



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA.
CARRERA DE HOTELERÍA

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
GESTIÓN HOTELERA.

TEMA:
PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LAS ÁREAS DE ALOJAMIENTO Y
RECEPCIÓN PARA EL COMPLEJO TURÍSTICO “TER JAMANCO”
UBICADO EN LA PROVINCIA DEL NAPO, CANTÓN QUIJOS, PARROQUIA
PAPALLACTA.

AUTORA: ANA CRISTINA GUANO MURIEL

DIRECTORA: LIC. DORIS JIMÉNEZ MSC.

QUITO – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Certifico que la señorita Ana Cristina Guano Muriel ha realizado este trabajo de grado, cumpliendo satisfactoriamente con la realización del mismo.

Lic. Doris Jiménez Msc.

AUTORÍA

Por la presente declaro que esta tesis es producto de mi trabajo de investigación, contiene material previamente publicado por otras personas, donde se ha hecho el reconocimiento debido en el texto.

Todo el proceso investigativo se ha ceñido estrictamente a los reglamentos vigentes en la Universidad Tecnológica Equinoccial, del contenido de la presente tesis se responsabiliza la autora.

Ana Cristina Guano Muriel

C.C 171791145-5

AGRADECIMIENTO

La satisfacción de haber cumplido, dignifica el espíritu humano y llena de beneplácito a todos quienes nos benefician de sus frutos. Trabajo arduo que solo se puede conseguir con el apoyo de aquellos seres humanos que me ayudaron con la información para este proyecto, razón por la cual tengo un agradecimiento profundo:

A Dios por brindarme la vida, por darme la capacidad y la sabiduría para enfrentar a los retos de mi existencia.

A mis padres por otorgarme ese apoyo incondicional, su comprensión y sobre todo por haber invertido sus recursos en mi educación, para hoy poder ver alcanzada la meta.

A mis hermanas Gladys y Lourdes, a mi hermano Edgar a mis sobrinos Mateo y Jhon por darme siempre esa palabra de aliento, ese optimismo para alcanzar mi propósito y por sobre todo su cariño.

A mi novio David quien ha sido ese apoyo constante, esa ayuda permanente gracias por estar en los malos y buenos momentos.

Por ultimo agradecer a los profesores de la Universidad Tecnológica Equinoccial que han aportado con su amplio conocimiento durante todos mis años de formación universitaria y como no agradecer de manera especial a la Máster Doris Jiménez gracias por su paciencia y su apoyo.

Ana Cristina.

DEDICATORIA

A Edgar Guano y Gladys Muriel, mis padres porque de ellos he aprendido que todo sacrificio tiene su recompensa y que el éxito en cualquier ámbito de la vida se lo consigue con esfuerzo y perseverancia, por todos esos valores tan sólidos que me han transmitido a lo largo de estos años.

A mis hermanos y sobrinos por estar siempre pendientes de mis penas y alegrías, gracias por estar en el momento exacto y brindarme su ayuda incondicional.

A David que con su amor, ha sabido tener las palabras exactas para motivarme, por ser mi inspiración para culminar esta meta y ser mi mayor compañía.

Ana Cristina.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA	V
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	2
PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Justificación	2
1.3 Delimitación de la investigación.....	3
1.4 Planteamiento de Objetivos.....	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos.	4
1.5 Descripción de la Zona.....	4
1.5.1 Reseña histórica de Papallacta.....	4
1.5.2 Clima.....	6
1.5.3 Idioma	6
1.5.4 Población de Papallacta	7
1.5.5 Festividades	7
1.5.6 Gastronomía.....	7
1.5.7 Centro Poblado	7
1.5.8 Atractivos Turísticos.....	8
Los principales atractivos de la parroquia son:	8
1.6 Turismo en Papallacta.	12
1.7 Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas)	13
1.7.1 Reseña de la Hostelería.....	13
1.7.2 Clasificación de Alojamiento	14
1.7.3 ¿Qué es hostería?	15
1.7.4 ¿Qué es un huésped asiduo?	15
1.7.5 ¿Qué es un establecimiento hotelero?.....	15
1.7.6 ¿Qué es el área de alojamiento?.....	16
1.7.7 ¿Qué es el área de front desk?	16

1.7.8 Características Generales del Complejo Turístico “Ter Jamanco”	16
1.8 Marco Conceptual	17
1.8.1 Plan de Mejoramiento	17
1.8.2 Importancia del mejoramiento	18
1.9 Metodología de la Investigación	18
1.9.1 Método deductivo	18
1.9.2 Método inductivo	19
1.9.3 Método analítico	19
1.10 Tipos de investigación	19
1.11 Problema de Investigación.....	20
1.11.1 Fuentes de Información	20
<i>Fuentes primarias</i>	20
<i>Fuentes Secundarias</i>	20
1.12 Técnicas e Instrumentos	20
Observación	20
Entrevista	21
Encuesta.....	21
Procesamiento de la Información	21
1.13 Calidad del Servicio.....	22
1.13.1 Diagrama de Ishikawa	23
1.13.2 Competitividad	24
1.13.3 Mejora de la Calidad.....	24
1.13.4 Calidad Total	25
1.13.5 Productividad.....	26
1.13.6 Costos de la Calidad	26
1.13.7 Medición del Desempeño de una Organización	28
1.13.8 La importancia de los servicios	29
1.13.9 Componentes del Servicio	29
1.13.9.1 Entender la situación del cliente	29
1.13.9.2 Proporcionar información completa y veraz	30
1.13.9.3 Equidad.....	30
1.13.9.4 Confiabilidad.....	30
1.13.9.5 Rapidez	30
1.13.9.6 Seguridad.....	30

1.13.10	Características del servicio	30
1.13.10.1	<i>Ciclo del servicio.</i>	31
1.13.10.2	<i>Motivación y recompensa al trabajador.</i>	31
1.13.11	Momentos de la Verdad.....	32
1.14	Definición de Procesos.....	33
CAPÍTULO II.....		35
ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO		
“TER JAMANCO”		35
2.1	Análisis Situacional Externo.....	35
2.1.1	Análisis del Macroambiente	35
2.1.1.1	<i>Análisis del escenario macroeconómico del país.</i>	36
2.1.1.2	<i>Análisis del escenario político.</i>	38
2.1.1.3	<i>Análisis del escenario socio-cultural</i>	40
2.1.2	Análisis del Microambiente.....	40
2.2	Análisis Situacional Interno	43
2.2.1	Descripción del establecimiento Ter Jamanco.	43
2.2.2	Servicios Complementarios	44
2.2.3	Servicios de distracción	44
2.3	Análisis de los aspectos jurídicos	44
2.4	Área de producción	45
2.4.1	Servicio de alojamiento	45
2.4.1.1	<i>Capacidad máxima</i>	46
2.4.1.2	<i>Tarifa de las habitaciones</i>	47
2.5	Organización del Personal.....	49
2.5.1	Ama de llaves	49
<i>Personal y sus funciones</i>		49
2.5.2	Lavandería	50
<i>Personal y sus funciones</i>		50
2.5.3	Recepción	51
<i>Personal y sus funciones</i>		51
<i>Equipamiento del área</i>		51
2.6	Direccionamiento Estratégico	51
2.6.1	Misión.....	52
2.6.2	Visión.....	52

2.6.3	Descripción de principios y valores organizacionales.....	53
2.7	Análisis FODA	54
2.7.1	Matriz FODA de la Administración	54
2.7.2	Matriz FODA Trabajadores	55
2.7.3	Matriz FODA del Análisis Interno.	56
2.7.4	Matriz de oportunidades y amenazas.....	57
2.8	Estudio de Campo	58
2.8.1	Población y muestra a investigar	58
2.9	Tamaño de la muestra.....	58
2.10	Diseño de la encuesta.....	59
2.11	Tabulación e interpretación de datos de las encuestas aplicadas a los clientes	62
2.11.1	Tabulación de datos informativos.....	62
2.12	Entrevista administrativa	73
2.13	Análisis de la entrevista (Administración)	73
2.14	Entrevista Trabajadores.....	76
2.15	Análisis de la entrevista (Trabajadores)	76
2.16	Definición de Puntos Críticos.	78
2.17	Estrategias y Operatividad	81
CAPÍTULO III	82	
PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL “COMPLEJO TURÍSTICO TER JAMANCO”	82	
3.1	Objetivos de la propuesta	82
3.1.1	Objetivo general.....	82
3.1.2	Objetivos Específicos.	82
3.2	Alcance de la propuesta	82
3.2.1	Ventajas del mejoramiento	83
3.2.2	Desventajas del mejoramiento.....	83
3.3	Propuesta de Organización.....	84
3.3.1	Organigrama Estructural.....	84
3.3.2	Organigrama Posicional.....	84
3.3.2.1	<i>Descripción de procesos.....</i>	<i>85</i>
3.3.2.2	<i>Proceso de Recepción.....</i>	<i>85</i>
3.4	Proceso Ama de llaves.....	86

3.5	Proceso de Lavandería	88
3.6	Descripción de puestos	90
3.6.1	Puesto: Recepcionista	90
3.6.2	Puesto: Ama de llaves	92
3.7	Puesto: Camarera	93
3.8	Puesto: Lavandera	93
3.9	Descripción de Acciones de Mejoramiento	94
3.9.1	Prioridad ALTA	94
3.9.2	Prioridad MEDIA	96
3.9.3	Prioridad BAJA	97
3.10	Evaluación Financiera de la Propuesta	98
3.11	Para obtener los costos de la propuesta se tomó las siguientes variantes: 99	
	Tabla 33. Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto	99
3.12	Estado de Resultados	100
3.12.1	Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto	100
3.12.2	Análisis de Resultados	101
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
	Conclusiones:	102
	Recomendaciones	104
	BIBLIOGRAFÍA	105
	ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inflación. Diciembre 2013 - Julio 2014.....	37
Tabla 2. Lista de Proveedores.....	41
Tabla 3. Lista de Competidores	42
Tabla 4. Capacidad Máxima	46
Tabla 5. Tarifario	47
Tabla 6. Matriz FODA Administración.....	54
Tabla 7. Matriz FODA Trabajadores.....	55
Tabla 8. Matriz Análisis Interno.....	56
Tabla 9. Oportunidades y Amenazas	57
Tabla 10. Población a Investigar	58
Tabla 11. Género	62
Tabla 12. Edad.....	63
Tabla 13. Procedencia.....	64
Tabla 14. ¿Conoce los Servicios?.....	65
Tabla 15. Frecuencia de Visita	66
Tabla 16. ¿Alguna vez se ha hospedado?	67
Tabla 17. Calidad de Atención y Servicio	68
Tabla 18. Instalaciones y Mobiliario	69
Tabla 19. Necesita Ter Jamanco	70
Tabla 20. Motivo de Visita	71
Tabla 21. ¿Cómo se enteró de Ter Jamanco?	72
Tabla 22. Estrategias y Operatividad.....	81
Tabla 23. Mejoramiento problema Administración	94
Tabla 24. Mejoramiento Problema Blancos	95
Tabla 25 Mejoramiento Problema Capacitaciones	95
Tabla 26. Mejoramiento Problema Marketing	95
Tabla 27. Mejoramiento problema Señalización	96
Tabla 28. Mejoramiento problema Recepción	96
Tabla 29. Mejoramiento problema Formas de Pago.....	97
Tabla 30. Mejoramiento problema BODEGA.....	97
Tabla 31. Mejoramiento problema TEMPORADAS	97
Tabla 32. Costos de la aplicación de la propuesta	98

Tabla 33. Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto.....	99
Tabla 34. Ingreso por habitaciones esperando sin proyecto	100
Tabla 35. Ingresos por habilidades esperando con proyecto	100
Tabla 36. Análisis de Resultados.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Papallacta	8
Figura 2. Volcán Antisana.....	9
Figura 3. Parque Nacional Cayambe Coca.....	9
Figura 4. Fauna.....	10
Figura 5. Laguna de Papallacta	10
Figura 6. Cuencas Hidrográficas	11
Figura 7. Ciclo Deming PDCA	22
Figura 8. Costos relativos a la calidad.....	27
Figura 9. Momentos de la Verdad	33
Figura 10. Macro Ambiente	36
Figura 11. Confianza Empresarial.....	38
Figura 12. Microambiente	40
Figura 13. Cabaña.....	45
Figura 14. Litera	46
Figura 15. Cama Matrimonial	47
Figura 16. Cama Litera.....	48
Figura 17. Organigrama Ama de Llaves	49
Figura 18. Organigrama Lavandería.....	50
Figura 19. Organigrama Recepción.....	51
Figura 20. Misión, Visión, Valores	53
Figura 21. Género.....	62
Figura 22. Edad	63
Figura 23. Procedencia	64
Figura 24. ¿Conoce los Servicios?	65
Figura 25. Frecuencia de Visita.....	66
Figura 26. ¿Alguna vez se ha hospedado?.....	67
Figura 27. Opinión del servicio	68
Figura 28. Instalaciones y Mobiliario.....	69
Figura 29. Instalaciones y Mobiliario.....	70
Figura 30. Motivo de Visita	71
Figura 31. ¿Cómo se enteró de Ter Jamanco?.....	72
Figura 32. Organigrama estructural.....	84

Figura 33. Organigrama Funcional.....	84
Figura 34. Procesos de Recepción.....	85
Figura 35. Proceso de Ama de Llaves	87
Figura 36. Proceso de Lavandería	88
Figura 37. Lavandería con Cliente	89

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instructivo de Proceso para Check in.	107
Anexo 2. Organizaciones públicas y privadas que actúan en el reglamentar, controlar y apoyar el sector de alojamiento en la parroquia de Papallacta.	108
Anexo 3. Análisis de las Organizaciones Públicas.	110
Anexo 4. Listado de Clientes	111
Anexo 5. Permiso de Bomberos	112

Introducción

La Hotelería ha ido implantando nuevas tendencias con el pasar de los años debido a las necesidades de la sociedad, las cuales han sido satisfechas en algún momento determinado, pero es necesario reiterar que dentro de la Industria Hotelera la oferta y la demanda son cada vez más exigentes y competentes, debido también a la competencia que existe dentro de nuestro país.

En el presente trabajo se realiza una propuesta de mejoramiento para la empresa “Ter Jamanco”, con elementos teóricos y prácticos los mismos que ayuden a mejorar el área de alojamiento y recepción, planteando el problema de estudio, los antecedentes que tiene la empresa, argumentando los objetivos, dando una sustentación teórica que engloba al capítulo uno.

En el capítulo dos se destaca el análisis situacional, todo lo referente al micro y macro ambiente, se realizó un diagnóstico actual mediante entrevistas, encuestas y observación directa, haciendo énfasis en la medición del grado de satisfacción de los clientes en cuanto a las áreas de alojamiento y recepción, llegando a dar una conclusión global de lo tratado.

En el capítulo tres se presenta la propuesta de un mejoramiento en la áreas operativas de la empresa la misma que permitirá brindar un servicio de calidad, donde cada empleado tenga definidas sus funciones y responsabilidades con el objetivo de que los clientes queden satisfechos y conformes.

Capítulo I

Planteamiento de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

“Ter Jamanco” es una empresa que está ubicada en el Cantón Quijos, Provincia del Napo, Parroquia Papallacta, la misma que presta servicios de alojamiento tanto a turistas nacionales como extranjeros. Sus instalaciones funcionan en un área que comprende cien hectáreas, anteriormente este territorio se lo ocupaba para pastoreo, con el pasar del tiempo, el descubrimiento de vertientes de agua termal y aportes económicos permitieron que poco a poco se fuera transformando en un complejo turístico donde se puede disfrutar de comodidad en un entorno único.

El complejo presta sus servicios desde hace quince años atrás como comuna, y como empresa lleva en el mercado tres años, por lo cual se ha visto la necesidad de ofrecer un plan de mejoramiento a la empresa “ Ter Jamanco” que consiste en la elaboración y planteamiento de un conjunto de pasos sistemáticos utilizando métodos, en donde se pueda cumplir los objetivos propuestos, con el fin de mejorar el servicio al cliente en las áreas operativas de alojamiento y recepción considerado que el manejo de reservas, almacenamiento de blancos, control de habitaciones no son las más adecuadas ya que no tienen procesos pre-establecidos de funcionamiento, la falta de una correcta dirección entorno al mercado de la hotelería y turismo limitan a mejorar el servicio, Sin embargo, se espera obtener excelentes resultados, con ideas más sólidas que ayuden a fortalecer el desarrollo del establecimiento, y a la vez satisfacer la demanda existente.

1.2 Justificación

Reyes (2014) indica que “la necesidad latente de brindar a los clientes un servicio mucho más completo y personalizado, crea el ambiente propicio para recurrir a planes estratégicos de mejoramiento”. De esta manera reformar todo aquello que ya se

encuentra establecido, entendiéndose así que alojamiento es un servicio que se presta a una persona o grupo de personas a cambio de una tarifa, y recepción es la parte operativa que se encarga de manejar las solicitudes de reservas, cobros etc. la misma que trabaja en conjunto con ama de llaves.

Es necesario realizar la implementación de procedimientos que se encuentren acorde a las exigencias o estándares manejados dentro de la industria de la hotelería, abarcando así la óptima utilización de recursos de la empresa, El problema principal radica en que “Ter Jamanco” ha sido creada de manera empírica, causando dificultad al momento de ser administrada, a pesar de ciertas falencias la empresa ha tenido una muy buena acogida, posicionándose poco a poco en el mercado.

Con este trabajo se pretende contribuir con procesos, estándares y técnicas de desempeño laboral, capacitación en el área de front desk, servicio al cliente y manejo de habitaciones esperando así optimizar tiempo y recursos para de esa manera aportar en el mejoramiento del complejo. Buscando que la empresa fundada por los accionistas de “Ter Jamanco” crezca comercialmente y acoja a la nueva generación con mejores técnicas laborales, estándares de vida y nivel socioeconómico.

1.3 Delimitación de la investigación

Estudio para el plan de mejoramiento en las áreas operativas del Complejo Turístico” Ter Jamanco” que se lo realizará en la Provincia de Napo, Cantón Quijos, Parroquia Papallacta vía Interoceánica kilómetro tres.

1.4 Planteamiento de Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de mejoramiento en las áreas de alojamiento y recepción del Complejo Turístico “Ter Jamanco”, que permita un mejor control en reservas, mantenimiento y servicio al cliente.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Describir la zona en la que se encuentra ubicado el establecimiento “Ter Jamanco”, sus productos y sus servicios.
- Identificar la situación actual en el área de alojamiento y recepción, determinando los problemas frecuentes que inciden en la gestión de la empresa.
- Plantear una propuesta de mejoramiento en el área de alojamiento y recepción, logrando una mejor gestión en los procesos.

1.5 Descripción de la Zona

1.5.1 Reseña histórica de Papallacta

Algunos creen que Papallacta proviene de "papa", tubérculo muy cultivado en la zona y "llacta", que significa tierra en quichua. Por lo tanto Papallacta significaría "Tierra de papas".

Otra teoría dice que papa proviene de taita, que significa papá en quichua, porque en la antigüedad aquí supuestamente vivió un shamán muy conocido por sus poderes curativos, por lo que lo llamaban taita shamán. Papallacta, está ubicada en la ruta del dorado y la canela, donde abundaba el oro y se decía que Rumiñahui luego del baño se empolvaba de este precioso metal, se pensaba escondió el tesoro preparado para el rescate de Atahualpa en estas tierras ya que siendo nativo de esta región la conocía bien.

Por aquí pasaban los indígenas del oriente trayendo la canela, misma que se comercializaba en Europa a mayor precio que el oro, dichos viajeros descansaban en este lugar luego del temible cruce de la cordillera, por las bondades que ofrece las aguas termales existentes en todo el territorio de Papallacta. Cuando Francisco de Orellana

partió desde Quito en busca de la tierra del dorado y la canela con aproximadamente 400 indios que participaron para esta celebre expedición, casi la mitad murieron al atravesar estas frías montañas. El descubrimiento del Gran Río un 12 de Febrero de 1542 y luego la presencia de Quito en el Amazonas durante varios siglos se hizo a través de esta singular ruta de Papallacta, los pobladores que habitaban la zona desde la época de los incas eran Kichwas. La primera ola de colonización llegó a la zona en 1870 cuando los indígenas de Tolontag se asentaron en Papallacta y Baeza.

Antiguamente Papallacta era considerado un “TAMBO”, lugar de descanso de los dignatarios incas, shamanes y los bravos guerreros. Este lugar era considerado de una energía natural muy notoria donde se realizaban ceremonias de bautizos y ritos shamánicos de los viajeros que se dirigían a la Amazonía o salían a los pueblos de la sierra a comercializar sus productos.

En 1911 Papallacta pasa del grado de Caserío a constituirse en parroquia; hacia 1925 se construyeron 200 kilómetros de camino de herradura entre Pifo y Misahualli para facilitar la entrada del ejército, el comercio entre la Sierra y Amazonía y la explotación del caucho, transportaban en acémilas; víveres, sal, pólvora, bisutería, aliños, telas, panela y armas de fuego; a la vez sacaban productos como naranjilla, café, cacao, chonta, plátano, miel de abeja, carne seca, frutas silvestres.

En el año de 1961 - 1969 se construye la carretera Pifo–Papallacta a cargo de los militares del “Batallón Chimborazo”, en 1971, la compañía petrolera William Brothers llega a la zona y se reinicia la construcción de la carretera entre Papallacta y Lago Agrio para la explotación petrolera, con el acceso facilitado por esta vía de comunicación; En los años venideros en la zona se construyeron piscinas para utilizar las vertientes de agua termal existentes en el sector con lo cual se mejoró la condición de vida de los pobladores, paralelo a esto se evidenciaron impactos ambientales negativos como la

deforestación, contaminación de los ríos, extracción de recursos. Papallacta se encuentra ubicada a 65km al este de la ciudad de Quito a una hora y media, vía Baeza, El agua es de origen volcánico, brota del suelo a altas temperaturas, entre los 35° a 64°, es liviana, sin olor y casi sin sabor, con una pureza del 99%. Las fuentes de agua termal en la Provincia del Napo únicamente se encuentran en Papallacta. Sobre una llanura de montañas, sus aguas surgen de profundas capas geológicas a través de las fisuras hasta llegar a la superficie. Con todo su potencial saludable. Las aguas termales contienen minerales de alto poder por lo que este recurso natural se lo ocupa también para la hidroterapia, son utilizadas para tratamientos de enfermedades reumáticas, osteoporosis, dolores de columna, reducen los problemas virales, de riñones y provienen problemas del corazón.

“La innumerable cantidad de afluentes hace posible la llegada del agua potable a Quito, la reserva no solo es rica en flora y fauna sino que es vital para que la ciudad de Quito se abastezca de agua” (ECUALE, 2014).

1.5.2 Clima

El 18.2% de la parroquia se caracteriza por un clima ecuatorial frío húmedo, donde la temperatura promedio es de 8 a 12 grados centígrados y la precipitación media anual mayor a 1000 mm.

Gracias a las características climáticas de la zona, la diversidad de los ecosistemas se evidencia en las diez zonas de vida que abarcan la parroquia. Estas se diferencian por características en cuanto a temperatura, precipitación, evapotranspiración y rango altitudinal, indicadores de utilidad para el monitoreo de ecosistemas y su vulnerabilidad ante el cambio climático.

1.5.3 Idioma

Los pobladores en su mayoría hablan español.

1.5.4 Población de Papallacta

Cuenta con 408 habitantes en el área urbana, y 512 en el área rural. Con un total de 920 pobladores.

Según el censo 2010, la parroquia recibe cada semana a miles de turistas, que constituye población flotante que se traslada periódicamente a esta zona atraída por sus servicios y belleza natural.

La población femenina es una “población joven”. En el Tambo, cabecera parroquial y calamancha es predominante el grupo de mujeres de 21 a 50 años.

La población masculina es igualmente joven en todos los barrios donde predomina el grupo de hombres de 21 a 50 años, los adultos mayores se concentran en chalpi y calamancha.

La tasa de crecimiento cantonal es del 1,47% anual cifra inferior al promedio nacional que es del 1,95%.

La migración en la parroquia es baja comparada con los índices nacionales, el número de emigrantes es de 3 hombres y de 4 mujeres, donde los países de residencia incluyen Cuba, EEUU, Austria y España, los motivos de viaje son trabajo, estudio y unión familiar.

1.5.5 Festividades

Hay una sola fiesta en la población que se la realiza cada 22 de Noviembre en honor a la Virgen Santa Catalina.

1.5.6 Gastronomía

El plato típico de la zona es la trucha, caldo de gallina, habas con queso.

1.5.7 Centro Poblado

Tiene diez asentamientos poblados entre barrios y comunidades que son: Barrió central, chalpi, el cebollar, el mirador, el rosál, el tambo, san Antonio, santa Catalina,

calamancha, y el valle de baños, la mayor parte son construcciones de hormigón pequeñas, y se ha desarrollado sin planificación urbana.



Figura 1. Papallacta

Fuente: GAD

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

1.5.8 Atractivos Turísticos

Papallacta es reconocida como uno de los primordiales destinos turísticos a nivel nacional e internacional. La parroquia es accesible, y la conectividad vial es buena, sus caminos son aptos para el ciclismo y cabalgatas, sus senderos para caminatas y avistamiento de flora y fauna a través de ecosistemas muy diversos.

Los principales atractivos de la parroquia son:

Reserva Ecológica Antisana

Creada mediante resolución N° 0018 RA/ INEFAN, el 20 de Julio de 1993. La reserva ecológica Antisana (REA), tiene aproximadamente 120.000 hectáreas, se caracteriza por la gran diversidad de ecosistemas y de formas de vida que en ella habitan. Incluye en su superficie desde el volcán Antisana hasta los bosques tropicales amazónicos, es por esto que representa una de las áreas protegidas más importantes del Ecuador, tanto por su valor científico como por ser fuente de agua para Quito y las poblaciones que habita en su área de influencia.

Volcán Antisana.- Se encuentra a 40km del valle del Tambo, por un sendero muy visible la planicie que forma el río del mismo nombre encontrándose con numerosas lagunas a dos horas y media de camino.



Figura 2. Volcán Antisana

Fuente: www.papallacta.info

Actividades turísticas

- Fotografía
- Paseo a caballo
- Pesca deportiva
- Andinismo

Parque Nacional Cayambe Coca: Se ubica en los páramos de la parroquia de Papallacta, conformado por las lagunas parcacocha, anteojos, baños, loreto, sucos. Su ingreso es por la altura de Termas de Papallacta, existiendo un sendero de fácil circulación que conduce a las lagunas.



Figura 3. Parque Nacional Cayambe Coca

Fuente: www.papallacta.info

Flora.- Existe una extensa diversidad de naturaleza como: romerillo, chuquiraguas, achupallas, senecios, gynoxis, arboles de aproximadamente 2,5 m de alto, “Árbol de papel” polylepis que pueden llegar a los 20 metros de altura, además el sector está dominado por pajonales de 50 a 100 cm.

Fauna.- Se puede observar el venado de cola blanca, lobo de paramo, conejo silvestre, oso de anteojos, tapir, patos de laguna, truchas, y gaviotas.



Figura 4. Fauna

Fuente: www.papallacta.info

Laguna de Papallacta

Se encuentra a dos kilómetros antes de llegar al poblado por la vía Quito – Papallacta-Baeza, tiene una superficie de 32,4 hectáreas, Se encuentra a 3180 m.s.n.m. con una temperatura de 9,8 °C y pluviométrica de 1472,7 mm³. El agua proviene principalmente de los humedales del páramo el Tambo, su majestuosa visión se puede apreciar desde el costado izquierdo de la vía, el color de las aguas generalmente se refleja en tonos oscuros y profundos.



Figura 5. Laguna de Papallacta

Fuente: www.papallacta.info

Cascadas del Duende

Se encuentran a 4 kilómetros de Papallacta, sector río Chalpi Chico, su acceso es de gran facilidad por un sendero de aproximadamente 800 metros donde se puede observar alrededor de 15 caídas de agua.

Además Papallacta cuenta con los siguientes complejos turísticos:

- Complejo Turístico Ter Jamanco
- Complejo Turístico Termas de Papallacta
- Complejo Turístico Santa Catalina
- Complejo Turístico Pampallacta
- Hostal Antisana
- Hostal La Choza de Don Wilson

Cuencas Hidrográficas

Dentro de los límites políticos- administrativos de Papallacta, abarcando el 77% del territorio, la micro cuenca del río Papallacta comprende una de las principales fuentes de abastecimiento de agua potable para el Distrito Metropolitano de Quito.



Figura 6. Cuencas Hidrográficas

Fuente: www.papallacta.info

Los principales cauces nacen en los glaciares del volcán Antisana en las cordilleras y humedales de la Reserva Ecológica Antisana y el Parque Nacional Cayambe Coca. Dentro de ésta se encuentran uno de los complejos lacustres más

importantes a nivel nacional, donde se ubican el 84% de las lagunas existentes en la parroquia.

El caudal captado por la Empresa Publica Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento de Quito es de 4886,6 L/S. Por otro lado, el consumo de agua para hidroeléctricas alcanza los 4100 L/S aprovechados por la empresa Ecouz que abastecen a los cantones Quijos y Chaco.

1.6 Turismo en Papallacta.

Papallacta es un poblado que pertenece a la Provincia de Napo, y en su corta extensión tiene espacios turísticos únicos de la zona, lo que ha llevado que Papallacta sea un destino para turistas nacionales como extranjeros. Su mayor fortaleza son sus aguas termales de origen volcánico, las mismas que han sido reconocidas como medicinales para personas con enfermedades de los huesos y articulaciones. La población cuenta con extensa fauna flora, ya que esta junto a la Reserva Ecológica Cayambe – Coca, Antisana la misma que cuenta con personal de seguridad para cuidar las especies que existen en el sector, evitando así la caza y pesca indiscriminada.

La parroquia de Papallacta es un lugar que se caracteriza por la gran cantidad de afluentes, como ríos, lagunas, vertientes de agua aptas para el consumo, es por esta razón que la parroquia abastece con su líquido a la capital, creando así fuentes de trabajo para los pobladores. Por su espacio terrestre pasan importantes ductos como son del gas, petróleo y agua, Papallacta cuenta con un amplio número de establecimientos, los mismos que ofrecen recreación, alimentación, hospedaje dirigiéndose cada uno a su segmento.

En cuanto a tradiciones Papallacta tiene una sola fiesta al año que es cada 22 de noviembre en honor a la Virgen Santa Catalina, recientemente también sus pobladores ofrecen productos orgánicos a sus visitantes, en días feriados. En cuanto a las vías se ha

dado mayor apoyo por parte del estado ya que hace poco la vía principal del pueblo se encuentra asfaltada, facilitando así el tránsito vehicular. Es un pueblo muy unido, no existe delincuencia ya que cada familia tiene un sistema de vigilancia adaptado a la policía nacional

1.7 Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas)

1.7.1 Reseña de la Hostelería

La hospitalidad comercial tiene su origen y su razón de entre las necesidades del comercio y del transporte, mientras en la antigüedad más remota no había alojamientos abiertos al público en sentido moderno para ofrecer acomodación a los viajeros a cambio del precio estipulado. A los extranjeros se les ofrecía hospitalidad de un modo generalizado por ser una obligación social y un gravamen público que obligaba a los súbditos. Quienes realizaban un viaje al extranjero no estaban seguros de encontrar un recibimiento agradable. Los extranjeros eran recibidos en el establecimiento y se les preguntaba el nombre, el domicilio permanente y el objeto de la estancia. Muchos ricos de la antigüedad competían entre sí ofreciendo libre hospitalidad a los extranjeros.

Los griegos construyeron hospederías estatales en los que los peregrinos comían y se alojaban libremente. En los primeros tiempos del Imperio Romano las posadas se construían y gestionaban a expensas del estado y se destinaban a las necesidades de los funcionarios estatales y de los embajadores de los países extranjeros. Inevitablemente con la mejora generalizada de las condiciones económicas y con la expansión del comercio, la hospitalidad privada y la hostelería pública se demostró que eran inadecuadas.

Los alojamientos públicos comenzaron a aparecer durante el Imperio Romano, localizándose a lo largo de las rutas comerciales y de las principales vías públicas. La mayor parte de estos alojamientos eran de tercera clase puesto que en ellos se atendían

solo a las clases más pobres. Los alojadores tenían una muy mala reputación; para la policía estaban considerados al mismo nivel que los ladrones y los jugadores profesionales pues eran mentirosos y tramposos, adulteraban el vino y robaban la avena del pienso de las caballerías de los huéspedes. En los lugares comerciales más concurridos y en los centros de recreo del litoral había sin embargo hoteles bastante buenos el mercado para productos de la India y de Arabia donde la primavera era cálida se podía encontrar hoteles de lujo para ricos.

1.7.2 Clasificación de Alojamiento

Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos según el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2002):

Alojamientos Hoteleros:

- Hotel (5 – 1 estrellas doradas)
- Hotel residencia (4 – 1estrellas doradas)
- Hotel apartamento (4 – 1 estrellas doradas)
- Hostales (de 3 – 1 estrellas plateadas)
- Hostal residencia (de 3 – 1 estrellas plateadas)
- Pensiones (de 3 – 1 estrellas plateadas)
- Hosterías (de 3 – 1 estrellas plateadas)
- Moteles (de 3 – 1estrellas plateadas)
- Refugios (de 3 – 1 estrellas plateadas)
- Cabañas (de 3 – 1 estrellas plateadas)

Alojamientos Extra hoteleros:

- Complejos Vacacionales (de 3 – 1 * plateadas)
- Campamentos (de 3 – 1 * plateadas)
- Apartamentos (de 3 – 1 * plateadas)

1.7.3 ¿Qué es hostería?

Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que este dotado de jardines, zonas de recreación y deportes en el que, mediante precio se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (MINTUR, 2002, pág. 6)

Las hosterías deberían contar con los siguientes servicios:

1.- De recepción las veinticuatro horas del día atendido por personal capacitado que conocerá además del español otro idioma.

2.- Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, el mismo que puede ser atendido por el mismo personal de la recepción.

1.7.4 ¿Qué es un huésped asiduo?

El Huésped que entrar por primera vez al hotel y que por la calidad del producto o servicio que se le ofreció, decide que es la mejor opción y se quede siempre en ese hotel, teniendo la responsabilidad y obligación de mantenerlo siempre con la misma calidad o mejor aún, ya que este exigirá día con día una mejor atención por ser huésped repetitivo. (Hernández, 2009)

1.7.5 ¿Qué es un establecimiento hotelero?

Es aquel establecimiento cuya actividad principal es ofrecer alojamiento a personas, mediante una tarifa, de forma habitual y profesional, con o sin otros servicios complementarios, mediante la denominación genérica de hotel, hostel, pensión o similar. No forman parte de este grupo, el resto de establecimientos de alojamiento turístico acogidos a una normativa específica como viviendas turísticas vacacionales, agroturismos, campings, etc. (EUSTAT, 2014)

1.7.6 ¿Qué es el área de alojamiento?

Definición (2014) indica que: “alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra)”. Adicionalmente, “el uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento” (Definición, 2014).

1.7.7 ¿Qué es el área de front desk?

Es el departamento de la instalación hotelera que ofrece los servicios relacionados con la llegada y salida de los clientes además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación.

1.7.8 Características Generales del Complejo Turístico “Ter Jamanco”

En el poblado de Papallacta se encuentra ubicado el complejo turístico “Ter Jamanco”, este establecimiento abrió sus puertas al público en general los primeros meses del año 2000, inicia sus operaciones como una empresa comunitaria; con el afán de ser un lugar de descanso acogedor, aceptado y competitivo dentro de la comunidad, en sus inicios contaba con el servicio de restaurante, piscinas y parqueadero, ofreciendo un ambiente cálido en una construcción de tipo rústico, la misma que no contaba con una gran afluencia de turistas ya que el establecimiento era pequeño, y se estaba iniciando el negocio turístico, con el paso del tiempo se han ido implementando otros servicios adicionales como: sauna, turco, hidromasaje, piscina polar, toboganes, y el servicio de alojamiento, televisión por cable, y un bar-karaoke .

El atractivo principal por el que los clientes llegan al Complejo “Ter Jamanco” es por las aguas termales, debido a su gran contenido medicinal que estas poseen, y además por el espacio que este tiene.

Con el pasar del tiempo el mercado se ha incrementado de manera considerable, por lo cual se ha visto la necesidad de ampliar otros puntos de ventas como alimentos y bebidas, y sobre todo el de alojamiento, ya que hasta la actualidad no se ha logrado satisfacer los requerimientos del cliente, por esta razón existe la necesidad de realizar el mejoramiento de las áreas de alojamiento y recepción.

En la actualidad cuenta con una hostería y su estructura es de hormigón armado que constituye la primera planta, en la segunda planta se encuentran 6 habitaciones las mismas que no satisfacen la demanda existente mayormente en la temporada alta.

Cabe recalcar que las vías de acceso hacia este establecimiento se encuentran en buen estado, debido a la ayuda gubernamental que se ha dado al sector.

1.8 Marco Conceptual

1.8.1 Plan de Mejoramiento

El Plan de Mejoramiento es el conjunto de elementos de control, que consolidan las acciones de mejoramiento necesarias para corregir las desviaciones encontradas en el Sistema de Control Interno y en la gestión de operaciones, que se generan como consecuencia de los procesos de autoevaluación, de evaluación independiente y de las observaciones formales provenientes de los órganos de control.

SENA (2014) en lo referente al plan de mejoramiento afirma que:

Es la búsqueda de la excelencia mejorando de manera continua las funciones de las áreas dentro de una organización. El mejoramiento es 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.

1.8.2 Importancia del mejoramiento

La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a superar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. A través del mejoramiento se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización; por otra parte, las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de tal manera que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado hasta llegar a ser líderes.

1.9 Metodología de la Investigación

Etimológicamente metodología proviene del griego “methodos”, camino que llega a un resultado más lógico, se conoce como método a un procedimiento que se usa como instrumento para una investigación científica o también como una parte lógica que estudia los métodos (Bernal, 2010).

1.9.1 Método deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, principios, etc. de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos (Bernal, 2010).

El plan de mejoramiento de “Ter Jamanco” debe empezar por la observación real, y hechos generales a nivel teórico, para establecer después propuestas específicas.

1.9.2 Método inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

La aplicación de este método permitirá conocer la información exacta de la empresa, para elaborar el plan de mejoramiento, y luego tratar de aplicar a las otras áreas.

1.9.3 Método analítico

Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías (Bernal, 2010). En este punto se hará una observación profunda en el área de alojamiento y recepción, para conocer cuáles son las falencias reales que tiene esa área en específico.

1.10 Tipos de investigación

Investigación descriptiva: Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad; se utilizan a fin de describir la situación actual de la empresa y diagnosticar todas las posibles falencias de la misma (Bernal, 2010).

1.11 Problema de Investigación

1.11.1 Fuentes de Información

Fuentes primarias

Una fuente primaria es aquella que provee un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación. Las fuentes primarias son escritas durante el tiempo que se está estudiando o por la persona directamente envuelta en el evento. La naturaleza y valor de la fuente no puede ser determinado sin referencia al tema o pregunta que se está tratando de contestar. Las fuentes primarias ofrecen un punto de vista desde adentro del evento en particular o periodo de tiempo que se está estudiando (Universidad del Turabo, 2014).

Fuentes Secundarias

Son aquellas que ofrecen información, sobre el tema que se va a investigar pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que solo los referencian. Estas fuentes son libros, revistas, documentos escritos.

1.12 Técnicas e Instrumentos

Permiten recolectar información existente por medio de la observación, entrevistas y encuestas; cada una de estas tiene sus ventajas y desventajas, generalmente utilizan una o dos técnicas para completar, realizar el trabajo de cada una y asegurar una investigación completa.

Observación

Permite conocer hechos y fenómenos que luego pueden ser analizados para establecer debilidades, necesidades, y errores que se debe conocer en la investigación.

Entrevista

Es una forma de conversación, esta técnica no es una interrogación, nos permite analizar aspectos importantes de la investigación, esta se lo hace con personas seleccionadas cuidadosamente que tengan conocimientos sobre temas relacionados con la investigación. Se utiliza para saber las características de los competidores, proveedores, de la calidad del producto, procesos etc.

Encuesta

Es una serie de preguntas de carácter general aplicada a poblaciones enteras o grupos grandes, las preguntas pueden ser abiertas, cerradas o mixtas. Con la encuesta el objetivo es conocer el grado de aceptación de los productos, servicios y saber la satisfacción del cliente.

Procesamiento de la Información

Consiste en procesar los datos que están dispersos, desordenados, e individuales, obteniendo de la población mediante la investigación; la finalidad de esta es generar resultados en datos agrupados y ordenados a partir de los cuales se realizara el análisis según los objetivos, para poder realizar el procesamiento de la información se debe seguir los siguientes pasos:

- Obtener la información de la variables
- Definir la Variables
- Definir las herramientas estadísticas
- Introducir datos
- Imprimir resultados

1.13 Calidad del Servicio

Según Eduardo Deming (1996), la administración de la calidad total “requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca” (p.54). El ciclo Deming PDCA: Planificar (Plan), Hacer (do), Verificar (Check) y Actuar (Act), constituye la columna vertebral de todos los procesos de mejora continua.

Planificar: definir los objetivos y los medios para conseguirlos.

Hacer: Implementarla visión preestablecida.

Verificar: comprobar que se alcanzan los objetivos previstos con los recursos asignados.

Actuar: Analizar y corregir las desviaciones detectadas así como proponer mejoras a los procesos utilizados. Las fases del ciclo de vida del servicio son un reflejo de estructura básica:



Figura 7. Ciclo Deming PDCA

Fuente: <http://www.rankia.com/blog/berbis-swap/380092-filosofia>

En cierta medida todos y cada uno de los procesos de gestión de los servicios deben reproducir esa estructura asegurando que cada una de estas fases se encuentra correctamente documentada. La fase de Mejora Continua del Servicio juega un papel

esencial en las etapas de verificación y actuación aunque también debe colaborar en las otras etapas de planificar y hacer:

- Ayudando a definir los objetivos y las métricas de cumplimientos asociadas.
- Monitorizando y evaluado la calidad de los procesos involucrados.
- Definiendo y supervisando las mejoras propuestas.

1.13.1 Diagrama de Ishikawa

El primer diagrama causa-efecto fue desarrollado por Kaoru Ishikawa, es una de las herramientas más eficaces y más utilizadas en acciones de mejoramiento y control de calidad en las organizaciones, ya que permite, de una forma sencilla, agrupar y visualizar las razones que han de estar en el origen de un cualquier problema o resultando que se pretenda mejorar. En otras palabras, es una gráfica que relaciona el efecto (problema) con sus causas potenciales. (Know, 2013)

El diagrama de Ishikawa ayuda a graficar las causas del problema que se estudia y analizarlas. Es llamado “Espina de Pescado” por la forma en que se van colocando cada una de las causas o razones que a entender originan un problema. Tiene la ventaja que permite visualizar de una manera muy rápida y clara, la relación que tiene cada una de las causas con las demás razones que inciden en el origen del problema. En algunas oportunidades son causas independientes y en otras, existe una íntima relación entre ellas, las que pueden estar actuando en cadena.

Elementos claves del pensamiento de Ishikawa:

- La calidad empieza con la educación y termina con la educación.
- El primer paso a la calidad es conocer lo que el cliente requiere.
- El estado ideal de la calidad es cuando la inspección no es necesaria.

- Hay que remover la raíz del problema, no los síntomas.
- El control de la calidad es responsabilidad de todos los trabajadores.
- No hay que confundir los medios con los objetivos.
- Primero poner la calidad y después poner las ganancias a largo plazo.
- El comercio es la entrada y salida de la calidad.
- Los altos ejecutivos de las empresas no deben de tener envidia cuando un obrero da una opinión valiosa.
- Los problemas pueden ser resueltos con simples herramientas para el análisis.
- Información sin información de dispersión es información falsa.

1.13.2 Competitividad

Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo, se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

1.13.3 Mejora de la Calidad

La mejora de la calidad tiene muchas acepciones aunque una de las más adecuadas podría ser "parte de la gestión orientada a mejorar su eficacia y eficiencia y, con ello, la satisfacción del cliente.

El objetivo de la mejora continua de la calidad, debería incrementar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes y aumentar dicha satisfacción a través de la mejora de su desempeño. Las acciones generales que son necesarias para llevar a cabo la mejora continua son:

- Análisis y evaluación de la situación existente para identificar áreas a mejorar.
- Establecer objetivos para la mejora

- La búsqueda de soluciones para alcanzar esos objetivos
- La selección de soluciones
- La implantación de las acciones decididas
- El análisis de los resultados de las acciones implantadas para determinar si se han conseguido los objetivos.

La mejora continua tiene indudables ventajas para la empresa, aplicándola se logrará ser más productivos y competitivos en el mercado puesto que:

- Se consigue una mayor adaptación a las necesidades del cliente y de cumplimiento de las mismas.
- Se reducen los errores, los desperdicios y los costos aumentando la eficiencia.
- Se previenen errores y fallos en todas las áreas de la organización mejorando los productos y servicios entregados al cliente y reduciendo así las quejas y reclamaciones.

1.13.4 Calidad Total

La Calidad Total surge cuando se comprende la importancia de la calidad para el éxito de los negocios por lo que su objetivo básico es la mejora de la gestión y los resultados de la organización en el más amplio sentido del término.

La Calidad Total se fundamenta además en un grupo de principios fundamentales, que asume todos los elementos que conforman la gestión integral de la calidad y los amplía con los siguientes criterios:

1. Se considera la calidad de todas las actividades que se realizan en la empresa.
2. La calidad es responsabilidad de todas y cada una de las personas que forman la empresa.

3. El factor humano es fundamental para alcanzar la calidad total.
4. Participación, información y comunicación son condiciones básicas para alcanzar el objetivo de la calidad.
5. La actitud de prevención de errores tiene prioridad frente a la actitud de corrección cuando éstos ya se han producido.
6. Hay que poner énfasis en el cliente interno, que es la persona que en la empresa recibirá el resultado de nuestro trabajo.

1.13.5 Productividad

La productividad evalúa la capacidad de un sistema para elaborar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado. Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor rentabilidad para la empresa. La productividad tiene una relación directa con la mejora continua del sistema de gestión de la calidad y gracias a este sistema de calidad se puede prevenir los defectos del producto y así mejorar los estándares de la empresa sin que lleguen al usuario final.

La productividad va en relación con los estándares de producción. Si se mejoran estos estándares, entonces hay un ahorro de recursos que se reflejan en el aumento de la utilidad.

1.13.6 Costos de la Calidad

Se denomina costos de calidad a los costos asociados con la obtención, identificación, reparación y prevención de fallas o defectos, estos pueden clasificarse en cuatro categorías: costos de prevención, costos de evaluación, costos de fallas internas y costos de fallas externas.

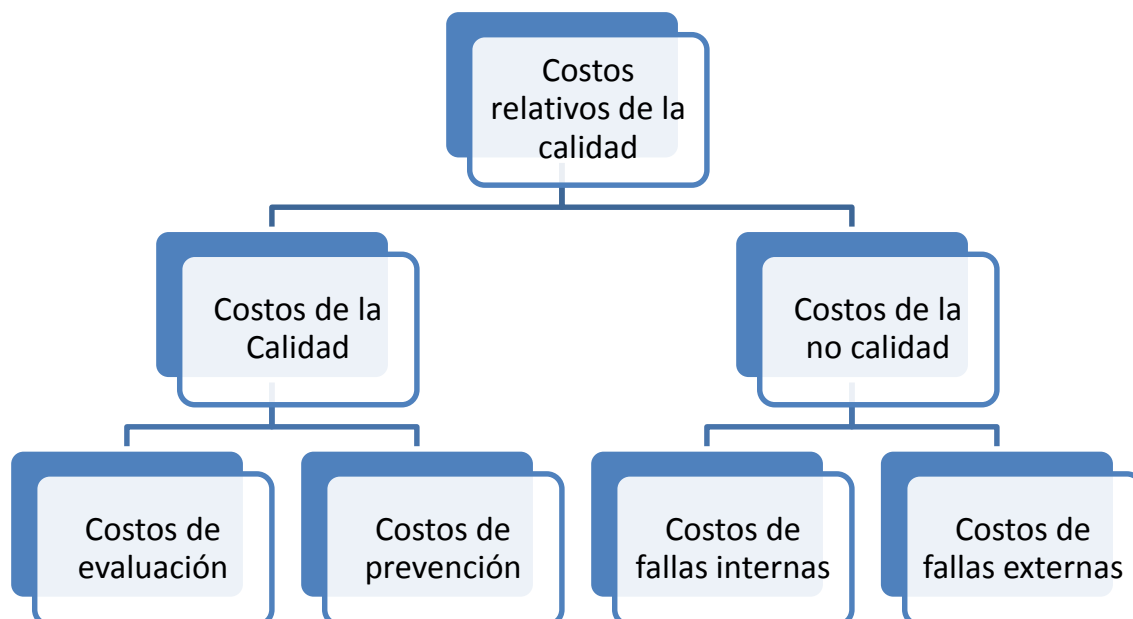


Figura 8. Costos relativos a la calidad

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Tesis UTE

Costos de Prevención: Son aquellos en los que se incurre buscando que, la fabricación de productos esté apegada a las especificaciones, representa el costo de todas las actividades llevadas a cabo para evitar defectos en el diseño y desarrollo en: las labores y actividades de adquisición de insumos y materiales, en la mano de obra, en la creación de instalaciones y en todos aquellos aspectos que tienen que ver desde el inicio y diseño de un producto o servicio hasta su comercialización.

Costos de evaluación: Son los desembolsos incurridos en la búsqueda y detección de imperfecciones en los productos que por una u otra razón no se apegaron a las especificaciones, estos proceden de la actividad de inspección, pruebas, evaluaciones que se han planeado para determinar el cumplimiento de los requisitos establecidos

Los costos de prevención y evaluación son considerados como costos de obtención de calidad, denominándose costos de conformidad y se consideran controlables debido a que la empresa puede decidir su magnitud según los objetivos que ésta se trace.

Los costos de prevención y evaluación son considerados como costos de obtención de calidad, denominándose costos de conformidad y se consideran controlables debido a que la empresa puede decidir su magnitud según los objetivos que ésta se trace.

Costos de fallas externas.- Son los incurridos cuando después de haber sido embarcados a los clientes los productos, se detectan que algunos de ellos no cumplen con las especificaciones, como son:

Costos cuantificables.- Son aquellas erogaciones de las cuales se tienen datos en los sistemas de información disponibles y que se pueden expresar en términos numéricos sin necesidad de exhaustivos cálculos de costeo.

Costos no cuantificables: Son los egresos cuyo monto exacto se desconoce porque son difícilmente cuantificables o porque su poca relevancia no justifica los exhaustivos cálculos de costeo necesarios para conocerlos; generalmente por su poco monto son controlables con las siguientes acciones:

1.13.7 Medición del Desempeño de una Organización

El desempeño significa el cumplimiento de las obligaciones de una profesión, cargo u oficio. Medirlo, en este caso, significa averiguar si los integrantes de la organización están cumpliendo con la práctica de los valores adoptados.

Para cada uno de éstos, hay que establecer un criterio de evaluación. Podrá hacerse entonces una evaluación interna, y además, las que sean necesarias con auditores externos.

Las acciones sistemáticas que una empresa realiza comprometida con los distintos ámbitos o componentes de la Responsabilidad Social Empresarial deben ser

medibles y dar lugar a su difusión con el ánimo de divulgar los buenos ejemplos y las mejores prácticas.

Es esencial que la medición del desempeño se haga de la manera más confiable, finalmente se trata de la utilización de los recursos de la empresa con una visión de sustentabilidad.

El reporte debe contener los indicadores cuantitativos y cualitativos que evidencien la generación de valor agregado a las diferentes partes interesadas.

1.13.8 La importancia de los servicios

El servicio va más allá de la cortesía y la amabilidad se lo considera como un valor agregado para el cliente, debemos tener presente que el cliente es cada vez más exigente en este sentido, los clientes buscan a empresas en donde se pueda depositar confianza, credibilidad aunque muchas veces no lo notemos los cliente evalúan constantemente la calidad en el servicio, la manera como lo perciben. Si una empresa no da importancia a este aspecto no será competitiva o lo que es peor no podrá permanecer en el mercado. La experiencia de vivir un mal servicio es la causa principal de la pérdida de clientes.

1.13.9 Componentes del Servicio

La parte fundamental al momento de prestar un servicio se encuentra en la interacción este debe ser cortés y amable transmitirle que es bien recibido y que están gustosos con su llegada, pero esto no es suficiente para dar un buen servicio, para ellos debemos orientarnos a nuestros clientes mediante los siguientes elementos:

1.13.9.1 Entender la situación del cliente

Los colaboradores deben tratar al cliente de manera individual pues eso demostrará el interés por entender sus necesidades y su situación, el cliente desea que se lo escuche, que se le explique sus inquietudes, es decir atención personalizada.

1.13.9.2 Proporcionar información completa y veraz

Se deberá tener precaución en ella pues brindar una información errónea o equivocada causará malestares a los clientes.

1.13.9.3 Equidad

Las personas merecen ser tratadas por igual, todos pagan por algo que esperan recibir, los clientes en muchas ocasiones se quejan de que los empleados ofrecen tratamiento especial a sus amigos, o aquellas personas de una clase social alta.

1.13.9.4 Confiabilidad

El servicio debe ser prometido con exactitud y seriedad, la confiabilidad no es solo cuestión de actitud sino también de procedimientos, en caso de que exista una queja la empresa debe atender el reclamo de la manera más oportuna pues este es un derecho de todos los clientes.

1.13.9.5 Rapidez

La atención deberá realizarse sin demoras innecesarias pero no con precipitación. Ya que el servicio es el resultado de una interacción entre vendedor y comprador, todo error siendo altamente visible, es siempre “oficial”, como consecuencia, es muy importante estar listo para aplicar acciones correctivas.

1.13.9.6 Seguridad

Aquí intervienen aspectos tangibles como intangibles entre los primeros están las instalaciones físicas, equipos, personal, mientras que en el último se encuentran los conocimientos que poseen los empleados es decir la habilidad para transmitir seguridad.

1.13.10 Características del servicio

Los servicios son más intangibles que tangibles. Se entiende por intangibilidad que no puede ser tocado palpado, ni tampoco puede ser definido fácilmente. Por ello el servicio es el resultado de un esfuerzo o un trabajo, por el contrario un producto es un

objeto es algo que si es tocable; pero no existe una regla general que demuestre que un servicio vendido puede ser tangible. Los servicios pueden ser consumidos pero no pueden ser poseídos. Esto se debe a que los servicios son ejecuciones o acciones en lugar de productos, básicamente esta es la diferencia principal entre un producto y un servicio. El valor que le demos al servicio dependerá de la experiencia personal.

1.13.10.1 Ciclo del servicio.

La clave fundamental al momento de prestar un buen servicio se ve reflejado en obtener cada día más clientes además de ello mantenerlos satisfechos, esto hará que nuestro servicio se convierta en nuestra mejor referencia.

Elementos importantes que conforman el ciclo del servicio:

- 1.- Mostrar atención.
- 2.- Tener una presentación adecuada.
- 3.- Atención personal y amable.
- 4.- Tener a mano la información adecuada.
- 5.- Expresión corporal y oral adecuada.

1.13.10.2 Motivación y recompensa al trabajador.

- La motivación al trabajador es un factor fundamental en la atención al cliente. El ánimo, la disposición de atención y las competencias, nacen de dos factores fundamentales.
- Valoración del trabajo
- Motivación

La recompensa nos habla de los incentivos que la empresa otorga al trabajador por su buen desempeño así como también la gratificación que el cliente ha recibido,

otros factores que ayudan a este elemento podrían ser; condiciones laborales mejores, conferencias de motivación y capacitación del personal constantemente.

1.13.11 Momentos de la Verdad

Es el preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano, cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento.

El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello califica la calidad del servicio.

El servicio debe buscar como estrategia que todos esos momentos se dirijan a la satisfacción de las necesidades prácticas y personales del cliente. Cuando las necesidades del cliente no son satisfechas en un momento de la verdad, se le conoce como momento crítico de la verdad.

Los momentos de la verdad no se presentan al azar, generalmente ocurren en una secuencia lógica y medible, lo que permite identificar con precisión las mejoras requeridas para proporcionar los servicios.

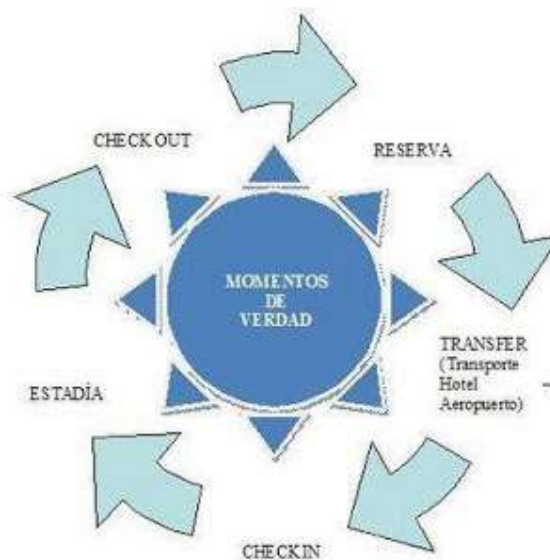


Figura 9. Momentos de la Verdad

Fuente: <http://gerenciadebienes>

1.14 Definición de Procesos

“Los procesos están ligados a todos los materiales y a la información directa que se tenga con los clientes, en una empresa de servicios se da más importancia al proceso de atención al cliente. Es el conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin. Definición (2014) afirma que “pueden tener relación con situaciones que tienen lugar de forma más o menos natural o espontánea”. Para la empresa “Ter Jamanco” se crearan flujo gramas de procesos en las áreas que mayor dificultad tienen, estos serán las guías en las cuales se dirijan los empleados para que desempeñen de una manera correcta sus funciones.

A continuación de detalla las claves para brindar un servicio efectivo, según (Hernández, 2009):

- Se debe considerar importante el tiempo del huésped
- Mantener siempre una sonrisa, esto influye en el tono de voz
- Mantenerse relajado pero con postura alerta

- Tratar al cliente por su apellido y hablarle de usted, esto le hace sentir al cliente que es importante
- Elegir con detalle las palabras que se utilizaran con el cliente durante una conversación.
- Mantener un tono de voz cordial
- Aplicar el criterio para un mejor servicio e información
- Prestar suma atención a la llamada o presencia del cliente
- No responder a la defensiva
- Siempre ponerse en el lugar del cliente
- Pensar en que se puede resolver todo lo que se pide
- Recordar siempre esta frase: “El cliente casi nunca tiene la razón, pero siempre hay que hacerlo creer que la tiene”

Capítulo II

Análisis Situacional del Complejo Turístico “Ter Jamanco”

En el siguiente capítulo se analizará la situación actual de la empresa “Ter Jamanco”, para lo cual será necesario efectuar un análisis interno como externo; con la finalidad de aprovechar las fortalezas y minimizar las debilidades que existen en el ambiente interno de la empresa, aprovechando las oportunidades y contrarrestando las amenazas que existen en el ambiente externo de la empresa.

El Análisis Situacional tiene por eje determinar un diagnóstico que proporcionará una guía de evaluación que facilite conocer el nivel de eficiencia con que se está operando, así como las principales deficiencias que limitan dicha operación. Es decir aprovechar al máximo las fortalezas y oportunidades que se presenten en el establecimiento y protegerse de las amenazas y debilidades que presente “Ter Jamanco”.

2.1 Análisis Situacional Externo

En esta parte se debe realizar un análisis exhaustivo de todos los factores que influyen directa o indirectamente la gestión del producto/ servicio de manera positiva o negativa. Por lo tanto es importante identificar las tendencias que tendrán cada uno de los factores a analizar.

2.1.1 Análisis del Macroambiente

En el análisis del macro ambiente se identifican factores que rodean a la empresa, de afuera hacia dentro y está fuera del alcance o control del empresario, sobre las cuales no se puede ejercer ningún control, pero puede anticiparse generando estrategias.

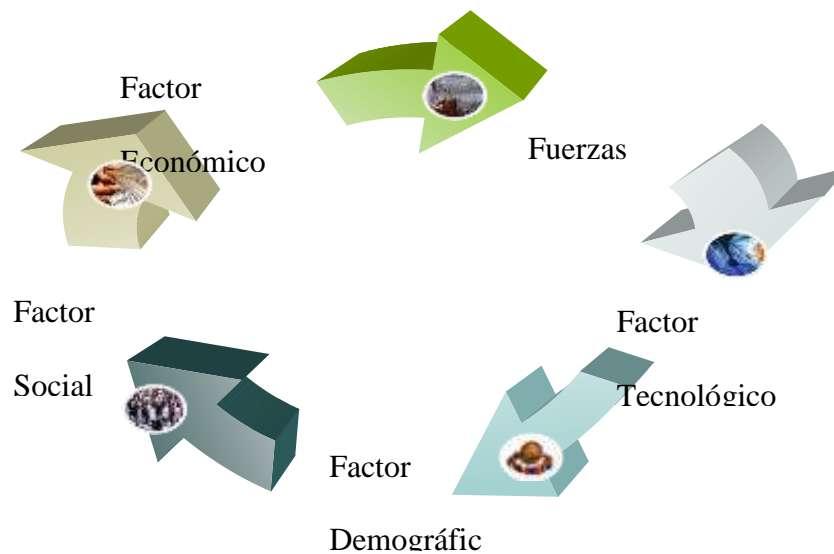


Figura 10. Macro Ambiente

Fuente: www.definicion.de

2.1.1.1 Análisis del escenario macroeconómico del país.

El escenario macroeconómico hace referencia a los índices económicos tratados por un país, los cuales determinan cuál es su situación económica, los puntos más importantes pueden ser: PIB, inflación, confianza empresarial, impuestos, canasta básica.

- Producto Interno Bruto

Es valor monetario de bienes y servicios producidos por una economía en un periodo determinado, el mismo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de un país. De acuerdo a los resultados del Banco Central el año 2013 el Producto Interno Bruto tuvo un crecimiento del 4,5%, mientras que el primer semestre del año 2014 se encuentra en un rango del 4,1y 5,1%. En conclusión se podría decir que el incremento del PIB es una oportunidad, ya que hay consumo por parte de la población, y garantía para los empresarios

- Inflación

Es el incremento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un periodo de tiempo determinado. La inflación del año 2013 fue del 2,70%, mientras que Julio 2014 la inflación se encuentra en 4.11%.

Tabla 1. Inflación. Diciembre 2013 - Julio 2014

FECHA	VALOR
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Banco Central

La información que provee el Banco Central es muy clara ya que de acuerdo al cuadro cada mes hay variación en el valor lo que representa una amenaza para la empresa, lo que quiere decir que los precios en los productos no siempre se mantienen, sino hay una variación constante, lo cual puede afectar la economía del consumidor.

- Confianza Empresarial

Es un estudio que permite medir la percepción del sector empresarial frente al entorno del país mediante una encuesta mensual realizada a 200 ejecutivos de las empresas más importantes de Ecuador. La confianza empresarial es medida por la empresa Deloitte & Touche. Para el mes de Agosto se encontró en 77,8 puntos sobre 250 posibles. Se considera que subió 2 puntos del mes anterior, tomando un factor económico importante como es el petróleo registrándose su valor actual en 78,54 dólares cada barril.



Figura 11. Confianza Empresarial
Elaborado por: Ana Cristina Guano M.
Fuente: Deloitte & Touche

- Impuestos

La recaudación tributaria en Ecuador registro el año 2013 12.758 millones de dólares marcando un record en los ingresos del estado, mientras que la recaudación tributaria en los primeros cinco meses del 2014 fue de 3.440 millones de dólares, esperando recaudar el Servicio de Rentas Internas los 14.000 millones al finalizar este año.

Desde el punto de vista empresarial esta sería una amenaza ya que los empresarios deben aportar una parte de sus ganancias al estado, afectando directamente el bolsillo del consumidor. Pero también se la puede tomar como una oportunidad siempre y cuando los ingresos que sean recaudados sean utilizados para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

2.1.1.2 Análisis del escenario político

El Ecuador está gobernado por el presidente Rafael Correa, quien asumió su mandato en el año 2006 y termina su periodo en el año 2017. Fue reelecto en las elecciones del 2009 y en la actualidad ha informado que se estudiara la posibilidad de una elección indefinida.

- **Educación:** El gobierno ecuatoriano ha destinado 7.348 millones de dólares en educación. Esta inversión se ve reflejada en la infraestructura, capacitación de maestros, nivelación de alumnos, incremento de universidades de alto rendimiento, alimentación, uniformes, evaluación de universidades, becas estudiantiles, sectorización de la educación, etc.
- **Salud:** En salud se ha dotado de mobiliario en diversos hospitales, incremento de salarios a médicos, construcción de nuevos hospitales, dotación de medicinas, una nueva reforma aplicada a los doctores los mismos que no se veían garantizados con dicha ley.
- **Vivienda:** Se incrementó el bono de la vivienda, beneficiando a las personas más necesitadas a que obtengan su casa propia.
- **Canasta Básica:** Es un conjunto de bienes y servicios esenciales para satisfacer las necesidades básicas de una familia. El año anterior la canasta básica se encontraba en 614 dólares, y este año el valor es de 628,27 dólares. Con un sueldo básico de 340 dólares, el mismo que no cubre las necesidades básicas de una familia.
- **Reforma Política:** La Constitución de la Republica fue reformada en el año 2008, la cual ejerce el poder legislativo en el país garantizando los derechos de los ciudadanos, está constituida por 137 asambleístas repartido en 10 comisiones, en la actualidad el partido con mayor presencia en la asamblea es el de gobierno. “Alianza País”.

Desde la administración del Presidente Rafael correa se han creado diversos ministerios, es así que su gabinete se compone de 28 ministerios, ocho ministerios coordinadores y 9 secretarías de estado. Últimamente el gobierno se ha visto afectado en las últimas elecciones, ya que en las tres ciudades más importantes del país su partido

no fue el vencedor. Siendo esta una debilidad ya que el estado podría tomar estrategias a su favor para liderar en el país.

2.1.1.3 *Análisis del escenario socio-cultural*

El Ecuador posee una amplia diversidad étnica. Según el Concejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos, en el Ecuador existen 14 nacionalidades y pueblos. Según el censo del 2010 Ecuador cuenta con una población de 14'43.499 habitantes de los cuales el 50.44% son mujeres y el 49.56% son hombres, con una tasa poblacional de crecimiento del 1.95%. En nuestro país la tasa de desempleo se redujo en un 5,5% lo cual indica que la población se encuentra en nivel socioeconómico sustentable y que podría visitar el complejo "Ter Jamanco".

2.1.2 **Análisis del Microambiente**

El microambiente está integrado por las organizaciones y personas reales con las cuales se relaciona la empresa y estas son:



Figura 12. Microambiente

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: www.google.com

Clientes.- Los clientes no cuentan con un perfil registrado, ya que la empresa no tiene el sistema propicio para almacenar la información de los huéspedes, únicamente tienen los nombres bajo los cuales se realizaban las reservas, aunque la mayoría de clientes son familias pequeñas o parejas.

Ver Anexo 4

Proveedores.- Hay varios proveedores para cada producto, se toma en cuenta que cada uno tengan productos similares o de igual calidad, precio, producto presentación y que haya algún tipo de crédito y la entrega sea en el tiempo acordado.

Al ser la entrega en otra provincia los costos son más elevados, especialmente los insumos para el restaurante, razón por la cual la empresa adquirió un transporte propio el mismo que ayuda a disminuir costos, y permite elegir productos frescos y de calidad exclusivamente productos alimenticios.

Para los demás proveedores lo primero que se hace es realizar el pedido con la debida anticipación, para que el producto este a tiempo. Una vez revisado y contado el producto se obtiene la factura. Si la cantidad a pagar no es grande se lo hace de forma inmediata, y si se tiene alguna forma de pago se lo hace por transacción o pago en cheques.

Tabla 2. Lista de Proveedores

Orden	Proveedor	Producto	Valor de Compra
1	Casa Linda	Toallas	140,02
2	Suasnavas Guerra Silvia	Almohadas	50,00
3	Espinoza Granda Jorge Roberto	Implementos De Limpieza	35,50
4	Congas	Gas Industrial	34,00
5	Directv Ecuador	Servicio De Televisión	46,31
6	Empresa Eléctrica Quito	Energía Eléctrica	46,20
7	Movistar	Servicio Telefónico	45,95

8	Claro	Servicio De Internet	21,92
9	Mega Santamaría	Jabón Shampoo	27,22
10	The Tesalia Springs Company	Agua	54,60
11	Velastegui Calvache Nelson Gonzalo	Suministros De Oficina	35,00
12	Proaño Arias Rosa Esmeralda	Impresiones	8,00
13	Compañía De Transportes Santa Catalina	Transporte De Implementos	24,00
14	Julia Marina Quisahuano Cahuatijo	Lavado De Sábanas	85,00
15	Angel Miguel Vaca Miranda	Varios	15,00
16	Orquera Veloz Tania Elizabeth	Bordado	12,50
Total			681,22

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: “Complejo Ter Jamanco”

Inventario.- El complejo Turístico “Ter Jamanco” no cuenta con un software, ni sistema que controle los stocks de las compras, por lo que se tiene un listado físico el mismo que debe cuadrar con el listado de cosas que se encuentran en las perchas así como en las habitaciones. En caso de que no se cuadren los valores que se tienen en el listado original el personal deberá justificar la falta de producto. Y así se tiene un control del pedido que se debe realizar semanalmente.

Competidores.- Papallacta al ser un poblado pequeño cuenta con la siguiente competencia:

Tabla 3. Lista de Competidores

Competidor	Termas Papallacta	La Pampa	La Choza de Don Wilson	Santa Catalina
Alojamiento	Si	Si	Si	No
Piscinas	Si	Si	Si	Si
Áreas Verdes	SI	Si	No	No
Restaurante	Si	Si	Si	Si
Toboganes	No	No	Si	No
Target Clientes	Medio-Alto	Medio	Medio-Bajo	Medio-Bajo

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: “Complejo Ter Jamanco”

2.2 Análisis Situacional Interno

Muestra las causas que explican las debilidades o problemas más comunes en las empresas. Mejora de las debilidades internas, valiéndose de las oportunidades externas.

2.2.1 Descripción del establecimiento Ter Jamanco.

La idea original de los socios se gestó en el año 1998, se pretendía el aprovechamiento de las vertientes de agua termal, con la adecuación de un lugar recreativo con la implementación de piscinas y vestidores y la captación del agua termal desde la vertiente hasta el sitio de atención al público, en una distancia de un kilómetro (doscientos metros). El trabajo se emprendió gracias a la iniciativa de los dirigentes, una parte a través de mingas comunitarias y del financiamiento por medio de préstamos de los mismos socios tanto para la compra de materiales como para el pago de mano de obra. Concluida una parte de la obra, entra en funcionamiento a través del arriendo, lo cual generó un manejo deficiente y sin resultados de beneficio para los socios, por lo que resuelven terminar con el arrendamiento, retomar el trabajo y nombrar un administrador.

Termales Jamanco Papallacta es una Compañía que presta servicios turísticos, siendo el principal el de balneología; cuenta con cinco piscinas de distintos tamaños desde una pequeña que tiene un diámetro de 4 metros utilizada principalmente por los niños y adultos mayores hasta la más grande de 25m de largo por 6 metros de ancho para quienes les gusta de la natación, esta piscina además dispone de un tobogán, piscina cubierta, hidromasaje y un turco. También se puede aprovechar el agua termal como terapia disponen de una piscina con agua fría proveniente de las colinas que circundan el Complejo.

Para comodidad de quienes visitan el complejo cuentan con dos centros de duchas, así mismo con vestidores en dos sectores. El complejo cuenta además con el

servicio de restaurante, cuya capacidad es para ochenta personas donde se ofrece a los clientes una variedad de platos, confites, bebidas, productos de aseo personal y bazar. Termal Jamanco ofrece el servicio de alojamiento con seis amplias habitaciones las mismas que son objeto de estudio. La cabaña cuenta con una construcción de 200 m², la infraestructura es mixta con hormigón armado y su cubierta de madera, tiene 6 habitaciones logrando ser un lugar cálido y acogedor para las personas que se hospedan.

2.2.2 Servicios Complementarios

- Caminatas
- Pesca en los ríos y laguna
- Paseo en bote
- Servicio de lavandería
- Parqueadero privado

2.2.3 Servicios de distracción

- Piscinas
- Tobogán
- Hidromasaje
- Karaoke
- Áreas verdes

2.3 Análisis de los aspectos jurídicos

En la actualidad el Complejo Turístico Jamanco si dispone de un documento escrito donde consta la visión, misión y valores, sin embargo no han sido socializados ni empoderados por los accionistas ni por el personal que labora. Si tomamos en cuenta que el direccionamiento estratégico es crecer mediante el conocimiento preciso de donde estamos situados y a donde queremos llegar es necesario que cada integrante del

Complejo Turístico Jamanco conozca la misión, visión y valores para que sean puestos en práctica y sean el eje conductor del trabajo diario.

La compañía Termale Jamanco Papallacta, se constituyó mediante escritura pública con resolución SC.IJ.DJC.Q.003049 emitida por la Superintendencia de Compañías. La compañía tiene como objeto social la prestación de servicios turísticos. Con una duración de noventa años a partir de la fecha en que quede inscrita la escritura en el Registro Mercantil. Está constituida por ochocientos cuarenta y ocho acciones, divididas entre cincuenta y tres accionistas. Como lo indica el Registro Único de Contribuyentes RUC Termale Jamanco Papallacta Ter Jamanco S.A, inicia sus actividades el 03 de julio de 2013 y se encuentra situada en la Provincia de Napo, Cantón Quijos, Parroquia Papallacta en la vía Interoceánica.

2.4 Área de producción

El complejo turístico “Ter Jamanco” ofrece servicios hoteleros enfocados a satisfacer las necesidades del cliente, brinda servicio de alojamiento, servicio de alimentación y servicios de recreación o complementarios dentro de un ambiente acogedor y tranquilo.

2.4.1 Servicio de alojamiento



Figura 13. Cabaña
Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

2.4.1.1 Capacidad máxima

El complejo “Ter Jamanco” cuenta con seis habitaciones, dos de ellas son de ocupación doble y las cuatro restantes son de ocupación familiar teniendo la cabaña de una capacidad máxima de 24 personas.

Acomodación de las Habitaciones.

En el siguiente cuadro se encuentra la distribución de las habitaciones y su capacidad, así como el número de camas que posee cada habitación.

Tabla 4. Capacidad Máxima

Habitación	Capacidad Pax	Tipo	Acomodación
1	2	Doble	1 cama matrimonial
2	2	Doble	1 cama matrimonial
3	5	Familiar	1 cama matrimonial, 1 cama litera y una cama sencilla
4	5	Familiar	1 cama matrimonial, 1 cama litera y una cama sencilla
5	5	Familiar	1 cama matrimonial, 1 cama litera y una cama sencilla
6	5	Familiar	1 cama matrimonial, 1 cama litera y una cama sencilla

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: “Complejo Ter Jamanco”



Figura 14. Litera

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

2.4.1.2 Tarifa de las habitaciones

Tabla 5. Tarifario

Tipo de Habitación	Tarifa por Adulto	Tarifa Descuento (Niños, 3ra edad, discapacitados).
Habitación Doble	\$15.00	\$10.00
Habitación Familiar	\$20.00	\$10.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco



Figura 15. Cama Matrimonial

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Se debe tomar en cuenta que:

- El alojamiento de niños menores de 10 años está incluido en el valor de la habitación.
- El desayuno no se encuentra incluido en la tarifa.
- La alimentación se la cobra por separado y en el momento de consumir.
- Se permite el uso de las instalaciones como piscinas y áreas verdes, los servicios complementarios tienen un costo adicional.
- Las tarifas mostradas se aplican durante todo el año, sin importar feriados y festivos.

Habitaciones dobles y familiares.

El equipamiento de estos dos tipos de habitaciones es bajo un ambiente rustico, en donde se encuentran camas de acuerdo a su acomodación (cama matrimonial, camas simples, y literas), cuenta con veladores, lámparas, un closet, un baño completo todas las habitaciones cuentan con cobijas extras, servicio de televisión satelital, calefacción.

En julio del año 2009 se incorpora un nuevo servicio el de alojamiento, en respuesta a la demanda que existía de los usuarios del complejo ya que necesitaban de un lugar donde pasar la noche.



Figura 16. Cama Litera

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Las apreciaciones hasta el año 2011 es que los esfuerzos realizados, no garantizaban un beneficio real; por lo que surge la necesidad de constituirse en una Compañía con derechos y obligaciones establecidas por ley.

2.5 Organización del Personal

2.5.1 Ama de llaves

Personal y sus funciones

Esta área está conformada por personal solamente femenino y quienes la forman son la administración y una camarera que trabaja en dos horarios rotativos que son: de 7:30 de la mañana a 4:30 con derecho a dos días libres por semana. Cuando el complejo “Ter Jamanco” está en temporada alta contratan a personal ocasional.

En la actualidad no llevan ningún proceso y tiempos establecidos, el trabajo que realizan lo hacen empíricamente, la camarera realiza diversas tareas, es decir que no tiene funciones determinadas ni específicas, no trabajan conjuntamente con recepción ni lavandería.

Equipamiento del área

Tienen una pequeña bodega de almacenamiento de 3x4 m, donde se encuentra toda la reposición necesaria para las habitaciones, los estantes están en buena condición, existe una buena limpieza ya que los cobertores, sábanas, toallas se encuentran muy bien almacenados.

Para tener una mayor claridad en cómo se está manejando el Complejo “Ter Jamanco” se incluirá un organigrama actual de quienes intervienen en el área de ama de llaves.

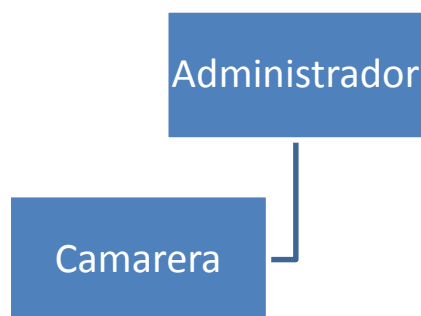


Figura 17. Organigrama Ama de Llaves

Fuente: Complejo “Ter Jamanco”

2.5.2 Lavandería

Personal y sus funciones

En esta área trabaja una sola persona la cual está a cargo de todo el material que se utiliza en el complejo es decir blancos, cobijas, cobertores, cortinas, y lo más importante la ropa del huésped. No lleva ningún tipo de control ni procesos; a excepción de la ropa de los huéspedes donde si trabajan con un registro.

Equipamiento del área

La lavandería del complejo funciona en el mismo cuarto donde se almacena los linos, y está equipada de una lavadora, una secadora, una plancha a vapor y una plancha a mano al no contar con una piedra de lavar la ropa es enviada a ser lavada por otra persona, siendo un gasto adicional, ya que por parte de la administración se acordó realizar este proceso, ya que hay una garantía mayor de que las prendas se encuentren bien lavadas, y así satisfacer al cliente.

Para tener una mayor claridad en cómo se está manejando el Complejo “Ter Jamanco” se incluirá un organigrama actual de quienes intervienen en el área de lavandería.

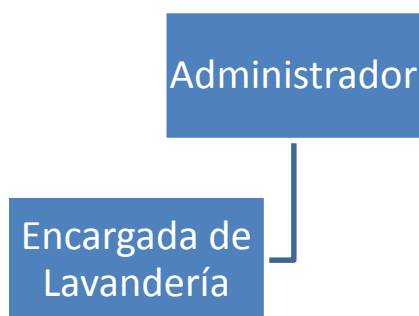


Figura 18. Organigrama Lavandería

Fuente: Complejo “Ter Jamanco”

2.5.3 Recepción

Personal y sus funciones

En esta área trabaja una persona en un horario de 7:00 a 16:00 y el resto de tarde lo maneja el administrador, tienen derecho a dos días libres. No tienen personal que trabaje en el horario de la madrugada. No están bien determinadas sus funciones y no se dedican solamente al área de alojamiento y reservas ya que la persona a cargo está pendiente de los consumos del restaurante y del bar como también el cobro de los servicios complementarios, además se encargan de brindar información.

Equipamiento del área

EL espacio de la recepción es muy limitado y pequeño, en momentos existe mucha gente en el front desk y se dificulta la salida de otras personas atrás de este encontramos un computador, un teléfono, y un archivador; cabe mencionar que en este mismo espacio también se hace el cobro del restaurante, bar. Existe además una especie de armario donde se guardan los suministros necesarios para esta área.

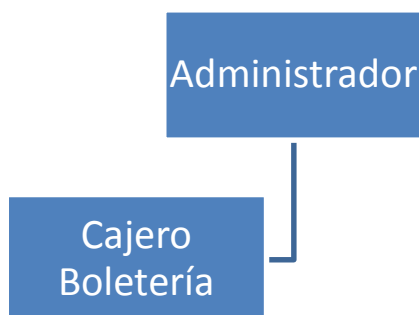


Figura 19. Organigrama Recepción

Fuente: Complejo “Ter Jamanco”

2.6 Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico es el que instituye los propósitos y las finalidades que la empresa tiene a futuro, por lo general este se establece para cinco o diez años; la empresa “Ter Jamanco” no cuenta con un direccionamiento estratégico,

por ello la necesidad de crearlo de acuerdo a los avances que ha tenido la empresa, con esta mejora se podrá ayudar a la sostenibilidad y perdurabilidad de la misma ya que los empleados sabrán cuales son los objetivos y metas que se pretenden alcanzar y sobre todo mejorara el servicio a los clientes.

En la actualidad el Complejo Turístico Jamanco dispone de un documento escrito donde consta la visión, misión y valores, sin embargo no han sido socializados ni empoderados por los accionistas ni por el personal que labora. Si tomamos en cuenta que el direccionamiento estratégico es crecer mediante el conocimiento preciso de donde estamos situados y a donde queremos llegar es necesario que cada integrante del Complejo Turístico Jamanco conozca la misión, visión y valores para que sean puestos en práctica y sean el eje conductor del trabajo diario.

2.6.1 Misión

El Complejo Turístico Ter Jamanco S.A, está comprometido a brindar atención y hospedaje de calidad para satisfacer las necesidades de una forma integral a nuestros clientes, poniendo a su disposición los recursos q la misma posee.

2.6.2 Visión

El Complejo Turístico Ter Jamanco S.A busca expandir su mercado, a nivel internacional manejando procesos que le permitan brindar un servicio sólido y profesional.



Figura 20. Misión, Visión, Valores

Fuente: www.google.com.ec

2.6.3 Descripción de principios y valores organizacionales.

Descripción de principios y valores organizacionales con los que “Ter Jamanco S.A” trabaja:

- **Honestidad:** El equipo de trabajo del Complejo Turístico Ter Jamanco, crea un ambiente de confianza actuando siempre con la verdad, sinceridad y responsabilidad.
- **Respeto:** A pesar de que los trabajadores no son capacitados, dan lo mejor de sí para que el cliente se sienta a gusto. Actuando con respeto al cuidado de las personas, la naturaleza y al cumplimiento de las normas.
- **Competitividad:** “Ter Jamanco” ofrece servicios de calidad, a un precio razonable tomando en cuenta al mercado que oferta.
- **Calidad:** Cumplen con los procesos, adelantándose a las necesidades de los clientes esto lo consiguen con trabajo en equipo.
- **Lealtad:** El Complejo Turístico Ter Jamanco en sus años de servicio, cuenta con la fidelización de algunos clientes, los mismos que son atendidos con esa misma fidelidad.

Los principios que tiene el Complejo son:

- **Comunicación:** Es uno de los principios más importantes, ya que existe un trato constante con clientes, proveedores, trabajadores para así mantener un equilibrio en el manejo de la empresa.
- **Trabajo en Equipo:** Es fidelizar al trabajador con la empresa, que este se sienta a gusto de trabajar, y aportar con nuevas ideas, con cambios que sean sumados al crecimiento global del Complejo.
- **Hacer más con menos:** Este principio se aplica diariamente en Ter Jamanco, ya que para las áreas y los servicios que brinda suelen ser mínimo el equipo de trabajo.

2.7 Análisis FODA

Gerencia Estratégica (2014) indica que:

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

2.7.1 Matriz FODA de la Administración

Tabla 6. Matriz FODA Administración

FODA INTERNO ADMINISTRACIÓN	
O	"Ter Jamanco " brinda oportunidades de empleo para personas de la localidad.
F	Su fortaleza es que han mejorado en infraestructura.
D	Su mayor debilidad es no estar sujetos a ningún estándar.
F	La fortaleza es que a lo largo de esta administración se ha hecho el mantenimiento adecuado del mobiliario e infraestructura.
D	La debilidad es la poca inversión en el área de alojamiento, restaurante etc.
F	Su fortaleza es que tienen clara cuál es su competencia.
D	Su debilidad es que no hay un segmento de mercado definido ni señales éticas de

	precaución.
D	Otra de las debilidades es que es administrada de una forma empírica, no hay conocimientos sólidos en turismo.
D	No han logrado establecer metas internas claras tanto administrativos como empleados.
D	La debilidad es que no hay inversión en promoción, es decir un mercado sin explotar.
D	Su mayor debilidad es que su personal no tenga ningún tipo de capacitación
D	Por parte de los accionistas no hay apoyo para mejorar el servicio ni infraestructura, solo buscan sus intereses personales.
O	Con el tiempo buscan lograr un establecimiento más competitivo, con trabajadores y dueños comprometidos.
A	La mayor de las amenazas es que por la falta de conocimiento de los accionistas se pierda la empresa formada con mucho esfuerzo.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

2.7.2 Matriz FODA Trabajadores

Tabla 7. Matriz FODA Trabajadores

FODA INTERNO TRABAJADORES	
D	Los trabajadores aseguran que hay deficiencia por parte de la administración siendo esta una debilidad.
F	Ven de una forma positiva la acogida por parte de clientes, y la recaudación del dinero es adecuada.
F	Una de las peticiones por parte de clientes es incrementar infraestructura, siendo una fortaleza ya que el complejo cuenta con espacio necesario.
F	Otra de las fortalezas es el control del personal, proveedores etc.
D	El directorio no toma correctivos a tiempo, siendo esta una debilidad.
D	Otra debilidad es que la cabaña no satisface la demanda existente, causando pérdidas económicas.
D	No existen puestos definidos, ya que no cuentan con un organigrama de puestos
A	La amenaza existente es que el personal no se siente capacitado para desempeñar las

	funciones que realiza.
D	No hay equidad en el trato siendo una debilidad por parte de la administración

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Investigación Propia

2.7.3 Matriz FODA del Análisis Interno.

Tabla 8. Matriz Análisis Interno

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS INTERNO				
	Variables	Descripción	Clasificación	Nivel De Impacto
Direccionamiento Estratégico	Misión	Si dispone de un documento	Fortaleza	Alto
	Visión	Si dispone de un documento	Fortaleza	Alto
	Valores	Si dispone de un documento	Fortaleza	Alto
	Políticas	No dispone de un documento	Debilidad	Medio
Aspecto Jurídico	Tipo de empresa	Sociedad Anónima	Fortaleza	Alto
Aspecto Organizacional	Organigrama	No dispone de un documento	Debilidad	Medio
	Manual de Funciones	No dispone del documento	Fortaleza	Medio
	Manual de Puestos	No dispone de un documento	Debilidad	Medio
Recursos Humanos	Estudio	No hay personal con estudios en hotelería.	Debilidad	Alto
	Salario	El personal gana de acuerdo lo q la ley dicta más incentivos según políticas de la empresa	Fortaleza	Alto
	Capacitación	No existe ningún tipo de capacitación	Debilidad	Alto
	Control de Asistencias	Si existe un control de asistencias	Fortaleza	Alto
	Servicios Sociales	Aportes al IESS, recorrido, y alimentación	Fortaleza	Alto
Aspecto Contable	Contador	Ter Jamanco cuenta con una contadora	Fortaleza	Alto
	Balance	Cuenta con balances de todos los años	Fortaleza	Alto
	Bodega	Inventarios, Selección	Fortaleza	Alto

Servicios Generales		de proveedores		
		Cronogramas de compras, stocks.		
	Mantenimiento	De habitaciones, de linos, de muebles	Fortaleza	Alto
Alojamiento	Recepción	No cuentan con la tecnología adecuada para el ingreso de sus huéspedes	Debilidad	Alta
Aspectos Infraestructura	Habitaciones	Infraestructura reducida, pero en buen estado.	Debilidad	Alta
Servicios Básicos	Agua	No existe agua potable	Debilidad	Alta
	Alcantarillado	No existe alcantarillado, desperdicios expulsados a la laguna	Debilidad	Alta
	Luz	Cuenta con un transformador de alto voltaje	Fortaleza	Media
	Servicio telefónico Fijo	No existe líneas telefónicas	Debilidad	Alta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

2.7.4 Matriz de oportunidades y amenazas

Tabla 9. Oportunidades y Amenazas

FACTORES EXTERNOS		Impacto		
		A	M	B
O P O R T U N I D A D	Aumento de Turismo Extranjero			x
	Acceso a créditos Bancarios.		x	
	Mayor servicio. (Calidad Hotelera).		x	
	Mayor Información a la mano de los clientes.		x	
FACTORES EXTERNOS		Impacto		
		A	M	B
	Softwares para procesos hoteleros.		x	
	Estabilidad gubernamental.	x		
	Relación estable con proveedores	X		

	Poder de negociación		x	
	Clientela Fidelizada		x	
AMENAZAS	Irregularidad en la inflación.		x	
	Altos costos por tecnología	x		
	Modernizaciones constantes	x		
	Perder lo alcanzado por intereses personales	x		
	Mala comunicación entre entes reguladores.		x	
	Cientes exige calidad	x		
	Establecimientos posicionados.	x		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

2.8 Estudio de Campo

2.8.1 Población y muestra a investigar

La población objeto de estudio son todas las personas que se hayan hospedado en el complejo turístico “Ter Jamanco” en el año 2013.

Tabla 10. Población a Investigar

AÑO	N° de Clientes
2013	600

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: “Complejo Ter Jamanco”

Con la información obtenida, la población de estudio que se ha seleccionado es de 600 personas, es decir la cantidad de huéspedes que se han hospedado en la hostería en el periodo mencionado.

2.9 Tamaño de la muestra

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

Dónde:	N	600	
N =	Universo	P	0,5
p =	(Nivel de aceptación)	Q	0,5
q =	(Nivel de rechazo)	z^2	3,8416
z =	Nivel de Confianza	N - 1	600
e =	Error estándar	e^2	0,0025

$$n = \frac{600 * 0,5 * 0,5 * 3,8416}{(600-1) 0,0025 + 0,5 * 0,5 * 3,8416}$$

$$n = \frac{576,24}{2,4579}$$

$$n = 234,44$$

Nuestra muestra da un total de 235 personas a encuestar.

2.10 Diseño de la encuesta.



ENCUESTA "TER JAMANCO"

La presente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de satisfacción de los clientes que visitan el Complejo Turístico Jamanco.

Sexo: _____

Edad: _____

1° ¿De qué región proviene?Costa Sierra Oriente Insular Extranjero **2° ¿Conoce todos los servicios que ofrece Ter Jamanco?**SI NO

Si su respuesta es afirmativa por favor detállelos.

3° ¿Con qué frecuencia visita el complejo turístico?Semanal Quincenal Mensual Feriados **4° ¿Alguna vez se ha hospedado?**SI NO **5° ¿Qué opina sobre la calidad en atención y servicio que ofrece Ter Jamanco?**Excelente Bueno Malo

6° ¿Cómo calificaría usted las instalaciones y mobiliario que posee el complejo?

Excelente

Bueno

Malo

7° ¿Cree que Ter Jamanco necesita áreas cómo?

8° ¿Por qué motivo usted eligió venir a Papallacta?

Por su Cercanía

Por Salud

Por que no conocía

Por precio

9° ¿Cómo usted conoció Ter Jamanco?

Referencias

Redes Sociales

Prensa

Pasaba Por Aquí

Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2.11 Tabulación e interpretación de datos de las encuestas aplicadas a los clientes

A continuación se indica los resultados obtenidos de la tabulación de las encuestas realizadas a la muestra antes determinada.

2.11.1 Tabulación de datos informativos

Clasificación de clientes por género

Tabla 11. Género

Sexo		
Masculino	155,00	66%
Femenino	80,00	34%
Total	235,00	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

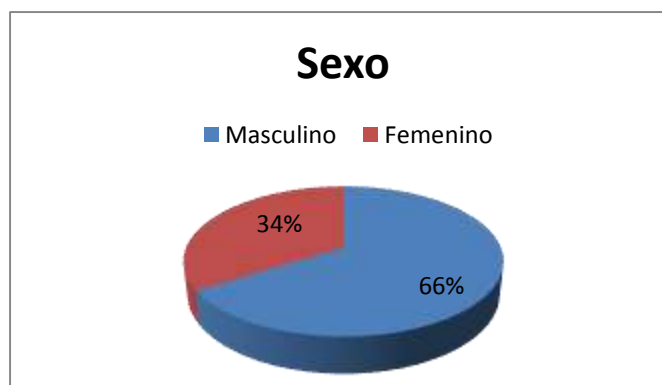


Figura 21. Género

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico el 66% de clientes es de sexo femenino, ya que la mayor parte de ellas manifestó que su salida es en familia, compañeras de trabajo, lo que nos indica que cualquier promoción debe ser enfocada a las madres de familia. El otro 34% son de sexo masculino, considerando que a pesar de la diferencia en porcentajes la estrategia de mejoramiento debe estar enfocada para mejorar el servicio para ambos sexos.

Clasificación de clientes por edad.

Tabla 12. Edad

Rango de Edad		
20 a 30	118,00	50%
31 a 40	38,00	16%
41 a 50	42,00	18%
51 a 60	37,00	16%
Total	235,00	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

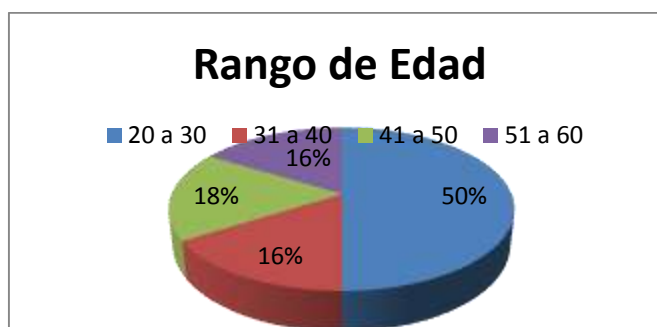


Figura 22. Edad

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

Los resultados obtenidos muestran que el 50% de los clientes son de edades comprendidas entre 20 a 30 años, ya que son personas que buscan aventura conocer otro tipo de establecimiento, visitar otra provincia, y degustar su gastronomía. De 31 a 40 años corresponde a un porcentaje del 16% así como las edades que van de 41 a 50 años, quienes han manifestado que el lugar les parece acogedor y que son clientes frecuentes. De 51 a 60 años su porcentaje corresponde al 18%, ya que estas personas viajan por salud específicamente, manifestando que son recomendaciones médicas para enfermedades articulares, siendo la última una buena oportunidad para promover que el cliente llegue con más frecuencia.

Pregunta 1. ¿De qué región proviene?

Tabla 13. Procedencia

Procedencia		
Sierra	197	84%
Costa	24	10%
Oriente	9	4%
Insular	0	0%
Extranjero	5	2%
Total	235	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

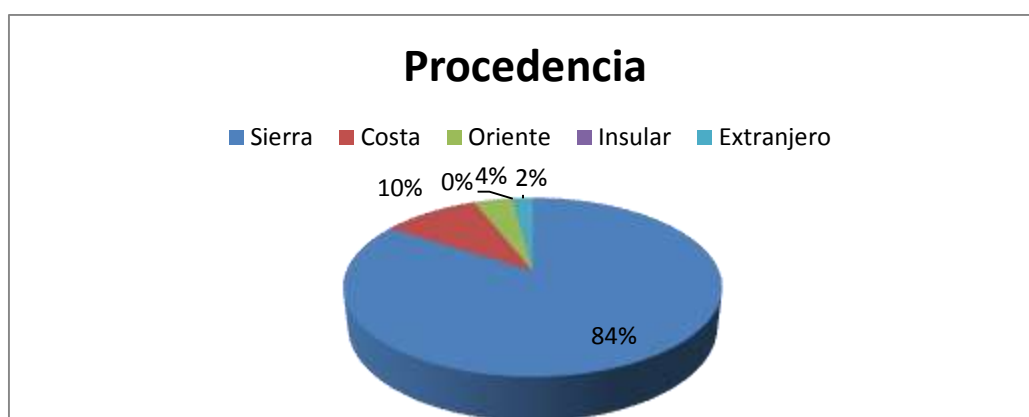


Figura 23. Procedencia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

Mediante el gráfico podemos observar que la mayor cantidad de clientes proviene a la región Sierra, esto se debe a que el complejo “Ter Jamanco” se encuentra a poca distancia de la capital, manifestando los clientes que sus viajes son cortos, aprovechan la mañana y por la tarde se regresan a su destino, otra de las causas es por el precio ya que es muy cómodo. También hay clientes de la Costa que sus viajes son conocer el Oriente y visitan el complejo siendo este un 10 %, del Oriente es un 4% que visita el establecimiento, región Insular no hay clientes. Y un 2% de usuarios son extranjeros, pero este porcentaje se mejoraría si se implementara mobiliario acorde a las exigencias de los clientes extranjeros.

Pregunta 2. ¿Conoce todos los servicios que ofrece Ter Jamanco?

Tabla 14. ¿Conoce los Servicios?

Conoce los Servicios		
Si	207	88%
NO	28	12%
Total	235	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

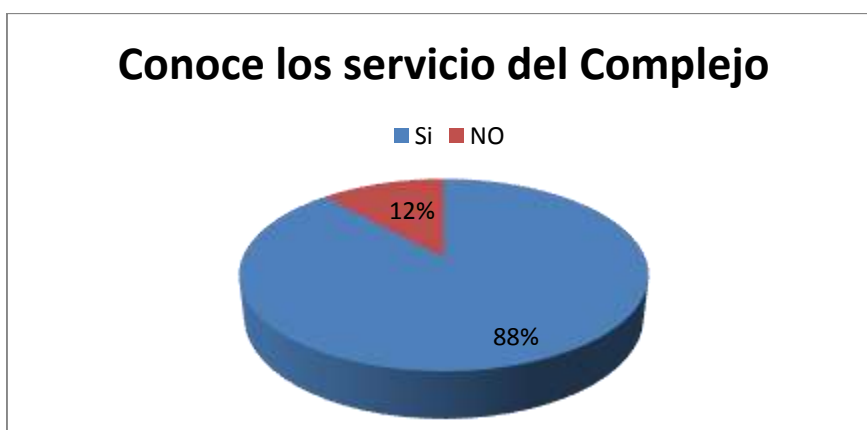


Figura 24. ¿Conoce los Servicios?

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

En el gráfico se observa que el 83% de los usuarios conoce los servicios que brinda la empresa, la mayor parte de ellos se refirió a sus aguas termales, a su extenso territorio, a la naturaleza que existe en el complejo y lo que le hace un lugar único en la población.

El otro 17% no conoce todos los servicios que ofrece “Ter Jamanco” especialmente en el área de alojamiento, ya que la mayor parte de los encuestados no se ha hospedado en las instalaciones.

Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia visita el complejo turístico?

Tabla 15. Frecuencia de Visita

Frecuencia de Visita		
Semanal	0	0%
Quincenal	9	4%
Mensual	59	25%
Feriados	167	71%
Total	235	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco



Figura 25. Frecuencia de Visita

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis.

Para la interpretación de los datos se ha optado por cuatro opciones; semanal, quincenal, mensual, y feriados. Evidenciando en el cuadro que la mayor parte de personas aprovechan los feriados siendo este un 71%, es decir que el complejo para días feriados debe prepararse con personal, y tener todas las instalaciones a disposición del público. El otro 25% es mensual, ya que los usuarios saben que el establecimiento atiende los siete días de la semana. Teniendo también un 4% que visitan el establecimiento en un periodo quincenal, quienes son en su mayor parte personas que están siguiendo terapias para mejorar su salud.

Pregunta 4. ¿Alguna vez se ha hospedado?

Tabla 16. ¿Alguna vez se ha hospedado?

Se ha Hospedado		
Si	26	11%
No	209	89%
Total	235	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco



Figura 26. ¿Alguna vez se ha hospedado?

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis.

El 89% de las personas que han visitado “Ter Jamanco” no se ha hospedado, la mayoría considera que no hay la suficiente información, que por estar cerca de la ciudad no han visto la necesidad de pernoctar y hacer uso de las habitaciones. El 11% restante afirma que si se ha hospedado en la cabaña, que han preguntado en el establecimiento y se les ha dado la información del servicio que se da.

Pregunta 5. ¿Qué opina sobre la calidad en atención y servicio que ofrece Ter Jamanco?

Tabla 17. Calidad de Atención y Servicio

Opinión sobre Atención		
Excelente	82	35%
Bueno	150	64%
Malo	3	1%
Total	235	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

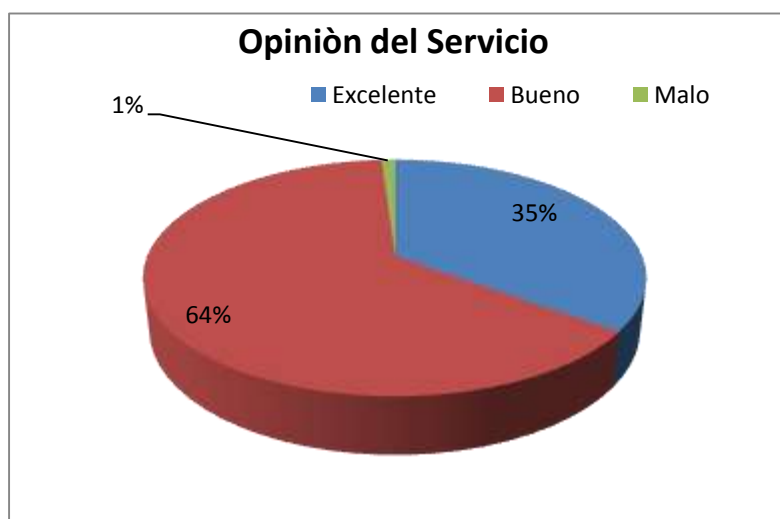


Figura 27. Opinión del servicio

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

De acuerdo a lo encuestado se determina que el 64% de usuarios considera que la atención y servicio es bueno, el personal es eficiente pero no eficaz, es decir que cumplen sus funciones de manera adecuada pero no en un tiempo óptimo. El 35% considera que el servicio y atención es excelente, que le atendieron oportunamente, que personalizaron su servicio en saber si se siente a gusto, que le dieron información acerca del balneario.

Pregunta 6. ¿Cómo calificaría usted las instalaciones y mobiliario que posee el complejo?

Tabla 18. Instalaciones y Mobiliario

Opinión sobre Infraestructura		
Excelente	157	67%
Bueno	75	32%
Malo	3	1%
Total	235	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.



Figura 28. Instalaciones y Mobiliario

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

Los resultados que se muestran en el cuadro afirman que el 67% de las instalaciones y mobiliario es bueno, ya que acotaron que el establecimiento se encuentra con un mantenimiento adecuado, que su mobiliario es acogedor, que los baños son muy limpios, que las habitaciones son acogedoras, que hay una distribución adecuada de los espacios. Las personas encuestadas hacen referencia de los espacios públicos como son: las piscinas, restaurantes, vestidores, mas no de área de alojamiento ya que como manifiesta la pregunta número cuatro solo el 11% de los encuestados se ha hospedado.

El 32% califica a las instalaciones son excelentes, que pasillos, entradas, parqueaderos, áreas verdes se encuentran cuidadas y eso permite que el cliente se sienta a gusto en el complejo.

Pregunta 7. ¿Cree que Ter Jamanco necesita áreas cómo?

Tabla 19. Necesita Ter Jamanco

Que debemos mejorar o incrementar		
Juegos Infantiles	49	7%
Cabañas	141	20%
Canchas Deportivas	240	34%
Senderos	85	12%
Pesca deportiva	49	7%
Espacios de Acampar	49	7%
Botes	92	13%
Total	705	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

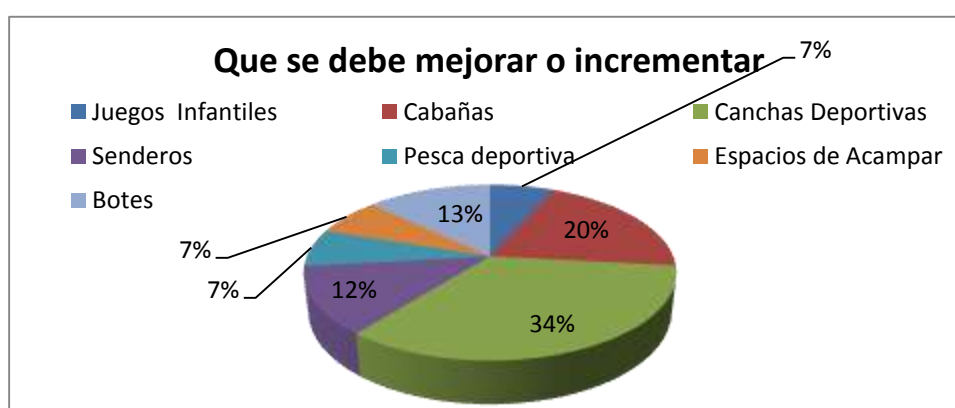


Figura 29. Instalaciones y Mobiliario

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

La mayoría de los clientes consideran que sería indispensable cachas deportivas alcanzando un 34% del total de encuetados, ya que consideran que el espacio da para incrementar este tipo de instalaciones. El 20% desea que se incrementen cabañas ya que sean acogedoras con todos los servicios que estas puedan brindar. El otro 13% piensa la construcción de senderos sería muy viable, para que el cliente se ejercite y tenga contacto directo con la naturaleza. Debido a los recursos hídricos existentes el 12% de usuarios piensa que deberían implementar la pesca deportiva ya que sería una distracción adicional, y un ingreso económico extra para la empresa. Los juegos infantiles, como paseos en bote, como sitios para acampar ocupan un 7% ya que estas opciones son las menos opcionadas por los clientes.

Pregunta 8. ¿Por qué motivo usted eligió venir a Papallacta?

Tabla 20. Motivo de Visita

Motivo de Visita		
Cercanía	157	41%
Salud	118	31%
No Conocía	50	13%
Precio	57	15%
Total	382	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

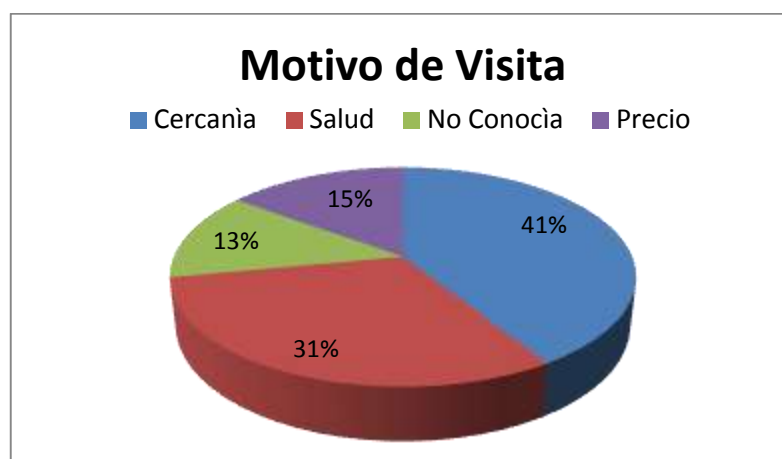


Figura 30. Motivo de Visita

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis.

El 41% de clientes visita el complejo “Ter Jamanco” debido a su cercanía, que a tan pocas horas pueden disfrutar de algo completamente diferente. El otro 31% es por salud ya que debido a las aguas termales estas han sido ocupadas como terapia, y recomendadas por médicos, las mismas que han causado efectos positivos siendo estas recomendadas a otras personas. El otro 15% considera que el precio es muy cómodo y que prefieren esta empresa específicamente por la tarifa. Y un 13% es porque no conocía lo que este establecimiento ofrecía.

Pregunta 9. ¿Cómo usted conoció Ter Jamanco?

Tabla 21. ¿Cómo se enteró de Ter Jamanco?

Como se enteró de Jamanco		
Referencias	359	94%
Redes Sociales	0	0%
Prensa	4	1%
Pasaba x Aquí	19	5%
Total	382	100%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

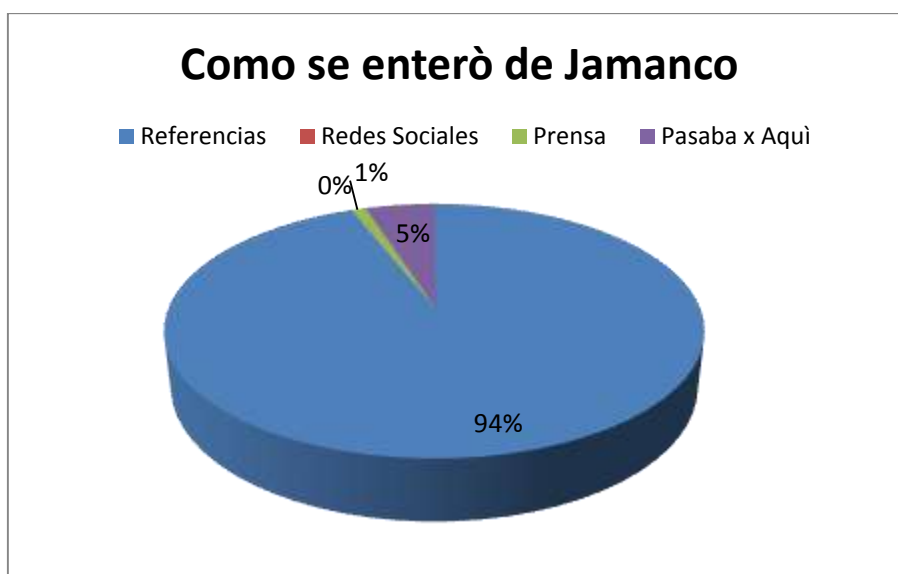


Figura 31. ¿Cómo se enteró de Ter Jamanco?

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Análisis

En el gráfico se muestra que el 95% de los clientes que tiene la empresa ha llegado a sus instalaciones por referencias, esto es satisfactorio y al mismo tiempo preocupante, satisfactorio ya que la empresa obtiene recursos gracias a la promoción boca a boca por parte de sus clientes, y preocupante porque la empresa no tiene un plan establecido de promoción.

El 5% restante conoció las instalaciones ya que pasaba por ahí y se interesó en conocer que ofrecía el lugar.

2.12 Entrevista administrativa

Señores: Administrador y Contador

Mi nombre es Ana Cristina Guano Muriel y soy egresada de la Universidad Tecnológica Equinoccial de la carrera de Ing. en Gestión Hotelera, quisiera saber si puede brindarme un poco de su tiempo para hacerle una serie de preguntas, esperando usted responda con toda la honestidad posible.

1° ¿Qué es para usted Ter Jamanco?

2° ¿Cómo definiría la evolución de Ter Jamanco?

3° ¿Qué áreas del complejo cree usted no han sido innovadas? Enumere

4° ¿Cuál de las anteriores es un área importante en su competencia?

5° ¿Qué estrategias utiliza para conocer el FODA de su competencia?

6° ¿Cómo usted mejoraría esta área en referencia a su competencia?

7° ¿Cómo definiría a su Segmento de Mercado?

8° ¿Cree usted que la capacitación al personal es importante?

¿Por qué?

9° ¿Cree usted que su personal está suficientemente capacitado según su segmento de Mercado?

10° ¿Usted considera que tiene apoyo por parte de los accionistas?

11° ¿Cómo ve al complejo en 5 años?

2.13 Análisis de la entrevista (Administración)

1° ¿Qué es para usted “Ter Jamanco”?

Para las dos personas que administran el establecimiento, Jamanco en primer lugar es su lugar de trabajo, una empresa que brinda oportunidades de empleo a gente de la población, y que desean dejar semillas para las nuevas generaciones.

2° ¿Cómo definiría la evolución de Ter Jamanco?

La evolución la tienen como positiva, ya que desde que la empresa está bajo su administración las cosas han mejorado notablemente, como infraestructura, servicios, a pesar que no estén ajustados a ningún estándar hotelero tanto de servicio, como de calidad.

3° ¿Qué áreas del complejo cree usted no han sido innovadas? Enumere

Desde el punto de vista administrativo han manifestado que se ha hecho mantenimiento de las instalaciones e infraestructura, las aéreas que no han sido innovadas son; alojamiento, parqueaderos, restaurante.

4° ¿Cuál de las anteriores es un área importante en su competencia?

Bueno la competencia directa es Termas de Papallacta, siendo el área de alojamiento una de las más importantes, ya que debido al volumen de habitaciones, al segmento al cual se enfoca, a las tarifas, es algo que aún no lo podemos igualar mucho menos superar.

5° ¿Qué estrategias utiliza para conocer el FODA de su competencia?

No supieron entender la pregunta, ya que ellos no tienen un conocimiento acerca del FODA de su competencia, es decir que lo administran de una forma empírica que hasta donde sus conocimientos dan les trae ganancias. En este punto ellos más bien están conscientes de las fortalezas que su empresa posee así como debilidades y sus amenazas.

6° ¿Cómo usted mejoraría esta área en referencia a su competencia?

Lo que se requiere de manera urgente establecer objetivos y metas claras, tanto en el área administrativa, como con todos los empleados, para tener una idea fija de a dónde se quiere llegar. Además tener organigramas funcionales, los mismos que definen las tareas de cada trabajador.

7° ¿Cómo definiría a su Segmento de Mercado?

Definen su segmento de mercado sin explotar, ya que los clientes que llegan al establecimiento ha sido por su deseo, es decir los usuarios no se han guiado por una página en internet, por reportajes en la televisión, por promoción en revistas de turismo simplemente han llegado por referencias. Atendiendo a un segmento de clase media a baja.

8° ¿Cree usted que la capacitación al personal es importante? ¿Por qué?

Si es muy importante, ya que solo con la capacitación del personal se puede llegar a un servicio de calidad, sin embargo los trabajadores no han recibido ningún tipo de capacitación debido a que la empresa recién se está estabilizando. Además consideran que el costo de esta inversión lo debe tomar el directorio de la empresa, el mismo que no se ha manifestado hasta la presente.

9° ¿Cree usted que su personal está suficientemente capacitado según su segmento de Mercado?

El personal no está capacitado, lo que esta es recomendada por parte de la administración que al cliente se le dé un trato amable, y dicen que atienden de acuerdo a su alcance.

10° ¿Usted considera que tiene apoyo por parte de los accionistas?

La mayor parte de los accionistas busca su beneficio personal y no el crecimiento de la empresa en forma global, los accionistas apoyan el avance que se ha venido obteniendo estos últimos años pero no se toman decisiones concretas de a donde querer llegar. Es decir no tienen una misión clara.

11° ¿Cómo ve al complejo en 5 años?

Un establecimiento más competitivo, con trabajadores que se vean comprometidos con el trabajo, con un directorio que proponga cambios definitivos e innovadores.

2.14 Entrevista Trabajadores

Mi nombre es Ana Cristina Guano Muriel y soy egresada de la Universidad Tecnológica Equinoccial de la carrera de Ing, en Gestión Hotelera, quisiera saber si puede brindarme un poco de su tiempo para hacerle una serie de preguntas, esperando usted responda con toda la honestidad posible.

- 1° ¿Qué es para usted Ter Jamanco?
- 2° ¿Cómo definiría la evolución de Ter Jamanco?
- 3° En su tiempo de labor, ¿Qué han solicitado sus visitantes?
- 4° ¿Cree usted estos pedidos han sido escuchados?
- 5° ¿Qué área cree usted sería la más importante de mejorar?
- 6° ¿Cree usted existen puestos definidos?
- 7° ¿Se siente usted capacitada para su trabajo?
- 8° ¿Cómo ve al complejo en 5 años?

2.15 Análisis de la entrevista (Trabajadores)

- 1° ¿Qué es para usted Ter Jamanco?

“Ter Jamanco”, es una empresa que les ha brindado trabajo, que es un complejo que se está formando, y que hay mucha deficiencia por parte de la administración, ya que afirman que sin un buen guía no existirá progreso en conjunto.

- 2° ¿Cómo definiría la evolución de Ter Jamanco?

Definen como una evolución positiva, ya que hay más control en cuanto al personal, a la recaudación de dinero, en cuanto a la empresa han mejorado la infraestructura y hay más acogida por parte de los clientes.

3° En su tiempo de labor, ¿Qué han solicitado sus visitantes?

Los clientes que han visitado el complejo han sugerido que deben crear cabañas independientes y familiares, las cuales tengan chimenea en su interior.

También los pedidos constantes han sido de canchas de futbol, de vóley, senderos con caminatas a las áreas verdes, variedad de alimentación en el área de restaurante.

4° ¿Cree usted estos pedidos han sido escuchados?

La administración conoce las necesidades que tiene el complejo, sin embargo pone la inversión en infraestructura que en este momento tiene mucho más peso. Además para tomar decisiones de inversión lo deben consultar con el directorio el mismo que ve de una manera real cuales son las necesidades que tienen más importancia.

5° ¿Qué área cree usted sería la más importante de mejorar?

El área que consideran importante mejorar es el área de alojamiento, ya que los fines de semana la ocupación de las habitaciones es total, y no se puede ayudar a los clientes que también quieren hospedarse por falta de habitaciones.

Considerando que la falta de infraestructura genera pérdidas al complejo, ya que existe una demanda insatisfecha.

6° ¿Cree usted existen puestos definidos?

No tienen puestos definidos, por ende el personal se ocupa de los trabajos pendientes, es decir la persona que entrevisté. Su contrato es de cajera, pero sus

funciones son totalmente diferentes, es decir ella hace de mesera, cocinera, mantenimiento etc.

El personal piensa que esto se da porque no existe un administrador con la debida preparación.

7° ¿Se siente usted capacitada para su trabajo?

No se sienten capacitados para el trabajo que desempeñan, ya que el tiempo que llevan en la empresa no han tenido ningún tipo de inducción mucho menos cursos de capacitación brindados por la empresa. Ellos manifiestan que se han auto capacitado en cursos que han recibido del SECAP a los cuales han podido acudir pidiendo permisos o tomando vacaciones. Conocimientos que son aportados en la empresa como conocimientos de sanitación, servicio al cliente, mantenimiento.

8° ¿Cómo ve al complejo en 5 años?

Si la administración no cambia en un corto periodo, en cinco años no cambiara nada, no hay equidad en el trato, no hay un grupo de trabajo sólido que sepa cuáles son los objetivos de la empresa. La administración piensa que si hay clientes bien, y si no hay no se hace nada. Es decir no hay visión ni compromiso de crecimiento.

2.16 Definición de Puntos Críticos.

A pesar de las diversas contrariedades, el directorio y trabajadores han sabido brindar comodidad y atención a sus clientes, las dificultades que presenta el complejo “Jamanco” son:

Administración

- La empresa no cuenta con un administrador con estudios superiores referentes a Hotelería, Turismo, Administración de Empresas o similares, no posee experiencia en puestos similares o empresas del mismo giro de negocio, ya que era un profesional del volante.

- La empresa se maneja por medio de forma empírica por parte de sus empleados quienes llevan años realizando los mismos procesos.

Blancos

- Uno de los problemas más evidentes que tiene la empresa en el área de alojamiento es la variedad de colores que tienen las cobijas, es decir no existe una estandarización en tener un color definido en cuanto a cobertores y cobijas, teniendo una llamada de atención por parte del Ministerio de Turismo.

Señalización

- La cabaña no cuenta con una debida señalización, es decir el huésped no tiene claro cuáles son las vías alternas de salida en caso de una emergencia, en los pasillos se encuentra tan solo un extintor; así también no tiene una correcta enumeración en las habitaciones.

Bodega

- La bodega en donde se almacenan los blancos no está junto a las habitaciones, ésta se encuentra distante de las mismas lo cual hace que el personal pierda tiempo a la hora de la limpieza, además de eso no cuenta con un coche que sirva para transportar el material requerido.

Recepción

- No se cuenta con un área de Front Desk ya que al solo contar con 6 habitaciones no amerita tener un empleado con la designación de recepcionista, el manejo se lo realiza en la caja de área del restaurante.
- No poseen un formato de control de huéspedes para el Check In, es por esto que no tienen un perfil de cliente ni historial de visitas.

Forma de Pago

- Otro de los problemas es que el huésped únicamente debe pagar en efectivo, ya que no pueden hacerlo por tarjetas de débito o crédito al no tener los equipos necesarios para estas transacciones.
- El momento de pago es otro inconveniente ya que lo realizan al Check Out y al no tener una persona dedicada exclusivamente al cobro de habitaciones algunos huéspedes han salido sin cancelar sus gastos.
- Establecer Temporadas
- “Ter Jamanco” mantiene una tarifa única en todo el año, sin diferenciarlo en temporada alta de mayor demanda al producto.
- Capacitaciones
- El personal en general no tiene ninguna capacitación, por ende no están preparados para recibir a los huéspedes, dar check in, check out y si se da algún problema no saben cómo reaccionar ante posibles conflictos, quejas, altercados.
- Más del 50% del personal no tiene educación superior, y la empresa no ha priorizado el tema de capacitación en servicio al cliente, normas BPM, manejo de procedimientos e idiomas.

Marketing

- La empresa, no cuenta con un plan de promoción, una imagen estandarizada, no tienen tarjetas de presentación, uniformes.
- Está totalmente desvinculada del social media, es decir no cuentan con redes sociales, pagina web, mail corporativo, por ende sus reservas de habitaciones se realizan por medio de llamadas telefónicas de clientes frecuentes o sus referidos.

2.17 Estrategias y Operatividad

Tabla 22. Estrategias y Operatividad

Problema	Estrategia	Acciones	Prioridad
Administración	Cambiar de administrador	Buscar una personas que cumpla el perfil idóneo para el puesto, comenzar un plan de desarrollo.	ALTA
Blancos	Estandarizar Blancos	Comprar cobijas y cobertores de un mismo color y tamaño de acuerdo a la medida de cama.	ALTA
Señalización	Señalizar	Elaborar llaves con distintivo de la empresa, señalar vías de escape en caso de emergencia, enumerar las habitaciones con un letrero referente a la empresa.	MEDIA
Bodega	Re-ubicación	Crear un lino dedicado exclusivamente para guardar, blancos, material de limpieza, y mantenimiento de habitaciones.	BAJA
Recepción	Crear Procesos	Capacitar a una persona para que sus funciones sean la recepción del huésped, control de ingreso por medio de un formato de check In, cobro, facturación y limpieza.	MEDIA
Forma de Pago	Diversificar	Crear un convenio con un banco o Datafast para poder ofrecer el cobro por medio de tarjeta de crédito o débito, pedir vouchers de garantía a los huéspedes y evitar que se vayan sin cancelar	MEDIA
Temporadas	Establecer fechas de temporada baja y alta	En el complejo se mantiene una tarifa única anual, se propone crear una tarifa por temporada baja y otra más cara por temporada alta.	BAJA
Capacitaciones	Crear calendario de Capacitaciones	Identificar las áreas de falencia y buscar especialistas en dichos temas para capacitar a las personas involucradas.	ALTA
Marketing	Promoción	Crear páginas en las redes sociales las cuales son gratuitas y enseñar el manejo, crear una página web donde se pueda apreciar los servicios que ofrece el complejo y toda la información referente al mismo.	ALTA

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Capítulo III

Propuesta de Mejoramiento para el “Complejo Turístico Ter Jamanco”

La presente propuesta es realizar un plan de mejoramiento en el área de alojamiento y recepción de la empresa “Ter Jamanco, el mismo que permitirá llevar un mejor control y organización para dar un servicio de calidad, en donde el personal tenga definidas sus tareas y los procesos sean ejecutados de la mejor manera, así se pretende optimizar tiempo y recursos.

3.1 Objetivos de la propuesta

3.1.1 Objetivo general

El objetivo principal es realizar un plan de mejoramiento en las áreas operativas de alojamiento y recepción, a través de tecnificación, brindando un servicio oportuno para la satisfacción de los clientes.

3.1.2 Objetivos Específicos.

- Determinar funciones y procesos adecuados para el personal que conforma la empresa.
- Establecer procesos de servicio y atención al cliente.

3.2 Alcance de la propuesta

La presente propuesta permitirá que el plan de mejoramiento en las áreas operativas sea definido correctamente en sus funciones y procesos, para que el personal sea más eficaz.

Participantes:

- Recepcionista
- Camareras
- Personal de mantenimiento

3.2.1 Ventajas del mejoramiento

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
- Consigue resultados a corto plazo y resultados visibles
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad.
- Contribuye a la adaptación de procesos y avances tecnológicos
- Permite eliminar procesos repetitivos

3.2.2 Desventajas del mejoramiento

- Cuando el mejoramiento se concentra en una área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener éxito es necesaria la participación de todos los integrantes y a todo nivel.
- En vista que los dirigentes de la empresa no tienen la experiencia ni el liderazgo para dirigir una empresa así, la mejora continua puede ser más larga.
- Hay que hacer inversiones importantes (Evans, 2008).

3.3 Propuesta de Organización

3.3.1 Organigrama Estructural



Figura 32. Organigrama estructural

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.3.2 Organigrama Posicional

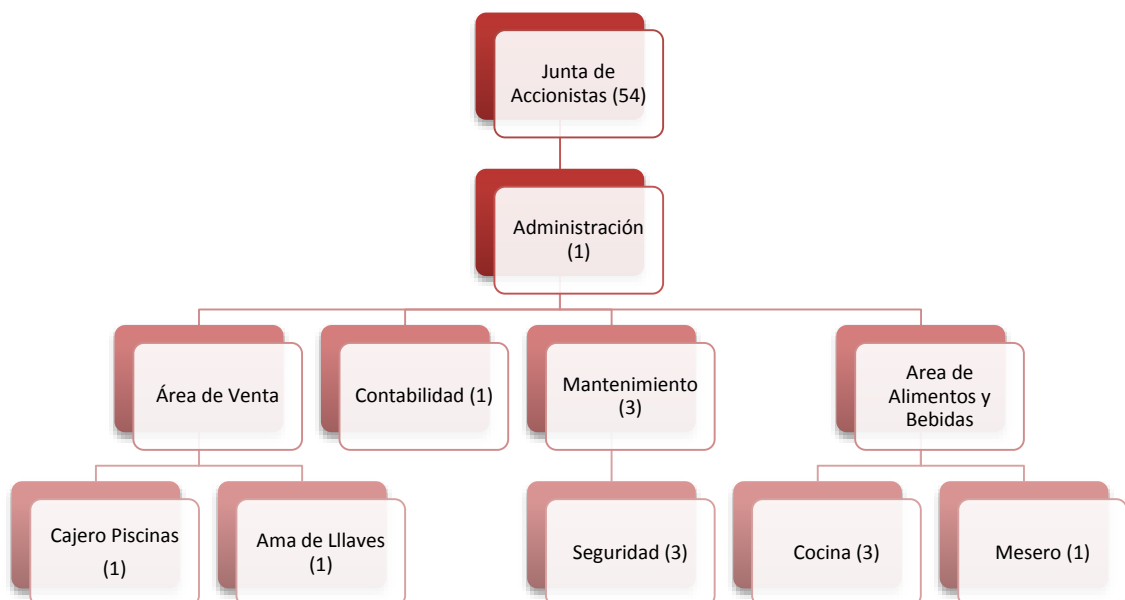


Figura 33. Organigrama Funcional

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.3.2.1 Descripción de procesos

En el presente manual se mostrara la elaboración de flujograma de procesos con su respectiva descripción, que se destinarán al personal del complejo.

3.3.2.2 Proceso de Recepción

El área de recepción constituye una de los más importantes, puesto que es el eje y centro de operaciones a través de esta área los clientes tendrán el primer contacto, la primera impresión.

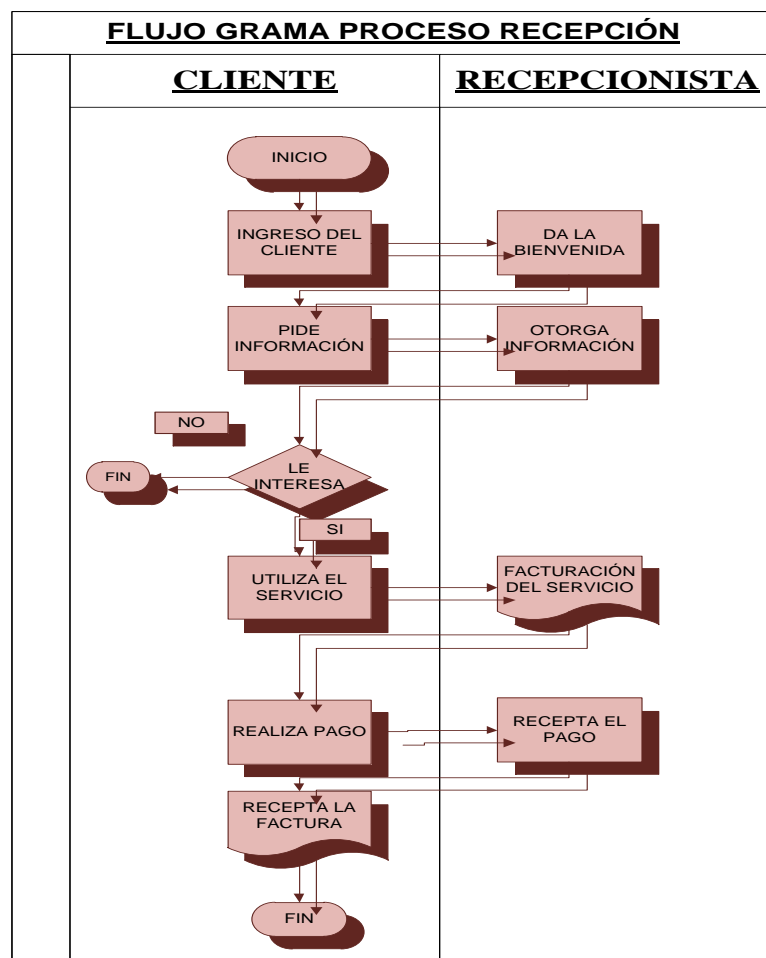


Figura 34. Procesos de Recepción

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Descripción del proceso
 Cliente

1. Ingreso del cliente al complejo “ Ter Jamanco”

Recepcionista

2. La recepcionista de turno le da la bienvenida al cliente.

Cliente

3. Pide la información respectiva a la recepcionista del servicio que va a solicitar

Recepcionista

4. Otorga la información al cliente del servicio que desea utilizar sea este alojamiento, servicio de restaurante, servicio de recreación.

Cliente

5. No le interesa al cliente FIN del proceso.
6. Si le interesa al cliente hace el uso del servicio solicitado.

Recepcionista

7. Cuando el cliente desea desocupar la recepcionista realiza la facturación del precio.

Cliente

8. Revisa y realiza el pago de la factura.

Recepcionista

9. Recpta el pago del cliente de contado

Cliente

10. Recpta la factura y FIN del proceso.

3.4 Proceso Ama de llaves

El área de ama de llaves contribuye a que el huésped tenga una buena imagen de la cabaña. El personal que labora en el área de ama de llave es el que menos contacto físico tendrá con los huéspedes, pero sus miembros serán los responsables de que ellos se sientan a gusto con un servicio de limpieza adecuado. Su importancia no radica

simplemente en el arreglo y limpieza de las habitaciones sino que además implica la limpieza y coordinación de las demás áreas del establecimiento.

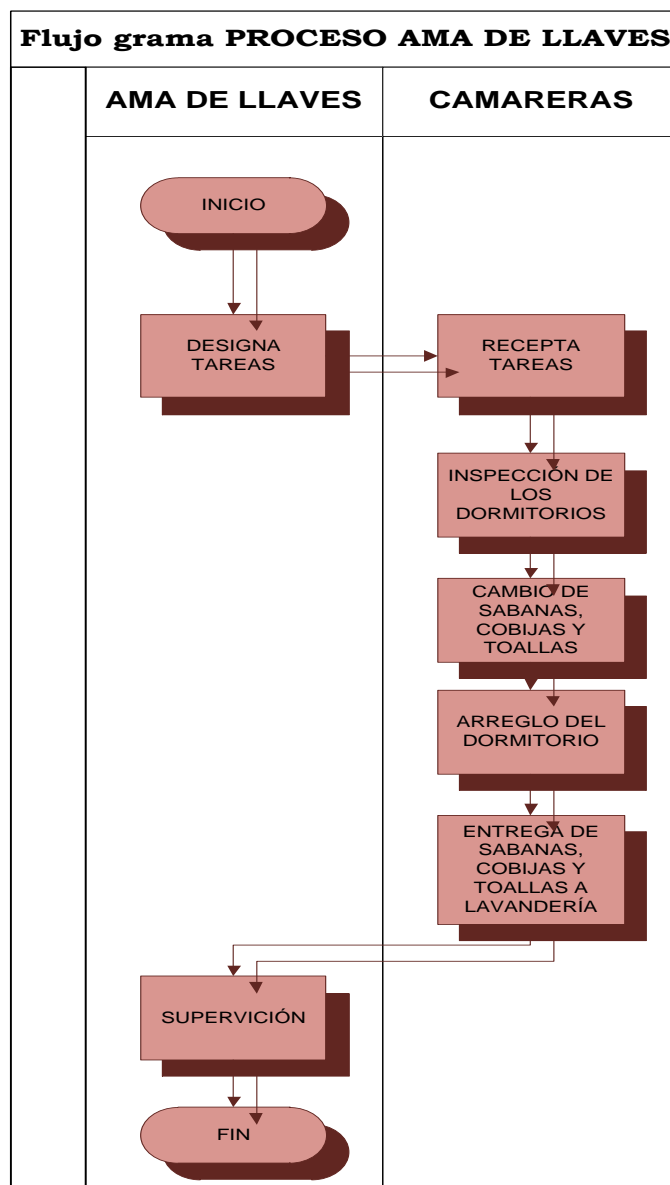


Figura 35. Proceso de Ama de Llaves

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Descripción

Ama de Llaves

1. Es la encargada de designar tareas específicas del día a las camareras.

Camareras

2. Receptan tareas que deben realizar.

3. Inspecciona los dormitorios desocupados por el cliente
4. Procede a realizar el cambio de sábanas, cobijas y toallas.
5. Arreglo del dormitorio.
6. Entrega de sábanas, cobijas, toallas a lavandería.

Ama de Llave

7. Supervisión de las tareas realizadas por las camareras FIN del proceso.

3.5 Proceso de Lavandería

Este departamento está encargado de la recepción de todos los implementos usados en las habitaciones usados para su lavado y secado, está destinada una sola persona. También está encargado de lavar ropa de los clientes cuando ellos lo soliciten, donde se pretende que el cliente quede satisfecho con la atención brindada.

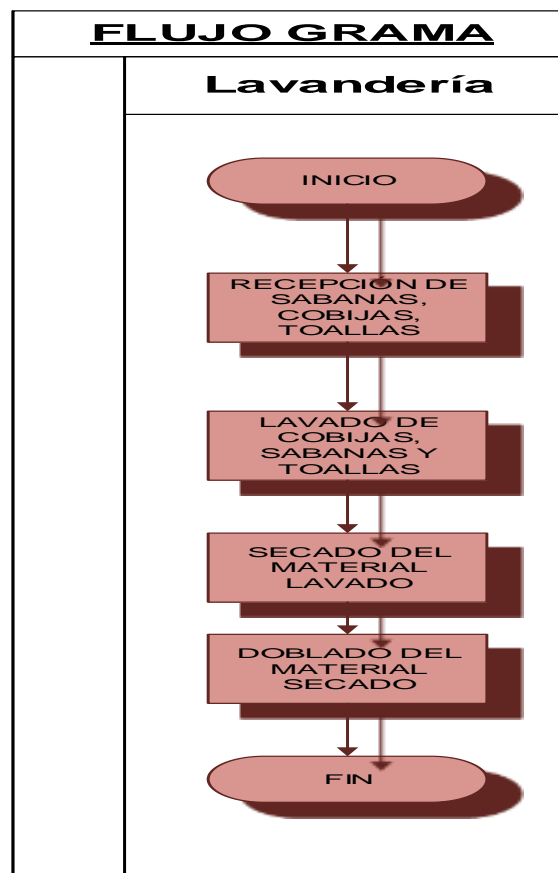


Figura 36. Proceso de Lavandería

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Descripción Lavandera

1. Aquí se receipta las sábanas, cobijas, toallas usadas por los clientes.
2. Se procede a realizar el lavado de cobijas, toallas y sábanas.
3. Se procede a realizar el secado de las sábanas, cobijas y toallas
4. Se procede al doblado de las sábanas, cobijas y toallas FIN del proceso.

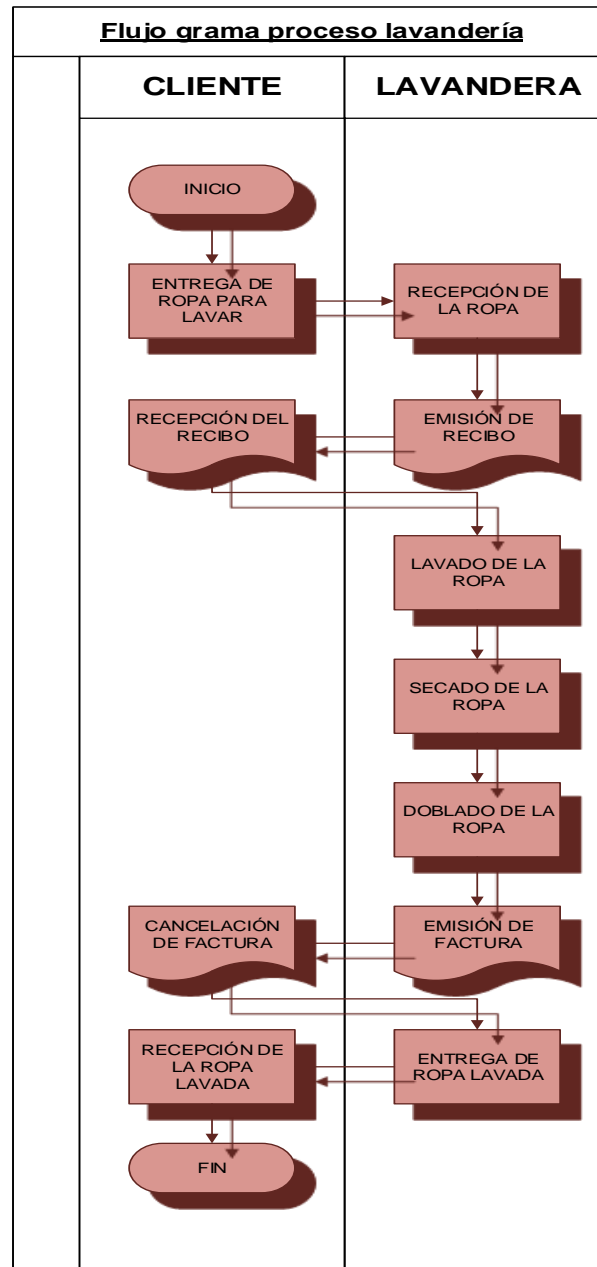


Figura 37. Lavandería con Cliente

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanca

Descripción Cliente

1. Entrega su ropa sucia a la lavandería

Lavandera

2. Recepción de la ropa sucia que el cliente desea que se le lave.
3. Emite un recibo al cliente

Cliente

4. Recibe el recibo para retirar su ropa.

Lavandera

5. Procede al lavado de la ropa
6. Procede al secado de la ropa
7. Procede al doblado de la ropa
8. Emite la factura

Cliente

9. Cancela la factura

Lavandera

10. Recibe el dinero
11. Entrega la ropa al cliente

Cliente

12. Recibe su ropa lavada FIN del proceso

3.6 Descripción de puestos

3.6.1 Puesto: Recepcionista

Función Básica

Se encarga de la atención directa al huésped en todas sus solicitudes, así como de registrarlo a su llegada y hacer los cobros debido a su salida.

Deberes y responsabilidades:

- Tiene que revisar el rooming list, para verificar las salidas que habrá en el día y de esa forma preparar las cuentas correspondientes.
- Las llegadas que se tendrá en el día de acuerdo con la carpeta de reservaciones.
- La bitácora en la cual se anotarán los acontecimientos más importantes del día.
- Se encarga del registro de huéspedes a su llegada, así como de asignarles habitación y abrirles su folio correspondiente.
- Se encarga de los cobros de habitación y centros de consumo que haya tenido el huésped durante su visita.
- Archivo cargos de huéspedes.
- Es responsable del manejo de caja chica.
- Se encarga del servicio del bussiness center (orientar al usuario, sacar copias, mandar faxes, etc.)
- Contesta llamadas y las dirige a la persona apropiada.
- Se encarga de revisar las habitaciones por medio de un check list una vez que la camarista haya terminado.
- Confirmar verbalmente la información contenida en el registro.
- Comunicar al departamento de contabilidad o crédito del hotel si ha ocurrido un cambio en la reservación de un cliente.

Generalidades

- El recepcionista deberá tener una excelente presentación, ya que es la imagen de la hostería y está en contacto con el cliente.

- Edad de 25 a 40 años.
- Sexo femenino.
- Manejo del idioma inglés mínimo un 60%.
- Manejo de computadora y paquetería (Word, Excel, ppt, internet), así como manejo de faxes, copiadoras, scanner.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.
- Disponibilidad de horario.

3.6.2 Puesto: Ama de llaves

- Función Básica
- Deberá estar encargada del servicio de pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación, trabajará conjuntamente con las camareras.
- Deberes y responsabilidades:
- Se le encarga realizar servicios a clientes internos.
- Tiene que tener muy buena comunicación con la recepción para tener sus habitaciones disponibles y hacer el pre-registro de las reservaciones del día.
- Tiene que planear supervisar las diferentes áreas del hotel.
- Tiene que llevar un seguimiento de mantenimiento en todas las áreas y habitaciones
- Tiene que poner fuera de servicio las habitaciones que tengan algún problema.
- Planea por semana la ocupación para tener sus staff en adecuado a la operación
- Generalidades:

- Secundaria terminada.
- Edad 25-50 años.
- Sexo femenino.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.

3.7 Puesto: Camarera

Función Básica:

- Se encarga de la limpieza de las habitaciones y áreas comunes del hotel como lo son en el restaurant, oficina, bussiness center y los baños.
- Deberes y responsabilidades:
- Conservar en buenas condiciones el material, equipo y sustancias manejándolas con cuidado y guardándolas en su lugar al final de su turno.
- Distribuir los periódicos en cada habitación.
- Deberá asear las habitaciones, área de recepción, patio, baños, restaurant, bussiness center y las oficinas.
- Generalidades:
- Secundaria terminada.
- Edad 35-50 años.
- Sexo femenino.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.

3.8 Puesto: Lavandera

Función Básica

- Se encargan del lavado, planchado, secado y cosido de la ropa de la hostería, así como del servicio de ropa de clientes; para ello contará con personal calificado y con la maquinaria apropiada para estas actividades.

- Deberes y responsabilidades:
- Proporcionar a todos los departamentos de la hostería la ropa necesaria para la realización de sus actividades.
- Conservación, lavado y planchado de la ropa de la hostería.
- Ofrecer un servicio de ropa de clientes, dando a la ropa el tratamiento solicitado por éstos.
- Hay algunas hosterías en los que la lavandería- lencería funciona como un departamento independiente, en este caso la máxima responsable del departamento será la encargada de lavandería-lencería.
- Generalidades
- Preparatoria terminada.
- Edad 25 a 50 años.
- Sexo femenino.
- Experiencia en puestos similares.
- Disponibilidad de horario.

3.9 Descripción de Acciones de Mejoramiento

3.9.1 Prioridad ALTA

Tabla 23. Mejoramiento problema Administración

ADMINISTRACIÓN	
Solución	Costo
Debido a la poca experiencia y conocimiento sobre el giro de negocio del actual administrador, se recomineda un cambio inmediato con alguien que tenga el perfil idóneo como es estudio, experiencia y referencias. El actual administrador gana un sueldo de \$850.00 mensuales se propondría un sueldo de \$1000.00 para el puesto al nuevo candidato, es decir una diferencia de 150.00 mensuales.	1800

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanca

Tabla 24. Mejoramiento Problema Blancos

BLANCOS	
Solución	Costo
El complejo cuenta con 6 habitaciones, las mismas que no cumplen un estándar en cuanto a color ya que cada cama cuenta con colores de cobijas y cobertores diferentes, por esto el Ministerio de Turismo les dio una llamada de atención. Se propone comprar cobijas y cobertores térmicos de un mismo color, son 14 camas.	\$4200.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Tabla 25 Mejoramiento Problema Capacitaciones

CAPACITACIONES	
Solución	Costo
Al detectar que todos los trabajadores incluido el administrador no tiene conocimientos sobre hospitalidad, manejo de normas BPM, etc. Se propone una capacitación mensual en áreas de mayor vulnerabilidad por parte de un consultor externo, además de capacitaciones gratuitas que el Ministerio de Turismo ofrece.	\$2400.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Tabla 26. Mejoramiento Problema Marketing

MARKETING	
Solución	Costo
El hotel no cuenta con páginas en redes sociales, página web o email corporativo, las páginas en facebook, twitter o Instagram no tienen costo alguno, pero son de gran utilidad para publicitar el complejo, crear expectativa y promociones. La página web es una herramienta que proporciona información a las personas que busquen directamente los servicios del complejo y puede ser una plataforma para reservas, el costo de registrar un dominio es de \$39,00 anuales, con este dominio registrado se puede crear un email corporativo lo que daría mayor seriedad a la empresa con un costo anual de \$10.00 en gmail.com, en conclusión el marketing está al alcance de todos, la capacitación para la persona encargada que sería el administrador no supera los \$100.00.	\$ 149

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.9.2 Prioridad MEDIA

Tabla 27. Mejoramiento problema Señalización

SEÑALIZACIÓN	
Solución	Costo
Se propone implementar numeración adecuada para cada habitación, la misma que sea de fácil identificación, con seis letreros para cada puerta con un costo de \$ 10.00 así como las salidas de emergencia en pasillos y gradas de la cabaña que se propone no sean mas de tres, dando un valor de \$ 30.00. Se sugiere implementar dos extintores mas en caso de que surja alguna emergencia, esto se podría facilitar con la revisión periódica que realiza el cuerpo de bomberos en cuanto a señalización etica y seguridad. El valor en incrementar los dos extintores es de \$ 100.00 cada uno.	\$290.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Tabla 28. Mejoramiento problema Recepción

RECEPCIÓN	
Solución	Costo
No se cuenta con un área exclusiva para recibir y atender a huéspedes, ni una persona capacitada para esto, no se tiene control ni registro de hospedaje. Por ende se propone la capacitación de una persona en el manejo de formatos de control como es una hoja de Check In, y registros del mismo. los huéspedes son solo personas nacionales y se debería capacitar en el idioma inglés para poder aumentar el target de clientes. no se cree necesario el crear una área exclusiva de recepción ya que con solo 6 habitaciones no es urgente.	\$ 300

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Tabla 29. Mejoramiento problema Formas de Pago.

FORMAS DE PAGO	
Solución	Costo
La única forma de pago con la cuenta el complejo es en efectivo, se propone el negociar con una entidad bancaria y que nos generen el servicio de POS para cobro por medio de tarjetas de crédito o débito, ya que en la zona no existe un cajero automático y esto ocasiona que si los clientes ya no disponen de efectivo no sigan comprando. Bancos cobran un promedio del 3% del subtotal que haya sido cobrado por este medio, adicional se puede crear promociones con tarjetas de crédito emitidas en la entidad bancaria, aumentaría la publicidad referente al alojamiento.	3% sobre la venta

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.9.3 Prioridad BAJA

Tabla 30. Mejoramiento problema BODEGA

BODEGA	
Solución	Costo
El complejo cuenta con una bodega donde se mezclan blancos, productos de limpieza de habitaciones y piscina, herramientas para manenimiento, etc. Se porpone el ubicar los materiales exclusivos para habitaciones en una bodega cercana al edificio de cuartos, ya que la actual está a 300 metros y genera incomodidad de llevar las cosas y no se optinza el espacio, esto no genera costos ya que si existe un espacio para ocupars.	\$0.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Tabla 31. Mejoramiento problema TEMPORADAS

TEMPORADAS	
Solución	Costo
Diferenciar la temporada alta de baja, en temporada baja internamente se ofrecerá porcentajes dedescuento a la tarifa RACK, en tempradas altas se mantendrá el precio establecido, al mejorar las habitaciones el precio de por sí se deberá aumentar ya que actualmente se cobra \$15.00 por adulto, la tarifa RACK propuesta es de \$22.00 por adulto.	\$0.00

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.10 Evaluación Financiera de la Propuesta

Ingresos por Habitaciones Esperado sin Proyecto

Ingresos por Habitaciones Esperado sin Proyecto				
Año	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 8.837,00	\$ 9.720,00	\$ 14.968,00	\$ 16.165,44
Costo de Ventas	\$ 2.555,27	\$ 2.810,80	\$ 3.121,80	\$ 3.371,54
Utilidad Bruta	\$ 6.281,73	\$ 6.909,20	\$ 11.846,20	\$ 12.793,90
Gastos Administrativos	\$ 3.504,00	\$ 3.816,00	\$ 4.080,00	\$ 4.248,00
Flujo Operacional	\$ 2.777,73	\$ 3.093,20	\$ 7.766,20	\$ 8.545,90
% Ocupación	13,45%	14,79%	22,78%	11,87%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Podemos observar que el crecimiento del 2013 respecto al 2012 fue del 10% siendo un valor promedio en las empresas ecuatorianas, el crecimiento del 2014 con respecto al 2013 fue inusual ya que por dos meses consecutivos el complejo pasó con una ocupación del 100% porque trabajadores de los proyectos hidroeléctricos las arrendaron por estudios que se realizaban en la zona, después de este suceso se incrementaron 7 camas más para poder albergar a más trabajadores, pero dicho suceso no volverá a suceder con un tiempo tan prolongado ya que sus estudios siguen avanzando hacia el Oriente y las camas se incrementaron de forma permanente y se complica el llenar estos espacios.

Tabla 32. Costos de la aplicación de la propuesta

Costos de la aplicación de la propuesta			
Propuesta	Tiempo	Precio Unit.	Total
Administrador	1 año	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Blancos	3 años	\$ 466,67	\$ 466,67
Capacitaciones	96 horas	\$ 25,00	\$ 2.400,00
Marketing	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Señalización	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Total			\$ 5.105,67

3.11 Para obtener los costos de la propuesta se tomó las siguientes variantes:

- El actual administrador percibe un sueldo de \$850, debido a que se busca mejorar, no solo a infraestructura sino también la gestión se propone contratar un administrador el mismo que tenga experiencia en cargos similares, y por ende el sueldo sería mayor, es decir \$1000.
- Se estima que los blancos se depreciaran en tres años, razón por la cual el valor no se incrementara, tomando así que el costo se lo dividirá para el número de años.
- En cuanto a las capacitaciones, estas se impartirán dos días al mes siendo 4 horas por día teniendo la duración de doce meses.
- El marketing que se pretende realizar tendrá un costo de \$ 149, siendo este un servicio permanente durante el periodo que así desee la empresa.
- Y la señalización es un valor permanente, a menos de que se cree una nueva infraestructura, siendo su valor de \$290.

Tabla 33. Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto

Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto				
Año	2012	2013	2014	2015
Valor	\$ 8.837,00	\$ 9.720,00	\$ 14.968,00	\$ 22.452,00
Costo de Ventas	\$ 2.555,27	\$ 2.810,80	\$ 3.121,80	\$ 8.227,47
Utilidad Bruta	\$ 6.281,73	\$ 6.909,20	\$ 11.846,20	\$ 14.224,53
Gastos Administrativos	\$ 3.504,00	\$ 3.816,00	\$ 4.080,00	\$ 4.248,00
Flujo Operacional	\$ 2.777,73	\$ 3.093,20	\$ 7.766,20	\$ 9.976,53
% Ocupación	13,45%	14,79%	22,78%	15,65%

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanca

Con el proyecto se espera tener un crecimiento parecido al del 2014, ya que al tener publicidad en redes sociales se espera tener mayor acogida y venta en alojamiento,

para el año 2015 se estima obtener un incremento del 50% debido al mejoramiento de las habitaciones, ya que al tener una mejor calidad del servicio y presentación del producto se tendrá un mayor precio por huésped.

3.12 Estado de Resultados

Tabla 34. Ingreso por habitaciones esperando sin proyecto

Ingresos por Habitaciones Esperado sin Proyecto				
Año	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 8.837,00	\$ 9.720,00	\$ 14.968,00	\$ 16.165,44
Costo de Ventas	\$ 2.555,27	\$ 2.810,80	\$ 3.121,80	\$ 3.371,54
Utilidad Bruta	\$ 6.281,73	\$ 6.909,20	\$ 11.846,20	\$ 12.793,90
Gastos Administrativos	\$ 3.504,00	\$ 3.816,00	\$ 4.080,00	\$ 4.248,00
Utilidad Operacional	\$ 2.777,73	\$ 3.093,20	\$ 7.766,20	\$ 8.545,90
Participación Trabajadores 15%	\$ 416,66	\$ 463,98	\$ 1.164,93	\$ 1.281,88
Utilidad nate de Impuestos	2361,07	2629,22	6601,27	7264,01
Impuesto a la Renta 25%	590,27	657,31	1650,32	1816,00
Utilidad del Ejercicio	1770,80	1971,92	4950,95	5448,01
Reserva Legal 5%	88,54	98,60	247,55	272,40
Utilidad Neta	1682,26	1873,32	4703,40	5175,61

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

3.12.1 Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto

Tabla 35. Ingresos por habitaciones esperando con proyecto

Ingresos por Habitaciones Esperado con Proyecto				
Año	2012	2013	2014	2015
Valor	\$ 8.837,00	\$ 9.720,00	\$ 14.968,00	\$ 22.452,00
Costo de Ventas	\$ 2.555,27	\$ 2.810,80	\$ 3.121,80	\$ 8.227,47
Utilidad Bruta	\$ 6.281,73	\$ 6.909,20	\$ 11.846,20	\$ 14.224,53
Gastos Administrativos	\$ 3.504,00	\$ 3.816,00	\$ 4.080,00	\$ 4.248,00
Flujo Operacional	\$ 2.777,73	\$ 3.093,20	\$ 7.766,20	\$ 9.976,53
Participación Trabajadores	\$ 416,66	\$ 463,98	\$ 1.164,93	\$ 1.496,48
Utilidad nate de Impuestos	2361,07	2629,22	6601,27	8480,05
Impuesto a la Renta 25%	590,27	657,31	1650,32	2120,01
Utilidad del Ejercicio	1770,80	1971,92	4950,95	6360,04
Reserva Legal 5%	88,54	98,60	247,55	318,00
Utilidad Neta	1682,26	1873,32	4703,40	6042,04

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

El estado de resultados es una herramienta de evaluación, que refleja el beneficio o pérdida real de una empresa; para el análisis tomamos datos sobre las ventas, los costos y los gastos en los que incurre la empresa para determinar la utilidad operacional, a esa se le disminuyen los porcentajes de la participación de los trabajadores, impuesto a la renta y la reserva legal dejando como resultado la utilidad o la pérdida neta.

3.12.2 Análisis de Resultados

Se presenta un cuadro comparativo con los flujos de caja, ventas y utilidad neta, para mostrar los resultados con y sin la aplicación del proyecto. Los resultados que se muestran con la aplicación del proyecto demuestran que el beneficio para la empresa es mayor.

Tabla 36. Análisis de Resultados

Ánalysis de Resultados		
2015	Sin Proyecto	Con Proyecto
Flujo de Caja	\$ 8.545,90	\$ 9.976,53
Ventas	\$ 16.164,44	\$ 22.452,00
Utilidad Neta	\$ 5.175,61	\$ 6.042,04

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

Podemos observar, que a pesar de tener una mayor venta, únicamente conseguimos una utilidad mayor en \$ 866,43 con relación a la utilidad esperada sin el proyecto.

Pero se debe tomar en cuenta que este proyecto espera lograr mayores resultados a largo plazo, para el 2016 ya no existirá el costo tan alto en capacitaciones ni el rubro por señalización, las ventas serán mayores año tras año y los costos se verán normalizados, sin el proyecto no tienen un presupuesto establecido en el cual basarse.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- De la investigación realizada en la empresa “Ter Jamanco” se llega a la conclusión que la empresa no cuenta con un adecuado manejo de procesos operativos y administrativos, ya que este complejo se maneja de forma empírica desde su apertura hasta la actualidad, utilizando procesos mínimos, y sin herramientas para una buena administración, por lo que no ha explotado su espacio y sus recursos.

Tomando en cuenta que la parte administrativa debe ser el eje conductor, el mismo que tenga conocimiento de la industria hotelera y pueda expandir ese conocimiento no solo a la parte laboral sino accionaria, ayudando a que el personal conozca un poco más de las técnicas de servicio, y sea una guía para lograr más productividad y competitividad dentro del mercado.

Empezar a realizar un análisis global de lo que se ha logrado en el transcurso de estos años y de esa forma poder tener un control real de cómo se está manejando la empresa, conocer sus técnicas de administración y si no las hay tratar de ir las implantando poco a poco.

Explotar el recurso natural existe, la diversidad de flora, fauna, paisajes únicos de la región, captando la atención de posibles futuros clientes.

- Después de haber realizado un análisis del complejo turístico “Ter Jamanco” se encuentran oportunidades de mejoramiento para su mejor funcionamiento las

cuales brinden un servicio de calidad a sus clientes, basándose en las encuestas y entrevistas elaboradas se puede conocer que hay muchas cosas por mejorar, y este documento podría ser de alguna manera una guía para poder conocer sus errores así como sus aciertos, cabe recalcar además que cuenta con un FODA muy claro del que se puede sacar una conclusión general en cuanto a la empresa.

Valorar todo el trabajo que han hecho en este tiempo y mostrar que aún hay mucho más por lograr y por mejorar, que es momento de enfocarse en un objetivo en conjunto, ya que conociendo la realidad de la empresa tanto en sus debilidades como amenazas se pueda desarrollar estrategias que contrarresten este mal, y sean quienes incrementen las fortalezas y oportunidades que como compañía tiene.

- Se espera que con el plan de mejoramiento se tenga beneficios como; que los empleados conozcan mejor los objetivos de la empresa, quienes son, hacia donde van y cómo piensan lograr lo que se proponen. Luego que sepan cuáles son sus funciones y responsabilidades específicas dentro de la hostería para que no haya retraso en la entrega del servicio, ni confusión entre ellos.

Finalmente se pudo evaluar cuáles son las necesidades prioritarias que tiene el Complejo “Ter Jamanco” proponer posibles soluciones las mismas que han considerado como prioridades altas, medias, y bajas con su respectivo costo, ya que es un valor que la empresa deberá asumir para poder obtener mejoras. En cuanto a los estados financieros no hay una utilidad alta, ya que se están incluyendo los costos de la mejora en la proyección, de igual manera se están presentando una descripción de procesos bien detallada para que basándose en lo presentado puedan tener una pauta para asignar funciones y cumplir los procesos

Recomendaciones

- Para el complejo “Ter Jamanco “ es importante cambiar de administrador, ya que la persona actual no es la más capacitada para ocupar este puesto, así también hablar con todos los accionistas para que estos entiendan que mientras mayor inversión se haga mayores serán las ganancias a largo plazo no de manera inmediata.
- Socializar con los trabajadores y darles a conocer como se encuentra la empresa en la actualidad, que sientan incluidos dentro de la empresa que no simplemente sean trabajadores, que generen ideas para mejorar su área, su entorno de trabajo, que sea escuchados por parte del directorio, ya que los trabajadores son la imagen de empresa como tal.
- Se recomienda de manera urgente capacitación para todo el personal del establecimiento, ya que así se puede mejorar el servicio, aplicar procesos en cada una de las áreas ya que con esto paso se permitirá optimizar tiempo y recursos.
- Finalmente otra recomendación que se hará es que parte de las ganancias no se la utilice únicamente para la repartición a los socios sino para la reinversión tanto en mobiliario, infraestructura, bodegas etc. Dar una charla a los accionistas para que conozcan la forma de mantener una empresa, las obligaciones y derechos que como dueños tienen.

Bibliografía


- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Definición. (15 de diciembre de 2014). *Definición de Alojamiento*. Recuperado el Enero de 2014, de <http://definicion.de/alojamiento/#ixzz37DdLMWhf>
- Definición. (15 de diciembre de 2014). *Definición de Proceso*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/proceso.php>
- Deming, E. (1996). *Mejoramiento continuo*. México: Mc Graw Hill.
- ECUALE. (15 de diciembre de 2014). *Papallacta*. Recuperado el 05 de Enero de 2014, de <http://www.ecuale.com/napo/papallacta.php>
- EUSTAT. (10 de diciembre de 2014). *Establecimiento Hotelero*. Recuperado el Diciembre de 2013, de http://www.eustat.es/documentos/opt_0/tema_101/elem_4814/definicion.html
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad*. México: CENGAGE Learning.
- Gerencia Estratégica. (15 de diciembre de 2014). *Diagnóstico Estratégico*. Obtenido de <http://jennyadrianamoreno.blogspot.com/p/modelo-general-e-gerencia-estrategica.html>
- Hernández, C. (2009). *Calidad en el Servicio*. México: Trillas.
- Know. (2013). Recuperado el 09 de 02 de 2014, de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/diagramacausaefecto.htm>
- MINTUR. (2002). Reglamento general de actividades turísticas. Ecuador: Registro Oficial. Recuperado el 25 de Noviembre de 2013
- Reyes, E. (15 de diciembre de 2014). *Administración Hotelera*. Recuperado el Diciembre de 2013, de www.infoadmohotels.blogspot.com

SENA. (22 de noviembre de 2014). *Gestión de Evaluación y Control*. Recuperado el
Diciembre de 2013, de [http://www.sena.edu.co/transparencia/gestion-de-
evaluacion-control/Paginas/plan%20de%20mejoramiento.aspx](http://www.sena.edu.co/transparencia/gestion-de-evaluacion-control/Paginas/plan%20de%20mejoramiento.aspx)

Universidad del Turabo. (7 de Enero de 2014). *Biblioteca Virtual*. Obtenido de
<http://bibliotecavirtualut.suagm.edu>

Anexos

Anexo 1. Instructivo de Proceso para Check in.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS			
 TERJAMANCO S.A. <small>Registro de M.C. S.E.U.C.I.C. Q. 12.000049</small>			
TER JAMANCO		Identificación : Jamanco-002	
		Página 1 AL 3	
		Revisión :	
SECCIÓN: Bodega Ama de Llaves			
PROCEDIMIENTO: Como guardar correctamente los Blancos			
ÍNDICE OBJETIVO RESPONSABLE 3. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
	ELABORADO	REVISADO	APROBADO
NOMBRE	Ana Cristina Guano		

Elaborado por: Ana Cristina Guano M.

Fuente: Complejo Ter Jamanco

MANUAL DE PROCEDIMIENTO

1.-OBJETIVO:

-Guardar de una mejor manera la lencería, Amenities y Químicos de limpieza para que no exista contaminación y sea de fácil control.

2.-RESPONSABLE:

Administración:

- Registrar a los huéspedes, controlar el ingreso, segmentar bajo parámetros y planificar estrategias futuras.

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

QUIÉN	QUÉ	CÓMO	REGISTRO
Administración	Llenar el Formato	Dar la bienvenida al huésped, explicar los beneficios del hospedaje, verificar que todos los datos sean contestados, cobro por los servicios de alojamiento.	Formato de Check In
Cajera	Facturación y Archivar el formato.	Dar salida a los huéspedes, cobro por consumos adicionales si los hubiere, facturación por los servicios ofertados y archivar el formato de Check in bajo parámetros establecidos por Administración.	Factura y Archivo

Anexo 2. Organizaciones públicas y privadas que actúan en el reglamentar, controlar y apoyar el sector de alojamiento en la parroquia de Papallacta.

Entidad	Requisitos	Formulario
Gobierno Autónomo Descentralizado de Quijos	<p>Licencia Única Anual de Funcionamiento.</p> <p>Certificado de pago del uno por mil (del valor de activos para las personas jurídicas y para las personas obligadas a llevar contabilidad.)</p> <p>Certificado de registro (es gratuito cuando el local ya está registrado, si es nuevo paga el valor dl registro)</p> <p>Patente municipal (ordenanza del 16 de marzo del 2013)</p> <p>Copia del RUC</p> <p>Certificado de no estar adeudando al gobierno autónomo descentralizado.</p> <p>Copia de la CI y papeleta de votación del propietario o representante legal.</p> <p>Copia de la escritura del local.</p> <p>Certificado del cuerpo de bomberos.</p>	
Ministerio de Turismo	<p>Certificado de registro</p> <p>Copia del RUC</p> <p>Copia a color de la Cédula de Ciudadanía y Certificado de votación del Representante Legal.</p> <p>Escritura o contrato de arrendamiento del local.</p> <p>Lista de precios (tarifas de alojamiento)</p> <p>Certificación del pago del uno por mil.</p>	
	Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el	

Servicio de Rentas internas	<p>representante legal.</p> <p>Original y copia de la escritura pública inscrita en el registro mercantil.</p> <p>Original y copia o copia certificada del nombramiento del Representante Legal, notariado y con reconocimiento de firmas.</p> <p>Original y copia de hojas de datos generales otorgados por la Superintendencia de Compañías.</p> <p>Identificación del representante legal y gerente general. Para ecuatorianos copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación a color.</p>	
Ministerio de Salud	<p>Certificado de Salud</p> <p>Copia del RUC</p> <p>Copia de CI, y papeleta de votación del representante legal.</p> <p>Permiso del cuerpo de bomberos.</p> <p>Copia de la patente municipal.</p> <p>Croquis del establecimiento</p> <p>Informe del inspector de salud.</p> <p>Certificado de salud ocupacional de los empleados.</p>	
Cuerpo de Bomberos	<p>Informe favorable de inspección (que los extintores estén listos para operar)</p> <p>Pago en base a categorías</p>	
IESS	<p>Copia de la Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación del Patrono.</p> <p>Copia del Contrato de Trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Relaciones Laborales</p> <p>Copia del último comprobante de pago de luz, agua o teléfono.</p>	
Ministerio del Ambiente	<p>Certificado de intersección y categorización</p> <p>Ubicación y nombre del proyecto</p> <p>Dirección</p> <p>Breve descripción del Proyecto.</p> <p>Copia de la Cédula de Ciudadanía y certificado de votación del representante legal.</p> <p>Original de la papeleta de depósito en la cuenta corriente del Ministerio del Ambiente.</p>	

Elaborado por: Ana Cristina Guano M

Fuente: Complejo “Ter Jamanco”

Anexo 3. Análisis de las Organizaciones Públicas.

Orden	Organización	Tipo de Relación	Cumple	Oportunidad o Amenaza	Grado de Impacto
01	Gobierno Autónomo Descentralizado de Quijos	Licencia Única Anual de Funcionamiento Patente Municipal	Si	Oportunidad	Alto
02	Ministerio de Turismo	Certificado de Registro Pago del uno por mil	Si	Oportunidad	Alto
03	Servicio de Rentas Internas	RUC Recaudación de Impuestos	Si	Oportunidad	Alto
04	Ministerio de Salud Pública	Certificado de Salud Carnet de Salud Ocupacional Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria	Si	Oportunidad	Alto
05	Cuerpo de Bomberos	Permiso de Funcionamiento Normas de seguridad	No	Amenaza	Medio
06	IESS	Afiliación de los Trabajadores	Si	Oportunidad	Alto
07	Ministerio del Ambiente	Certificado de Intersección Normas Ambientales	No	Amenaza	Medio

Elaborado por: Ana Cristina Guano


Fuente: Héctor Gonzales

Anexo 4. Listado de Clientes

Aplicación del Principio de Pareto para el Analisis del Clientes

Andrés Lucio	Johmar Salas	Mayra Sandoval
Esteban Secairo	Oscar Guayasamin	Jonathan Camino
Romel Andrade	Bertha Carrera	Cristian Cevallos
Horlando Mier	Edgar Chavez	Christofer Cevallos
Santiago Venavides	Ossevata	Diego Valenzuela
Wilson Cárdenas	Guillermo Lujan	Daniela Ruiz
Alan Baez	Ivan Valencia	Alan Baez
Simón Quintero	Cristobal Benitez	Ramiro Bedon
Victor Hugo Andina	Ricardo Lopez	Jose Aguinda
Cesar Montalvo	Oswaldo Jaramillo	Amilcar Vinueza
Wendy Macias	Roberto Mieles	Enrique Roman
Luis Camposano	Milton Bustamante	Anabel Herrera
Klever Imbaquingo	Ignacio Espinoza	Wladimir Robalino
Cecilia Aguilar	Sofia Gonzales	Marco Valencia
Emerson Taco	Nicole Nicahualpa	Cecilia Aguas
Nataly Chicaiza	Fernado Cabrera	Vinicio Poveda
Alexandra Carrasco	Maria Palacios	Mayra Sandoval
Jhomar Aguilar	Adriana Tulcanaza	Jonathan Camino
Ernesto Ruiz	Lennin Cobos	Cristian Cevallos
Pablo Coro	Patricia Ruano	
José Luis Columbo	Giovanni Loor	
Carmen Ruiz	Manuela Alulema	
Ligia Cotacachi	Santiago Gonzales	
Brunings	Efrain Gallegos	
Vinicio Rivadeneira	Alberto Martinez	
Gerardo Chunata	Carlos Almendariz	
Eldis Pinahuerta	Christofer Cevallos	
Fan Ruzhi	Diego Valenzuela	
Henry Salgado	Daniela Ruiz	
Guillermo Haro	Alan Baez	
Lauro Miranda	Ramiro Bedon	
Miguel Angel Mendoza	Jose Aguinda	
Fanny Bernal	Amilcar Vinueza	
Yohanna Louise	Enrique Roman	
Francisco Galindo	Anabel Herrera	
Gino Guzman	Wladimir Robalino	
Marco Perez	Marco Valencia	
Cristian Cordova	Cecilia Aguas	
Saul Tipantiza	Vinicio Poveda	


Anexo 5. Permiso de Bomberos

 **BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN QUIJOS**
DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN RUC.: 1560509380001 **2015** 000519
CERTIFICADO PARA EL PAGO EN TESORERÍA

POR \$ 202.70

Sr. Recaudador del Cuerpo de Bomberos del Cantón Quijos sírvase cobrar la suma de: doscientos dos con 70 céntimos

Al sr. Juan González por concepto de P. Funcionamiento del Complejo Termal Jamanco ubicado en Papallacta - Jamanco de acuerdo al informe N° 345 con fecha 26-01-2015

Elaborado por B. R. O. Boada Firma  Fecha 02-02-2015
RUC: 1792326926001

 **BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN QUIJOS**
RUC: 1560509380001 **2015** 000526
QUIJOS - NAPO
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

El Cuerpo de Bomberos del Cantón Quijos y el Departamento de Prevención y Control de Flagelos, luego de haber realizado la inspección y considerando que en este local se cumplen con las medidas de Defensa Contra Incendios extiende a

RAZÓN SOCIAL Termal Jamanco

REPRESENTANTE LEGAL Juan González

R.U.C.I. 1792326926001 CATEGORÍA:

DIRECCIÓN/DIRECCIÓN Papallacta - Jamanco

ACTIVIDAD Complejo

 
PRIMERO JEFE DE BOMBEROS DEL CANTÓN QUIJOS

 
COMANDANCIA