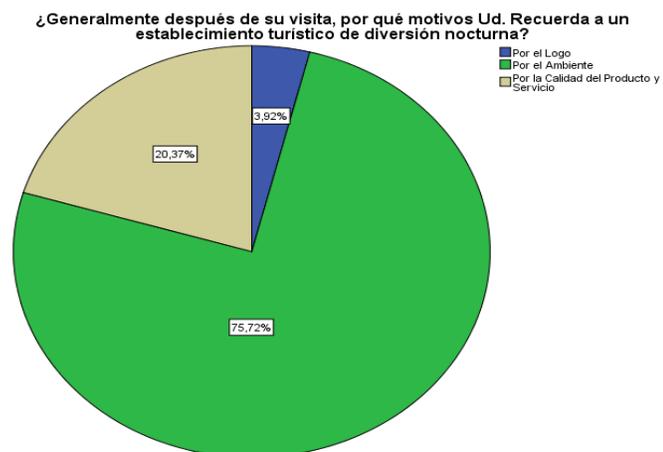
**Análisis:** El 60,84% tiene un grado medio de satisfacción después de haber consumido los servicios y productos de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, el 26,11% tiene un grado de satisfacción Alta y el 13,05% con un grado bajo de satisfacción.

**Interpretación:** En la actualidad el cliente es más exigente es por eso que las empresas no solo deben dedicarse a cumplir las exigencias de los clientes si no que deben apuntar a mejorarlas. Podemos observar que en la ciudad de Ambato el cliente promedio mantiene un grado de satisfacción medio es decir no llena sus expectativas.

**Tabla 8: Tabulación pregunta N. 5**

5) ¿Generalmente después de su visita, por qué motivos Ud. Recuerda a un establecimiento turístico de diversión nocturna?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Por el Logo	15	3,9	3,9	3,9
Por el Ambiente	290	75,7	75,7	75,7
Por la Calidad del Producto y Servicio	78	20,4	20,4	20,4
Total	383	100,0	100,0	100,0



**Gráfico 9: Representación Gráfica N.5**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 72% recuerdan a un establecimiento de diversión nocturna por su ambiente, el 20,4% por la calidad de sus productos y servicios, y el 3,9 por su Slogan.

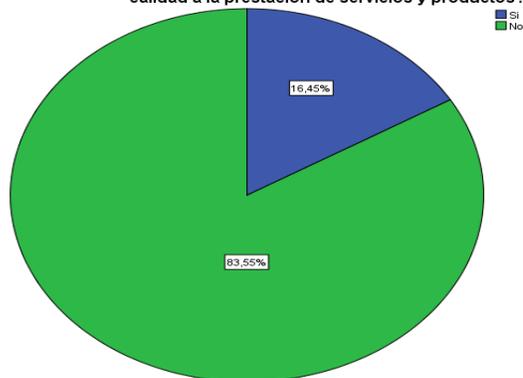
**Interpretación:** Debido a que la demanda de este tipo de turismo es gente joven la cual no se fija en calidad, precio u otro tipo de detalles importantes al momento de encontrarse en uno de los establecimientos antes mencionados y al fijarse más en el ambiente que los rodea, es un motivo suficiente para que su mente quiera volver al lugar donde pudo adaptarse y sentirse mejor en un entorno lleno de diversión.

**Tabla 9: Tabulación pregunta N. 6**

**6) ¿Cree usted que los establecimientos de diversión nocturna aplican normas de calidad a la prestación de servicios y productos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	63	16,4	16,4	16,4
	No	320	83,6	83,6	83,6
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cree usted que los establecimientos de diversión nocturna aplican normas de calidad a la prestación de servicios y productos?



**Gráfico 10: Representación Gráfica N.6**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 83,6% cree que los establecimientos turísticos de diversión nocturna no aplican normas de calidad al momento de prestar sus servicios y ofertar sus productos por el contrario el 16,45% de los encuestados cree que si las aplican.

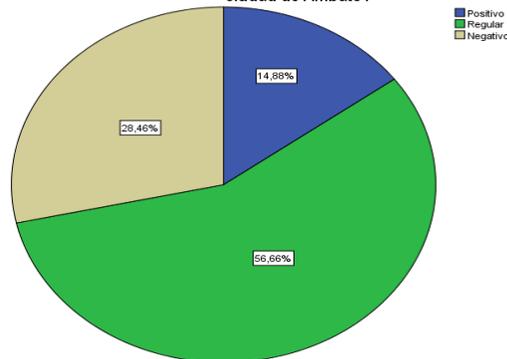
**Interpretación:** Podemos comprender que las personas que han consumido los servicios y productos de dichos establecimientos no desconocen tanto de calidad por lo que han mencionado que la mayoría de los establecimientos necesitan una mejora en cuanto a productos y servicios y estas mejoras deben ser en base a parámetros de calidad establecidos.

**Tabla 10: Tabulación Pregunta N. 7**

7) En base a la calidad de los servicios ¿Cómo cree usted que sea el aporte de los establecimientos turísticos de diversión nocturna al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positivo	57	14,9	14,9	14,9
	Regular	217	56,7	56,7	56,7
	Negativo	109	28,5	28,5	28,5
	Total	383	100,0	100,0	100,0

En base a la calidad de los servicios ¿Cómo cree usted que sea el aporte de los establecimientos turísticos de diversión nocturna al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato?



**Gráfico 11: Representación Gráfica N.7**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

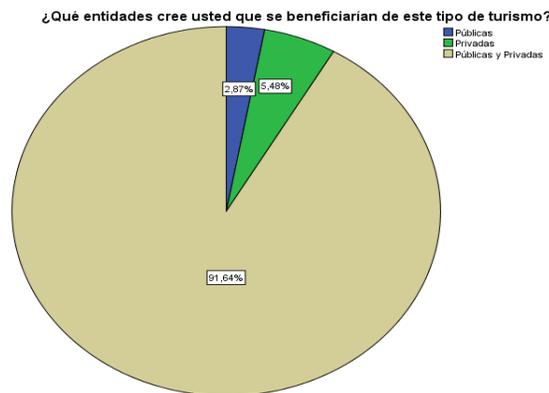
**Análisis:** El 56,66% cree que el aporte en cuanto a calidad de los establecimientos turísticos de diversión nocturna al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato es regular, el 28,46% cree que es negativo, y el 14,88% cree que el aporte es positivo.

**Interpretación:** Dado que la calidad dentro de los establecimientos no genera ningún tipo de impacto positivo o negativo en el turista. Los encuestados han opinado que el aporte generado por los establecimientos turísticos de diversión nocturna en cuanto a calidad es de un grado regular. Es por eso que para un óptimo desarrollo y una permanencia el mercado deberán aplicar un mejoramiento continuo a todas sus actividades.

**Tabla 11: Tabulación Pregunta N. 8**

**8) ¿Qué entidades cree usted que se beneficiarían de este tipo de turismo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Públicas	11	2,9	2,9	2,9
	Privadas	21	5,5	5,5	5,5
	Públicas y Privadas	351	91,6	91,6	91,6
	Total	383	100,0	100,0	100,0



**Gráfico 12: Representación Gráfica N.8**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 91,4% cree que las entidades beneficiadas son las Públicas y Privadas mientras que el 5,48% afirma que serán solo las privadas y el 2,87% dice que las beneficiadas solo serán las entidades Públicas.

**Interpretación:** El mercado en el cual nos desenvolvemos actualmente no es un mercado monopolista, ya que los ingresos y beneficios no son solo para un sector en especial, y prueba de esto es los resultados obtenidos en esta pregunta, las personas en su mayoría están conscientes de que hay una comunión entre el sector público y privado viéndose favorecidos mutuamente y generando un desarrollo positivo para la ciudad.

Tabla 12: Tabulación pregunta N. 9

9) ¿Cómo considera usted que será el impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato al gestionar una certificación de calidad para dichos establecimientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positivo	321	83,8	83,8	83,8
	Regular	62	16,2	16,2	16,2
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cómo considera usted que será el impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato al gestionar una certificación de calidad para dichos establecimientos?

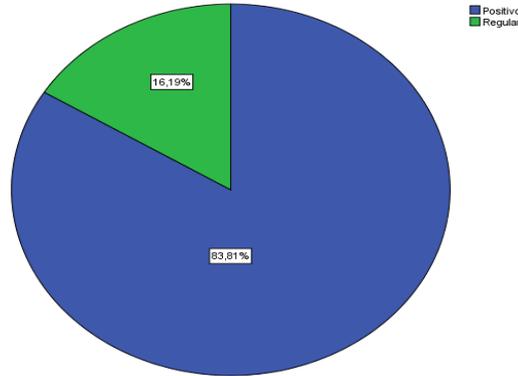


Gráfico 13: Representación Gráfica N.9

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 83,81% de las personas opina que el impacto al gestionar un sello de calidad sería regular mientras que un 16,19% manifiesta que el impacto será positivo.

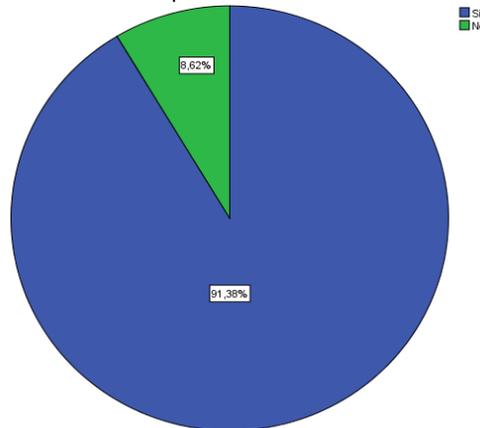
**Interpretación:** Actualmente las personas y su manera de concebir calidad al momento de consumir un servicio o producto están acostumbrados a disfrutar más de un ambiente es decir mientras más gente es mejor, a que valorar la calidad total de un bien o servicio. Hay un porcentaje mínimo que cree que gestionar un sello que certifique la calidad en los establecimientos turísticos de diversión nocturna será de gran ayuda e impacto en el mercado de ocio nocturno ya que el turista tendrá garantía de un producto o servicio cumplirá con las expectativas del turista más exigente.

**Tabla 13: Tabulación pregunta N. 10**

**10) ¿Cree usted que la relación Precio-Calidad va de acuerdo a los productos brindados por los establecimientos antes mencionados?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	350	91,4	91,4	91,4
	No	33	8,6	8,6	8,6
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cree usted que la relación Precio-Calidad va de acuerdo a los productos brindados por los establecimientos antes mencionados?



**Gráfico 14: Representación Gráfica N.10**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 91,4% de los encuestados menciona que el precio si va de acuerdo con el producto, por el contrario un 8,6% menciona que no tienen relación.

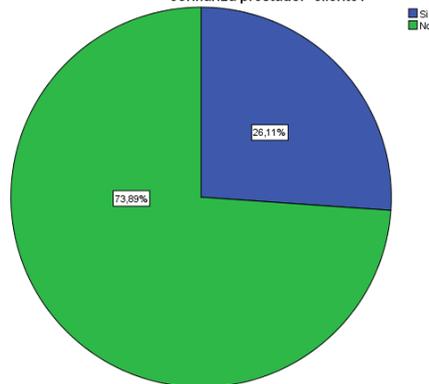
**Interpretación:** Actualmente se relaciona muchas veces el precio con el producto, ya que tenemos la percepción de que un producto costoso es de excelente calidad y uno de bajo costo es de pésima calidad. En Ambato las personas han mencionado que no siempre un producto caro es de calidad por lo que la población se siente cómoda con la relación de precios y productos ya que no han generado ningún malestar, pero tampoco han cumplido sus expectativas es decir están en un punto medio-bajo.

**Tabla 14: Tabulación pregunta N. 11**

11) ¿Considera usted que la infraestructura, el servicio y los productos de los establecimientos turísticos de diversión nocturna generan un ambiente de confianza prestador- cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	100	26,1	26,1	26,1
	No	283	73,9	73,9	73,9
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Considera usted que la infraestructura, el servicio y los productos de los establecimientos turísticos de diversión nocturna generan un ambiente de confianza prestador- cliente?



**Gráfico 15: Representación Gráfica N.11**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** Un 73,9% considera que la infraestructura de los establecimientos no generan un ambiente de confianza mientras que un 26,1% menciona que si se genera un ambiente de confianza.

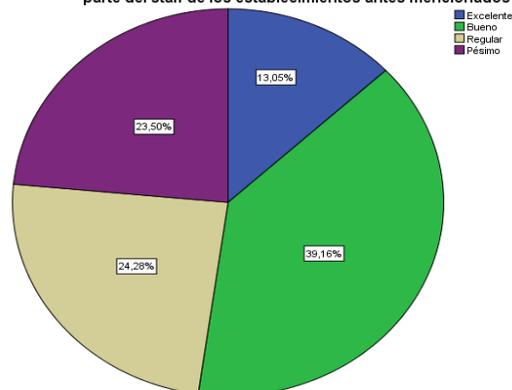
**Interpretación:** Los clientes actuales buscan un sitio que les genere confort, seguridad, que garantice su satisfacción tanto al momento de ingresar como al momento de abandonar el establecimiento. En Ambato los turistas internos y externos se han percatado de la mala infraestructura es decir que muchas de ellas no poseen los estándares de funcionalidad como salidas de emergencia, extintores entre otros.

**Tabla 15: Tabulación pregunta N. 12**

**12) ¿Cómo considera usted que es la disponibilidad de "escuchar al cliente" por parte del staff de los establecimientos antes mencionados?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	50	13,1	13,1	13,1
	Bueno	150	39,2	39,2	39,2
	Regular	93	24,3	24,3	24,3
	Pésimo	90	23,5	23,5	23,5
	Total	383	100,0	100,0	100,0

¿Cómo considera usted que es la disponibilidad de "escuchar al cliente" por parte del staff de los establecimientos antes mencionados?



**Gráfico 16: Representación Gráfica N.12**

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

**Análisis:** El 39,2% manifiesta que la disponibilidad de escuchar es Buena, por el contrario el 24,3 piensa que es regular, el 23,5 pésimo y un 13,1% piensa que es positiva la disponibilidad de escuchar al cliente.

**Interpretación:** La atención y la disponibilidad de escuchar al cliente por parte de un prestador de servicios, son de suma importancia dentro de cualquier proceso, ya que ayudan a mejorar la calidad y el servicio. Evidentemente en Ambato la prepotencia de muchos de los prestadores de servicios ha hecho que las personas califiquen de Buena y regular su experiencia al momento de interactuar con los mismos.

## 4.2. Verificación de la hipótesis

### 4.2.1. Formulación de la Hipótesis

H0 = Hipótesis nula H1 = Hipótesis alterna

H0 = La calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal no aportaran al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

H1 = La calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal si aportaran al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

### 4.2.2. Elección de la prueba estadística Chi cuadrado

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba Chi Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperados

Tabla 16: FRECUENCIA OBSERVADA

pregunta 2					
pregunta 4	alternativas	alto	medio	bajo	total
	alto	89	40	25	154
	medio	50	40	15	105
	bajo	50	60	14	124
	total	189	140	54	383

**Tabla 17: FRECUENCIA ESPERADA**

<b>pregunta 2</b>					
<b>pregunta 4</b>		<b>alto</b>	<b>medio</b>	<b>bajo</b>	<b>total</b>
	<b>alto</b>	75,99	56,29	21,71	154
	<b>medio</b>	51,81	38,38	14,80	105
	<b>bajo</b>	61,19	45,33	17,48	124
	<b>total</b>	<b>189</b>	<b>140</b>	<b>54</b>	<b>383</b>

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente formula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

$\Sigma$  significa sumatoria.

O es la frecuencia esperada.

E es la frecuencia esperada en cada celda.

Es decir, se calcula para cada celda la diferencia entre la frecuencia observada y la esperada, esta diferencia se eleva al cuadrado y se divide entre la frecuencia esperada. Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de  $X^2$  obtenida.

## Procedimiento para calcular el Chi cuadrado ( $X^2$ )

Tabla 18: Cálculo del Chi Cuadrado

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
89	75,99	13,01	169,26	2,23
40	56,29	-16,29	265,36	4,71
25	21,71	3,29	10,82	0,50
50	51,81	-1,81	3,28	0,06
40	38,38	1,62	2,62	0,07
15	14,8	0,2	0,04	0,00
50	61,19	-11,19	125,22	2,05
60	45,33	14,67	215,21	4,75
14	17,48	-3,48	12,11	0,69
			<b>X<sup>2</sup>c</b>	<b>15,06</b>

El valor de  $X^2$  para los valores observados es de 15,06

La chi cuadrada proviene de una distribución muestral, denominada distribución ( $X^2$ ), y los resultados obtenidos en la muestra están identificados por los grados de libertad. Esto es, para saber si un valor de  $X^2$  es o no significativo, debemos calcular los grados de libertad. Estos se obtienen mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Grado de libertad (gl)} = (\text{Filas} - 1) (\text{Columnas} - 1)$$

Dónde:

Gl= Grado de libertad

c = Columnas de la tabla

f = Hilera de la tabla

### 4.2.3. Cálculo del grado de libertad

Grado de libertad (gl) = (Filas - 1) (Columnas - 1)

$$(gl) = (F - 1) (C - 1)$$

$$(gl) = (3 - 1) (3 - 1)$$

$$(Gl) = (2) (2)$$

$$(Gl) = 4$$

Entonces tenemos que GL= 4: y el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$ ; en la tabla H de la distribución chi cuadrado que equivale a 9,49; por lo tanto:

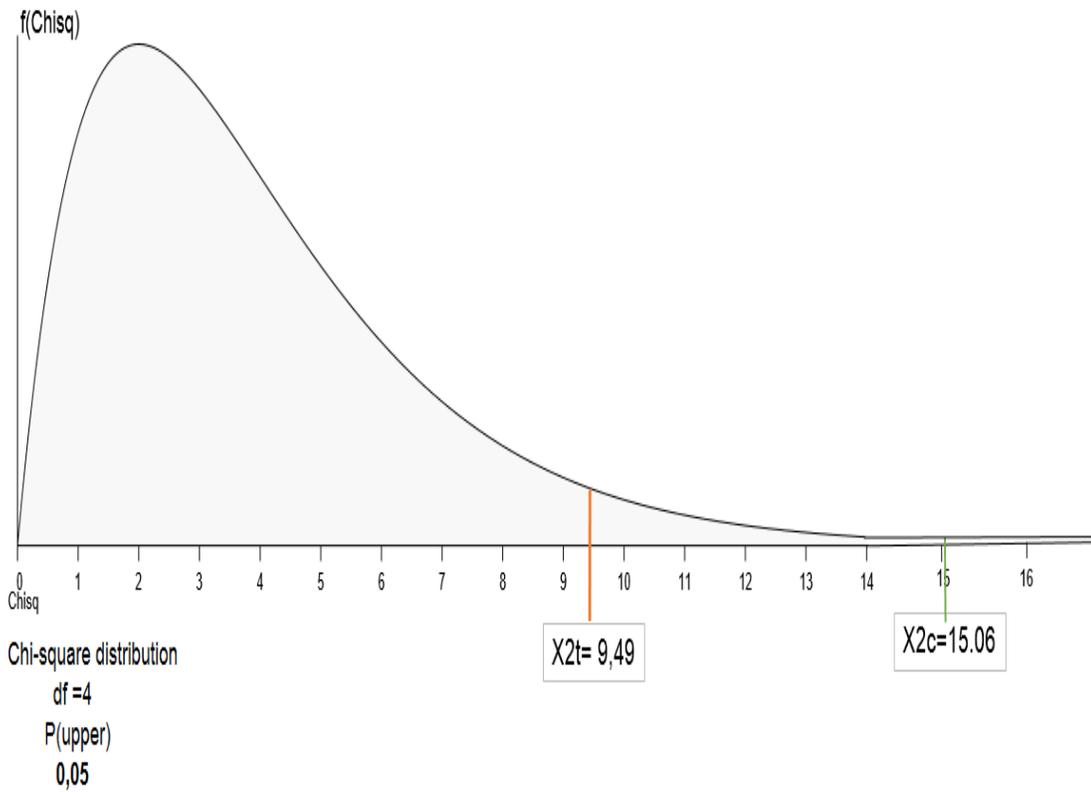
$$X^2 = \text{Crítico} = 9,49$$

$$\text{Decisión El valor de } X^2 = 9,49 < X^2C = 15,06$$

Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, es decir que: La calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal si aportaran al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

## REPRESENTACIÓN GRAFICA: CHI CUADRADO

La representación gráfica sería:



**Gráfico 17: Representación Gráfica CHI Cuadrado**

El valor tabulado de  $X^2$  con 4 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 9,49.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

Después de realizar una extensa investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Los establecimientos turísticos de diversión nocturna no cuentan con una calidad adecuada, la misma que es necesaria para la obtención de una mayor fidelización de los Turistas internos como externos de la ciudad de Ambato.
- ✓ Los Turistas obtienen una mayor seguridad de los establecimientos turísticos de diversión nocturna que poseen un adecuado control de calidad en sus productos y servicios, manejando información veraz y fiable de los productos y servicios que se ofrece.
- ✓ La aplicación de normas de calidad a los servicios y productos ofertados por los establecimientos antes mencionados son un punto clave y a su vez una ventaja diferencial en el mercado en el que se desenvuelven, ya que los clientes identificarán a los establecimientos turísticos de diversión nocturna por la calidad de sus servicios y productos.
- ✓ La investigación nos ha permitido conocer que el Estudio Técnico de los establecimientos turísticos de diversión nocturna previo a la gestión de un sello de calidad por parte de las autoridades competentes nos permitirá obtener un mayor posicionamiento en el mercado como también una correcta fidelización de los clientes, catapultando a los establecimientos antes mencionados como pioneros en la aplicación de la Calidad en sus productos y servicios en el centro del país.

- ✓ La aplicación de la calidad no solo servirá a los establecimientos sino que también generara un incremento sustancial en el aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato debido a que el mercado del turismo nocturno se impulsara y lograra posicionarse entre los mejores destinos para este tipo de turismo a más de llevar consigo a las distintas ofertas turísticas de la ciudad que se verán beneficiadas con esta mejora en el desarrollo turístico.

## **5.2.Recomendaciones**

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la presente investigación se realiza las siguientes recomendaciones:

- ✓ Las calidad actual de los establecimientos turísticos de diversión nocturna no es la adecuada para promocionar tanto productos como servicios, por lo tanto es muy importante la aplicación de un estudio técnico que nos dé a conocer la realidad de los establecimientos, con el fin de generar aportes que mejoren la calidad de los establecimientos y del entorno turístico local.
- ✓ Es necesario crear normas que regulen estrictamente el funcionamiento de los establecimientos turísticos de diversión nocturna de la ciudad de Ambato, de tal manera que no solo se garantice la confiabilidad del establecimiento sino también la integridad, seguridad y satisfacción del Turista, con el fin de crear un mejor vínculo entre las autoridades, los establecimientos y el cliente.
- ✓ Crear un formato estándar que permita regular de forma óptima la calidad que dichos establecimientos ofrecen al turista nacional e internacional.
- ✓ Realizar constantes seguimientos a los establecimientos turísticos de diversión nocturna, para constatar la mejora en sus servicios y la satisfacción que generan a los turistas nacionales e internacionales.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1.Datos informativos**

**Tema:**

DISEÑO DE UN MANUAL DE EVALUACIÓN, PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL, PREVIO A LA OBTENCIÓN DE UN SELLO DE CALIDAD GESTIONADO POR LA AUTORIDAD COMPETENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO.

**Institución Ejecutora:** Unidad de Turismo

**Beneficiados:** Institución y Establecimientos externos

**Ubicación:** Ambato – Tungurahua – Ecuador

**Costo de la propuesta:** \$ 1200,00

**Tiempo estimado para la ejecución:**

Inicio: 1 agosto del 2015      Finalización: 3 de septiembre del 2015

#### **6.2.Antecedentes de la propuesta**

Durante la investigación hemos podido identificar que la calidad de los establecimientos turísticos de diversión nocturna no cuenta con las normas básicas para poder ofertar un producto y servicio de calidad al turista. Es por eso que la evaluación, el diagnóstico situacional actual y la gestión de un sello de calidad es una estrategia que busca certificar a los establecimientos turísticos de diversión nocturna

que sus servicios y productos generaran satisfacción total a sus clientes y su aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato será positivo.

Gestionar un sello de calidad posterior a la evaluación de los establecimientos que constan dentro del catastro Municipal de la ciudad de Ambato es una oportunidad de crecimiento no solo para los establecimientos turísticos de diversión nocturna, también será una oportunidad de desarrollo para la ciudad de Ambato, oportunidad que permitirá dar a conocer de mejor manera el mercado de turismo nocturno en la Ciudad de Ambato como también brindar una mejor impresión al entorno visual y vivencial del consumidor, posicionándonos en su mente y alcanzando una fidelización de los turistas que arriben a la ciudad de Ambato en busca de diversión nocturna, recibiendo como resultado una mayor aceptación en los productos y servicios, incrementando el nivel de ingresos de los establecimientos y consecuentemente de la ciudad de Ambato.

### **6.3. Justificación**

Estamos inmersos en un mundo donde la información como los negocios y las nuevas tecnologías son total mente influyentes así como la mentalidad y la concepción de las personas al adquirir o consumir un producto o servicio, los turistas ya no optan por un turismo económico ni por sitios de bajos costos, el turista maneja una mentalidad selecta donde su prioridad es su bienestar y su satisfacción total, cosa que los establecimientos turísticos de diversión nocturna no le han puesto énfasis y han hecho caso omiso a las necesidades del turista al momento de prestar sus servicios y vender sus productos.

Es así que un diagnóstico situacional actual y posterior la gestión de un sello de calidad fomenta el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato, dando una ventaja diferencial con el resto de instituciones en el mercado y por ende catapultando a la ciudad de Ambato y a su turismo nocturno a ser número uno dentro de su competencia directa.

## **6.4.Objetivos**

### **6.4.1. Objetivo General**

DISEÑAR UN MANUAL DE EVALUACION QUE PERMITA IDENTIFICAR LA GESTION DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA, PREVIO A LA OBTENCION DE UN SELLO DE CALIDAD GESTIONADO POR LA AUTORIDAD COMPETENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

### **6.4.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar la situación actual de los establecimientos turísticos de diversión nocturna (SERVICIOS – INFRAESTRUCTURA-TALENTO HUMANO).
- ✓ Identificar los procesos a realizar dentro de los establecimientos de diversión nocturna con sus clientes.
- ✓ Diseñar un manual y aplicarlo mediante una inspección a los establecimientos turísticos de diversión nocturna.

## **6.5.Análisis de factibilidad**

La calidad en los servicios brindados por los establecimientos turísticos de diversión nocturna de nuestro entorno es una carta de presentación fundamental hacia el turista, ya que se busca crear una imagen de excelencia en el mercado, tratando así de impulsar un turismo nocturno de calidad y asegurando la fidelidad de los turistas

La propuesta es factible ya que la mejora en la calidad de los servicios de los establecimientos turísticos mencionados con anterioridad, mediante una evaluación un diagnóstico y la gestión de un sello de calidad es una oportunidad de desarrollo turístico tanto en el mercado local como al momento de captar turismo externo, ya servirá para la fidelización de clientes y a su vez empezar una camino de mejora a los

establecimientos turísticos de diversión nocturna en cuanto a calidad de sus servicios hacia el turista en general.

## **6.6.Fundamentación Teórica**

### **Gestión de calidad**

El concepto de gestión implica que “estas actuaciones no se realizan al azar, sino que, a medida que el trabajo avanza, la organización determina la utilización de aquellas que son mejores o más eficaces para alcanzar el fin que se persigue” (Álvarez Ibarrola, Gallego Álvarez, & Bullón Caro, 2006)

Por último el termino calidad recoge las tres vertientes de influencia para la creación de un bien o la prestación de un servicio: la satisfacción de las expectativas del cliente, que el producto creado o el servicio prestado cumplan fielmente la finalidad para la que fueron creados y que la organización mejore de una manera continua” (Álvarez Ibarrola, Gallego Álvarez, & Bullón Caro, 2006)

### **Servicios turísticos**

Turismo.- Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos.

Servicios turísticos.- Son un sistema de relaciones entre el sujeto (turista) y el objeto turístico (localidad, empresa u organización turística), para el sujeto, el turismo es un conjunto de servicios que le son facilitados por el objeto turístico, mientras que para el objeto turístico, el sujeto es el destinatario de los servicios que el produce (Cabarcos Novás, 2006).

## **Manual de evaluación**

El sitio Web Deficinicion,org emite el siguiente concepto:

“Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución” (Definición.org, 2015).

Evaluación es una técnica de investigación mediante la cual descubrimos si las normas, procesos, planes, actividades han sido aplicadas correctamente, es decir observar los resultados mediante la técnica antes mencionada, la evaluación lleva un puntaje el cual aprobara o no si una empresa, persona, etc., es eficaz y eficiente.

Al enlazar estas dos definiciones obtenemos que un manual de evaluación es un instrumento por el cual buscamos constatar la legalidad, regularidad, eficiencia y eficacia de un establecimiento turístico de diversión nocturna.

## **Mejoramiento continuo**

El mejoramiento continuo no es más que un proceso de análisis, reestructuración aplicación y mejora, mediante el cual trataremos de identificar las deficiencias dentro de un establecimiento y así mediante estrategias poderlas superar y mejorar, para así lograr sobrepasar las expectativas empresariales o institucionales.

## **Normas ISO**

Las normas ISO son un conjunto de reglas estandarizadas, las cuales ayudan al mejoramiento de la calidad dentro de un establecimiento.

Las ISO se aplican a nivel mundial y son un aval importante que certifica ña calidad en los servicios, productos e infraestructura de un establecimiento.

A continuación describiremos más sobre las normas ISO.

“La familia ISO 9000 aborda diversos aspectos de la gestión de la calidad y contiene algunos de los estándares más conocidos de la ISO. Las normas proporcionan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que quieren asegurarse de que sus productos y servicios cumplen consistentemente los requerimientos del cliente , y que la calidad se mejora constantemente .

Normas de la familia ISO 9000 incluyen:

- ISO 9001 : 2008 - establece los requisitos de un sistema de gestión de calidad
- ISO 9000: 2005 - cubre los conceptos y lenguaje básicos
- ISO 9004 : 2009 - se centra en cómo hacer que un sistema de gestión de calidad más eficiente y eficaz
- ISO 19011 : 2011 - establece orientaciones sobre las auditorías interna y externa de los sistemas de gestión de calidad.” (ISO, 2015).

## **Documentación**

La documentación es un punto importante en todo proceso, ya que es la parte legal que certifica a un establecimiento a desempeñar sus actividades dentro de un mercado.

La documentación constara de permisos de funcionamiento, permisos de seguridad (bomberos), Patente municipal, etc. Documentos que serán esenciales ante cualquier tipo de inspección,

## 6.7. Metodología – Modelo operativo

Al momento de hablar sobre evaluación, diagnóstico situacional, debemos partir de un diagrama de flujo que permita identificar el proceso a seguir como guía para la gestión de un sello de calidad posterior a la evaluación realizada.

### FLUJOGRAMA

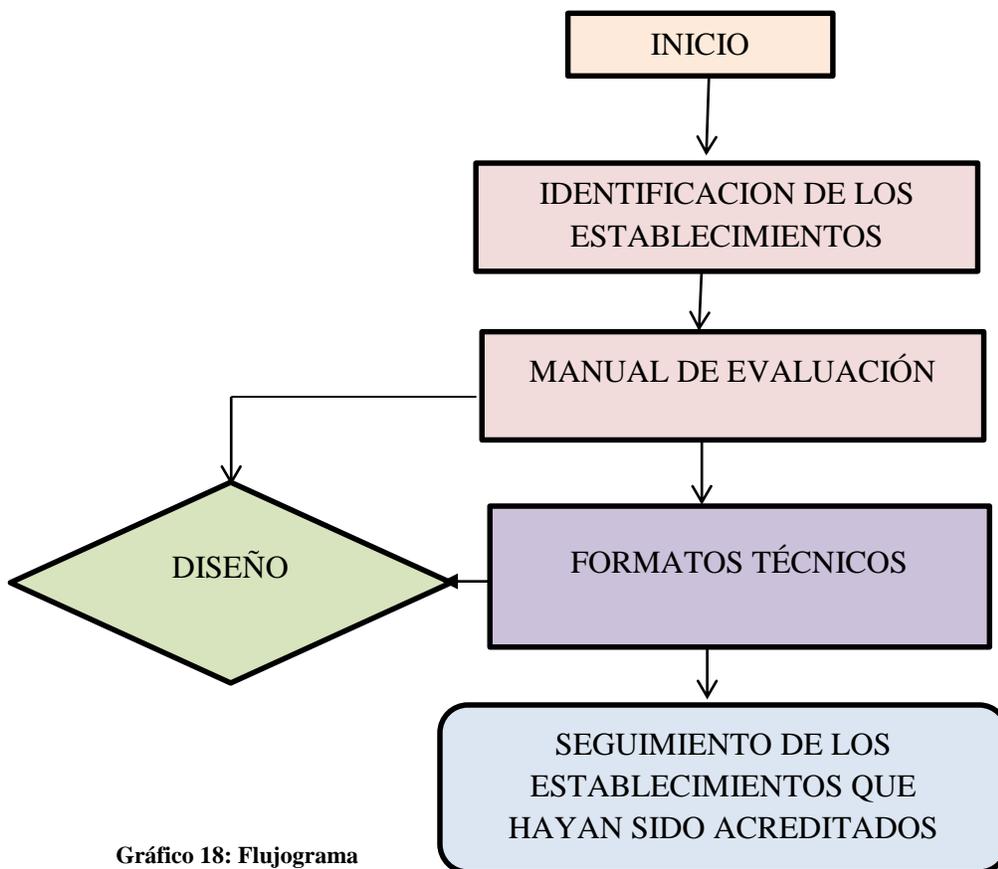


Gráfico 18: Flujograma

Elaborado por: David Olivo

## 6.8.DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

### 6.8.1. REALIZACION DE UN MANUAL DE EVALUACION QUE PERMITA IDENTIFICAR LA GESTION DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSION NOCTURNA, PREVIO A LA OBTENCION DE UN SELLO DE CALIDAD GESTIONADO POR LA AUTORIDAD COMPETENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

#### 6.8.1.1.IDENTIFICACIÓN ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSION NOCTURNA TIPO: BARES.

Tabla 19: Catastro Municipal (Gad Ambato)

TIPO DE NEGOCIO:BARES								
CIU	N. CÉDULA	REGISTRO	RAZÓN SOCIAL	LICENCIA ANUAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	ITEM	CATEGORIA
318641	1802425254	1804184941	CUBA SON	BURBANO NUÑEZ JUAN ALBERTO	Sucre 11-47 y Olmedo	2422094	1	Tercera
441018	1,8031E+12	1801501909	BAMBÚ	BUSTOS CHIRIBOGA ROBINSON BOLIVAR	Buenaventura y Nieto Polo de Aguilá	S/N	1	Segunda
376305	1803125259	1801501361	BONGOS	CALLE CAMACHO KARLA JOHANNA	Quito 04-33 y Cevallos	S/N	1	Tercera
417565	1802782472	1801501387	DAMAUS TAVO'S	CANIZARES RODRIGUEZ ELEANA ELIZABETH	Av. Colombia y Av. De las Americas	S/N	1	Tercera
327633	1800681569	1801501690	LA RIVIERA	DAVALOS ARROBA CARLOS ALONSO	Sucre entre Montalvo y Castillo	2820946	1	Tercera
450099	1804063954	1801501989	ELEKTRO ACUSTIKO	DURAN CEVALLOS CLAUDIO JAVIER	Av. Manueleta Saenz 12-45 y Lope de Ayala	987517307	1	Tercera
423620	1,8917E+12	1801501539	PA CORTARSE LAS VENAS	EVENT FUN	Montalvo 03-81 y Bolívar	S/N	1	Tercera
372991	1803794914	1801501979	CACTUS BAR	FREIRE URBINA FRANCISCO FERNANDO	Av. Jose Peralta, Pasaje Salvador	2841919	1	Tercera
413511	1802506657	1801502119	GALO'S KARAOKE	GUAMANQUIPE GUAMGASI JUAN DE DIOS	Av. Vicvor Hugo y Acosta Solis		1	Tercera
86047	1801715143	1801502064	URBANO HARD ROCK	GONZALEZ BENALCAZAR JAIME ALEJANDRO	Guayaquil 03-15 y Sucre		1	Tercera
330336	1802840924	1801502081	SANTO REMEDIO	GRANDES JACOME MARIA EUGENIA	Guayaquil 02-30 y Sucre		1	Tercera
369770	1803066693	1801500964	ZODIAK	GUERRERO VELATEGUI JENNY PATRICIA	Av. Atahualpa 607 e Imbabura		1	Tercera
441663	1803648144	1801501997	OPEN BAR KARAOKE	HEREDIA LARREA ANA CECILIA	Av. Manueleta Saenz S/N y Gomez de la Cerna		1	Tercera
308811	1803567260	1801621998	EL ANTRÓ	IGUIQUITIN APUPALO CARLOS MARCELO	Quisapincha, Barrio El Calvario	998915009	1	Tercera
352716	1801192632	1801501517	ZONA "U"	JIMENEZ FREIRE MIGUEL PAUL	Av. De los Chasquis y Rio Yanayacu	2842508	1	Tercera
405345	1803990215	1801502215	QB BAR LOUNGE BREAK	LOPEZ BAYAS HERNAN ERIBERTO	Av. Manueleta Saenz 14-08 y Barcelona	99839320	1	Segunda
371823	180024798	1801502186	THRASHER BAR	LOPEZ URIARTE CLEMENCIA	La Yahuirá y Floreana	2827158	1	Tercera
130134	1802427581	1801501751	PRIVILEGE	MAYORGA SANTAMARIA ALEX VICENTE	Av. Cevallos s/n Francisco Flor	2426806	1	Segunda
449846	1804025938	1801501971	BARRIL SIN FONDO	MAZABANDA GALARZA VERONICA PATRICIA	Av. Manueleta Saenz y Hermenegildo Noboa		1	Tercera
131718	1801828995	1801501523	BLACKKEYS	MEDINA RAMIREZ SONIA PIEDAD	Av. Los Shiris y Chaquintita frente a Andinatel	S/N	1	Tercera
367543	1803672961	1801501978	TIJUANA TEKILA	MIÑO RODRIGUEZ EDGAR SANTIAGO	Juan Benigno Vela 09-54 y Quito		1	Tercera
384568	1103207716	1801501607	VOLCAN	NIACATO DIAZ MARTHA CECILIA	Av. Los Atis y Juan larrea	0 996451061	1	Tercera
168617	1802596039	1801501389	CRAZY HORSE	PAZMINO VALLE JUAN FRANCISCO	Cevallos y Francisco Flor	S/N	1	Tercera
189414	1802349801	1801501476	ANTRAX	RIOFRIO COSIOS PABLO FRANCISCO	Quiz Quiz 2201 y Córdova (frente a ala plaza de	0 997661117	1	Tercera
415109	1802917060	1801501440	LA TABERNA DE MOE'S	ROSERO RAMOS SILVIA PAULINA	Av. Cevallos 2150 Olmedo	2 425847	1	Tercera
424245	1803784295	1801501809	THE KLAN KISS	SANTAMARIA GUAMAN MAYDA YOLANDA	Cevallos y Guayaquil		1	Tercera
426903	170662193	1801501663	CARMIS DJ MONIA MIX	SARMIENTO RIOFRIO CARMEN MARGARITA	Galo Vela, Barrio Centro Picañhua	2762077	1	Tercera
440389	1707404925	1801501648	RAMSES	YANEZ VALDIVIESO ALEXANDRA ELIZABETH	Av. Atahualpa s/n Y Pillañhuazo	2 853027	1	Tercera
305235	1802132637	1801501350	R O H O	LOPEZ BAYAS HERNAN ERIBERTO	Av. Cevallos y Francisco Flor	2853837	1	Segunda
435271	1804715918	1801501513	LA CHOZA	VALLE SALAZAR LUIS ANTONIO	Av. José Perla	S/N	1	Tercera
396798	927721480	1801501362	CAFÉ MI TIERRA	VALLEJO BURITICA VICTOR	Av. Cevallos N° 22-10 y Francisco Flor	S/N	1	Tercera
396798	927721480	1801502211	CAFÉ MI TIERRA # 2	VALLEJO BURITICA VICTOR	Av. Cevallos N° 22-10 y Francisco Flor	S/N	1	Tercera
392963	1,8038E+12	1801501015	TAJ MAHAL	VELEZ BRITO RICARDO XAVIER	Bolívar 21-52 y Francisco Flor	0 987062332	1	Tercera
241230	1801918747	1801501412	COFFEE LOUNG BAR OPEN	VILLACIS BARRERA ALEX MARCELO	Manueleta Saenz y Barcelona	992747263	1	Tercera
244312	1801648153	1801501660	PALAMA VISTA REAL	VILLACRESNES MEDINA PABLO FERNANDO	Quisapincha Calle Pincipal	2585683	1	Tercera
308124	0,20124051	1801502251	V. JOW	VILLARROEL SILVA JORGE OLMEN	Montalvo 2-41 y Rocafuerte		1	Tercera
247029	1801289776	1801501649	EL RINCON DE PACUS	VITERI LOPEZ SEGUNDO JORGE	Magallanes 121 y Pizarro	S/N	1	Tercera
318524	1803668704	1801501941	ROCK FAMILY HOUSE	VITERI PADILLA GALO IVAN	Montalvo 02-41 y Rocafuerte	2429404	1	Tercera
431603	1802868792	1801501873	ANDRERETRO	YANEZ PILATASIG IRMA INES	Quito 02-69 y Bolívar	S/N	1	Tercera
408428	0 704981315	1801501602	DONDE TATUS	ZAMBRANO MERINO JOHANA DEL CARMEN	Av. Cevallos 2210 Y Francisco Flor	S/N	1	Tercera
451004	0 603204108	1801502074	GRAMMY	ZUÑIGA LEMIA EULALIA MARIELA	Antonio Clavijo e Isaias Toro Ruiz		1	Tercera

ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSION NOCTURNA TIPO: DISCOTECA.

Tabla 20: Catastro Municipal (Gad Ambato)

TIPO DE NEGOCIO: DISCOTECA								
CIU	N: CÈDULA	REGISTRO	RAZÒN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÒN	TELÈFONO	ITEM	CATEGORIA
352180	1803911310	1801501947	BLONDIE RETRO	ACURIO ARCOS MARIA ANDREA	Indoamerica y Pedro Vasconez		1	Segunda
6328	1802297703	1801501916	KOPY CLUB GOLD	ALBORNOZ HERRERA JEAN ALBERTO	Granada y Cordova		1	Segunda
6328	1802297703	1801501843	INFIERNOS	ALBORNOZ HERRERA JEAN ALBERTO	Av. Indoamerica #113 frente a Assa		1	Segunda
310197	1801379478	1801500211	IMPERIO CLUB	BONILLA ANDRADE ROBINSON GONZALO	Saraguro Y Pacha	2847946	1	Segunda
253588	1803101086	1801501540	L'ALTRA NOTTE	CAIZA QUINTIGUÑA MARCO VINICIO	Nieto Polo del Aguila, diagonal al cementerio	S/N	1	Segunda
440119	1803687845	1801502111	ICE CLUB	COBO PROAÑO JUAN CARLOS	Atahualpa 04-11 y los Shyris	995408931	1	Segunda
68932	1802677813	1801501418	THE BEAR BAR CAFÉ	ESCOBAR SALAZAR FLOR AMALIA	Cevallos 21-31 y Guayaquil	984731158	1	Segunda
423620	1,8917E+12	1801501488	ROLINGS	EVENT FUN	Montalvo 361 y Bolívar junto al banco del Pacifico	98061676	1	Segunda
309096	1803450905	1801501943	PLUR LOUNGE BAR	GOMEZ TOBAR CARLOS HERNAN	Bolívar 20-57 entre Quito y Guayaquil		1	Segunda
330336	1802840924	1801502082	SCROP	GRANDES JACOME MARIA EUGENIA	Guayaquil 02-30 y Sucre		1	Segunda
95532	1802612745	1801501416	ANGEL'S	HEREDIA REINOSO EDWIN ANGEL	13 de Abril y Luis A. Martínez	985793143	1	Segunda
376168	1801671676	1801501625	GREEN JOKER	LEMA MOPOSITA WILLIAMS MARCELO	Castillo 06-34 Y Juan Venigno Vela	2829550	1	Segunda
125476	1802660199	1801502246	ARAZHA	MARIÑO VELASCO JOFFRE PAUL	Jose Peralta y Jorge Carrera		1	Segunda
136888	1801218866	1801500461	TIERRA CANELA V I P	MOLINA ROBALINO LAUTARO PERON	Manuelita Saenz 05-93 y Quiz Quiz	2421720	1	Segunda
183469	1800102822	1801500219	OBELIX/OVEJA NEGRA	QUINDE VARGAS LUIS ALFREDO	Las Américas 18-38 y Cuba	2521668	1	Segunda
195494	1801637529	1801500204	COWBOY	ROSERO JÀCOME BYRON WILFRIDO	Av. Pacha y los Incas	2840633	1	Segunda
330255	1801748649	1801501858	M & I CHIC	SÀNCHEZ BARONA MARCO PÀTRICIO	Av. Atahualpa s/n y Antonio Salas	2846382	1	Segunda
202137	1801090232	1801500210	ILUSIONES	SANAGUANO CALERO SEGUNDO LUCIO	Quiz Quiz 17-17 y Madrid	2843000	1	Segunda
444342	1804133492	1801501872	ROHÓ	TAMAYO PALACIOS CHRISTOPHER PAUL	Quito 02-45 y Bolívar	2853837	1	Segunda
236036	1702369982	1801501866	ONLY SOUND	VÀSCONEZ BARRIGA ANA MARÍA	Av. Manuelita Saenz 14-07 y Barcelona	2843007	1	Segunda
243559	1802644730	1801501877	SPACE & EVENTOS	VILLACRES GAVILANES EMERSON ALEJANDRO	Bolívar 19-64 y Quito	S/N	1	Segunda

## 6.8.2. MANUAL DE EVALUACIÓN



Gráfico 19: Manual de Evaluación



**Gráfico 20: Manual de Evaluación 1**



Gráfico 21: Manual de Evaluación 2

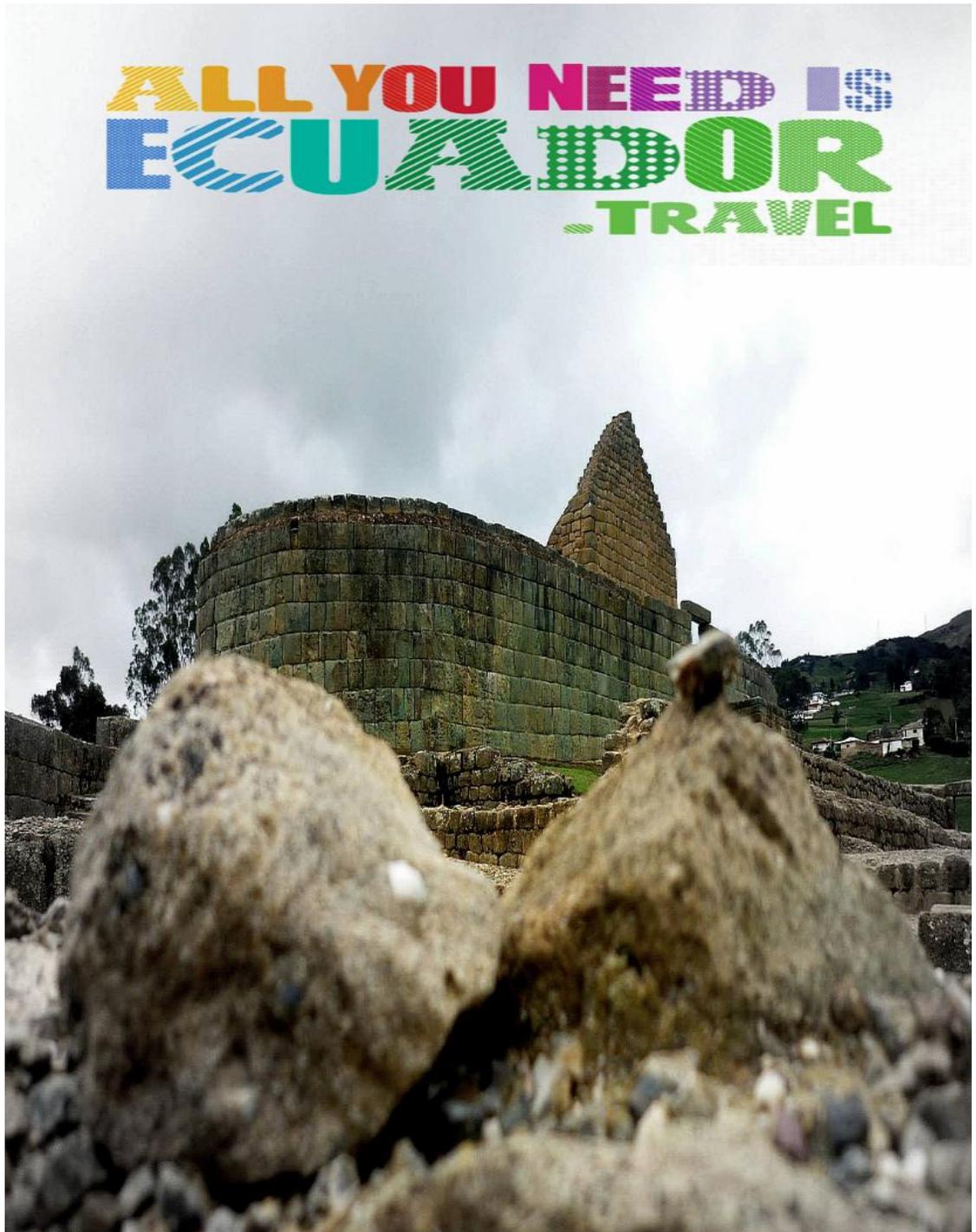


Gráfico 22: Manual de Evaluación 3

# Introducción

En la actualidad el mercado en el que nos desenvolvemos es constantemente cambiante, la influencia de la tecnología y de las nuevas tendencias mercantiles han generado nuevas necesidades dentro de la demanda(clientes), razón por la que todo establecimiento comercial busca innovar sus servicios y productos, buscando así crear una imagen competitiva dentro del mismo.

La competitividad es uno de los puntos claves de todo establecimiento, ya que ser competitivo es signo de permanencia en el mercado, y de fidelización a sus clientes.

Al percatarnos de las nuevas tendencias de mercado y de su enfoque a la Calidad tanto en servicios y productos se ha decidido crear un manual que aporte a la evaluación de estas exigencias.

El cliente actual no se fija solo en el producto, ahora busca un valor agregado que le genere satisfacción, es por eso que el presente manual busca constatar las funciones generales y específicas dentro de un establecimiento, a más de verificar los procesos realizados en el mismo lo cual sumado a la evaluación de infraestructura nos brindaran datos reales de la gestión de calidad en cada establecimiento.



Gráfico 23: Manual de Evaluación 4



Gráfico 24: Manual de Evaluación 5

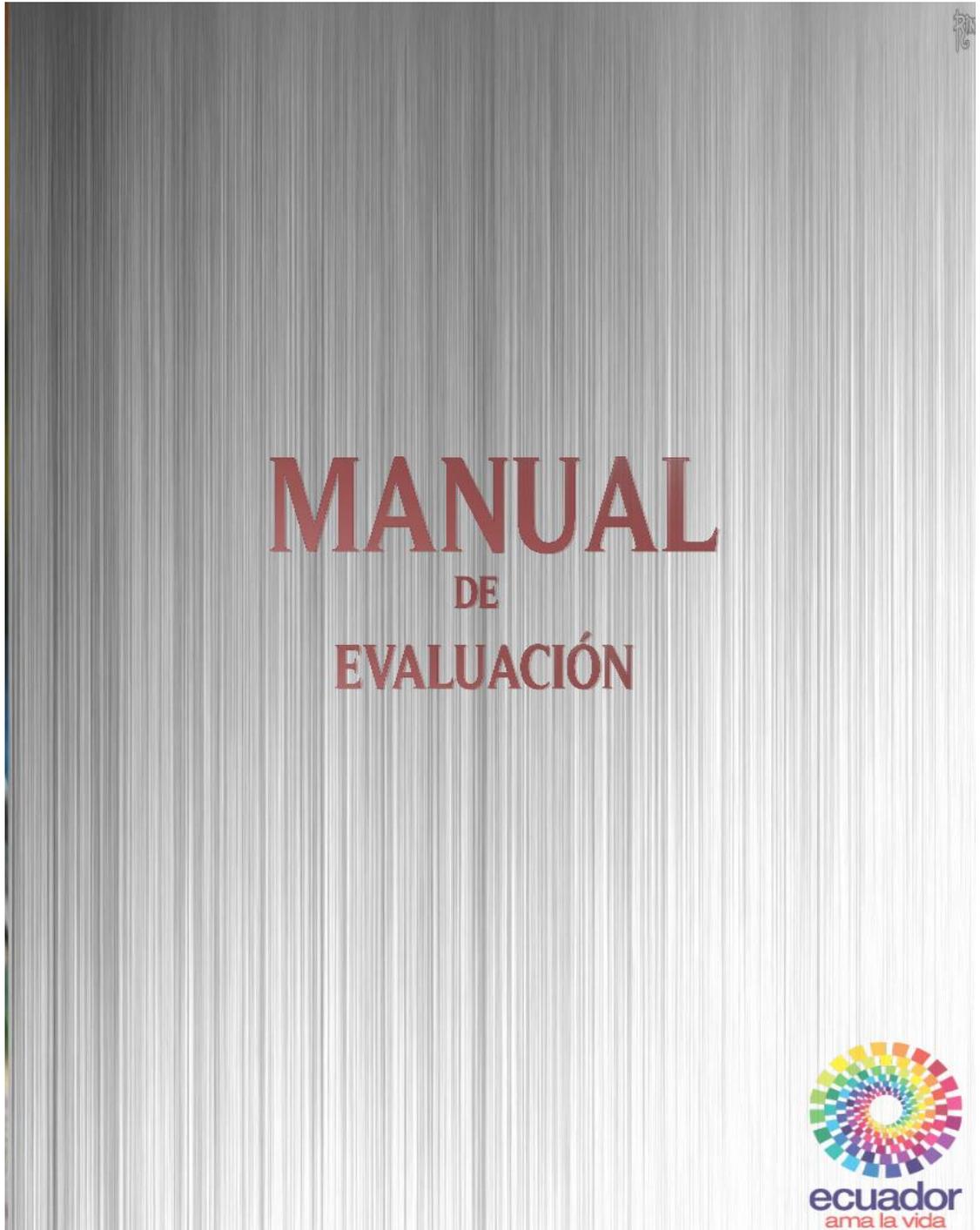


Gráfico 25: Manual de Evaluación 6



Gráfico 26: Manual de Evaluación 7

## DOCUMENTACIÓN

En la primera etapa de evaluación se debe constatar que el Establecimiento Turístico de diversión nocturna posea todos los documentos en regla.

A continuación colocar un visto sobre la respuesta del evaluado.

<b>CHECKLIST</b>		
Nombre del Establecimiento:		
Nombre del Propietario:		
Actividad que se realiza en el establecimiento		
<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Cuenta su Establecimiento con RUC		
Cuenta con el permiso anual de Funcionamiento....??		
Cuenta con el permiso de Funcionamiento emitido por el departamento de Bomberos		
Cuenta el establecimiento con la patente Municipal		
Cuenta el establecimiento con el permiso Sanitario		
Posee el establecimiento el permiso de Uso del suelo		
Cuentan sus productos con registro sanitario		
Inspector:		

Elaborado por: OLIVO, David

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



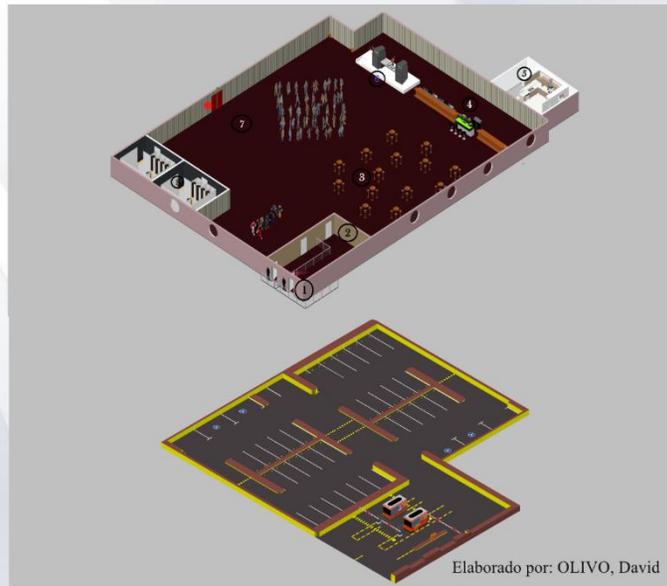
**Gráfico 27: Manual de Evaluación 8**

## ESTRUCTURAS

En esta etapa de evaluación, procederemos a observar las áreas y el personal general que un establecimiento Turístico de diversión nocturna debe poseer para poder brindar un óptimo servicio.

A continuación se debe colocar un visto en cada área que este disponible dentro del establecimiento evaluado

### ESTRUCTURA EXTERNA



	SI	NO
1. Ingreso/Salida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Área de Seguridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Área descanso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Barra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Área de Alimentos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Área de Dj.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pista de Baile.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Servicios Higienicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● Salida de Emergencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Extintores (área de fácil acceso)		
9. Área de Parking: Espacio especial para discapacitados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

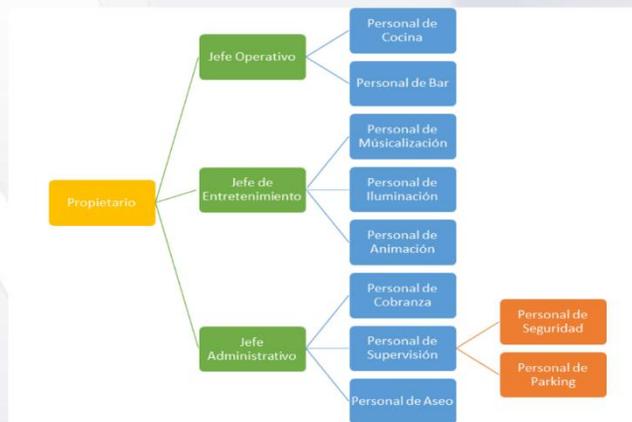


Gráfico 28: Manual de Evaluación 9

## ESTRUCTURA INTERNA

A continuación detallaremos el organigrama general con el personal encontrado dentro de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, los mismos que son los más importantes dentro de la gestión de los establecimientos.

Organigrama que será comparado con los establecimientos que se encuentren dentro del Catastro Municipal de la ciudad de Ambato que vayan a ser evaluados.



Elaborado por: OLIVO, David

	SI	NO
-Gerente General	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Jefe de Operaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Cocina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Jefe de Entretenimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Musicalización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Iluminación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Animación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Jefe Administrativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Cobranzas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Supervisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Parking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-Personal de Aseo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Gráfico 29: Manual de Evaluación 10



Gráfico 30: Manual de Evaluación 11

## FUNCIONES

En esta etapa de la evaluación serán detalladas cada una de las funciones que el talento Humano de los establecimientos, donde se deberá verificar que dichas funciones sean desempeñadas óptimamente dentro del entorno laboral.

A continuación se debe marcar con un visto en la respuesta emitida por el evaluado.

### FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL

<b>GERENTE GENERAL (PROPIETARIO)</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de un Gerente General (Propietario).	SI ( )	NO ( )	<b>Cumple con las funciones estable</b>
<b>FUNCIONES</b>			<b>SI      NO</b>
Liderar la gestión estratégica del establecimiento.			
Liderar la formulación y aplicación de planes de negocios para la mejora del establecimiento.			
Liderar a los jefes de las distintas áreas del establecimiento.			
Definir las políticas generales del establecimiento.			
Dirigir y controlar el desempeño del personal de todas las áreas del establecimiento.			
Desarrollar y mantener relaciones político-diplomáticas con autoridades y reguladores (Ministerios, Contraloría, etc).			
Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes			
Actuar en coherencia con los valores organizacionales al momento de contratar personal para el establecimiento.			

Elaborado por: OLIVO, David

### RESPONSABILIDAD PERSONAL

- CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS (    )
- DEMUESTRA INICIATIVAS (    )
- CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO (    )
- ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO (    )



**Gráfico 31: Manual de Evaluación 12**

**FUNCIONES DEL JEFE DE OPERACIONES**

<b>JEFE DE OPERACIONES</b>			
Posee su establecimiento un jefe de operaciones	SI ( )	NO ( )	<b>Cumple con las funciones establecidas</b>
<b>FUNCIONES</b>			<b>SI</b> <b>NO</b>
Verificar el uniforme, la higiene y la rapidez en las entregas de las ordenes que salen de la cocina			
Asume toda la responsabilidad Nocturna del establecimiento turístico de diversión nocturna			
Controla el horario de entrada y salida del personal			
Emite un informe al gerente general (Dueño del establecimiento) sobre lo ocurrido en el horario nocturno.			
Recorre y verifica el local en todos los sectores			
Controla la Higiene permanente del establecimiento turístico de diversión nocturna: Barra, Cocina, Menaje, Pista, Servicios Higiénicos			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

**FUNCIONES DE COCINA**

<b>JEFE DE COCINA</b>			
Posee su establecimiento un jefe de cocina	SI ( )	NO ( )	<b>Cumple con las funciones establecidas</b>
<b>FUNCIONES</b>			<b>SI</b> <b>NO</b>
Se encarga del control del personal			
Se encarga de diseñar los Menús			
Realiza los pedidos necesarios a los proveedores			
Emite un informe al gerente general (Dueño del establecimiento) sobre lo ocurrido en el horario nocturno.			
Vigila el consumo racional de la materia prima ( alimentos)			
Controla que los platos solicitados cumplan con las exigencias del cliente			
Se encarga de coordinar los procesos de personal: Contratos, Despidos, Horas extra, Horas libre, Vacaciones, etc.			
Evita el desperdicio de: electricidad, agua, combustible.			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



**Gráfico 32: Manual de Evaluación 13**

## FUNCIONES DE COCINERO(A)

COCINERO(A)			
Posee su establecimiento un Cocinero	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Encargado de Preparar y condimentar todos aquellos platos que salgan de su partida.			
Dominar la elaboración de platos Nacionales e Internacionales.			
Se encarga de repartir el trabajo entre los miembros de su partida (ayudantes de cocina).			
Emite un informe al gerente general (Dueño del establecimiento) sobre lo ocurrido en el horario nocturno.			
Retirar artículos del economato.			
Preparar el Mice-Place.			
Limpiar y recoger las herramientas de su partida.			

Elaborado por: OLIVO, David

### RESPONSABILIDAD PERSONAL

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

## FUNCIONES DEL STAFF DE SERVICIO : MESEROS(AS)

MESEROS(AS)			
Posee su establecimiento personal de servicio: Meseros(as)	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Presentarse al trabajo debidamente aseado, tanto el cuerpo como el Uniforme.			
Conocer el uso correcto de la terminología usada en alimentos y bebidas.			
Conoce el uso del material y equipo de su departamento.			
Limpiar mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charols, etc.			
Es responsable del correcto montaje de las mesas.			
Cambia blancos sucios por limpios.			
Limpiar y recoger las herramientas de su partida.			
Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: Sal, azúcar, salsas, cubiertos, etc.			
Ayuda al Hostess en el acomodo de los clientes en las mesas.			
Presentarse al cliente con amabilidad.			
Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.			
Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas después de la cena.			
Sugerir alguna ensalada o algunas de las especialidades de la casa.			
Conocer el sistema de Comandas.			
Conocer y Aplicar los diferentes tipos de servicios: Americano, Francés, etc.			

Elaborado por: OLIVO, David

### RESPONSABILIDAD PERSONAL

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



Gráfico 33: Manual de Evaluación 14

## FUNCIONES DE BARMAN

<b>BARMAN</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de Barman	SI ( )	NO ( )	<b>Cumple con las funciones establecidas</b>
FUNCIONES	SI	NO	
Atiende a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asigne.			
Prepara los cócteles y tragos que le solicitan los anfitriones.			
Hace las facturas de las pre cuentas iguales o superiores a lo indicado por el Jefe de turno o por la administración general			
Realiza el arqueo de sus ventas (caja) con el Jefe de turno respectivo.			
Tener la barra siempre limpia y completa.			
Al final de la noche hacer la limpieza de la barra			

Elaborado por: OLIVO, David

### RESPONSABILIDAD PERSONAL

- CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )
- DEMUESTRA INICIATIVAS ( )
- CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )
- ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



**Gráfico 34: Manual de Evaluación 15**

**FUNCIONES  
ENTRETENIMIENTO**

**FUNCIONES DEL DJ**

<b>DJ</b>		
Cuenta su establecimiento con los servicios de DJ	SI ( )	NO ( )
<b>Cumple con las funciones establecidas</b>		
<b>FUNCIONES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Dar inicio a la noche mediante la reproducción de música		
Colocar una variedad de sets musicales		
Regular el audio para crear un ambiente agradable: volumen de música.		

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

**FUNCIONES DEL ANIMADOR**

<b>ANIMADOR</b>		
Cuenta su establecimiento con los servicios de Animación	SI ( )	NO ( )
<b>Cumple con las funciones establecidas</b>		
<b>FUNCIONES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
La recuperación del sentido de fiesta y de la vivencia auténtica del ocio y del tiempo libre.		
La promoción turística más allá del consumo interno (establecimiento).		
Crear un ambiente de confianza Cliente/Establecimiento (comodidad).		
Motivar al cliente a permanecer en el establecimiento y consumir dentro del mismo.		
Organizarse con el DJ y el técnico en Iluminación.		

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



**Gráfico 35: Manual de Evaluación 16**

**FUNCIONES ADMINISTRATIVAS**

**FUNCIONES DEL JEFE ADMINISTRATIVO**

<b>JEFE ADMINISTRATIVO</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de un Jefe Administrativo	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Recibir el arqueo de caja al cierre del local de parte del cajero.			
Recibir pedido de compras de los distintos departamentos.			
Preparar un informe completo sobre las novedades y el ingreso de efectivo y presenta al gerente general.			
Realizar el control cruzado, caja, mozos, cocina, barman, mediante y control que cada uno realiza.			
Controlar a las limpiadoras si realizaron adecuadamente sus funciones.			
Recibir Informes del supervisor seguridad sobre novedades noche anterior como también del encargado del estacionamiento y comunica gerente general.			
Tener documentado el inventario general del local.			
Solicitar presupuesto de compras y presenta al gerente general.			
Realizar reportes mensuales del departamento administrativo al Gte Gral.			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

- CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )
- DEMUESTRA INICIATIVAS ( )
- CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )
- ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

**FUNCIONES DE LA CAJERA(O)**

<b>CAJERO(A)</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de un Cajero(a)	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Recibir el dinero de pago del consumo realizado por los clientes.			
Completar el registro de concepto y monto (facturación)			
Entregar una tarjeta de salida al cliente como prueba de haber cancelado..			
Archivar la tarjeta de consumo para realizar su arqueo.			
Realiza el arqueo con el jefe administrativo.			
Informar junto con el jefe administrativo al Gerente General del monto recaudado para su posterior deposito bancario.			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

- CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )
- DEMUESTRA INICIATIVAS ( )
- CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )
- ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



**Gráfico 36: Manual de Evaluación 17**

## FUNCIONES DEL ENCARGADO DEL ASEO

ASEO			
Cuenta su establecimiento con los servicios de un Aseo personalizado.	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Mantener las instalaciones limpias.			
Limpiar constantemente las instalaciones.			
Dedicarse constantemente a la limpieza específica de los baños.			
Solicitar material de aseo al administrador.			
Estar temprano en su trabajo, para tener limpio los establecimientos antes de comenzar la jornada laboral.			
Colocar los basureros y las fundas dentro de ellos.			
Llevar la basura al depósito de la misma.			

Elaborado por: OLIVO, David

### RESPONSABILIDAD PERSONAL

- CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )
- DEMUESTRA INICIATIVAS ( )
- CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )
- ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )



Gráfico 37: Manual de Evaluación 18

**FUNCIONES DE SUPERVISIÓN**

**FUNCIONES DEL STAFF DE SEGURIDAD**

<b>ENCARGADO DE SEGURIDAD</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de Seguridad	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Controla el Ingreso de las personas.			
Solicita documentos de identidad a menores de edad, sospechosos y comunica a la policía nacional.			
Controla la tarjeta de salida y fue abonado correctamente.			
Cuida y resguarda que dentro y fuera del local no exista disturbios e inconvenientes menores y tratar de solucionarlo.			
Advierte a los clientes que quieren crear algún tipo de problema lo deriva fuera del local a todos aquellos clientes que sigan causando inconvenientes aún después de ser advertidos.			
Colabora con sus compañeros de seguridad			
Elaboran estrategias de seguridad del local.			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

**FUNCIONES DEL STAFF DE PARKING**

<b>ENCARGADO PARKING</b>			
Cuenta su establecimiento con los servicios de Parking	SI ( )	NO ( )	Cumple con las funciones establecidas
FUNCIONES	SI	NO	
Recepta los vehículos de los clientes.			
En ocasiones conduce el carro del cliente hasta el parqueadero (valet parking).			
Ordena los vehículos que ingresan al estacionamiento del local.			
Trata con amabilidad y respeto a los clientes.			
Dirige las salidas de los vehículos.			
Prohíbe la entrada de aquellos que no sean clientes.			
Responsable del cuidado de todos los vehículos que se encuentren dentro del estacionamiento.			

Elaborado por: OLIVO, David

**RESPONSABILIDAD PERSONAL**

CUMPLE CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS ( )

DEMUESTRA INICIATIVAS ( )

CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ( )

ES PUNTUAL EN EL HORARIO DE TRABAJO ( )

NOTA. Cada respuesta SI/NO (solo respuestas del Item FUNCIONES) equivale a 1.2, la sumatoria de todas las preguntas dara un resultado de 100.

Es decir 100%



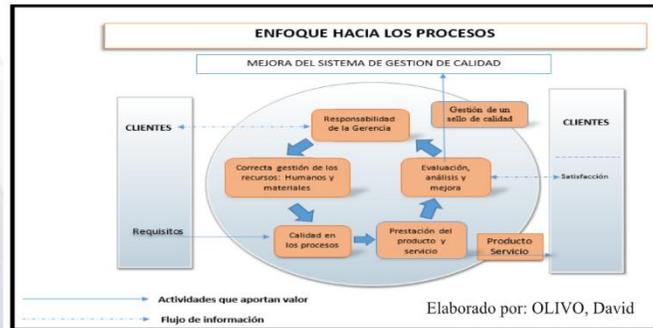
**Gráfico 38: Manual de Evaluación 19**

## ENFOQUE HACIA LOS PROCESOS

En esta etapa de la evaluación se detallarán los procesos principales que se encuentran dentro de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, los cuales serán comparados con los desarrollados en los establecimientos antes mencionados.

### ENFOQUE AL CLIENTE:

Dentro del mercado en el que nos desenvolvemos no es ninguna novedad que enfoquemos todos los procesos realizados por los establecimientos turísticos de diversión nocturna a sus clientes, pues siempre han sido la razón del negocio Turístico. Es por eso que uno de los principios fundamentales que todo establecimiento debe poseer es un correcto SgC (Sistema de Gestión de Calidad).



### EL MEJORAMIENTO CONTINUO:

Como su término lo dice, implica que todo proceso realizado dentro de un establecimiento debe estar en constante renovación ya que siempre pueden ser perfeccionados, razón suficiente para considerar al proceso de Mejoramiento Continuo como una parte clave dentro de un establecimiento, sea cual fuese su razón social.

Como podemos evidenciar el proceso de mejoramiento continuo es el resultado de haber realizado acciones de corrección, mitigación y prevención que pudieron haber sido realizadas a consecuencia de presentarse quejas de clientes no satisfechos.

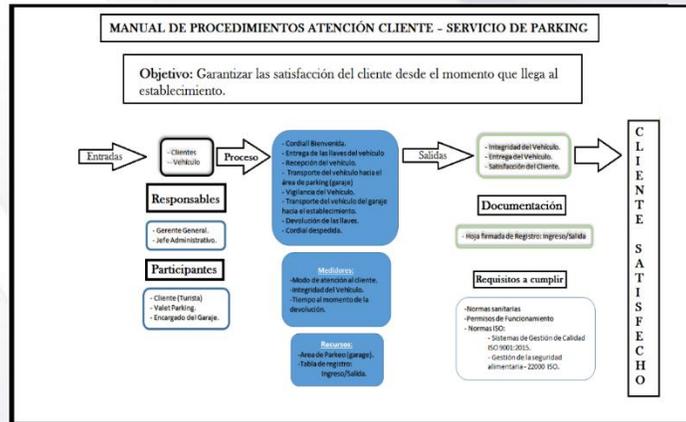
Con lo analizado anteriormente, es de gran importancia generar un compromiso con la gerencia de los establecimientos turísticos de diversión nocturna, buscar que formen parte del problema y de la solución, buscar crear un sentido de pertenencia.

Solo de esta manera podremos utilizar los recursos tanto económicos, operacionales, materiales y humanos de los establecimientos para la mejora de la calidad en los servicios de los establecimientos turísticos de diversión nocturna.



Gráfico 39: Manual de Evaluación 20

## PROCESO 1



Elaborado por: OLIVO, David

- El cliente arriva al establecimiento.
- El valet emite un cordial saludo de bienvenida.
- El cliente hace la entrega de las llaves del vehículo al valet.
- El valet transporta al vehículo hacia la zona de parqueo.
- El valet entrega las llaves del vehículo al encargado del garage.
- El encargado del garage realiza el ingreso.
- El Cliente al salir del establecimiento solicita la devolución de su vehículo.
- El valet se traslada a la zona de parqueo a retirar el vehículo.
- El encargado del garage realiza el registro de salida del vehículo.
- El valet transporta el vehículo hacia el establecimiento.
- El cliente verifica la integridad de su automotor.
- El valet entrega las llaves del vehículo.

Se cumple con los procesos: SI ( ) NO ( )

OBSERVACIONES:

.....

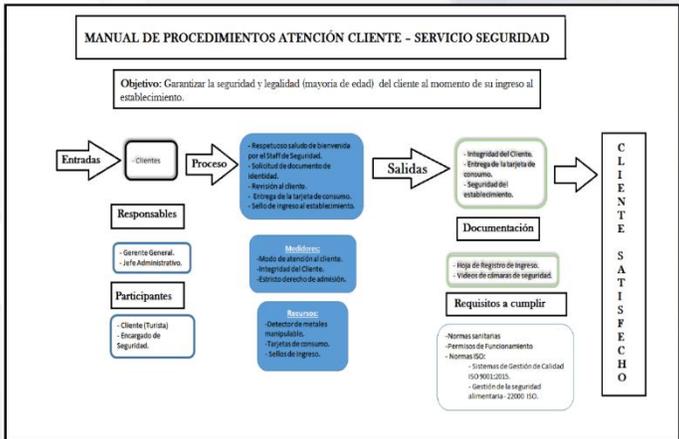
.....

.....



Gráfico 40: Manual de Evaluación 21

## PROCESO 2



Elaborado por: OLIVO, David

- El cliente se traslada hasta la puerta del establecimiento.
- El encargado de seguridad se encarga de recibir al cliente.
- El encargado de seguridad solicitará el documento de identidad del cliente, el cual confirmara que es mayor de edad y pueda ingresar.
- El cliente procederá a ingresar con lo que se encontrara con una revisión donde se constata que no ingresa con ningun tipo de material que atente contra la seguridad de los clientes.
- Dependiendo del establecimiento: Se cobrara la entrada de ingreso o a su vez se le emitira solo una carta de consumo la cual debera ser cancelada al momento de salir.
- El encargado de seguridad procederá a colocar una pulsera o un sello que confirme que el cliente ah pasado por el proceso de seguridad.

Se cumple con los procesos: SI ( ) NO ( )

OBSERVACIONES:

.....

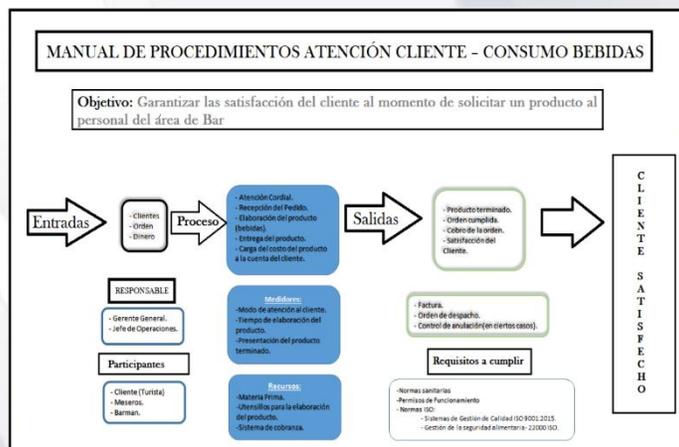
.....

.....



Gráfico 41: Manual de Evaluación 22

## PROCESO 3



Elaborado por: OLIVO, David

- El cliente realiza el pedido al mesero.
- El mesero registra en una planilla de consumición.
- El mesero presenta al barman el pedido.
- El barman controla el pedido, y entrega al mesero el pedido.
- El mesero entrega al cliente el pedido y registra el consumo.
- El cliente luego pasa por la caja a abonar el consumo.
- El cajero entrega la tarjeta de salida una vez abonado el consumo.
- El cliente presenta la tarjeta de salida al guardia.

Se cumple con los procesos:    SI ( )    NO ( )

OBSERVACIONES:

.....

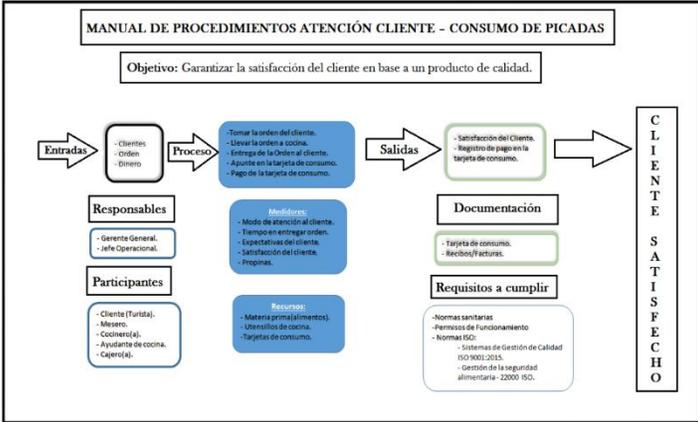
.....

.....



Gráfico 42: Manual de Evaluación 23

## PROCESO 4



Elaborado por: OLIVO, David

- El cliente realiza el pedido al mesero.
- El mesero registra en una planilla de consumición.
- El mesero presenta a la cocinera el pedido.
- La ayudante de cocina controla el pedido, y entrega al mesero el pedido.
- El mesero entrega al cliente el pedido y registra el consumo.
- El cliente luego pasa por la caja a pagar el consumo.
- El cajero entrega la tarjeta de salida una vez pagado el consumo.
- El cliente presenta la tarjeta de salida al guardia.
- El guardia designa a un ayudante que brinde compañía al cliente hasta su medio de transporte.

Se cumple con los procesos:    SI ( )    NO ( )

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....



Gráfico 43: Manual de Evaluación 24

## PROCESO 5



Elaborado por: OLIVO, David

- El cliente se traslada hacia el lugar donde se encuentra el encargado(a) de la caja.
- Le solicita revisar su tarjeta de consumo.
- El cajero(a) compara la tarjeta de consumo del cliente con el consumo registrado en su sistema.
- El cajero entrega el valor a pagar por el consumo.
- El cajero solicita los datos del cliente y si cancelara con efectivo o tarjeta de crédito.
- El cliente cancela el consumo de la noche.
- El cajero entrega la tarjeta de consumo sellada.
- El cliente procede a salir de las instalaciones presentando la tarjeta de consumo cancelada al encargado de seguridad.

Se cumple con los procesos: SI ( ) NO ( )

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....



Gráfico 44: Manual de Evaluación 25



**Gráfico 45: Manual de Evaluación 26**



**Gráfico 46: Manual de Evaluación 27**

**PLAN DE ACCION**

Tabla N° 22

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Diseñar un Manual de evaluación para los establecimientos turísticos de diversión nocturna logrando así establecer un diagnostico actual y posteriormente gestionar un sello de calidad para los establecimientos que cumplan con los establecido en la evaluación</b>	Diseño del Manual	1	Autor del proyecto: -David Olivo -Unidad de Turismo -Municipalidad de la Ciudad de Ambato	1200	5 días
	Identificación de los establecimientos a Evaluar.				3 días
	Inspección de Los Establecimientos.				Dos semanas
	Diagnostico Situacional Actual.				2 días
	Gestión de Sello de calidad.				1 mes

### **6.9.Administración**

Para la realización de la presente propuesta la responsabilidad recae sobre la persona encargada de la presente investigación en colaboración con las instituciones competentes en el campo turístico, es decir un trabajo en conjunto con la municipalidad el Ministerio de turismo y la empresa encargada de la emisión del distintivo “Q” de calidad turística.

### **6.10. Previsión de la evaluación**

Con el fin de garantizar un correcto desempeño de las actividades a realizarse los establecimientos turísticos de diversión nocturna deberán realizar un seguimiento oportuno de satisfacción de los clientes ya sean estos internos como externos, como también el cumplimiento de metas u objetivos planteados durante la presente investigación.

Para realizar dicho plan de acción se solicitara al gerente o dueño del establecimiento la evaluación de las actividades a través de una encuesta enfocada directamente al nivel de satisfacción de los clientes, de tal forma que podamos analizar el nivel de percepción que las personas han tenido con el mejoramiento en la calidad de los servicios y su experiencia al consumir un producto de un establecimiento debidamente acreditado en cuanto a calidad cumpliendo el objetivo realizado en la presente investigación.

**6.10.1. ENCUESTA DE CONTROL DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN Y SATISFACCIÓN, ORIENTADOS AL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE**

**Empresa:**

**Fecha:**

**Tabla 21: Encuesta Satisfacción del Cliente**

<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>				
<b>Siendo:</b>	<b>MS(Muy satisfactorio)/</b>	<b>S(Satisfactorio)/</b>	<b>PS(Poco Satisfactorio)/</b>	<b>INS(Insatisfactorio)</b>
	<b>MS</b>	<b>S</b>	<b>PS</b>	<b>INS</b>
<b>El acceso a las instalaciones es</b>				
<b>La atención recibida por el staff fue</b>				
<b>El servicio de bebidas que recibió fue</b>				
<b>El servicio de Alimentos que usted recibió fue</b>				
<b>Considera que la música emitida durante su visita fue</b>				
<b>El entorno que brinda el establecimiento fue</b>				
<b>Después de haber adquirido los servicios del establecimiento usted se siente</b>				
<b>Su experiencia al visitar el establecimiento fue</b>				

## **BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFIA**

- ABC, D. (s.f.). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:  
<http://www.definicionabc.com/politica/politica.php>
- AEC. (Octubre / Diciembre de 2012). *Asociacion Española pra la Calidad*. Obtenido de Asociacion Española pra la Calidad: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/calidad-total>
- Aguado, J. F. (s.f.). *Reputación Corporativa*. (M. Á. Alcalá, Entrevistador) Obtenido de <http://www.mindvalue.com/reputacion.pdf>
- Álvarez Ibarrola, J., Gallego Álvarez, I., & Bullón Caro, J. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD: Aproximación a los sistemas de Gestión y Herramientas de Calidad* (Primera ed.). Vigo: Ideaspropias.
- Andrés, E., & Martínez Salinas, E. (2002). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ECOLÓGICO*. Madrid, España: ESIC.
- Aristóteles, 3. a. (1985). *Ética a Nicómaco*. Madrid: Gredos. Obtenido de <file:///C:/Users/David/Downloads/Gredos-Etica-a-Nicomaco-Etica-Eudemia-LIVIANA.pdf>
- Belio, J. L., & Sainz, A. A. (s.f.). *Claves para gestionar precio, producto y marca: Cómo gestionar una Guerra de precios*. Madrid: Especial Directivos.
- Bello R., G. (2007). *OPERACIONES BANCARIAS EN VENEZUELA* (Segunda ed.). Caracas, Venezuela: Texto C.A.
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Cabarcos Novás, N. (2006). *PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS: Comercialización de Servicios Turísticos* (Primera ed.). Vigo: Ideaspropias. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=GDIXq8Zsj\\_0C&pg=PT18&dq=concepto+de+Servicios+Turisticos&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMI\\_N-ehvbxgIViFCSch1tegiH#v=onepage&q=concepto%20de%20Servicios%20Turisticos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=GDIXq8Zsj_0C&pg=PT18&dq=concepto+de+Servicios+Turisticos&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMI_N-ehvbxgIViFCSch1tegiH#v=onepage&q=concepto%20de%20Servicios%20Turisticos&f=false)

- Castro Quesada, R. (2010). *ELEMENTOS DE TURISMO: Teoría, Clasificación y Actividad* (Segunda ed.). San Jose, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- corporativa, G. d. (10 de Enero de 2012). *Blog Grupo de reputación corporativa*. Obtenido de Blog Grupo de reputación corporativa: <http://originalcommunitymanager.com/2012/01/10/reputacion-corporativa-el-intangible-mas-estrategico-hoy/>
- Crosby, P. (1989). *Hablemos de Calidad*. McGraw Hill.
- david. (ads de ds de sdads). *daad*. Obtenido de dds: [www.ddzfa.com](http://www.ddzfa.com)
- DE, D. (2008 / 2015). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <http://definicion.de/politica/>
- Definicion. (2015). *Definicion de*. Obtenido de Definicion de: <http://definicion.de/eficacia/>
- Definicion. (s.f.). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <http://definicion.de/turismo/>
- Definición.org. (2015). *Definición*. Obtenido de Definición: <http://www.definicion.org/manual>
- Definicionabc. (2007/2015). *Definicionabc*. Obtenido de Definicionabc: <http://www.definicionabc.com/economia/economia.php>
- Deming. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. Díaz de Santos,.
- Diaz de Quijano, S. (1993). *Psicología Social en las Organizaciones*. Barcelona: S.A. PPU.
- DÍAZ, G. (1999). *Macroeconomía: Primeros conceptos*. (A. Bosch, Ed.) Barcelona: Antoni Bosch.
- Dubois, A. (s.f.). *UN CONCEPTO DE DESARROLLO PARA EL SIGLO XXI*. País Vasco. Obtenido de <http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/luminal/html/8/concepdesar.pdf>

- Española, R. A. (octubre de 2012). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=Reputacion>
- Española, R. A. (2012). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=turismo>
- Fernando, L. (Marzo de 2008). *Temas de Administración de Empresas Agropecuarias*. Obtenido de Temas de Administración de Empresas Agropecuarias: <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Ing. CABRERA, H. R. (Octubre de 2009). *Eumed net*. Obtenido de Eumed net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/650/Mejoramiento%20Continuo.htm>
- Ishikawa, K. (1988). *Qué es el control total de calidad? : Modalidad japonesa*. Bogotá: Norma S.A.
- ISO. (2015). *ISO*. Obtenido de ISO: [http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso\\_9000.htm](http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm)
- ISO/IEC. (29 de Agosto de 1996). *ISO*. Obtenido de ISO: [http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_ics/catalogue\\_detail\\_ics.htm?csnumber=39976](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?csnumber=39976)
- Keegan, W. J. (1997). *Marketing Global* (5 ed.). Madrid, España: Prentice Hall.
- López Aguilar, I., Chagollan Amaral, F., Del Campo Amezcua, J., García Reynaga, R., Contreras García, I., & García Vargas, R. (2006). *ECOLOGÍA* (Primera ed.). Jalisco, México: Umbral.
- MANENE, L. M. (1 de Diciembre de 2010). *Blog de Luis Miguel Manene*. Obtenido de Blog de Luis Miguel Manene: <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2010/12/01/calidad-total-su-filosofia-evolucion-definicion-e-implantacion/>
- Mankiw, G. (s.f.). *Principios de Economía* (Tercera ed.). New York: McGraw-Hill. Recuperado el Lunes de Junio de 2015

- Martinez Leal, B., & Rojo Gil, R. (2013). *DESTINOS TURÍSTICOS: Guia, información y asistencias turísticas, Agencias de viajes y gestión de eventos* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo SA.
- May, P. (2012). *CERTEZAS EN UN MUNDO INCIERTO*. El Mercurio: Aguilar.
- Ministerio De Turismo Ecuador. (07 de Enero de 2015). *Ministerio de Turismo: Ecuador Ama La Vida*. Obtenido de Ministerio de Turismo: Ecuador Ama La Vida: <http://www.turismo.gob.ec/ingreso-de-divisas-por-turismo-crecio-en-un-21-hasta-septiembre-del-2014/>
- OMC. (2015). *Organizacion Medica Colegial de España*. Obtenido de Organizacion Medica Colegial de España: [http://www.cgcom.es/europa\\_al\\_dia/1999/14\\_concepto](http://www.cgcom.es/europa_al_dia/1999/14_concepto)
- OMT. (2004). *World Tourism Organization Network*. Obtenido de World Tourism Organization Network: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- OMT. (2005-2007). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2008). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Orlando, M. C. (17 de Abril de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/definiciones-del-mejoramiento-continuo/>
- Pontificia Universidad Javeriana. Cendex. (2001). *Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud* (Primera ed.). Bogotá: Centro Editoria Javeriano. CEJA.
- Profesores. (2002/2013). *Importancia.org: Saber valorar la vida*. Obtenido de Importancia.org: Saber valorar la vida: [Importancia.org: Saber valorar la vida](http://Importancia.org)

- Quesada Castro, R. (2007). *ELEMENTOS DEL TURISMO*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Rivera Camino, J., & De Garcillan, M. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING: Fundamentos y Aplicaciones* (3 ed.). Madrid: ESIC.
- ROBBINS, S., & COULTER, M. (1996). *Administración* (Octava ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- Rosales Obando, J. (2006). *Elementos de Micro, economía*. San Jose, Costa Rica: EUNED.
- Rubio Domínguez, P. (2007). *MANUAL DE ANÁLISIS FINANCIERO*. Instituto Europeo de Gestion Empresarial.
- SECTUR. (2014). *Sceretaria de Turismo*. Obtenido de Sceretaria de Turismo: [http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect\\_Turismo\\_Alternativo](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Turismo_Alternativo)
- Spencer, M. (1993). *Economía Contemporánea*. Barcelona, España: Reverte.
- Sperry, A. (s.f.). *eHow en Español*. Obtenido de eHow en Español: [http://www.ehowenespanol.com/concepto-ser-ecologico-sobre\\_491056/](http://www.ehowenespanol.com/concepto-ser-ecologico-sobre_491056/)
- Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ocio>
- Yopo, B. (1970). *Organización y Administración Universitaria*. Buenos Aires: Biblioteca Central de la Facultad de Agronomía y Veterinaria.

# **Anexos**

## ANEXO N°1. Hoja de aprobación Gad Municipal Ambato



DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTES  
SECCIÓN TURISMO

*Por medio del presente, nos permitimos avalizar el Tema " LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE DIVERSION NOCTURNA CATASTRADOS POR EL GAD MUNICIPAL Y SU APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA" propuesto por el señor OLIVO MORALES DAVID GIOVANNI , con cédula de ciudadana, 180431757-4 considerando este un aporte para la gestión turística local.*

*Particular que comunicamos para los fines pertinentes.*

*Ambato, 2 de julio del 2015.*

Atentamente

Elaborado por  
  
Ing. Fausto Velarde  
ESP.GESTION TURISTICA

Revisado  
  
Ing. Mauricio Rodríguez  
JEFE DE LA UNIDAD DE TURISMO

Aprobado por  
  
Lic. Diana Velasco  
DIRECTORA DE CULTURA  
G.A.D.M.A.

Dirección: Rocafuerte y Lalama  
Telf: (03)2 826315 / 2 822491 / Email: .....@ambato.gob.ec  
www.ambato.gob.ec

## **ANEXO N°2. Encuesta**

### **ENCUESTA**

#### **Encuesta destinada para analizar el comportamiento del consumidor**

**Objetivo:** Conocer el grado de satisfacción de las personas sobre la calidad en los servicios de los establecimientos turísticos de diversión nocturna en la ciudad de Ambato basándonos en el criterio y comportamiento del consumidor.

#### **Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada pregunta
- En las preguntas de selección múltiple, marque con una **X solo una opción**

**1.- ¿Ah visitado algún establecimiento turístico de diversión nocturna en la ciudad de Ambato que cuente con normas de calidad?**

SI

NO

**2.- ¿Cómo calificaría el servicio brindado por el staff en los establecimientos turísticos de diversión nocturna?**

ALTO

MEDIO

BAJO

**3.- ¿Cuál es el factor que a Ud. más le impacta para tomar una decisión al momento de visitar un establecimiento turístico de diversión nocturna?**

PRECIO

CALIDAD

PRESTIGIO

ESTATUS

**4.- ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto en el desarrollo turístico, generado por el grado de satisfacción del turista al consumir los productos y servicios de dichos establecimientos?**

ALTO

MEDIO

BAJO

**5.- ¿Generalmente después de su visita, por qué motivos Ud. Recuerda a un establecimiento turístico de diversión nocturna?**

POR EL SLOGAN

POR EL LOGO

POR EL AMBIENTE

POR LA CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO

**6.- ¿Cree usted que los establecimientos de diversión nocturna aplican normas de calidad a la prestación de servicios y productos?**

SI

NO

**7.- En base a la calidad de los servicios ¿Cómo cree usted que sea el aporte de los establecimientos turísticos de diversión nocturna al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato?**

POSITIVO

REGULAR

NEGATIVO

**8.- ¿Qué entidades cree usted que se beneficiarían de este tipo de turismo?**

PUBLICAS

PRIVADAS

PÚBLICAS Y PRIVADAS

**9.- ¿Cómo considera usted que será el impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato al gestionar una certificación de calidad para dichos establecimientos?**

POSITIVO

REGULAR

NEGATIVO

**10.- ¿Cree usted que la relación Precio-Calidad va de acuerdo a los productos brindados por los establecimientos antes mencionados?**

SI

NO

**11.- ¿Considera usted que la infraestructura, el servicio y los productos de los establecimientos turísticos de diversión nocturna generan un ambiente de confianza prestador- cliente?**

SI

NO

**12.- ¿Cómo considera usted que es la disponibilidad de "escuchar al cliente" por parte del staff de los establecimientos antes mencionados?**

EXCELENTE

BUENO

REGULAR

PESIMO

**“GRACIAS POR SU COLABORACION”**

ANEXO N° 3. Tabla del valor crítico del Chi Cuadrado

Grados de libertad	Nivel de significancia					
	0.20	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
1	1.64	2.71	3.84	5.02	6.63	7.83
2	3.22	4.61	5.99	7.38	9.21	10.6
3	4.64	6.25	7.81	9.35	11.3	12.8
4	5.99	7.78	9.49	11.1	13.3	14.9
5	7.29	9.24	11.1	12.8	15.1	16.7
6	8.56	10.6	12.6	14.4	16.8	18.5
7	9.8	12.0	14.1	16.0	18.5	20.3
8	11.03	13.4	15.5	17.5	20.1	22.0
9	12.24	14.7	16.9	19.0	21.7	23.6
10	13.44	16.0	18.3	20.5	23.2	25.2
11	14.63	17.3	19.7	21.9	24.7	26.8
12	15.81	18.5	21.0	23.3	26.2	28.3
13	16.98	19.8	22.4	24.7	27.7	29.8
14	18.15	21.1	23.7	26.1	29.1	31.3
15	19.31	22.3	25.0	27.5	30.6	32.8
16	20.46	23.5	26.3	28.8	32.0	34.3
17	21.62	24.8	27.6	30.2	33.4	35.7
18	22.76	26.0	28.9	31.5	34.8	37.2
19	23.9	27.2	30.1	32.9	36.2	38.6
20	25.04	28.4	31.4	34.2	37.6	40.0
21	26.17	29.6	32.7	35.5	38.9	41.4
22	27.3	30.8	33.9	36.8	40.3	42.8
23	28.43	32.0	35.2	38.1	41.6	44.2
24	29.55	33.2	36.4	39.4	43.0	45.6
25	30.68	34.4	37.7	40.6	44.3	46.5
26	31.8	35.6	38.9	41.9	45.6	48.3
27	32.91	36.7	40.1	43.2	47.0	49.6
28	34.03	37.9	41.3	44.5	48.3	51.0
29	35.14	39.1	42.6	45.7	49.6	52.3
30	36.25	40.3	43.8	47.0	50.9	53.7