



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE

ADMINISTRACIÓN HOTELERA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN
HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA PARA EL LEVANTAMIENTO DE LOS PROCESOS EN EL ÁREA
DE ALOJAMIENTO Y CREACIÓN DE UN MANUAL PARA EL CENTRO DE
CONVENCIONES Y HOSTERÍA MONTE SELVA EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA
SANTA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS
EMPRESAS DE ALOJAMIENTO**

DISEÑO Y MEJORAMIENTO CONTÍNUO DE NUEVOS

PRODUCTOS, SERVICIOS Y PROCESOS DE ATENCIÓN

AL CLIENTE - HÚESPED

AUTORA: SAGÑAY PÉREZ CARMEN GABRIELA

DIRECTORA: ING. DOBRONSKY MARÍA FERNANDA

QUITO - ECUADOR

JUNIO - 2015

AUTORÍA

Asumo el compromiso del proyecto: “Propuesta para el levantamiento de los procesos en el área de alojamiento y creación de un manual para el Centro de Convenciones y Hostería Monte Selva en la ciudad de Baños de Agua Santa”, siendo el contenido en la siguiente tesis responsabilidad de la autora

Carmen Gabriela Sagñay Pérez

CERTIFICADO

Certifico que la presente tesis ha sido desarrollada por la señorita Carmen Gabriela Sagñay Pérez, bajo mi supervisión y dirección.

Ing. María Fernanda Dobronsky

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi Dios por su infinita bondad, por la vida, por la salud, la sabiduría, por regalarme momentos maravillosos en mi camino, por reprenderme como su hija cuando lo he necesitado. Gracias Señor por permitirme cumplir una meta más en mi vida.

A mis Padres, Jorge y Carmen por su infinito amor, por haber sembrado en mí valores que me han ayudado en mi caminar diario, por dedicar su tiempo y esfuerzo en formarme como una mujer de bien, por siempre estar cuando los necesito.

A mis queridos hermanos: Alexandra, Jorge, Brenda y Tatiana por estar siempre a mi lado, porque cada uno de ustedes me han apoyado con su amor y confianza, gracias por todo y a pesar de las peleas, somos hermanos y siempre estaré con ustedes.

Agradezco a Silvia Díaz, por su cariño, por todos aquellos consejos que no me dejaron decaer para que siga adelante, para que siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

A mis amigas Mayra, Ivonne, Dayana, Anita con quienes compartimos alegrías, tristezas, locuras, y sobre todo una gran hermandad aquella que nació en las aulas de la universidad, gracias ñañas por siempre apoyarme y compartir conmigo la alegría de que esta meta se haga realidad.

A mi hijo Anthony Gabriel, por soportar largas horas sin entender a su corta edad, por qué mamá pasaba mucho tiempo frente al computador y no jugando a la pelota con él, gracias hijo por tu paciencia y por los hermosos momentos en los que con solo tu sonrisa me llenaba de ánimo y fuerzas.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, mis recordados profesores por abrirme las puertas y llenar cada minuto de sabiduría y conocimiento con los que hoy alcanzo una formación profesional para servir a mi país.

De manera especial a la Ingeniera María Fernanda Dobronsky, por su disposición, tiempo y apoyo en el desarrollo de la presente tesis.

A la Ingeniera Pilar Medina, Gerente General del Grupo Monte Selva, por la confianza en permitirme realizar mi tesis en su prestigiosa Hostería Monte Selva en la ciudad de Baños de Agua Santa.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al forjador de mi camino, a mi Dios, él que me alienta en mis alegrías y siempre me levanta de mis tropiezos.

A mis padres, familia y amigos, por brindarme sus consejos, por estar siempre en los momentos buenos y malos con su amor, paciencia y comprensión.

Y en especial mi dedicación va para mi hijo Anthony Gabriel, quien desde el momento que llego a mi vida se convirtió en la razón de que me levante cada día, esforzándome por el presente y el mañana, gracias a tu cariño que son los detonantes de mi felicidad, de mis ganas de buscar lo mejor para ti, aun a tu corta edad me has y me sigues enseñando lo hermoso de la vida.

Haz sido la mayor motivación para concluir con este proyecto de tesis.

Gracias, mi bebé...

Gabriela Sagñay P.

INDICE DE CONTENIDOS

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	i
Enunciado del Problema:	i
Formulación del Problema.	ii
II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	iii
Objetivo General:	iii
Objetivos Específicos:	iii
III. JUSTIFICACIÓN.	iii
IV. MARCO REFERENCIAL.	iv
Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas).	iv
Marco Conceptual.	vii
V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	xii
Tipo de Investigación.	xii
Método de Investigación.	xiii
<u>CAPITULO I</u>	1
1. GENERALIDADES.	1
1.1. Antecedentes históricos de la hotelería.	1
1.2. Historia de la hotelería en el Ecuador	3
1.3. Ley de turismo y Reglamento general de Actividades Turísticas	6
1.4. Provincia de Tungurahua	8
1.4.1. Volcán Tungurahua	8
1.4.2. Cantón De Baños	9
1.4.2.1. Historia de Baños	9
1.4.2.2. Ubicación de Baños	10

1.4.2.3.	Aventura en Baños	11
1.4.2.4.	Descanso en Baños	12
1.4.2.5.	Diversión en Baños	12
1.5.	Marco conceptual	13
1.5.1.	Amenazas	13
1.5.2.	Análisis Situacional Estratégico	13
1.5.3.	Capacidad Administrativa	14
1.5.4.	Capacidad Productiva	14
1.5.5.	Clientes	15
1.5.6.	Competencia	15
1.5.7.	Debilidades	15
1.5.8.	Diagnóstico estratégico	15
1.5.9.	Entorno Externo	16
1.5.10.	Entorno Interno	16
1.5.11.	Factor Ambiental	16
1.5.12.	Factor Económico	17
1.5.14.	Factor Social	17
1.5.15.	Fortalezas	17
1.5.16.	Macro ambiente	17
1.5.17.	Manual.	18
1.5.18.	Manual de procedimientos	18
1.5.19.	Mejoramiento continuo	19
1.5.20.	Microambiente	19
1.5.21.	Oportunidades	19
1.5.22.	Perfil de Capacidad Interna (PCI)	20
1.5.23.	Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)	20
1.5.24.	Proceso	20

1.5.25.	Producto Interno Bruto (PIB)	23
1.5.26.	Productos sustitutos	23
1.5.27.	Proveedores	24
1.5.28.	Segmento de mercado.	24
1.6.	El área de alojamiento enfocado como un proceso	24

CAPITULO II **27**

2.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LA HOSTERÍA MONTESELVA	27
2.1.	Hostería Monte Selva	27
2.2.	Misión	27
2.3.	Visión	27
2.4.	Organigrama estructural actual de la Hostería Monte Selva	28
2.5.	Departamentos Administrativos	29
2.6.	Servicios que ofrece la Hostería Monte Selva	31
2.7.	Análisis del Área de Alojamiento	32
2.7.1.	Departamento de Recepción	32
2.7.2.	Departamento de Ama de llaves	33
2.7.3.	Habitaciones	33
2.7.3.1.	Tarifa de habitaciones	34
2.7.3.2.	Equipamiento de habitaciones	35
2.7.3.3.	Linos	35
2.7.4.	Áreas Públicas	35
2.7.5.	Lavandería	35
2.8.	Análisis Situacional Estratégico	36
2.8.1.	Entorno Externo	36
2.8.1.1.	Macro ambiente	36

2.8.1.1.1. Factor Político	36
2.8.1.1.2. Factor Económico	38
2.8.1.1.3. Factor Social	39
2.8.1.1.4. Factor Ambiental	40
2.8.1.2. Microambiente	40
2.8.1.2.1. Clientes	41
2.8.1.2.2. Proveedores	41
2.8.1.2.3. Competencia	42
2.8.1.2.4. Productos sustitutos	42
2.8.2. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)	43
2.8.3. Entorno Interno	44
2.8.3.1. Capacidad Administrativa	44
2.8.3.2. Capacidad Productiva	45
2.8.4. Perfil de Capacidad Interna (PCI)	45
2.9. Diagnóstico estratégico	46
2.9.1. Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas	46
2.9.1.1. Ambiente externo	46
2.9.1.2. Ambiente interno	47
2.10. Análisis del Sector	47
2.10.1. Segmento de mercado.	48
2.10.1.1. Universo	49
2.10.1.2. Tamaño de la muestra	49
2.10.2. Cliente Externo	51
2.10.2.1. Objetivo de las encuestas realizadas a los clientes-huéspedes	51
2.10.2.2. Fuente de información	51
2.10.2.3. Diseño de la encuesta	51
2.10.2.4. Tabulación de la encuesta realizada a los clientes- huéspedes	54

2.10.2.5.	Consolidación de resultados, Cliente Externo	66
2.10.2.6.	Conclusiones de la Encuesta al cliente externo	69
2.10.3.	El cliente interno	70
2.10.3.1.	Objetivo de la encuesta a los empleados	70
2.10.3.2.	Fuente de información	70
2.10.3.3.	Diseño de la encuesta	70
2.10.3.4.	Tabulación y análisis de resultados	73
2.10.3.5.	Consolidación de resultados, Cliente Interno	83
2.10.3.6.	Conclusiones encuesta cliente interno	86
2.10.4.	Objetivo de entrevista al Administrador	87
2.10.4.1.	Formato de la entrevista	87
2.10.4.2.	Conclusión de la entrevista.	90
2.10.5.	Guía de observación	91
2.10.5.2.	Objetivo de la guía de observación	91
2.10.5.3.	Conclusión guía de observación	93
2.10.6.	Priorización de Estrategias	93

CAPITULO III **100**

3.	PROPUESTA PARA EL LEVANTAMIENTO DE LOS PROCESOS EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO Y CREACIÓN DE UN MANUAL PARA EL CENTRO DE CONVENCIONES Y HOSTERÍA MONTE SELVA EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA.	100
3.10.	Objetivos	100
3.11.	Políticas	100
3.12.	Operatividad de las estrategias	101
3.13.	Desarrollo del manual de procesos	111

3.14.	Nuevo organigrama del Departamento de Ama de llaves_____	112
3.15.	Identificación y levantamiento de procesos y creación del manual _____	113
3.15.4.	Departamento de <i>Front Desk</i> _____	113
3.15.4.2.	Estándares de tiempos para los procesos _____	113
3.15.4.3.	Perfil de la persona de reservas _____	114
3.15.4.4.	Clases de reservas _____	115
3.15.4.5.	Reservas por internet _____	115
3.15.4.6.	Reservas por teléfono. _____	119
3.15.4.7.	Perfil del recepcionista _____	124
3.15.4.8.	Organización de la Recepción _____	125
3.15.4.9.	Proceso de Bienvenida _____	126
3.15.4.10.	Check-in _____	129
3.15.4.11.	Llamadas telefónicas _____	133
3.15.4.12.	Check-out _____	137
3.15.4.13.	Perfil del botones _____	141
3.15.4.14.	Botones (Check-in) _____	141
3.15.4.15.	Botones (Check-out)_____	146
3.6.2.	Departamento de Limpieza _____	149
3.6.2.1.	Estándares de tiempos para los procesos _____	149
3.6.2.2.	Perfil de la camarera_____	149
3.6.2.3.	Organización del office_____	150
3.6.2.4.	Limpieza Áreas públicas. _____	153
3.6.2.5.	Arreglo del coche_____	157
3.6.2.6.	Ingreso a la habitación. _____	161
3.6.2.7.	Limpieza de habitación (Habitación ocupada). _____	164
3.6.2.8.	Limpieza de habitación (Habitación vacante-sucia)_____	170
3.6.2.9.	Objetos olvidados_____	176

3.6.2.10. Reporte de Habitaciones	180
3.6.2.11. Organización de Linos	184
3.6.2.12. Bodega de suministros de limpieza	187
3.6.2.13. Limpieza profunda.	191
3.6.2.14. Revisión de habitaciones y cabañas.	194
3.6.3. Lavandería	198
3.6.3.1. Perfil del personal de lavandería	198
3.6.3.2. Condiciones de las instalaciones.	198
3.6.3.3. Clasificación de ropa sucia	198
3.6.3.4. Lavado de ropa de habitaciones.	199
3.6.3.5. Lavado de ropa de huéspedes.	203
3.6.3.6. Inventario de lencería	207
3.7. Plan de Capacitaciones	210
3.7.1. Proceso de las capacitaciones	211
3.8. Plan de control de Emergencias	212
3.8.1. Comportamiento en una emergencia	212
3.9. Plan de mejoramiento propuesto	213
3.10. Análisis Económico de la propuesta	215
3.10.1. Análisis Financiero Actual	215
3.10.1.1. Ventas del área de alojamiento año 2014	216
3.10.1.2. Costos del área de alojamiento año 2014	217
3.10.2. Segmentos de mercado de la Hostería	217
3.10.3. Análisis financiero aplicando el mejoramiento	218
3.10.3.1. Concepto de Presupuesto	218
3.10.3.2. Presupuesto para el mejoramiento	218
3.10.4. Proyección de Ventas	222
3.10.4.1. Porcentajes de aumento de población	222

3.10.4.2. Historial de ocupación de la Hostería	226
3.10.4.3. Inflación anual a enero 2015	227
3.10.4.4. Datos totales para obtención de ventas	227
3.10.5. Estado de pérdidas y ganancias año 2014	228
3.10.6. Estado de pérdidas y ganancias año 2015	229
3.10.6.1. Servicios Básicos año 2015	229
3.10.6.2. Salarios año 2015	230
3.10.6.3. Presupuesto comparativo	231
3.10.6.4. Punto de equilibrio sin plan de mejora	233
3.10.6.5. Punto de equilibrio con plan de mejora	233
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	235
BIBLIOGRAFÍA	263

INDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1. Funciones Gerente General _____	237
Anexo N° 2. Contador _____	238
Anexo N° 3. Jefe de Recepción _____	240
Anexo N° 4. Gerente de Mercadeo y Ventas _____	241
Anexo N° 5. Jefe de Mantenimiento _____	242
Anexo N° 6. Chef Ejecutivo _____	243
Anexo N° 7. Capitán Maître _____	245
Anexo N° 8. Intendente de Camareros _____	247
Anexo N° 9. Equipamiento de habitaciones _____	248
Anexo N° 10. Linos _____	251
Anexo N° 11. Áreas públicas _____	253
Anexo N° 12. Página Web: http://www.montselvaecuador.com/ _____	254
Anexo N° 13. Plano de Baños de Agua Santa _____	254
Anexo N° 14. Área de recepción _____	255
Anexo N° 15. Área de habitaciones y cabañas _____	256
Anexo N° 16. Área de recreación _____	258
Anexo N° 17. Centro de Convenciones y Salones _____	259
Anexo N° 18. Restaurante y Bar _____	260
Anexo N° 19. Spa _____	261
Anexo N° 20. Áreas verdes y senderos _____	262

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Categorización de las Hosterías _____	7
Cuadro N° 2. Tiempos para llegar al Cantón de Baños de Agua Santa _____	11
Cuadro N° 3. ¿Qué es un proceso? _____	20
Cuadro N° 4. Factores de un proceso _____	23
Cuadro N° 5. El área de alojamiento como proceso _____	26
Cuadro N° 6. Organigrama estructural actual de la Hostería Monte Selva # 1 _____	28
Cuadro N° 7. Organigrama estructural de la Hostería Monte Selva # 2 _____	29
Cuadro N° 8. Tarifas de Habitaciones _____	34
Cuadro N° 9. Tasas de PIB anual 2011 -2012-2014 _____	38
Cuadro N° 10. Perfil de Oportunidades y Amenazas _____	43
Cuadro N° 11. Perfil de Capacidades Internas _____	45
Cuadro N° 12. Matriz FODA _____	47
Cuadro N° 13. Segmentación de Mercado _____	48
Cuadro N° 14. Demanda Histórica _____	49
Cuadro N° 15. Tamaño de la muestra _____	50
Cuadro N° 16. Encuesta - Cliente Externo _____	52
Cuadro N° 17. Nacionalidad _____	54
Cuadro N° 18. Edad _____	55
Cuadro N° 19. Género _____	56
Cuadro N° 20. Pregunta 2 _____	57
Cuadro N° 21. Pregunta 3 _____	58
Cuadro N° 22. Pregunta 4 _____	59
Cuadro N° 23. Pregunta 5 _____	60
Cuadro N° 24. Pregunta 6 _____	61
Cuadro N° 25. Pregunta 7 _____	62

Cuadro N° 26. Pregunta 8	63
Cuadro N° 27. Pregunta 9	64
Cuadro N° 28. Pregunta 10	65
Cuadro N° 29. Resultados consolidados encuesta – Cliente Externo	67
Cuadro N° 30. Encuesta - Cliente Interno	71
Cuadro N° 31. Cargo	73
Cuadro N° 32. Pregunta 1	74
Cuadro N° 33. Pregunta 2	75
Cuadro N° 34. Pregunta 3	76
Cuadro N° 35. Pregunta 4	77
Cuadro N° 36. Pregunta 5	78
Cuadro N° 37. Pregunta 6	79
Cuadro N° 38. Pregunta 7	80
Cuadro N° 39. Pregunta 8	81
Cuadro N° 40. Pregunta 9	82
Cuadro N° 41. Resultados consolidados - Cliente Interno	84
Cuadro N° 42. Guía de observación	91
Cuadro N° 43. Matriz de Estrategias	94
Cuadro N° 44. Punto crítico: Toma de reservaciones	103
Cuadro N° 45. Punto crítico: Procesos en el Check-in y Check-out	104
Cuadro N° 46. Punto crítico: Demora en el arreglo de habitaciones	106
Cuadro N° 47. Punto crítico: Falta de material oportuno para el proceso de ama de llaves	108
Cuadro N° 48. Punto crítico: Falta de capacitaciones	109
Cuadro N° 49. Contenido del manual de procesos	111
Cuadro N° 50. Estándares de tiempos para los procesos	113
Cuadro N° 51. Proceso de toma de reservas por internet	115
Cuadro N° 52. Proceso de Reservas por teléfono	119

Cuadro N° 53. Proceso de Bienvenida _____	126
Cuadro N° 54. Proceso de Check-in _____	129
Cuadro N° 55. Proceso de llamadas telefónicas _____	133
Cuadro N° 56. Proceso de Check-out _____	137
Cuadro N° 57. Proceso de Botones en Check – in _____	142
Cuadro N° 58. Proceso de Botones en Check – out _____	146
Cuadro N° 59. Estándares de tiempos para los procesos _____	149
Cuadro N° 60. Ropa de habitación y baño _____	151
Cuadro N° 61. Utensilios y productos de limpieza _____	152
Cuadro N° 62. . Detalles de habitación y baño _____	152
Cuadro N° 63. Proceso de Limpieza Áreas públicas _____	153
Cuadro N° 64. Proceso de arreglo del coche _____	157
Cuadro N° 65. Proceso de ingreso a la habitación _____	161
Cuadro N° 66. Proceso de Limpieza de habitación (Habitación ocupada) _____	164
Cuadro N° 67. Proceso de Limpieza de habitación (Habitación vacante-sucia) _____	170
Cuadro N° 68. Proceso de Objetos olvidados _____	176
Cuadro N° 69. Proceso de Reporte de Habitaciones _____	180
Cuadro N° 70. Proceso de Organización de Linos _____	184
Cuadro N° 71. Proceso de Organización Bodega de suministros de limpieza _____	187
Cuadro N° 72. Proceso de Limpieza profunda _____	191
Cuadro N° 73. Proceso de Revisión de habitaciones y cabañas _____	194
Cuadro N° 74. Proceso de Lavado de ropa de habitaciones _____	199
Cuadro N° 75. Proceso de Lavado de ropa de huéspedes _____	203
Cuadro N° 76. Proceso de Inventario de lencería _____	207
Cuadro N° 77. Plan de capacitaciones _____	210
Cuadro N° 78. Plan de mejoramiento propuesto _____	214
Cuadro N° 79. Ventas Totales año 2014 _____	215

Cuadro N° 80. Distribución de las Ventas _____	216
Cuadro N° 81. Ventas del área de alojamiento año 2014 _____	216
Cuadro N° 82. Costos del área de alojamiento año 2014 _____	217
Cuadro N° 83. Segmentos de mercado de la Hostería _____	217
Cuadro N° 84. Inversión de activos físicos _____	219
Cuadro N° 85. Inversión de activos diferidos _____	220
Cuadro N° 86. Salarios del personal para el plan de mejoramiento _____	221
Cuadro N° 87. Total del presupuesto de la propuesta _____	221
Cuadro N° 88. Porcentaje de crecimiento de llegadas de turistas internacionales _____	223
Cuadro N° 89. Porcentaje de turistas en Baños de Agua Santa _____	224
Cuadro N° 90. Proyección de la población 2012 – 2050 _____	225
Cuadro N° 91. Porcentaje total de incremento de turistas _____	226
Cuadro N° 92. Historial de ocupación de la Hostería _____	226
Cuadro N° 93. Datos para obtener las ventas proyectadas al año 2015 _____	227
Cuadro N° 94. Ventas proyectadas para el 2015 _____	228
Cuadro N° 95. Estado de pérdidas y ganancias año 2014 _____	228
Cuadro N° 96. Servicios Básicos año 2015 _____	230
Cuadro N° 97. Salarios año 2015 _____	230
Cuadro N° 98. Presupuesto Comparativo _____	231
Cuadro N° 99. Punto de equilibrio sin plan de mejora _____	233
Cuadro N° 100. Punto de equilibrio con plan de mejora _____	234

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Diamante de Porter _____	40
Gráfico N° 2. Nacionalidad _____	55
Gráfico N° 3. Edad _____	56
Gráfico N° 4. Género _____	57
Gráfico N° 5. Tabulación Pregunta 2 _____	58
Gráfico N° 6. Tabulación Pregunta 3 _____	59
Gráfico N° 7. Tabulación Pregunta 4 _____	60
Gráfico N° 8. Tabulación Pregunta 5 _____	61
Gráfico N° 9. Tabulación Pregunta 6 _____	62
Gráfico N° 10. Tabulación Pregunta 7 _____	63
Gráfico N° 11. Tabulación Pregunta 8 _____	64
Gráfico N° 12. Tabulación Pregunta 9 _____	65
Gráfico N° 13. Tabulación Pregunta 10 _____	66
Gráfico N° 14. Tabulación Cargo _____	73
Gráfico N° 15. Pregunta 1 _____	74
Gráfico N° 16. Pregunta 2 _____	75
Gráfico N° 17. Pregunta 3 _____	76
Gráfico N° 18. Pregunta 4 _____	77
Gráfico N° 19. Pregunta 5 _____	78
Gráfico N° 20. Pregunta 6 _____	79
Gráfico N° 21. Pregunta 7 _____	80
Gráfico N° 22. Pregunta 8 _____	81
Gráfico N° 23. Pregunta 9 _____	82
Gráfico N° 24. Mapa de procesos _____	101
Gráfico N° 25. Nuevo organigrama del Departamento de Ama de llaves _____	112

Gráfico N° 26. Proceso de las capacitaciones _____	211
Gráfico N° 27. Comportamiento en una emergencia _____	213
Gráfico N° 28. Cifras claves, llegada de turistas internacionales al Ecuador año 2014 _____	222
Gráfico N° 29. Llegadas de extranjeros al Ecuador 2010-2014 _____	223
Gráfico N° 30. Proyección de la población 2012 – 2050 _____	225

Propuesta para el levantamiento de los procesos en el área de alojamiento y creación de un manual para el Centro de Convenciones y Hostería Monte Selva en la ciudad de Baños de Agua Santa.

▪ PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Enunciado del Problema:

En la industria turística se ha presenciado un incremento considerable en los últimos años a nivel mundial y nacional; su presencia en el Ecuador se ha venido manifestando con el paso del tiempo y se ha ido perfeccionando, la misma que han tenido efectos positivos en la economía, en especial en la ciudad de Baños que se encuentra a 180 Km de la ciudad de Quito, rodeado de hermosos ríos entre ellos el espectacular Río Pastaza que sirve como escenario para realizar deportes de aventura. Cuenta con un clima caliente húmedo y se encuentra en una altura de 1800 msnm en las faldas del volcán Tungurahua. Baños tiene hermosos paisajes por los cuales es considerado un gran centro de atractivo turístico por sus aguas medicinales y minerales, sus agradables cascadas y la exótica naturaleza que lo rodea.

Las diversas promociones que el Gobierno Central está haciendo para la explotación del turismo ha hecho que se implementen cada vez mayor número de establecimientos de alojamiento (hostales, hoteles y hosterías en su gran mayoría), los cuales ofrecen distintos tipos de servicios para los turistas, a fin de que puedan hospedarse para hacer de su estadía un hecho relajante y poder disfrutar de las comodidades que ofrece cada establecimiento en la ciudad de Baños.

El Centro de Convenciones y Hostería Monte Selva nace en el año de 1975, los Señores Jaime Medina y su esposa Magdalena Ocaña, adquieren el primer lote de terreno en este lugar y empieza la historia de un proyecto que está en desarrollo y cuyas metas avanzan en la medida que se cumplen, empezó entonces la construcción de una casa vacacional para la familia y se construyó una casa con 4 habitaciones, piscina exterior y cancha deportiva; el terreno fue creciendo poco a poco por las diversas adquisiciones que se realizó hasta 1991 que con la participación de su hija Pilar Medina se decide poner este lugar para uso público

y empezar un proyecto hotelero que llevara el nombre de MONTE SELVA; se construyen las cabañas al pie de la montaña, sala de reuniones y recepción, se adapta la casa familiar al servicio del restaurante, cocina y bar; para abrir al público en febrero de 1993 después de 5 etapas de construcción hasta 1999 se construyen las instalaciones de SPA , piscina infantil, 27 habitaciones , bar tropical, sala de reuniones, recepción y oficinas de administración. Un proyecto que va creciendo con el tiempo y ahora cuenta con 40 habitaciones siendo el área de alojamiento el que genera su mayor nivel de ingresos económicos, a pesar de esto el establecimiento necesita establecer los procedimientos para estandarizar el servicio y manejo de las áreas.

La “HOSTERÍA MONTESELVA” cuenta con una categoría de primera, si bien es cierto se encuentra ubicada estratégicamente en el centro de la ciudad, a tres cuadras de la calle principal y en la zona más elegante y segura de la ciudad, pero existen falencias en cuanto a la falta de estándares y normas internacionales en lo que respecta al manejo y servicio de alojamiento, este problema ocasiona que los turistas prefieran a la competencia.

Señalando esta necesidad, es imprescindible elaborar un levantamiento de los procesos en el cual la carencia de conocimientos sea nula, dicho de tal forma se establecerá los estándares de calidad que la industria hotelera lo requiere y que deberán seguir todos y cada uno de los empleados, así como las características de los puestos de trabajo en las áreas de alojamiento.

Formulación del Problema.

Pregunta General:

¿Es factible el levantamiento de los procesos y la elaboración de un manual para el área de alojamiento de la Hostería Monte Selva?

Preguntas Específicas:

- ¿Cuáles son los procesos del área de alojamiento en las Hosterías de primera categoría de la ciudad de Baños de Agua Santa?
- ¿Cuál es el F.O.D.A. que maneja la Hostería, y la percepción que tiene el cliente de la misma?

- ¿Cuáles son los procesos que se efectúan en cada cargo en el área de alojamiento, y cuáles de ellos integran el manual?

▪ **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

Objetivo General:

Desarrollar una propuesta para el levantamiento de los procesos del área de alojamiento y creación de un manual para mejorar el servicio del Centro de Convenciones y la Hostería Monte Selva, buscando altos niveles de rentabilidad y competitividad.

Objetivos Específicos:

1. Diagnosticar la situación actual de los procesos del área de alojamiento de la Hostería Monte Selva ubicada en la ciudad de Baños de Agua Santa.
2. Analizar el F.O.D.A. y la percepción del cliente-huésped de la Hostería Monte Selva para establecer los puntos críticos que existen en los procesos del área de alojamiento.
3. Determinar las políticas, procedimientos y estándares, los mismos que van a mejorar y controlar el desempeño del personal y el rendimiento del establecimiento.

▪ **JUSTIFICACIÓN.**

El Ecuador es el lugar ideal para hacer turismo y deleitarse con la infinidad de lugares para conocer en especial la ciudad de Baños de Agua Santa que tiene una población con 20.000 habitantes, que gracias a su topografía y atractivos naturales es el lugar ideal para realizar deportes de aventura. Las operadoras de turismo locales cuentan con el equipo técnico y logístico calificado, para brindarle una experiencia única y segura.

De acuerdo al municipio la ciudad de Baños cuenta con 162 establecimientos de hospedaje entre hoteles, hosterías, hostales residenciales, hostales, pensiones y moteles los cuales responden a las necesidades que los turistas tanto nacionales como extranjeros requieren en sus estadías.

Debido a la importancia que tiene la Hotelería en el sector económico como generador de divisas y mano de obra, la Hostería MONTE SELVA analiza la necesidad de implementar procesos en el área de alojamiento como también la propuesta para la creación de un manual donde se especifique cada uno de los puestos de trabajo y de esta manera medir: el control de calidad, tiempo, costos y recursos de procesamiento, la adaptabilidad del personal a los cambios; resultando como beneficiarios los propietarios con la satisfacción al turista y por consiguiente a cada huésped, ya que según el Plan del Buen Vivir 2013-2017 en su objetivo número 10, con la política 10.3 con su lineamiento “b” donde dice que: “Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.” Y el lineamiento “g” que menciona: “Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera” dicho de tal manera la Hostería Monte Selva ha visto que el turismo es una actividad importante y sustentable si se maneja adecuadamente.

Por otro lado la investigación será relevante tanto para el turismo como para la Hostería que lo acoge ya que este presentará un trato mucho más personalizado y exacto en cuanto a la actualidad en procesos internacionales sin dejar a un lado el cuidado por el medio ambiente el evitar los impactos que estos cambios pueden ocasionar.

La importancia que direcciona esta investigación es ir incrementando los establecimientos que emprendan hacia nuevos retos de diseño y mejoramiento continuo en cada uno de los productos y servicios que brindas a sus clientes y huéspedes.

▪ **MARCO REFERENCIAL.**

Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas).

Inicios de la Hotelería.

No se ha podido precisar con facilidad una fecha en el que apareció el primer establecimiento dedicado a brindar el servicio de hospedaje pero el mismo es tan antiguo como el hombre mismo, ya que el término desplazamiento ha estado siempre íntimamente vinculado al de alojamiento.

Un factor que influyó en el desarrollo de la industria hotelera fue la necesidad del hombre por viajar, las rutas hechas para el correo y los comerciantes indican que debieron existir sitios para alojarse.

Antiguamente ningún puesto de los que se desempeñan en un hotel se consideraba como una profesión, ni requería de más preparación que la experiencia, por lo que no era necesario comenzar en puestos inferiores y adquirir allí la experiencia, y únicamente grupos reducidos de empleados lograban ascender y la mayoría no llegaban a ver sus deseos coronados con el éxito. (De la Torre F. , 2007, pág. 20)

Siendo en la actualidad la Hotelería considerada como una profesión que ha contribuido a la evolución de la misma industria, ya que de tal forma se busca mejorar los elementos de un establecimiento hotelero de calidad.

En el Ecuador se ve a la hotelería como uno de los principales pilares del turismo en el país contando con un territorio de innumerables espacios turísticos con toda clase de atractivos y lugares de diversión, los cuales deben ir acompañados de buenos y confortables establecimientos hoteleros ya que sin buenas infraestructuras y procesos exactos el turismo no podría subsistir, ya que los turistas buscan una excelente acomodación para que sea el complemento de una estadía exitosa.

Según el acuerdo que emite el Ministerio de Turismo entre las disposiciones dice lo siguiente: considerando,

Que entre las actividades turísticas contempladas en el artículo 5 de la Ley de Turismo se encuentra la de alojamiento y alimento y bebidas, dentro de las cuales el Ministerio tiene la potestad de emitir normativa de regulación y control que permitan fortalecer dichas actividades a fin de que respondan a estándares técnicos y objetivos que permitan la generación de una oferta de calidad y seguridad. (Ministerio de Turismo, 2014, pág. 1)

Dicho de tal forma en la Ley de Turismo del Ecuador especifica que todos los establecimientos hoteleros deben tener una regulación y control para responder a procesos

que conlleven el mejor manejo del turista, con estándares internacionales que generen mayores ingresos para la demanda ecuatoriana.

En la Federación Hotelera Ecuatoriana (AHOTEC) el mismo que trabaja con los establecimientos hoteleros y cuenta con varios objetivos principales donde menciona:

Promover la unión y permanente actividad de las Asociaciones Hoteleras Provinciales afiliadas, procurando el fortalecimiento de éstas, además de; apoyar y defender a las Asociaciones Hoteleras Provinciales, y a sus afiliados, en los asuntos relacionados con su actividad gremial u hotelera, y de; fomentar la difusión de los conocimientos relacionados con la actividad hotelera y la actividad turística en general, a fin de conseguir la profesionalización de los servicios. (Hoteles Ecuador, 2004, pág. 1)

En el Ecuador existen varios entes que se dedican a la profesionalización de un mejor trabajo para la hotelería y el turismo en general, que orientan a mejorar la atención para el cliente.

Perfil de Baños de Agua Santa.

Baños de Agua Santa se encuentra ubicado en una de las zonas más privilegiadas del país contando con innumerables puntos para un turismo de historia, aventura, religión con grandes riquezas naturales que acogen a los turistas que disfrutan de cada uno de sus rincones.

El lugar de visita obligado para todo viajero amante de la aventura, el descanso, la espiritualidad y la diversión, es Baños de Agua Santa; un cantón que se matiza con el verdor de sus montañas y se endulza con el néctar de orquídeas y melcochas. Enclavado en una meseta basáltica, bañado por el torrencioso río Pastaza y al pie del majestuoso volcán Tungurahua (en actividad eruptiva desde el 1999); ubicado estratégicamente dentro del corredor ecológico Llanganates - Sangay lo que hace que su flora y fauna sea generosa para el encanto visual de los miles de visitantes, debido a su majestuosidad natural, este cantón obtuvo el galardón denominado “Baños, un regalo para la tierra” otorgado por la WWF. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa, 2013)

El Municipio de la ciudad de Baños de Agua Santa se ha preocupado por conformar una gran gama de servicios que se dedican al turismo ya que al encontrarse esta ciudad entre las más turísticas por contar con maravillosos lugares turísticos que atraen tanto al turista nacional como internacional que se deleitan de los espectáculos que esta ciudad nos brindan los 365 días del año.

Hostería Monte Selva.

La Hostería Monte Selva se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Baños de Agua Santa rodeada de la naturaleza, con temperatura ambiente muy agradable, desde sus habitaciones se aprecia una hermosa vista a la ciudad y las montañas.

Uno de los privilegios de ser huésped de la Hostería Monte Selva es que a 50 minutos se puede disfrutar de las hermosas instalaciones del Ecoparque Monte Selva en la ciudad del Puyo que es parte del Grupo Monte Selva, con la piscina de playas más grande de la Amazonía, un spa shamánico con grandes propiedades curativas, el restaurante en medio de la naturaleza, donde el plato principal es la tilapia.

El Grupo Monte Selva se ha preocupado por satisfacer todas las necesidades posibles del turista tanto nacional como extranjero, para complacerlos en todos sus aspectos tanto como distracción como para negocios y eventos.

En la Hostería Monte Selva se pueden albergar a 120 personas en un total de 40 habitaciones y cuentan con 400 habitaciones en 200 metros a la redonda en hoteles aliados.

Marco Conceptual.

✓ Alojamiento.

Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). 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. (Definición, 2014)

✓ **Calidad.**

“La calidad en el servicio es una disciplina que abarca toda la complejidad de una organización: políticas, formación del personal, relaciones de trabajo, sistemas, opiniones de clientes, diseño del servicio. (de gerencia.com, 2014)

✓ **Centro de Convenciones.**

“Un centro de convenciones es un lugar construido con el propósito de juntar asambleas, conferencias, seminarios o agrupaciones de diferentes caracteres, sea comercial, empresarial, científico o religioso”. (Definicion, 2014)

✓ **Control.**

Constituye la última tarea del esquema general del proceso de dirección y gestión.

Poner en marcha un sistema de control implica dos cosas:

1.- Medir el grado de cumplimiento de los objetivos marcados y así establecer el nivel de desviación.

2.- Poner en marcha los mecanismos de corrección adecuados para subsanar las posibles diferencias y hacer que esto entre a formar parte de la información para el futuro. (De la Torre F. , 2007, pág. 54)

✓ **Coordinar.**

Supone actuar sobre los esfuerzos y actividades de los trabajadores en particular y de los grupos y departamentos en general, en su aspecto dinámico, con el fin de obtener una unidad de acción de cada un grupo y una sincronización entre los distintos grupos que deban relacionarse entre sí. (De la Torre F. , 2007, pág. 48)

✓ **Check in.**

“Proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte se realiza en recepción a la llegada del cliente donde se registran sus datos personales, se le asigna un número de habitación y se hace entrega de la llave“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Check out.**

“Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Estancia.**

“Período durante el cual el huésped ocupa una habitación“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Folio.**

“Registro de un cliente“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Habitación.**

“Alojamiento que ofrece el hotel“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Hoja de registro.**

Una hoja de planilla o formulario en la que los huéspedes que lleguen registran sus nombres, direcciones y otros detalles, incluida la nacionalidad, el propósito de la visita (por lo general de negocios o de placer), forma de pago y la duración de la estancia un espacio también está disponible por tarifa firma y número de habitación preguntas adicionales pueden ser incluidas como una parte de la plataforma del hotel de investigación de mercado también se le llama bienvenido. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Hostería.**

“Tipo de establecimiento hotelero que brinda servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento con el fin de brindar comodidad, servicios y productos de calidad, siendo estos acompañados de naturaleza“. (Estrella, 2006)

✓ **Manual.**

Un manual es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa. (Definicion, 2014)

✓ **Motivar.**

“Es la acción de estimular al personal, con el fin de mantener su actividad lo más alta posible“. (De la Torre F. , 2007, pág. 47)

✓ **Organizar.**

“Es el proceso de describir y agrupar el trabajo que se tiene que efectuar, definiéndoselo a los jefes de departamento y delegando en ellos autoridad y responsabilidad“. (De la Torre F. , 2007, pág. 46)

✓ **Paquete.**

Nombre dado a un conjunto de componentes en un sistema de precios en uno. Por lo general, el precio del paquete básico se incluyen: transporte de regreso, transporte terrestre, manejo de equipaje, el alojamiento, una o más comidas al día y los impuestos aplicables. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Plan.**

“Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra“. (Diccionario de la Real Academia Española, 2001)

✓ **Planes de alojamiento.**

“Los planes de alojamiento se diferencian entre sí en los servicios de la alimentación que estos incluyen“ (De la Torre F. , 2007, pág. 23)

✓ **Planificación.**

“Es un proceso que comienza con la determinación de objetivos, define estrategias y políticas“ (De la Torre F. , 2007, pág. 53)

✓ **Previsión.**

El proceso de previsión orienta hacia el conocimiento de cómo evoluciona todo aquello que afecta o puede afectar al hotel.

La previsión es una herramienta de planificación, ya que para planificar debemos prever qué es lo que puede afectar a nuestro hotel. (De la Torre F. , 2007, pág. 54)

✓ **Proceso.**

“Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial“. (Diccionario de la Real Academia Española, 2001)

✓ **Rack de habitaciones.**

“Panel o casillero en el que están representadas todas las habitaciones del hotel y que sirve para controlar permanentemente el estado de las mismas (libre, ocupada, bloqueada, etc.). en muchos hoteles funciona como un archivador de documentación de cada reserva“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Rack rate.**

“Máxima tarifa publicada a la cual se puede vender una habitación sin descuento“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Rate.**

“Tarifa“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Turismo.**

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos“. (Leire Larraiza, 2014)

✓ **Turista.**

“Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado“. (Leire Larraiza, 2014)

▪ **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

Tipo de Investigación.

Método Científico.

“Se entiende como el conjunto de postulados, reglas y normas para el estudio y la solución de los problemas de investigación, institucionalizados por la denominada comunidad científica reconocida”. (Bonilla y Rodríguez, 2010, parafraseado por Bernal, 2010, p. 58).

Esta investigación se basará en una metodología lógica en la cual se utilizarán libros, manuales tanto físicos como digitales que ayudará a recopilar la información para el presente proyecto donde se cumplan las normas hoteleras establecidas en el Ecuador.

Investigación Descriptiva.

“Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.”(Salkind, 1998, p.11)

Mostrará las características particulares del proyecto para diseñar los modelos que describirán las conductas, perfiles y actitudes adecuadas para mantener un constante control del mismo.

Investigación Exploratoria.

“La investigación exploratoria es usada para resolver un problema que no ha tenido claridad. La investigación exploratoria impulsa a determinar el mejor diseño de la investigación, el método de recogida de datos y la selección de temas.” (Tipos de Investigación, 2014)

Estudiar cada uno de los procesos que realizan los empleados de la Hostería Monte Selva en el área de alojamiento para lo cual se analizará la eficiencia de todo el personal en cada

una de sus tareas teniendo como conclusión si el cumplimiento de las mismas es aceptables o cuentan con ciertas falencias.

Método de Investigación.

Método inductivo.

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación se 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 fundamentes de una teoría. (Bernal, 2010, pág. 59)

Durante el proceso de la investigación se analizará cada departamento del área de alojamiento para determinar las fortalezas y falencias que existiesen en el mismo, para de esta manera tomar correcciones donde sea necesario y así crear un área este en óptimas condiciones.

Método analítico sintético.

“Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).” (Bernal, 2010, pág. 60)

El conocimiento como parte del proceso consistirá en la descomposición del área de alojamiento en sus diferentes elementos mediante la observación, descripción y clasificación para poder comprender la esencia de un todo para completar con una síntesis que involucren al departamento en su totalidad.

Método cuantitativo.

Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que

expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (Bernal, 2010, pág. 60)

Mediante el uso de los informes contables, estadísticas de ocupación de la Hostería Monte Selva se aplicará los procesos correspondientes para la mejor toma de decisiones siendo estos valores bien aplicados y bien analizados se le dará al proyecto una visión adecuada para saber interpretarlos adecuadamente.

Método cualitativo.

Hace registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas que como la observación participante y las entrevistas no estructuradas, esta evita la cuantificación. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, pág. 56)

Describir la realidad tal como se experimenta en el área de alojamiento con un profundo entendimiento del comportamiento humano que trabaja en las diferentes áreas y se analizará las razones que gobiernan cada uno de sus procesos.

Fuentes Secundarias.

“Toda investigación implica acudir a este tipo de fuentes, que suministran información básica. Se encuentran en las bibliotecas y está contenida en libros, periódicos y otros materiales documentales, como trabajos de grado, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios, anuarios, etc.” (Méndez, 2001, pág. 153)

Es importante contar con un respaldo científico y comprobado por lo cual se ha tratado de que cada parte de esta investigación esté apoyado y respaldado por material bibliográfico.

Observación.

Se puede afirmar que la observación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación. Supone un conocimiento profundo de un marco teórico que orienta al investigador. (Méndez, 2001, pág. 154)

Con esta técnica se podrá visualizar y evidenciar más a fondo los problemas que puedan existir en el área de alojamiento y tener un registro escrito para después ser analizados en el seguimiento de la investigación, los mismos que servirán para el levantamiento de los procesos que mejorará notablemente dicho departamento.

Encuesta.

“Es una de las técnicas de recolección de información más usadas.

La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.” (Bernal, 2010, pág. 194)

Mediante esta técnica se realizarán encuestas a los clientes para medir la percepción que tienen ellos del área de alojamiento, partiendo desde cómo se sienten desde el momento que llegan al establecimiento hotelero, durante su estadía, hasta el momento de abandonar el mismo.

Entrevista.

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse a un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (Bernal, 2010, pág. 194)

Con esta técnica se tendrá una idea concreta de lo que cada uno de los trabajadores realiza en sus tareas diarias contando con un número de 7 u 8 empleados a cargo de las funciones del área de alojamiento, razón por la cual en una entrevista con preguntas cerradas y prácticas, llegar a tener una idea de lo que deseamos cambiar e implementar.

CAPITULO I

1. GENERALIDADES.

1.1. Antecedentes históricos de la hotelería.

Los desplazamientos humanos son tan antiguos como la propia especie, aunque los primeros antecedentes históricos de la hotelería podemos encontrarlos en la antigua Roma donde era habitual encontrar villas o casas de huéspedes en algunas zonas costeras, como en la localidad de Baias a orillas del mar Tirreno cerca del campamento militar de Musenum. Es también destacable en aquella época la figura del *curties*: personas cuya ocupación era cubrir todas las necesidades que los viajeros tenían a su llegada a Roma entre las cuales destacaba el alojamiento.

Durante el medievo, desaparecen las tres condiciones fundamentales que hicieron de Roma un ejemplo en el desarrollo de las actividades de servicios públicos favorecidas por los desplazamientos humanos:

La “*pax romana*”,

El desarrollo de las vías de comunicación, y

La existencia de tiempo libre como consecuencia de la estructura social de la época.

La desaparición de estos condicionantes hizo que los desplazamientos quedasen reducidos a las peregrinaciones generalizándose la hospitalidad sin ánimo de lucro por parte de las diferentes órdenes religiosas.

Es al finalizar el medievo cuando aparecen los primeros establecimientos, que ofrecen alojamiento y manutención por un precio. La ciudad de Venecia se convierte en punto de partida de viajeros y expediciones, en 1235, existían 24 fondas con capacidad para unos 900 viajeros.

En 1282, en la ciudad de Florencia, se constituyó el Gremio de los Hospedajes, una agrupación de empresarios de alojamientos, y en las rutas principales que llevaban a Venecia, lugar de donde salían las flotas con destino Jerusalén, se empezaron a construir fondas cada 15 o 20 kilómetros.

El Renacimiento se nos muestra como un período en el cual los desplazamientos de personas vuelven a tener gran relevancia, en las peregrinaciones a Santiago de Compostela, Roma, La Meca, Tierra Santa y las expediciones al nuevo mundo que despertaron el deseo por descubrir nuevas tierras y costumbres.

En esta época aparecen los primeros alojamientos con el nombre de HOTEL, palabra de procedencia francesa que designaba a los palacios urbanos que ocupaban las personas nobles y la corte en sus desplazamientos, y que llevaba asociado el traslado del lujo que les rodeaba. Aunque no es hasta el siglo XVIII cuando aparece la palabra HOTEL vinculada a establecimientos similares a los actuales hoteles.

A partir del siglo XVII comienza el auge, como terapia para algunas enfermedades, del uso terapéutico de los baños, antaño muy utilizados por la sociedad romana y árabe. Así, fueron muchas personas las que acudían a ciudades como: Bath (Inglaterra), Badem Badem (Alemania), con la esperanza de curación. En ellas se organizaban actividades lúdicas y de entretenimiento para estos clientes, lo que atrajo a otros muchos con el fin de divertirse, apareciendo por primera vez los primeros núcleos neo génicos o desarrollados exclusivamente por actividades de carácter turístico.

En 1794 se inaugura el primer hotel tal y como lo concebimos actualmente: el City Hotel de Nueva York con 73 habitaciones.

El siglo XIX supone un salto cualitativo y cuantitativo para la historia turística, por diversas razones:

- La revolución industrial, gracias a la invención de la máquina de vapor por James Watt que originó un espectacular desarrollo de los transportes y el desarrollo del ferrocarril y del barco de vapor.

- La aparición del turismo de montaña con remedio terapéutico para la tuberculosis, lo que hizo que se construyeran numerosos sanatorios y hoteles en ciudades como Gorbetsdorf (Silesia, región polaca actualmente), o en zonas de montaña de Francia, Suiza, Austria, etc.

- La consolidación de los balnearios que tanto auge tuvo en el siglo anterior. (<http://www.septem.es>, 2015)

1.2. Historia de la hotelería en el Ecuador

Sus inicios datan del año 1955, cuando un grupo de empresarios hoteleros guayaquileños decidió constituir y fundar una organización nacional que agrupe y represente los intereses del sector hotelero.

Nombres y hombres de la talla de Frederick Stoeckli, del Hotel Humbolt Internacional; Francisco Bruzzone, del Hotel Continental, Majestic y Pacífico; Fernando David, del Hotel Tourist; Luis Aguas, del Hotel Ritz; Isaac Aboad, del Hotel Metropolitano, entre otros destacados empresarios hoteleros; así también, como Hernán Alvarez Soria y Ernesto Granizo Velasco, funcionarios de la Subdirección de Propaganda y Fomento de Turismo del Ministerio de Economía y Turismo, fueron quienes permitieron sentar las bases de lo que constituiría la institución fundamental de la industria hotelera nacional.

Más adelante la Asociación Hotelera Nacional del Ecuador, cuyas siglas AHOTEC las ha mantenido desde su nacimiento hasta la actualidad, extendió su radio de acción proyectándose nacional e internacionalmente con el propósito de consolidar su imagen y representatividad.

1987 es un año de profundos cambios estructurales. Se crearon Capítulos Provinciales al interior de la Asociación Nacional, permitiendo de esta manera que los socios se integren geográficamente y el gremio se consolide y fortalezca.

De aquella fecha a la presente se han logrado grandes progresos en procura de incrementar y diversificar los servicios a los afiliados; de ampliar la representación en organismos públicos y privados; y, de tener un espacio de opinión que sin duda alguna ha

servido para afianzar el rol protagónico que está obligado a cumplir toda institución gremial. (<http://www.hotelesecuador.com.ec>, 2015)

La historia hotelera del Ecuador tiene sus orígenes en los tiempos incaicos, donde los mensajeros en ese entonces conocidos como CHASQUIS, tenían que recorrer grandes distancias a pie llevando los mensajes a manera de posta lo que llevaba días, surge entonces la necesidad de construir lugares que sirvan para el descanso y la alimentación de los mensajeros, además era donde se realizaba el cambio de posta, a estos lugares se les denominaron TAMBOS que significa casa o posada.

Sin embargo estos sitios no eran los únicos que brindaban alojamiento, por ejemplo para el Inca rey existía los denominados PUCARA, este sitio era utilizado para mirar las estrellas y el cambio de equinoccio, además de un sitio ceremonial era utilizado durante las guerras donde se refugiaba el Inca.

Durante la colonia con la llegada de los españoles, los indígenas son esclavizados y obligados a realizar todo tipo de actividades, entre estas las de brindar alojamiento y alimentación a los españoles, a partir de aquí comienzan a destacarse indígenas que se especializan en este tipo de servicios, sin embargo por su calidad de esclavos no logran desarrollarse.

Con la segunda guerra mundial se da inicio a una onda migratoria de extranjeros hacia nuestro país estos traían sus capitales los cuales invirtieron en la actividad turística puesto que el país contaba con excelentes atractivos, un ejemplo de ellos es la ciudad de Baños en la provincia de Tungurahua, lugar que por su ubicación es como la puerta de entrada a el Oriente ecuatoriano, goza de un clima particular, allí los extranjeros construyeron lugares que brindaban alojamiento a los turistas. Este hecho provocó un cambio importante a la hotelería en el Ecuador, tal es así que se empezó a construir hoteles como el Metropolitano y Humbolt, los que actualmente no existen, otros como el Hotel Auca Imperial y el Savoy Inn.

En el año 1958 en la ciudad de Quito se construyó una infraestructura para alojar a las delegaciones y expositores del Noveno Congreso Panamericano a realizarse en nuestro país, pero este fue suspendido por la revolución cubana. El gobierno hace entrega de esta

infraestructura al Ministerio de Bienestar Social y a través del IESS se lo arrienda a la cadena americana de hoteles Intercontinental, la cual hace adecuaciones a dicha infraestructura se lo consideró un hotel de lujo, con una maravillosa ubicación y una excelente vista al valle y a la ciudad de Quito, el Hotel Intercontinental Quito atravesó por una serie de inconvenientes y problemas sindicales que fueron superados por la administración, actualmente pertenece a una cadena de hoteles Suiza .

En el año 1965 se inicia la construcción del hotel Colon siendo inaugurado en 1967 con 100 habitaciones, la demanda era tan grande que dicho hotel no la abastecía, razón por la que tuvo que arrendar al hotel Zumag, mientras se Construyen las dos torres de 420 habitaciones en el año de 1976. Actualmente pertenece a la cadena Hilton. En el año de 1982 se crea un establecimiento hotelero con la característica de apartamentos, al que se le denominó Apart-Hotel, sin embargo no tuvo acogida, por lo que se le realizó una serie de modificaciones y funcionó como el hotel Alameda Real.

Durante la última década han aparecido en Quito una serie de establecimientos de alojamiento como es el caso del hotel Oro Verde que más tarde fue adquirido por la cadena suiza y lo denominaron Swiss Hotel, también llegaron importantes cadenas como el Radisson, Marriot, Sheraton, entre otras que sin duda cambian la imagen de la ciudad y el entorno donde están ubicados. (<http://repositorio.ute.edu.ec>, 2015)

El Ecuador posee una gran biodiversidad, la cual crea un patrimonio natural para todos los ecuatorianos, con hermosos lugares naturales, así como atractivos patrimoniales.

El crecimiento del nivel turístico en el país, se relaciona conjuntamente con la oferta hotelera, siendo ahora uno de los pilares de la economía Ecuatoriana.

La hotelería ecuatoriana, juega un gran papel en el desarrollo turístico del Ecuador, ya que desde sus inicios ha ido en desarrollo y modernización constante, brindando un gran aporte al progreso nacional.

1.3. Ley de turismo y Reglamento general de Actividades Turísticas

Según el Decreto No. 3400 de la ley de turismo y reglamento general de actividades turísticas:

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Nos define la palabra alojamiento para lo cual se entiende que se intercambia el hospedaje por un pago.

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijado por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

En el caso de las Hosterías la categorización se mide de 3 a 1 estrellas (Ver cuadro N° 1).

Cuadro N° 1. Categorización de las Hosterías

ESTRELLAS	CATEGORIAS
Tres	Lujo
Dos	Primera
Uno	Segunda

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Servicios en las hosterías de tres estrellas.- las hosterías de tres estrellas deben cumplir con los siguientes servicios para poder ubicarse con esta categorización.

a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;

d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo. (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, 2015)

1.4. Provincia de Tungurahua

La provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en el centro de la Sierra Ecuatoriana, su capital es Ambato. Posee una superficie de 3.334 kilómetros cuadrados y se encuentra a 2.557 metros de altitud.

En extensión territorial es la provincia más pequeña del Ecuador.”, representando el 1.24% de la superficie nacional y una densidad poblacional de 134.9 Hab. /Km2., siendo una de las más altas del país. Tungurahua se encuentra ubicado en los hemisferios Sur y Occidental, está comprendida entre los paralelos 00°55'00"S y 01°35'00" y los meridianos 78°06'51" y 78°55'49". (<http://www.ecuadorextremo.com>, 2015)

La Provincia de Tungurahua está formada por 9 Cantones:

- a. Ambato.
- b. Baños.
- c. Cevallos.
- d. Mocha.
- e. Patate.
- f. Pelileo.
- g. Píllaro.
- h. Quero.
- i. Tisaleo.

1.4.1. Volcán Tungurahua

Es el producto estrella de la ciudad de Baños, con una altitud de 5016 msnm (16456 pies), volcán activo desde 1999 hasta la presente fecha, con picos de actividad alta y baja en periodos de tiempo no establecidos. Evento que se repite aproximadamente cada 100 años, un espectáculo de luces y color, que es visto por miles de turistas que visitan este centro turístico. Las operadoras de Turismo locales organizan diversos tours para admirar este espectáculo de la naturaleza desde zonas de seguridad dentro del cantón. Este evento atrae anualmente miles de visitantes ávidos por experimentar una

experiencia única e irrepetible, con toda la seguridad que le brinda una ciudad capacitada y segura. (<http://banos-ecuador.com/volcan/>, 2015).

El volcán Tungurahua se ha convertido en uno de los principales atractivos para visitar la sierra ecuatoriana, su actividad volcánica se vuelve a presenciar desde el año 1999, siendo contante con episodios violentos que llaman la atención del turismo nacional y extranjero, los moradores a los pies del volcán han aprendido a vivir con los procesos eruptivos del mismo y has sacado provecho del mismo para hacer de este un atractivo que los beneficie económicamente.

1.4.2. Cantón De Baños

1.4.2.1. Historia de Baños

El lugar de visita obligado para todo viajero amante de la aventura, el descanso, la espiritualidad y la diversión, es Baños de Agua Santa; un cantón que se matiza con el verdor de sus montañas y se endulza con el néctar de orquídeas y melcochas. Enclavado en una meseta basáltica, bañado por el torrentoso río Pastaza y al pie del majestuoso volcán Tungurahua (en actividad eruptiva desde el 1999); ubicado estratégicamente dentro del corredor ecológico Llanganates - Sangay lo que hace que su flora y fauna sea generosa para el encanto visual de los miles de visitantes, debido a su majestuosidad natural, este cantón obtuvo el galardón denominado “Baños, un regalo para la tierra” otorgado por la WWF es una de las mayores organizaciones internacionales de conservación de la naturaleza.

Según datos históricos, Baños no tuvo fundador ni fecha alguna de fundación, simplemente se fue poblando con el arribo de pequeños grupos dispersos de indios, mestizos y españoles que comerciaban productos desde el oriente hacia la serranía, y desde aquel tiempo, este lugar cautivó a todo aquel que acudían a refrescarse en sus vertientes de aguas termales provenientes de las entrañas del volcán Tungurahua. Durante todo el año existen festividades tradicionales, especialmente en el mes de octubre se realiza la fiesta en honor a la Virgen del Rosario de Agua Santa y en diciembre, la fiesta de cantonización, además de sus carnavales y feriados nacionales, fechas en las que

recibe una población flotante de cuarenta mil visitantes. Vale destacar que la fecha de cantonización según el Registro Oficial data del 16 de diciembre de 1944.

Remontándonos algo más en la historia de Baños, es meritorio citar algunos datos, como por ejemplo: en el año 1931 aparece el primer periódico local llamado "Olas del Pastaza".

En 1933 se inaugura las piscinas de El Cangrejo. El Padre Sebastián Acosta culmina la Basílica y el Convento de la Virgen de Agua Santa en 1944, la misma que tiene una decoración barroca del Padre Enrique Mideros; mientras que los altares, púlpitos y confesionarios fueron tallados por el maestro Juan Manzano y su equipo de artistas; las puertas, los enchapados, el mobiliario hechos por Ángel Ríos y sus operarios; los picapedreros de Latacunga Pelileo y Riobamba, aplicando un estilo semiótico.

En el ámbito democrático, el primer Presidente del Concejo fue el Sr. Pedro Tomás Vargas, mientras que el Primer Presidente elegido en votaciones populares fue el Sr. Carlos González. Entre 1956 y 1960 Camilo Ponce Enríquez construye el puente de Las Juntas, las Piscinas Modernas, el túnel de Agoyán y concluye la carretera Riobamba-Baños.

En la década de los 80 se incrementa el turismo nacional y extranjero, y a partir de la década de los 90 empieza un crecimiento acelerado del flujo de los visitantes y de los operadores turísticos que ofertan las maravillas de este cantón.

En 1999 empieza el proceso eruptivo del volcán Tungurahua y el 16 de octubre de ese año se produce la evacuación histórica total de la ciudad de manera obligada, y el 5 de enero del 2000 sus habitantes ingresan a la ciudad a la fuerza enfrentándose a los militares que custodiaban la ciudad y su ingreso. (<http://www.municipiobanos.gob.ec>, 2015)

1.4.2.2. Ubicación de Baños

Según el sitio oficial de turismo de Baños, esta ciudad está ubicado en el centro del Ecuador, provincia de Tungurahua, entre los Andes y la Amazonia, con un clima primaveral durante todo el año ,18 grados de temperatura promedio; variedad de paisajes encantadores

que lo sorprenden a cada paso; flora y fauna endémica, cascadas de agua cristalina, verdes montañas, aguas termales, gente amable, sin fin de actividades y un volcán en erupción.

Los tiempos estimados para llegar al cantón de Baños son (Ver cuadro N° 2):

Cuadro N° 2. Tiempos para llegar al Cantón de Baños de Agua Santa

Guayaquil	5 horas
Quito	3 horas
Cuenca	5 horas
Manta	9 horas
Tena	2:30 horas
Loja	10 horas
Esmeraldas	8 horas
Machala	8 horas

Elaborado por: Gabriela Sagñay

1.4.2.3. Aventura en Baños

Gracias a su topografía y atractivos naturales Baños es el lugar ideal para realizar deportes de aventura. Las operadoras de turismo locales cuentan con el equipo técnico y logístico calificado, para brindarle una experiencia única y segura.

Algunos de los deportes que se pueden practicar son:

- a. *Rafting.*
- b. Salto de puente o péndulo.
- c. *Canyoning.*
- d. Escalada.
- e. *Canopy.*
- f. Senderismo.
- g. Recorridos en bicicleta.
- h. *Trekking.*

- i. Tarabitas.
- j. *Kayaking*.
- k. *Downhill*.
- l. Montañismo.

La realización de estos deportes dependerá del estado físico de quien lo vaya a realizar y en especial de los gustos. Ya que algunos los pueden realizar personas de todas las edades mientras otros necesitan de algún entrenamiento previo.

1.4.2.4. Descanso en Baños

Si bien el cantón de Baños también es conocido como la ciudad del relax y el descanso.

Entre sus principales opciones tenemos:

- a. Spas.
- b. Aguas termales.
- c. Baños de cajón.
- d. Termas el salado.
- e. Complejo acuático santa clara – el cangrejo.
- f. Termas la virgen.
- g. Termas Santa Ana.
- h. Complejo las modernas.

1.4.2.5. Diversión en Baños

Baños posee un ambiente especial para pasarla bien, una opción es visitar la zona de los bares, peñas y discotecas, con lo mejor de la música para todos los gustos.

- a. Vida nocturna.
- b. Eco zoológico.
- c. Acuario serpentario.
- d. Dulces.
- e. Santuario de la virgen de agua santa.

- f. Artesanías.
- g. Gastronomía.

Todo lo que nos puede ofrecer la ciudad de Baños se resume a:

- a. 56 operadoras de turismo, distracción y aventura.
- b. 162 establecimientos de hospedaje para su estadía divididos en:

- ✓ Hosterías
- ✓ Hoteles
- ✓ Hostales Residenciales
- ✓ Hostales
- ✓ Pensiones
- ✓ Motel

- c. 130 establecimientos con una oferta de comida nacional e internacional.
- d. Transporte turístico dentro y fuera de la ciudad.

1.5. Marco conceptual

Algunos conceptos básicos:

1.5.1. Amenazas

“Son las acciones potenciales de los actores del entorno cuyo efecto podría resultar perjudicial para el normal desempeño de la organización”. (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchierri, 2007, pág. 57)

1.5.2. Análisis Situacional Estratégico

El análisis situacional de una organización “es el proceso que estudia el entorno del mercado y las posibilidades comerciales de la empresa. Se suele referenciar, separadamente, en dos capítulos, uno corresponde al entorno externo de la empresa, en tanto que, ésta, se

enfoca en el otro capítulo, el cual considera sus fortalezas y debilidades internas” (Arturo, 1999, pág. 5)

1.5.3. Capacidad Administrativa

Es la combinación de las actividades que realiza la planificación, la organización, la dirección y el control de una empresa.

El siglo XIX varios autores acostumbraban a definir la administración en cuatro funciones específicas los gerentes planifican, organizan, dirigen y controlan, por lo tanto cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización

Planificar: implica que los administradores piensan con antelación en sus metas acciones y que se basa en sus actos, en algún método plan o lógica, no en corazonada.

Organizar: es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.

Dirección: implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas esenciales, las relaciones y el tiempo son fundamentales para la actividad de la dirección.

Control: es proceso para asegurarse que las actividades reales se ajusten a las actividades planificadas. (<http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml>, 2014)

1.5.4. Capacidad Productiva

La capacidad productiva hace referencia al máximo nivel de producción que puede soportar una unidad productiva concreta, en circunstancias normales de funcionamiento durante un periodo de tiempo determinado.

Se expresa en unidades relacionadas con periodos de tiempo: horas máquina diarias, horas hombre por semana, volumen anual, etc.

Este término pone de manifiesto si un sistema productivo es capaz de satisfacer la demanda o si ésta quedar insatisfecha. Además, evalúa si los equipos e instalaciones permanecen inactivos o han sido utilizados en su totalidad. Lo más adecuado sería que la organización tuviese una capacidad productiva flexible que le permitiera ajustarse a cambios en los volúmenes de producción. Si tuviese una capacidad productiva por encima de la requerida, estaría perdiendo clientes. Si la tuviese por debajo de la requerida, estaría incurriendo en costes adicionales a la producción existente”. (http://descuadrando.com/Capacidad_productiva, 2014)

1.5.5. Clientes

"La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer" (Barquero , Rodríguez de Llauder, Barquero , & Huertas , 2007, pág. 1)

1.5.6. Competencia

“Es cualquier grupo de interés real o potencial en la capacidad de una organización para lograr objetivos o que puedan influir en ella” (Gary, 1991, pág. 125)

1.5.7. Debilidades

“Son las características de la organización que representan una desventaja en relación con la competencia”. (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchierri, 2007, pág. 58)

1.5.8. Diagnóstico estratégico

La última gran faceta del análisis estratégico consiste en identificar cuáles los aspectos clave que se derivan de los análisis anteriores: análisis del entorno y análisis interno. Solo en esta etapa es posible determinar claramente cuáles son las principales fuerzas y

debilidades de una organización, y cuál es su importancia estratégica. El análisis empieza a tener utilidad como punto de partida para elegir entre posibles actuaciones futuras. (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005, pág. 109)

1.5.9. Entorno Externo

Las organizaciones son sistemas abiertos y el entorno externo en el que operan es muy importante. Las organizaciones necesitan el apoyo de su entorno para sobrevivir y tener un buen desempeño. El entorno es el factor clave que determina el nivel de recursos disponibles y la facilidad con la cual una organización puede llevar a cabo sus actividades. Por ejemplo las políticas macroeconómicas desacertadas llevan a tasas elevadas de interés, monedas fluctuantes y un cúmulo de condiciones que entorpecen el buen desempeño empresarial.

Las características y calidad del entorno como infraestructura deficiente en caminos, electricidad y líneas telefónicas también pueden obstaculizar el desempeño. Por lo tanto al evaluar una organización, debe prestarse atención a las condiciones económicas, políticas, socioculturales, ambientales, demográficas y tecnológicas”. (Lusthaus, Adrien, & Anders, 2002, pág. 13)

1.5.10. Entorno Interno

“El ambiente interno es el resultado de las interacciones de los miembros de la organización, tales como accionistas, directivos, empleados y trabajadores, así como los recursos materiales con los que se opera, como maquinaria, equipos, tecnología, procedimientos, normas, etc.” (H, 2000, pág. 23)

1.5.11. Factor Ambiental

“Componentes que actúan directamente sobre los seres vivos. Estos componentes pueden ser bióticos (pre dación, competencia) y abióticos (climáticos, edáficos, químicos).” (<http://ciencia.glosario.net>, 2015)

1.5.12. Factor Económico

Elementos que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de consumo (modelo de producción doméstico, el crecimiento económico nacional, el crecimiento económico territorial o rural, el nivel de actividad del segmento de mercado escogido y los niveles y distribución del ingreso. (<http://www.economia.com.mx/>, 2014)

1.5.13. Factor Político

“Conjunto de leyes, agencias de gobierno y grupos de presión que influyen en varias organizaciones e individuos en una sociedad determinada y los limitan”. (Sepúlveda, 2001, pág. 4)

1.5.14. Factor Social

“Está constituido por las actitudes y los valores culturales de una sociedad” (Administración Estratégica, competitividad y globalización, pág. 46)

1.5.15. Fortalezas

“Son aquellos aspectos de la organización que le otorgan una ventaja porque le ofrecen mayores beneficios con respecto a su competencia”. (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchierri, 2007, pág. 58)

1.5.16. Macro ambiente

Son fuerzas que rodean a la empresa, sobre las cuales la misma no puede ejercer ningún control. Podemos citar el rápido cambio de tecnología, las tendencias demográficas, las políticas gubernamentales, la cultura de la población, la fuerza de la naturaleza, las tendencias sociales, etc.; fuerzas que de una u otra forma pueden afectar significativamente y de las cuales la empresa puede aprovechar las oportunidades que ellas presentan y a la vez tratar de controlar las amenazas. (<http://www.mailxmail.com/>, 2014)

1.5.17. Manual.

“Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.” (Manuales Administrativos, 2015, pág. 244.)

Objetivos de los manuales

Los objetivos que tienen los manuales son:

- Presentar una visión de conjunto de la organización. (Individual, grupal o sectorial)
- Precisar las funciones asignadas a cada unidad administrativa, para definir responsabilidades, evitar duplicaciones, y detectar omisiones.
- Mostrar claramente el grado de autoridad y responsabilidad de los distintos niveles jerárquicos que la componen.
- Coadyuvar a la correcta atención de las labores asignadas al personal.
- Permitir el ahorro de tiempo y esfuerzo en la realización del trabajo.
- Funcionar como medio de relación y coordinación con otras organizaciones.
- Servir como vehículo de información a los proveedores de bienes, prestadores de servicios, usuarios y clientes. (Manuales Administrativos, 2015, pág. 244)

1.5.18. Manual de procedimientos

El Manual de Procedimientos es un elemento del Sistema de Control Interno, el cual es un documento instrumental de información detallado e integral, que contiene, en forma ordenada y sistemática, instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y reglamentos de las distintas operaciones o actividades que se deben realizar individual y colectivamente en una empresa, en todas sus áreas, secciones, departamentos y servicios.

Requiere identificar y señalar quién?, cuando?, cómo?, donde?, para qué?, por qué? de cada uno de los pasos que integra cada uno de los procedimientos. (<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/documentos/instructivo.doc>, 2015, pág. 3)

1.5.19. Mejoramiento continuo

El concepto de mejora continua se refiere al hecho de que nada puede como algo terminado o mejorado en forma definitiva. Estamos siempre en un proceso de cambio, de desarrollo y con posibilidades de mejorar. La vida no es algo estático, sino más bien un proceso dinámico en constante evolución, como parte de la naturaleza del universo. Y este criterio se aplica tanto a las personas, como a las organizaciones y sus actividades. (Everardo, 2010, pág. 3)

Es importante considerar que una empresa siempre debe mantenerse en un proceso de mejoramiento continuo durante toda su vida, ya que de la misma forma que el mundo va evolucionando en un ciclo ininterrumpido, para lo cual el mismo nos ayudara a una renovación constante y capaces de competir en el mercado en el cual se encuentre la empresa.

1.5.20. Microambiente

Son todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, según Philip Kotler también los competidores, intermediarios, clientes y públicos. A partir del análisis del Microambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa”. (<http://www.mailxmail.com/>, 2014)

1.5.21. Oportunidades

“Futuras acciones de los actores que forman parte del entorno, que podrían brindar un beneficio para la organización si son detectadas a tiempo y aprovecharlas oportunamente” (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchierri, 2007, pág. 57)

1.5.22. Perfil de Capacidad Interna (PCI)

“Busca definir cuáles son las debilidades y fortalezas, al igual que el impacto de ellas en la organización”. (Amaya, GERENCIA: Planeación & Estrategia, 2005, pág. 27) (Ver cuadro N° 12)

1.5.23. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

“El medio de una organización es la fuente de sus oportunidades y amenazas, la clave consiste en identificar las oportunidades y amenazas que ofrece el medio buscando aprovechar lo mejor posible las oportunidades, y eludir al máximo las amenazas” (Amaya, Gerencia Planeación y Estrategia, pág. 34) (Ver cuadro N° 11).

1.5.24. Proceso

Un proceso es, según la norma ISO 9000: “conjunto de actividades mutuamente relacionadas que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”.

Una sencilla interpretación de proceso es la secuencia (ordenada) de actividades (repetitivas) las cuales están orientadas para obtener un resultado específico como consecuencia de cada valor agregado que van aportando en cada una de las fases, dando un producto o servicio cuyo valor recae directamente para un usuario o cliente satisfecho. (Ver cuadro N° 3).

Cuadro N° 3. ¿Qué es un proceso?



Fuente: Libro Gestión de procesos (Velasco, 2010, pág. 51)

Cada proceso debe tener:

- Un responsable del cumplimiento del proceso.
- Límites bien definidos.
- Objetivos del proceso.
- Un input que responda al estándar o criterios de aceptación.
- Procedimientos documentados.
- Unos medios y determinados requisitos de recursos para desarrollarlo siempre bien a la primera.
- Tiempo de ciclo conocido.
- Un output con la calidad exigida por el estándar del proceso (el producto del proceso ha de tener un valor intrínseco, medible, para su cliente).
- Un sistema de control conocido con medidas e indicadores del funcionamiento del proceso y del nivel de satisfacción del usuario.
- Procesos con los que se relaciona.
- Diagrama que ilustre la secuencia de actividades del proceso.

Elementos de un Proceso

Todo proceso consta de tres elementos:

- a) Un input (entrada principal). Es el producto con unas características objetivas que responde al estándar o criterio de aceptación definido. La existencia del input es lo que justifica la ejecución sistemática del proceso.
- b) La secuencia de actividades. Aquellos factores, medios y recursos con determinados requisitos para ejecutar el proceso siempre bien a la primera. Algunos de estos factores del proceso son entradas laterales, es decir, inputs necesarios para la ejecución del proceso, pero cuya existencia no lo desencadena. Son productos que provienen de otros procesos con los que interactúa.
- c) Un output (salida). Es el producto con la calidad exigida por el estándar del proceso. La salida es un producto que va destinado a un usuario o cliente (externo

o interno). El output final de los procesos de la cadena de valor es el input o una entrada para el proceso del cliente. Centrarse en los procesos tiene las siguientes ventajas:

- Orienta la empresa hacia el cliente y hacia sus objetivos.
- Permite optimizar y racionalizar el uso de los recursos con criterios de eficacia global versus eficacia local o funcional.
- Aporta una visión más amplia y global de la organización y de sus relaciones internas.
- Contribuye a reducir los costos operativos y de gestión.
- Es de gran ayuda para la toma de decisiones eficaces.
- Contribuye a reducir los tiempos de desarrollo, lanzamiento y fabricación de productos o suministro de servicios.
- Permite la autoevaluación del resultado del proceso por parte de cada persona.
- Contribuye a desarrollar ventajas competitivas propias y duraderas.
- Posibilita mejoras de fuerte impacto.
- Proporciona la estructura para que la cooperación exceda las barreras funcionales. (Velasco, 2010, págs. 53-54)

Factores de un proceso

- **Personas:** Un responsable y los miembros del equipo de procesos, todas ellas con los conocimientos, habilidades y actitudes adecuadas. La empresa en si debe constar un gran equipo, el cual comienza con la vinculación a la empresa mediante un estricto proceso de selección y contratación por el departamento de talento humano.
- **Materiales.** Materias primas o semielaboradas, las cuales deben seguir un correcto seguimiento mucho más cuando se trabaja con procesos en el servicio, las cuales la materia prima debe ser bien analizada por la gestión de los proveedores.
- **Recursos físicos:** aquí nos referimos a las instalaciones y en si a todo el material con la cual la empresa funciona mediante el cual debe siempre estar coordinado y revisado por la gestión de mantenimiento de control y prevención.

- Métodos/planificación de procesos. En el método de trabajo en el cual se define el procedimiento en si en cada una de las áreas en cada uno de los departamentos los cuales van describiendo y controlando cada una de sus actividades para el fiel cumplimiento de las mismas. (parafraseo, (Velasco, 2010, pág. 56)) (Ver cuadro N° 4)

Cuadro N° 4. Factores de un proceso

ENTRADA/INPUT		PROCESO	SALIDA/OUTPUT	
PRODUCTO	PROVEEDOR (*)		PRODUCTO	CLIENTE (*)
CARACTERÍSTICAS OBJETIVAS (Requisitos QSP) CRITERIOS DE EVALUACIÓN		PERSONAS • Responsable del proceso. • Miembros del equipo.	CARACTERÍSTICAS OBJETIVAS (Requisitos QSP) CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SATISFACCIÓN
		MATERIALES • Materias primas. • Información.		
		RECURSOS FÍSICOS • Maquinaria y utillaje. • Hardware y software.	EFFECTOS	
		MÉTODO DE: CAUSAS • Operación • Medición/Evaluación: Funcionamiento del proceso. Producto. Satisfacción del Cliente.		
MEDIDAS DE		Eficiencia y Eficacia	Cumplimiento	Satisfacción

(*) Proveedor y cliente pueden ser varios, interno o externos

Fuente: Gestión de procesos (Velasco, 2010, pág. 57)

1.5.25. Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (<http://www.economia.com.mx/>, 2014) (Ver cuadro N° 10)

1.5.26. Productos sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado. (<http://mktunlam.blogspot.es/>, 2014)

1.5.27. Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos". (<https://debitoor.es>, 2014)

1.5.28. Segmento de mercado.

Un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado. Además, este grupo responde de forma similar a determinadas acciones de marketing; las cuales, son realizadas por empresas que desean obtener una determinada rentabilidad, crecimiento o participación en el mercado" (<http://www.promonegocios.net/>, 2015)

1.6. El área de alojamiento enfocado como un proceso

Al enfocarse el área de alojamiento como un proceso con lleva a definir objetitos para los departamentos de reservas, recepción y ama de llaves los cuales cumplirán con procesos específicos basados en dichos objetivos. (Ver cuadro N° 6)

Todos los procesos llevados por los departamentos de reservas y recepción tienen como objetivos:

- ✓ Participar, conjuntamente con el departamento comercial, en la promoción de los servicios que ofrece el hotel.
- ✓ Registrar y controlar todas las reservas de habitaciones.

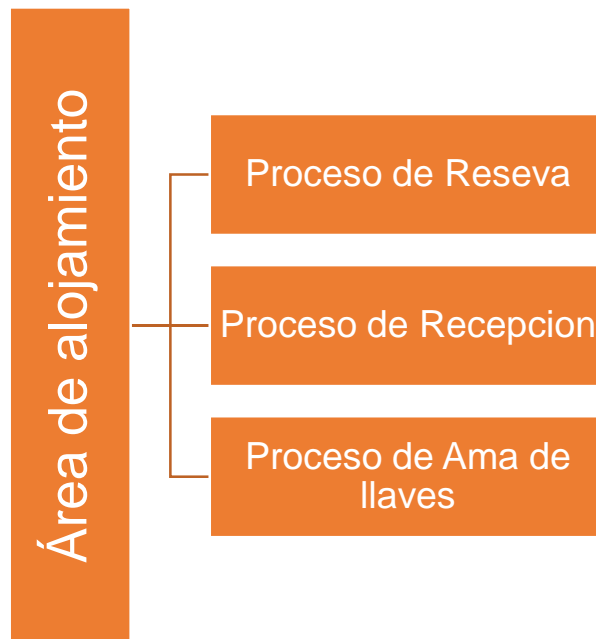
- ✓ Gestionar directamente la venta de habitaciones para los turistas libres que se presentan en recepción a partir de las tarifas establecidas.
- ✓ Recibir, acoger y despedir a los clientes.
- ✓ Atender, a través del servicio de recepción, todas las solicitudes de los clientes.
- ✓ Brindar información de los servicios, tanto internos como externos.
- ✓ Gestionar la utilización de servicios externos solicitados por los clientes.
- ✓ Centralizar y gestionar la solución de quejas y reclamaciones de conjunto con relaciones públicas y con el comercial.
- ✓ Controlar las cuentas de los clientes.
- ✓ Gestionar los cobros.
- ✓ Emitir información al resto de los departamentos del hotel

El departamento de ama de llaves, garantiza la higiene y la organización en el área habitacional, áreas comunes y las oficinas. Para el desarrollo de su trabajo, establece relaciones con todos los departamentos de la hostería, y comparten los siguientes objetivos:

- ✓ Garantizar la limpieza y la higiene de las áreas bajo su control.
- ✓ Recoger en la recepción las llaves, el estado ocupacional y las posibles salidas.
- ✓ Controlar todas las llaves del área.
- ✓ Organizar y controlar todos los insumos asignados.
- ✓ Velar siempre porque se cumpla la decoración establecida por el decorador.
- ✓ Chequear diariamente los reportes realizados a mantenimiento, así como los que quedan pendientes los cuales, de no tener solución, se informarán a la dirección.
- ✓ Supervisar las áreas públicas y comerciales, según el “Programa de limpieza” diseñado.
- ✓ Confeccionar el reporte de habitaciones.
- ✓ Auxiliar a los clientes en caso de emergencia, según lo establecido en cada caso.
- ✓ Mantener una capacitación adecuada a todo el personal bajo su mando.
- ✓ Sistematizar su preparación, acorde a las funciones que realiza y a los retos que en la práctica debe enfrentar (problemas económicos, técnicos del área y de dirección)
- ✓ Estar lo suficientemente unido a las masas como para interpretar su sentir y aprender directamente de ellas.

- ✓ Adoptar decisiones creativas y efectivas, con carácter participativo.

Cuadro N° 5. El área de alojamiento como proceso



Elaborado por: Gabriela Sagñay

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LA HOSTERÍA MONTE SELVA

2.1. Hostería Monte Selva

La Hostería Monte Selva se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Baños de Agua Santa rodeada de la naturaleza, con temperatura ambiente muy agradable, desde sus habitaciones se aprecia una hermosa vista a la ciudad y las montañas.

Uno de los privilegios de ser huésped de la Hostería Monte Selva es que a 50 minutos se puede disfrutar de las hermosas instalaciones del Ecoparque Monte Selva en la ciudad del Puyo que es parte del Grupo Monte Selva, con la piscina de playas más grande de la Amazonía, un *spa shamánico* con grandes propiedades curativas, el restaurante en medio de la naturaleza, donde el plato principal es la tilapia.

El Grupo Monte Selva se ha preocupado por satisfacer todas las necesidades posibles del turista tanto nacional como extranjero, para complacerlos en todos sus aspectos tanto como distracción, negocios y eventos.

2.2. Misión

El Grupo Monte Selva define su misión así: “El Grupo Monte Selva se caracteriza por su solidez y proyección para ofrecer servicios hoteleros, brindando a los huéspedes y clientes, excelente atención personalizada en todas sus áreas reconocido por su profesionalismo”.

Nuestro principal pilar es el trabajo en equipo y el compromiso de nuestro talento humano quienes todos los días buscan optimizar la calidad al servicio y el mejoramiento continuo.

2.3. Visión

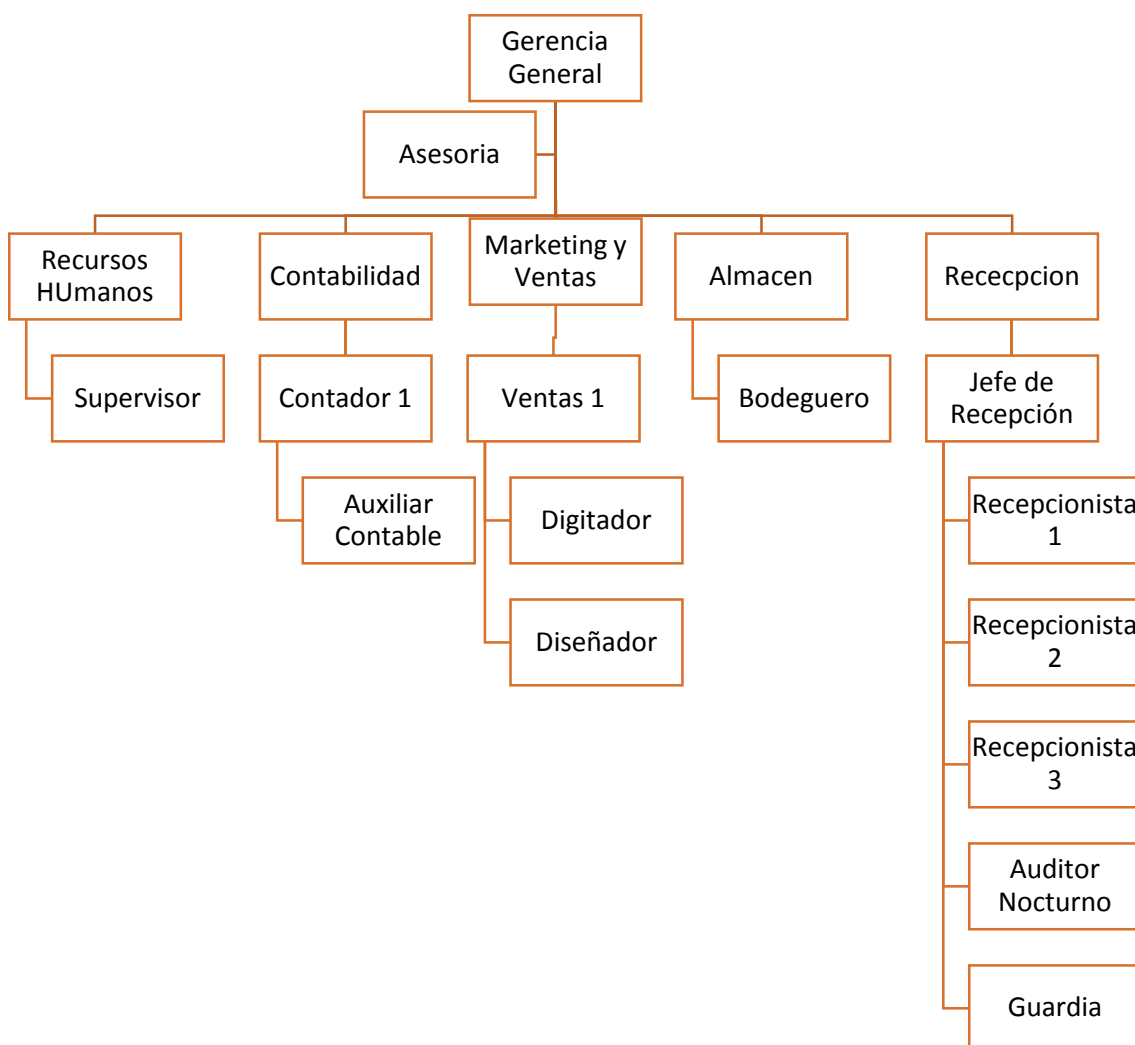
El Grupo Monte Selva define su visión así: “Ser una Hostería competitiva y líder dentro de nuestro segmento de mercado turístico, generando empleo, fomentado el crecimiento

personal y profesional de un equipo humano competente, llegando a ser líderes en las preferencias de nuestros huéspedes y clientes.”

2.4. Organigrama estructural actual de la Hostería Monte Selva

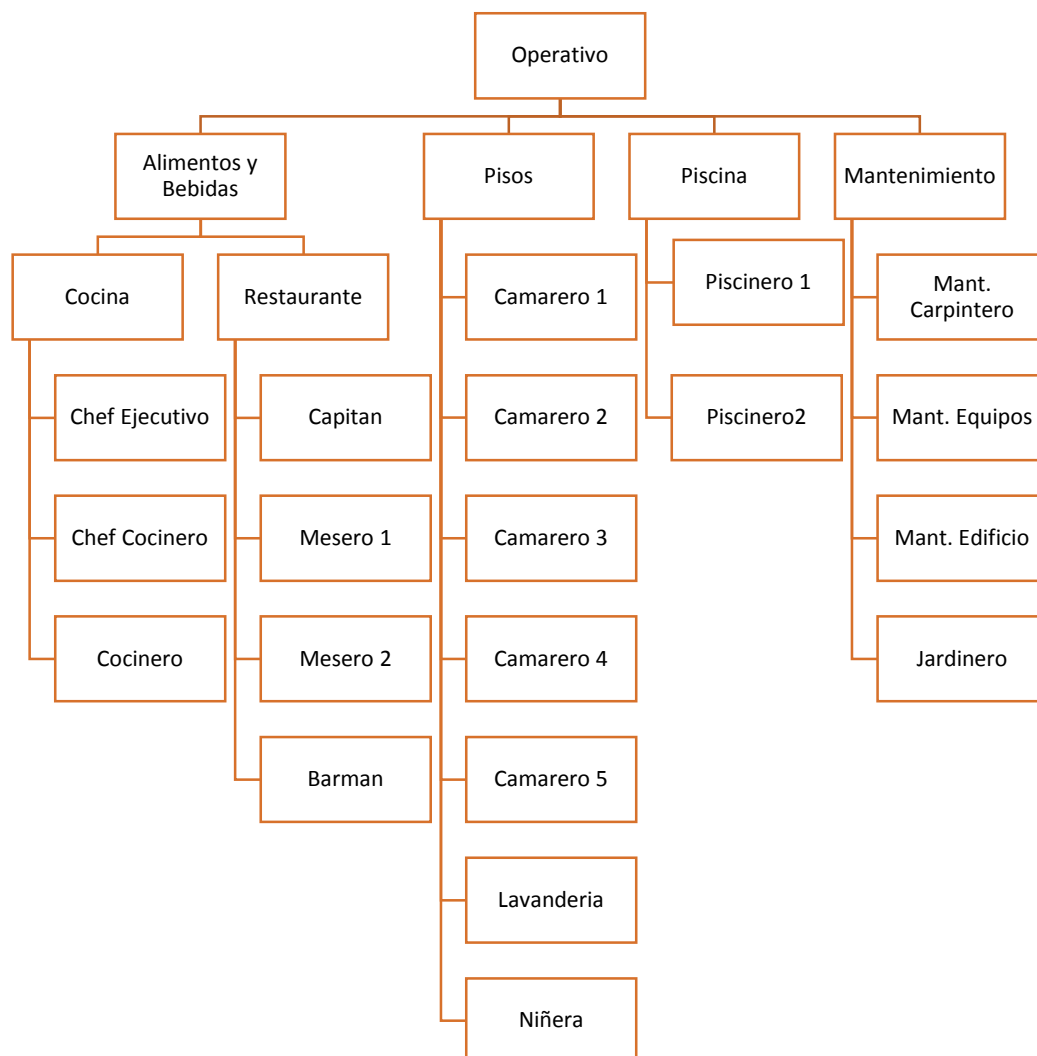
La administración de la hostería presenta los siguientes organigramas, en los cuales se rigen para su jerarquía. (Ver cuadros N° 7 y N° 8)

Cuadro N° 6. Organigrama estructural actual de la Hostería Monte Selva # 1



Fuente: Hostería Monte Selva

Cuadro N° 7. Organigrama estructural de la Hostería Monte Selva # 2



Fuente: Hostería Monte Selva

2.5. Departamentos Administrativos

Hostería Monte Selva cuenta con el siguiente departamento administrativo, los cuales cumplen con funciones específicas en sus puestos de trabajo.

Título de cargo: Gerente General.

El Gerente General es el ente principal de la Hostería, el cual se encarga de los asuntos financieros, administrativos, operativo y del personal. (Ver anexo 1)

Título de cargo: Contador

El Contador es encargado de registrar los estados económicos de la empresa. (Ver anexo 2)

Título de cargo: Jefe de Recepción.

El Jefe de Recepción de encarga del manejo responsable del área de recepción (Ver anexo 3)

Título del cargo: Gerente de Mercadeo y Ventas.

El Gerente de Mercadeo y ventas se encarga de la publicidad y de las ventas de la Hostería (Ver anexo 4)

Título del cargo: Jefe de Mantenimiento.

El Jefe de mantenimiento se encarga que la Hostería se encuentre físicamente en condiciones aptas para trabajar (Ver anexo 5)

Título del cargo: Chef Ejecutivo.

El Chef Ejecutivo se encarga de mantener el área de la cocina, responsable de las recetas y del menú. (Ver anexo 6)

Título de cargo: Capitán Maître.

El Capitán de meseros se encarga de mantener el área del restaurante organizado. (Ver anexo 7)

Título del cargo: Intendente de Camareros.

El Intendente de Camareros se encarga de la administración total del área de alojamiento.
(Ver anexo 8)

2.6. Servicios que ofrece la Hostería Monte Selva

La Hostería Monte Selva cuenta con los siguientes servicios:

Habitaciones y Cabañas:

La hostería cuenta con 39 habitaciones y 12 cabañas totalmente acondicionadas y reformadas, con decoraciones temáticas.

Salones para eventos:

La hostería cuenta con 2 salones: Salón Guadua, capacidad para 60 pax. y Salón Baños, capacidad para 25 pax.

Como también con el Centro de Convenciones Monte Selva, capacidad para 900 pax. este último es el único salón dentro de la ciudad de Baños con mayor capacidad, en el cual se realizan toda clase de eventos sociales y empresariales.

Restaurante:

Llamado “Los Anturios” con una capacidad para 130 pax, en su carta se presenta un menú con una variedad de platos nacionales y extranjeros.

Bar:

El mismo tiene una capacidad para 25 pax en la parte interna y 40 pax en el exterior, donde se ofrecen gran variedad de cocteles.

Spa:

Llamado “Spa Monte Selva”, el mismo que cuenta con varias opciones según las necesidades de sus clientes.

Valet parking.**Estacionamiento:**

Con capacidad para 60 carros

Otros:

Servicio de guías para tours en la ciudad de Baños

2.7. Análisis del Área de Alojamiento**2.7.1. Departamento de Recepción**

El departamento cuenta con 2 personas a su cargo, las cuales cuentan con el siguiente horario de trabajo, el cual es rotativo:

1° turno: 7 a.m. – 3p.m.

2° turno: 3p.m. – 11p.m.

El departamento de recepción es la cara visible del hotel siendo el primer lugar al que se dirige el huésped, como así también acudirá cuando este necesite ayuda.

El recepcionista debe comportarse:

La recepcionista debe comportarse con cortesía, sentido del humor, confianza en sí mismo, debe tener memoria (recordar los gustos de los huéspedes, los hará sentir parte de su vida), y una buena dicción (no gritar, no discutir, dirigirse a sus compañeros por sus nombres).

2.7.2. Departamento de Ama de llaves

El departamento cuenta con 4 personas a su cargo, las cuales cuentan con el siguiente horario de trabajo, el cual es rotativo:

1° turno: 7 a.m. – 3p.m.

2° turno: 3p.m. – 11p.m.

3° turno: 11 p.m. – 7 a.m.

El personal de ama de llaves debe tener las siguientes aptitudes: servicio al cliente, carácter y competencia, comprensión y empatía, ser un buen escucha, discreción y prudencia en el manejo de la información, sentido común e iniciativa para la resolución de problema.

Los camareros realizan diferentes tareas en la hostería como por ejemplo:

- Limpieza de habitaciones.
- Limpieza de áreas públicas.
- Conteo de lencería de habitaciones para el envío a la lavandería.
- Control de inventario de suministros de habitaciones.
- Lavar y planchar la ropa del hotel.

2.7.3. Habitaciones

La hostería cuenta con un total de 39 habitaciones y 12 cabañas. Para acceder a los pisos, se debe utilizar las gradas, ya que la distribución de las habitaciones es por bloques de tres pisos y el ingreso a la cabañas es por senderos, por ende el personal de ama de llaves con el personal de recepción están en la obligación de ayudar a los huéspedes con el equipaje.

El tipo de hospedaje que existe en la hostería son las siguientes:

- Sencillas.
- Dobles.

- Matrimoniales.
- Por capacidad (triple, cuádruple, quíntuple y séxtuple).
- Cabañas.

Las habitaciones y cabañas cuentan con diferentes tipos de camas como son:

- Twin Size (1 plaza y media)
- Queen Size (2 plazas)
- King Size (2.5 o 3 Plazas)

2.7.3.1. Tarifa de habitaciones

La Hostería cuenta con 14 tarifas las cuales dependen del tipo de alojamiento, y de los servicios que requiera el huésped. (Ver cuadro N° 9)

Cuadro N° 8. Tarifas de Habitaciones

Tipo de alojamiento	Descripción	Tarifas		
		Habitaciones	Habitaciones	Suite
Sencilla	1 Queen	39,20 usd.	48,25 usd.	
Doble	2 Queen	67,20 usd.	81,76 usd.	
Matrimonial	1 King	67,20 usd.	81,76 usd.	131,08 usd.
Triple	1 King, 1 Queen	98,56 usd.	116,81 usd.	
Cuádruple	1 Queen, 2 Twin en	116,48 usd.	139,32 usd.	
Quíntuple	1 Queen, 2 twin en	138,88 usd.	166,77 usd.	
Séxtuple	1 Queen, 4 twin 2 en	166,52 usd.		

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

- ✓ Las tarifas incluyen 10% de servicio y 12% IVA.
- ✓ El desayuno está incluido.
- ✓ El valor por pax extra es de \$ 25.
- ✓ Todo consumo extra serán cargados al folio del huésped.
- ✓ Los niños menores de 12 años no pagan.

2.7.3.2. Equipamiento de habitaciones

Las habitaciones se encuentran equipadas según el tipo de alojamiento, de esto dependerá el tipo y la cantidad de camas y demás implementos. (Ver anexo 9).

2.7.3.3. Linos

Son bodegas ubicadas en los bloques de habitaciones y en el área de las cabañas, donde se almacena la lencería de habitaciones, baños, equipo de limpieza, aménitis. (Ver anexo 10)

2.7.4. Áreas Públicas

Las áreas públicas comprenden los espacios de uso frecuente por los huéspedes, clientes y empleados de la hostería. (Ver anexo 11)

Los camareros se encargan de mantener todas las secciones limpias y con sus suministros necesarios, dar retoque e informar algún daño a la gerencia.

2.7.5. Lavandería

Cuenta con un cuarto para el lavado de la ropa de la hostería, pero este lugar se encuentra en una propiedad al frente de la hostería. Cuenta con 3 lavadoras y 3 secadoras.

Se cumplen horarios de lavado y planchado todos los días de 9am a 4 pm.

2.8. Análisis Situacional Estratégico

Dentro del análisis situacional se recurrió al estudio de los dos ambientes, el externo que hace mención a las oportunidades y amenazas del mercado, y el ambiente interno, referente a las fortalezas y debilidades de la empresa.

El análisis del ambiente externo tiene por objeto estudiar las características del mercado cambiante, las cuales son de índole no controlable. El ambiente interno, por su parte, tiene como propósito exponer las características de la empresa que son controlables, aspectos que permitirán optimizar las fortalezas y controlar las debilidades.

2.8.1. Entorno Externo

2.8.1.1. Macro ambiente

2.8.1.1.1. Factor Político

Connotación Gerencial

En el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide lo siguiente.

Capítulo II

De Las Actividades Turísticas Y De Quienes Las Ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agencia miento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

En los 2 últimos años en Gobierno Central ha puesto mucho interés al sector turístico, de esta manera han venido promocionando al Ecuador con varios planes de promoción alrededor del mundo, de esta manera se espera recibir millones de turistas en el país para mostrar la diversidad de los atractivos que el mismo presenta en cada una de sus regiones distinguidas todas por la belleza de sus recursos naturales, la gastronomía, el clima, etc.

De esta manera el país se prepara para invertir en este sector ya que en los próximos años al Ecuador llegaran grandes cantidades de turistas por varios eventos que vendrán como por ejemplo la inauguración de la UNASUR que se desarrollara en la Mitad del Mundo.

Según la página de turismo del Ecuador, el turismo en el país crece al 14,2%, mientras en el mundo está creciendo al 5%, lo que nos ubica, al momento, como el segundo país de mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los diez de mayor proyección del mundo

Con la promoción del *All You Need Is Ecuador*, en donde cada imagen dejó claro por qué Ecuador es una Potencia Turística.

Oportunidad

- Apoyo del Gobierno Central hacia el sector turístico.

2.8.1.1.2. Factor Económico

Los indicadores macroeconómicos desde el año 2011 al año 2014 nos arrojan los siguientes valores, (Ver cuadro N. 10)

Cuadro N° 9. Tasas de PIB anual 2011 -2012-2014

INDICADORES MACROECONOMICOS 2011 - 2014			
La inflación promedio cuatri anual será de 3.58%			
Variables	2011	2012	2014
Inflación promedio (porcentaje)	3.69	3.68	3.82
PIB no petrolero	52739	58217	69138
PIB petrolero	9304	9869	10704
Exportación de crudo (\$barril)	73.3	76.1	78.7
Exportación de derivados (\$barril)	69.1	71.3	75.7
Importación de derivados (\$barril)	83.5	86.2	88.9

Fuente: Ministerio de Finanzas, elab. KAL/Diseño editorial/HOY

Connotación gerencial

El Gobierno ecuatoriano difundió su expectativa de que el Producto Interno Bruto se acerque a los 100.000 millones de dólares en 2014, dado a los registros de crecimiento que el país suramericano sostiene desde 2011 y espera lleguen al 2014 a un rango entre el 4,1% y 5,1%.

El mandatario socialista, Rafael Correa, explicó que su país viene reportando índices de crecimiento –medido como coeficiente del PIB- de 8% en 2011; 5,1% en 2012 y en el 2013 cerró con una tasa de crecimiento de entre el 3,7% y el 4%.

Con ese crecimiento, el PIB ecuatoriano cerró en el 2013 con un valor real de 89.834 millones de dólares; con el crecimiento esperado del 2014, el PIB llegará a los 98.895 millones de dólares.

Ecuador añade a su índice de precios al consumidor una progresiva mayor capacidad de consumo de las familias. Así, para septiembre de 2012 el ingreso promedio fue 545,07

dólares para una familia de cuatro miembros, con 1,6 perceptores de salarios y convivían con una canasta básica que para ese mes costaba 594,06 dólares; una restricción de consumo de 48,98 dólares.

En septiembre de 2013 el ingreso promedio para la misma familia aumentó a 593,6 dólares y en el mes pasado la canasta básica familiar costó 628.27 dólares, una restricción de consumo menor que la del año pasado, de 18,45 dólares y la tendencia al cierre definitivo de esa brecha. (<http://www.andes.info.ec>, 2015)

Oportunidad

- Mayor capacidad de consumo de las familias Ecuatorianas.

2.8.1.1.3. Factor Social

Connotación gerencial

En Ecuador la tasa de desempleo del 5,59% y de subempleo del 44,38% en marzo de este año. Los datos son del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.(2010)

Estas cifras superan a las registradas en diciembre del año anterior cuando estuvieron en 4,86 % y 43, 35 %

Al sumar la tasa de desempleo y el subempleo de la población económicamente activa de lo que va del 2014 se establece que el 49,97% están en unas de estas dos condiciones. En diciembre del 2013 el porcentaje fue del 48,21%.

Están comprometidos con el país, generando trabajo directo e indirecto para alrededor de 500.000 personas.

Amenaza

- El desempleo no genera ingresos.

Oportunidad

- Mano de obra disponible

2.8.1.1.4. Factor Ambiental

Connotación gerencial

La erupción del volcán Tungurahua en Ecuador afecta a la agricultura y el turismo en la ciudad de Baños de Agua Santa ya que la mayoría de la población vive del turismo recibiendo a miles de turistas nacionales y extranjeros pero debido a las repetidas amenazas de erupción del volcán, son temporadas críticas para este sector ya reciben pocos visitantes, sólo quienes se ven atraídos por ese fenómeno natural.

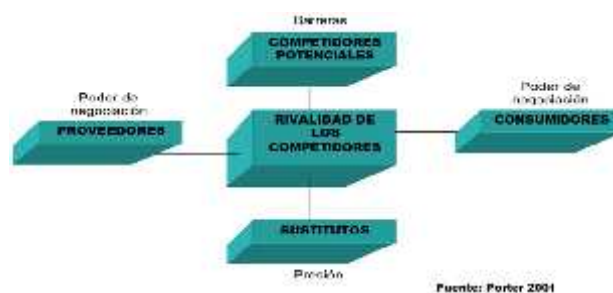
Amenaza

- El temor de una erupción deja a la ciudad de Baños sin turistas

2.8.1.2. Microambiente

Afectan a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. Son fuerzas que una empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Utilizamos el Diamante de Porter y se muestra el siguiente gráfico. (Ver gráfico N° 1)

Gráfico N° 1. Diamante de Porter



Fuente: (www.gestiopolis.com, 2015)

2.8.1.2.1. Clientes

Connotación gerencial

El consumidor ecuatoriano se podría definir como un consumidor que se deja influenciar por la novedad y la moda, pero luego retoma sus gustos y preferencias. El ecuatoriano le gusta probar los nuevos productos y servicios para luego compararlos con los ya existentes y así realizar su mejor elección. Aunque en muchas ocasiones el consumidor decide por el precio más no por calidad.

Amenazas:

- Consumidores se dejan influenciar de la novedad y la moda
- Consumidor se decide por el precio y no por la calidad

Oportunidad

- Fidelidad y reconocimiento de la marca “Grupo Monte Selva”

2.8.1.2.2. Proveedores

Connotación gerencial

Los proveedores del “Grupo Monte Selva” todos son nacionales, se aprecia mucho la producción ecuatoriana por ende se manejan una clasificación y selección estricta de todos sus proveedores siguiendo un exigente proceso de calidad.

Oportunidad

- El Ecuador cuenta con una gran producción nacional y existen empresas que cumplen buenos estándares de calidad en todos sus productos.

2.8.1.2.3. Competencia

Connotación gerencial

El mercado o el segmento hotelero en nuestro país son importantes, principalmente en la ciudad de Baños donde el turismo es un ingreso muy importante para esta ciudad.

Para el “Grupo Monte Selva” su principal competencia es:

- a. Sangay Spa Hotel.
- b. Hostería Bascun.
- c. Samari Spa-Resort.

Amenaza

- Crecimiento acelerado.
- Inyecciones de capital constantes.
- Mayor infraestructura.
- Otros servicios.

Oportunidad

- Negociaciones en insumos y con proveedores.

2.8.1.2.4. Productos sustitutos

Connotación gerencial

En el mercado hotelero tiene varias opciones de sustitución, ya que al ofrecer el servicio de alojamiento el cliente puede variar su decisión entre hostales, hoteles, pensiones y hosterías, las mismas que variarían por sus servicios, por el establecimiento y el cliente se decidirá por el precio, calidad y necesidades.

Amenaza

- Falta de fidelización de parte de los clientes

2.8.2. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

Cuadro N° 10. Perfil de Oportunidades y Amenazas

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM)									
CALIFICACION	GRADO AMENAZAS			GRADO OPORTUNIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
MACROAMBIENTE									
FACTOR POLITICO									
Apoyo del Gobierno Central al sector Turistico				X			5		
FACTOR ECONOMICO									
Mayor capacidad de consumo en las familias ecuatorianas				X			5		
FACTOR SOCIAL									
El desempleo no genera ingresos	X						5		
Mano de obra disponible					X			3	
FACTOR									
.....									
El temor de una erupción deja a la ciudad de Baños sin turistas	X						5		
MICROAMBIENTE									
CLIENTES									
Consumidores se dejan influenciar de la novedad y la moda		X						3	
Consumidor se decide por el precio y no por la calidad	X						5		
Fidelidad y reconocimiento de la marca "Grupo Montesevela"				X			5		
PROVEEDORES									
El Ecuador cuenta con una gran producción nacional y existen empresas que cumplen buenos estándares de calidad en todos sus productos.				X			5		
COMPETENCIA									
Crecimiento acelerado		X						3	
Inyecciones de capital constantes		X						3	
Mayor infraestructura	X						5		
Otros servicios			X						1
Negociaciones en insumos y con proveedores				X			5		
PRODUCTOS SUSTITUTOS									
Falta de fidelización de parte de los clientes	X						5		

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.8.3. Entorno Interno

2.8.3.1. Capacidad Administrativa

Misión

- Ser la empresa más admirada del Ecuador.
- La marcas de elección y reconocimiento.
- La inversión de elección.
- El empleador de elección.
- El socio de elección.

Política de calidad

Según la administración del Grupo Monte Selva se cumplen objetivos y metas para lograr la satisfacción de las partes interesadas mediante políticas de calidad internas:

- Excelencia en la comercialización de los servicios que ofrece la Hostería y el servicio al cliente.
- Bienestar Integral de nuestros colaboradores.
- Mejoramiento continuo de procesos, tecnología y desempeño.

Fortalezas:

- Continuo control de procesos, tecnología y desempeño
- Se establecen metas y cuando se requieren programas/proyectos relacionados a esas metas.

Debilidad

- Altos costos de personal en control

2.8.3.2. Capacidad Productiva

Connotación gerencial

La Hostería Monte Selva tiene una capacidad de 39 habitaciones distribuidas en: 5 habitaciones Matrimoniales. 11 habitaciones Dobles. 6 habitaciones Triples. 10 habitaciones Cuádruples. 7 habitaciones Quíntuples. Todas con agua caliente, baño privado y TV Cable y 12 cabañas rodeadas de naturaleza, 5 hectáreas de espacios verdes, paisaje con vista a la ciudad y las montañas, huertos frutales y observación de aves.

Cuenta con una nómina de 36 empleados de planta y 12 empleados eventuales, los cuales están destinados 8 empleados para el departamento de alojamiento.

Fortalezas:

- Máximo aprovechamiento del recurso natural.
- Renovación continúa.

Debilidades:

- Falta de empleados con funciones específicas.

2.8.4. Perfil de Capacidad Interna (PCI)

Cuadro N° 11. Perfil de Capacidades Internas

PERFIL DE CAPACIDADES INTERNAS (PCI)									
CALIFICACION	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	FORTALEZAS			DEBILIDADES					
CAPACIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
MICROAMBIENTE									
CAPACIDAD ADMINISTRATIVA									
Continuo control de procesos, tecnología y desempeño	X						5		
Se establecen metas y cuando se requieren programas/proyectos relacionados a esas metas	X						5		
Altos costos de personal en control				X			5		
CAPACIDAD PRODUCTIVA									
Máximo aprovechamiento del recurso natural	X						5		
Renovación continúa	X						5		
Falta de empleados con funciones específicas				X			5		

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.9. Diagnóstico estratégico

2.9.1. Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos) (Ver Cuadro N° 13).

2.9.1.1. Ambiente externo

En este ambiente se analizan los factores que identifican las oportunidades y amenazas que influyen positivamente y negativamente en la empresa.

2.9.1.2. Ambiente interno

Se analizan las capacidades de la empresa para determinar las fortalezas y debilidades de la empresa.

Cuadro N° 12. Matriz FODA

MATRIZ FODA			
FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Continuo control de procesos, tecnología y desempeño	O1	Apoyo del Gobierno Central al sector Turístico
F2	Se establecen metas y cuando se requieren programas/proyectos relacionados a esas metas	O2	Mayor capacidad de consumo en las familias ecuatorianas
F3	Máximo aprovechamiento del recurso natural	O3	Fidelidad y reconocimiento de la marca "Grupo Monteseña"
F4	Renovación continúa	O4	El Ecuador cuenta con una gran producción nacional y existen empresas que cumplen buenos estándares de calidad en todos sus productos.
F5		O5	Negociaciones en insumos y con proveedores
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Altos costos de personal en control	A1	El desempleo no genera ingresos
D2	Falta de empleados con funciones específicas	A2	El temor de una erupción deja a la ciudad de Baños sin turistas
D3		A3	Consumidor se decide por el precio y no por la calidad
D4		A4	Mayor infraestructura
D5		A5	Falta de fidelización de parte de los clientes

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10. Análisis del Sector

Baños de Agua Santa, está ubicada en las faldas del volcán Tungurahua a una altura de 1820 metros, muy próximo al centro geométrico del territorio ecuatoriano, la cual ha ido incrementado le demanda hotelera con la visita de turistas tanto nacionales como internacionales los cuales cada vez buscan servicios hoteleros que complementen una estadía satisfactoria. Ahora el sector hotelero cuenta con una gran potencialización turística natural

e histórica, la población de Baños en gentil y dispuesta todos los días a incursionar en nuevas opciones de producción turística.

2.10.1. Segmento de mercado.

El proceso de segmentación de mercado es para evaluar la manera como ven los clientes de la Hostería el servicio que recibieron, la cual se llevó a cabo por medio de investigación estadística y se complementó utilizando encuestas y guías de observación, determinando a través de su tabulación los puntos críticos a los cuales se enfocara esta investigación. (Ver cuadro N° 14).

Cuadro N° 13. Segmentación de Mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTACIÓN DE MERCADO
Género	Masculino - -Femenino
Edad	20 - 40
Instrucción	Secundaria - Superior
Nacionalidad	Nacional - Extranjera
Hábitos de consumo	Turismo de naturaleza, aventura,
Ingresos mensuales	500

Elaborado por Gabriela Sagñay

2.10.1.1. Universo

Para obtener el universo se realizara un promedio de la demanda histórica de los últimos 4 años, (Ver cuadro N°15)

Cuadro N° 14. Demanda Histórica

AÑO	NÚMERO DE HUÉSPEDES
2011	11.442
2012	11.557
2013	11.793
2014	11.912
PROMEDIO DE HUESPEDES	11.676

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.1.2. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se determina según la fórmula para obtener valores finitos a los cuales se les realiza una encuesta, según el universo determinado en el cuadro N° 15. (Ver cuadro N°16)

Cuadro N° 15. Tamaño de la muestra

Z	Nivel de confianza 95%	0.95
N	Tamaño del universo	11.676
e	Error	0.05
P	Probabilidad de confianza	0.5
q	Probabilidad en contra	0.5

Elaborado por: Gabriela Sagñay

En donde:

Z = nivel de confianza.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

N = Universo.

e = error de estimación.

n = tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1) E^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(11.676) * (0.95)^2 * 0.5 * 0.5}{(11.676 - 1) 0.05^2 + 0.95^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 89,5653903$$

n = 90 Encuestas.

2.10.2. Cliente Externo

Nos referimos a los huéspedes, quienes mediante esta investigación podremos conocer cómo ven el trabajo del personal y en sí de los servicios que le ofrece la hostería. De esta manera podremos reconocer los factores que influyen en el desempeño de cada uno de ellos para alcanzar la calidad que los mismos esperan.

2.10.2.1. Objetivo de las encuestas realizadas a los clientes-huéspedes

La presente encuesta fue realizada a 90 clientes-huéspedes para medir el nivel de satisfacción que tiene de la Hostería de esta manera evaluar los puntos críticos que tiene el área de alojamiento para el fidelización de los clientes.


2.10.2.2. Fuente de información

La recolección de datos se la realiza mediante encuestas.

2.10.2.3. Diseño de la encuesta

La encuesta fue realizada a 90 personas, clientes – huéspedes de la Hostería Monte Selva, los mismo que lo hicieron de manera voluntaria, con preguntas cerradas, para que sean de fácil entendiendo y rápidas en resolver. (Ver cuadro N° 17)

Cuadro N° 16. Encuesta - Cliente Externo

ENCUESTA - CLIENTE EXTERNO				
	HOSTERIA Y CENTRO DE CONVENCIONES MONTE SELVA Baños - Tungurahua - Ecuador Calle Halflants s/n y Montalvo 032740566 / 032741411		Fecha de elaboración:	04-oct-14
			Responsable:	Gabriela Sagñay
	<p>La gerencia está interesada en la mejora continua de la calidad de los servicios e instalaciones. Para esto le solicito a usted que conteste la presente encuesta.</p> <p>Detalle de preguntas:</p>			
1.- Nacionalidad	Edad:	Género:	M	F
2.- Motivo de su viaje:				
<input type="radio"/> Negocios <input type="radio"/> Paseo <input type="radio"/> Turismo de aventura				
3.- ¿Con qué frecuencia usted viaja a la ciudad de Baños de Agua Santa?				
<input type="radio"/> Una vez a la semana <input type="radio"/> Una vez al mes <input type="radio"/> Más de dos veces al años <input type="radio"/> Una vez al año				
4.- ¿Por qué medio se enteró de la Hostería Monte Selva?				
<input type="radio"/> Amigos <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> Folletos <input type="radio"/> Revistas				

5.- ¿Con qué frecuencia usted visita la Hostería Monte Selva?
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Siempre<input type="radio"/> Esta es la primera vez que me hospedo<input type="radio"/> Rara vez, busca otra opciones de hospedaje
6.- ¿Cuáles son los aspectos que valora usted al hospedarse?
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Seguridad<input type="radio"/> Precios<input type="radio"/> Calidad<input type="radio"/> Infraestructura
7.- ¿Cuál es su grado de satisfacción de su estadía?
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Excelente<input type="radio"/> Muy bueno<input type="radio"/> Bueno<input type="radio"/> Malo
8.- ¿Considera que el personal que lo atendió, proporcionó un servicio adecuado a sus necesidades?
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Sí, siempre<input type="radio"/> Más o menos<input type="radio"/> No, les falta mucho
9.- Después de su experiencia en la Hostería Monte Selva, usted volvería?
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Seguro<input type="radio"/> Posiblemente<input type="radio"/> Quizás<input type="radio"/> No

10.- Señale si usted tuvo algún problemas o dificultad al hospedarse?	
<input type="radio"/> Demora en el Check in <input type="radio"/> Servicio lento <input type="radio"/> Mala atención <input type="radio"/> Habitaciones desarregladas <input type="radio"/> Instalaciones descuidadas <input type="radio"/> Ninguna	
11.- Emita una sugerencia para mejorar los servicios de la Hostería Monte Selva	
Firma Responsable	Fecha de revisión: 14/oct/14

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.2.4. Tabulación de la encuesta realizada a los clientes- huéspedes

Una vez aplicadas las encuestas a los clientes - huéspedes de la Hostería, hemos obtenido los siguientes resultados:

1. Nacionalidad _____

Cuadro N° 17. Nacionalidad

RESPUESTAS	PORCENTAJE
Ecuatorianos	63
Peruanos	7
Colombianos	7
Americanos	9

Europeos	14
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 2. Nacionalidad



Elaborado por: Gabriela Sagñay

La encuesta nos indica que la mayoría de los turistas corresponden al turismo nacional con lo indican los resultados, seguido por el turismo extranjero, pero estos resultados dependen de la fecha en la cual realizamos la encuesta, ya que la Gerente nos indicó en su entrevista que estos valores dependen de las temporadas del año

1. Edad _____

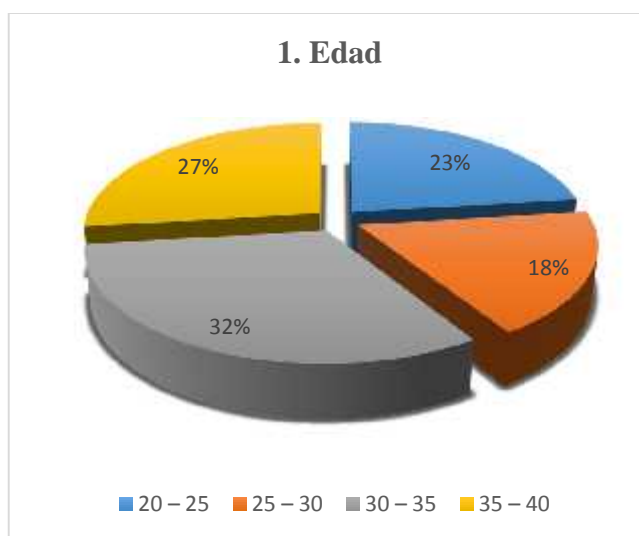
Cuadro N° 18. Edad

EDAD	PORCENTAJE
20 – 25	23
25 – 30	18

30 – 35	32
35 – 40	27
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 3. Edad



Elaborado por: Gabriela Sagñay

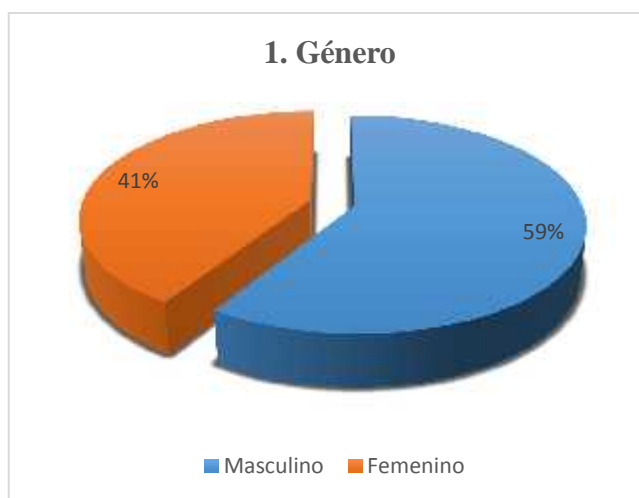
De acuerdo al gráfico visualizamos porcentajes muy similares en todos los rangos de edad, esto nos indica que el destino Baños de Agua Santa es apetecido por todas las edades.

1. Género

Cuadro N° 19. Género

GENERO	PORCENTAJE
Masculino	59
Femenino	41
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 4. Género

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Según la encuesta nos arroja valores de 59% para el género masculino y con un 41% para el género femenino, estos valores nos servirán para establecer diferentes tipos de productos y servicios para cada género.

2. Motivo de viaje

Cuadro N° 20. Pregunta 2

RESPUESTA	PORCENTAJE
Negocios	13
Paseo	76
Turismo de aventura	11
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 5. Tabulación Pregunta 2

Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 76% de los encuestados acuden a la ciudad de Baños por motivo de paseo en la mayoría del año por sus atractivos en la ciudad de Baños, los cuales mencionaron que su mayor atractivo es ver al Volcán Tungurahua siendo el 24% dividido para turismo de negocios y turismo de aventura.

3. ¿Con qué frecuencia usted viaja a la ciudad de Baños de Agua Santa?

Cuadro N° 21. Pregunta 3

RESPUESTA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	0
Una vez al mes	5
Una vez al año	33
Más de dos veces al año	62
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 6. Tabulación Pregunta 3



Elaborado por: Gabriela Sagñay

Según nos indica el gráfico un 62% de los encuestados visitan la ciudad de Baños de Agua Santa más de dos veces al año y dichas visitas son realizadas durante los feriados nacionales.

4. ¿Por qué medio se enteró de la Hostería Monte Selva?

Cuadro N° 22. Pregunta 4

RESPUESTA	PORCENTAJE
Amigos	23
Internet	38
Folletos	24
Revistas	15
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 7. Tabulación Pregunta 4



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El mayor porcentaje de los encuestados representados por el 38% indican haberse enterado de la Hostería mediante el internet, ya que tomando en cuenta que hoy en día la tecnología (páginas web, páginas sociales, etc.) tiene una acogida masiva.

El 23% de los encuestados que llegan a la Hostería por medio de comentarios de amigos nos lleva a la conclusión que somos parte de buenas experiencias en nuestro establecimiento por ende somos recomendados.

Y el 15% en revistas y el 24% en folletos nos indican que la publicidad escrita aún sigue teniendo gran acogida en el mercado.

5. ¿Con qué frecuencia usted visita la Hostería Monte Selva?

Cuadro N° 23. Pregunta 5

RESPUESTA	PORCENTAJE
Siempre	28
Esta es la primera vez que me hospedo	60

Rara vez, busca otra opciones de hospedaje	12
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 8. Tabulación Pregunta 5



Elaborado por: Gabriela Sagñay

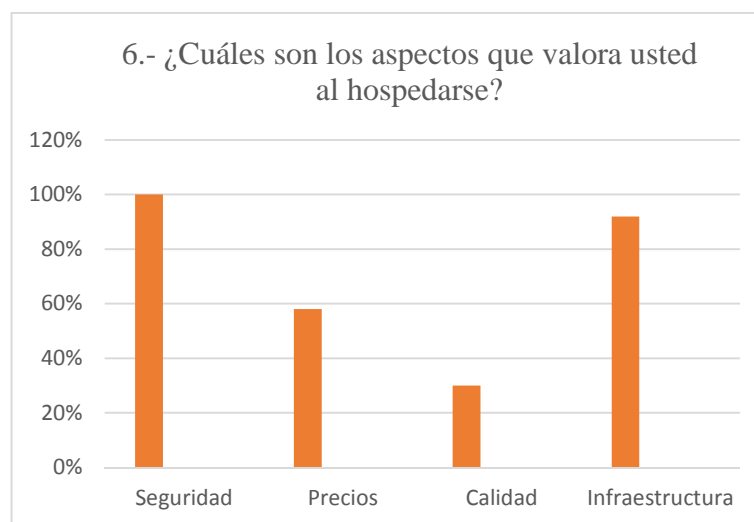
El porcentaje del 28% quienes indican que siempre que visitan Baños de Agua Santa satisface las estadísticas de huéspedes – clientes fieles a la marca Monte Selva, mientras que el 60% de clientes nuevos los cuales indican estar a gusto con su hospedaje.

6. ¿Cuáles son los aspectos que valora usted al hospedarse?

Cuadro N° 24. Pregunta 6

RESPUESTA	PORCENTAJE
Seguridad	100
Precios	58
Calidad	30
Infraestructura	92

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 9. Tabulación Pregunta 6

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Del total de encuestados el 100% coinciden con el tema de la seguridad al momento de elegir un lugar para hospedarse, seguido con un 92% en la infraestructura, principalmente lo mencionaron cuando van con niños, seguido del 58% el cual pone su presupuesto como un punto importante en el momento de elegir el hospedaje.

7. ¿Cuál es su grado de satisfacción de su estadía?

Cuadro N° 25. Pregunta 7

RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	7
Muy Bueno	89
Bueno	4
Malo	0
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 10. Tabulación Pregunta 7



Elaborado por: Gabriela Sagñay

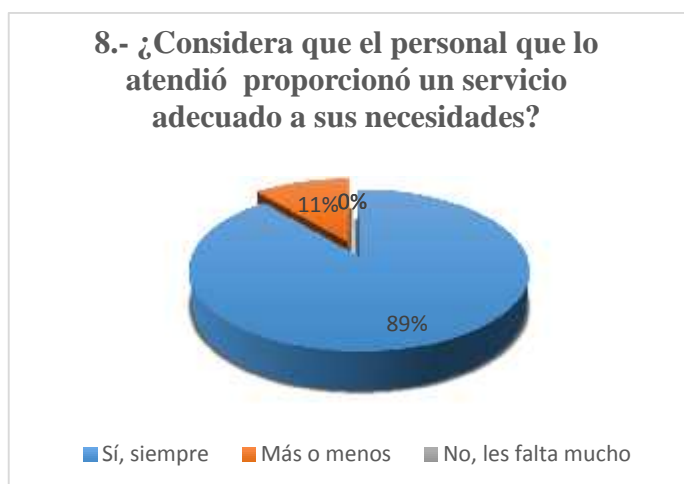
El 89% de los encuestados indican un nivel de satisfacción muy bueno en los aspectos relacionados a su hospedaje, el 7% indican un excelente servicio y el 4% que nos indican como satisfacción bueno.

8. ¿Considera que el personal que lo atendió proporcionó un servicio adecuado a sus necesidades?

Cuadro N° 26. Pregunta 8

RESPUESTA	PORCENTAJE
Sí, siempre	89
Más o menos	11
No, les falta mucho	0
Total	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 11. Tabulación Pregunta 8

Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 89% de la encuesta nos arroja datos en el cual los huéspedes – clientes se han sentido satisfechos con la atención de todo el personal que ha estado pendiente de su estadía, sin embargo un 11% indican que el personal les falta un poco en sus procesos, de igual forma este porcentaje fueron huéspedes extranjeros los cuales se sintieron mal porque no entendían otro idioma que no sea el español.

9. Después de su experiencia en la Hostería Monte Selva, usted volvería?

Cuadro N° 27. Pregunta 9

RESPUESTA	PORCENTAJE
Seguro	72
Posiblemente	21
Quizás	7
No	0

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 12. Tabulación Pregunta 9

Elaborado por: Gabriela Sagñay

El resultado de las encuestas demuestra que un 72% de los encuestados en su próxima visita a la ciudad de Baños tendrá a la hostería como su primera opción en cuestión a alojamiento, el 21% indicaron que posiblemente regresaran

10. Señale si usted tuvo algún problema o dificultad al hospedarse

Cuadro N° 28.Pregunta 10

RESPUESTA	PORCENTAJE
Demora en el <i>Check in</i>	45
Servicio lento	0
Mala atención	0
Habitaciones desarregladas	0
Instalaciones descuidadas	2
Ninguna	53

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 13. Tabulación Pregunta 10



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 45% de los encuestados mencionaron una demora en su Check in, este porcentaje nos indica que existe algún problema con el proceso en este punto de la estadía, mientras el 53% señala no haber tenido ningún problema durante su estadía.

11. Emita una sugerencia para mejorar los servicios de la Hostería Monte Selva


Los encuestados sugieren:

- Más personal
- Que los empleados aprendan inglés
- Que exista una persona que solo se dedique a la información de las guías a la ciudad

2.10.2.5. Consolidación de resultados, Cliente Externo

La consolidación de los resultados hace que sea más manejable la información. (Ver cuadro N° 30)

Cuadro N° 29. Resultados consolidados encuesta – Cliente Externo

RESULTADOS CONSOLIDADOS ENCUESTA – CLIENTE EXTERNO							
		HOSTERIA Y CENTRO DE CONVENCIONES MONTE SELVA Baños - Tungurahua - Ecuador Calle Halfplants s/n y Montalvo 032740566 / 032741411					
N°	PREGUNTA	TABULACION					
1	Nacionalidad	Ecuatorianos	Peruanos	Colombianos	Americanos	Europeos	TOTAL
		63%	7%	7%	9%	14%	100%
1	Edad	20 – 25	25 – 30	30 – 35	35 – 40		
		23%	18%	32%	27%		100%
1	Genero	Masculino	Femenino				
		59%	41%				100%
2	Motivo de su viaje:	Negocios	Paseo	Turismo de aventura			
		13%	76%	11%			100%

3	¿Con qué frecuencia usted viaja a la ciudad de Baños de Agua Santa?	Una vez a la semana	Una vez al mes	Más de dos veces al año	Una vez al año			
		0%	5%	33%	62%			100%
4	¿Por qué medio se enteró de la Hostería Monte Selva?	Amigos	Internet	Folleto	Revistas			
		23%	38%	24%	15%			100%
5	¿Con qué frecuencia usted visita la Hostería Monte Selva?	Siempre	Esta es la primera vez que me hospedo	Rara vez, busca otra de opciones hospedaje				
		28%	60%	12%				100%
6	¿Cuáles son los aspectos que valora usted al hospedarse?	Seguridad	Precios	Calidad	Infraestructura			
		100%	58%	30%	92%			
7	¿Cuál es su grado de satisfacción de su estadía?	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo			

		7%	89%	4%	0%			100%
8	¿Considera que el personal que lo atendió, proporcionó un servicio adecuado a sus necesidades?	Sí, siempre	Más o menos	No, les falta mucho				
		89%	11%	0%				100%
9	Después de su experiencia en la Hostería Monte Selva, usted volvería?	Seguro	Posiblemente	Quizás	No			
		72%	21%	7%	0%			100%
10	Señale si usted tuvo algún problema o dificultad al hospedarse?	Demora en el Check in	Servicio lento	Mala atención	Habitaciones desarregladas	Instalaciones descuidadas	Ninguna	
		45%				2%	53%	100%

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.2.6. Conclusiones de la Encuesta al cliente externo

La acogida que tiene la Hostería Monte Selva en el mercado es muy buena, los huéspedes y clientes coinciden en tener en cuenta a la hora de buscar hospedaje ciertos parámetros de

comodidad y seguridad, piensan que la hostería los cumplen pero que deben mejorar en ciertos temas como tiempos en procesos, manejo de otro idioma por parte del personal operativo.

2.10.3. El cliente interno

Cuando hablamos del cliente interno nos referimos a los colaboradores que trabajan en el área de ama de llaves, esta investigación nos arrojará posibles problemas o dudas que puedan tener con su desempeño laboral, de igual manera si se tienen bien con sus labores.

2.10.3.1. Objetivo de la encuesta a los empleados

Recopilar los datos que nos orienten a una evaluación del trabajo de cada uno de los empleados en el área de alojamiento de la Hostería Monte Selva.


2.10.3.2. Fuente de información

La información se recopilara mediante una encuesta a los colaboradores del área de alojamiento, para conocer los factores que podrían estar afectando los estándares de calidad a la cual desea alcanzar la empresa.

2.10.3.3. Diseño de la encuesta

La encuesta fue realizada al personal del área de alojamiento de la Hostería Monte Selva, los mismo que lo hicieron de manera voluntaria, con preguntas cerradas, para que sean de fácil entendiendo y rápidas en resolver. (Ver cuadro N° 31)

Cuadro N° 30. Encuesta - Cliente Interno

ENCUESTA - CLIENTE INTERNO			
	HOSTERIA Y CENTRO DE CONVENCIONES MONTE Baños - Tungurahua - Ecuador	Fecha de elaboración:	04-oct-14
		Responsable:	Gabriela Sagñay
	Calle Halflants s/n y Montalvo 032740566 / 032741411		
<p>A continuación le solicito a usted complete la siguiente encuesta donde incluyen diferentes aspectos relacionados con su trabajo.</p>			
<p>Detalle de preguntas:</p>			
Cargo:		Fecha:	
1.- ¿Posee título relacionado con la Hotelería?			
<input type="radio"/> Si ¿Cuál? <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Estoy estudiando			
2.- ¿Usted habla otro idioma adicionalmente al español?			
<input type="radio"/> Si ¿Cuál? <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Me gustaría aprender otro <input type="radio"/> No creo necesario			
3.- ¿Recibió algún proceso de inducción para el puesto en el que trabaja al momento de su contratación?			
<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No			
4.- ¿Conoce todas las tareas a desempeñar en su área?			
<input type="radio"/> Si, en su totalidad			

<input type="radio"/> No, hago lo que creo necesario	
5.- Para el cumplimiento de sus labores diarias usted necesita:	
<input type="radio"/> Más insumos <input type="radio"/> Menos insumos <input type="radio"/> Tiene los suficientes insumos	
6.- ¿Se satisfacen las necesidades del cliente-huésped?	
<input type="radio"/> Si, siempre <input type="radio"/> En lo posible <input type="radio"/> No	
7.- ¿Sabe si su trabajo es evaluado?	
<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No	
8.- ¿Conoce usted si existen manuales de procesos escritos para su área?	
<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No	
9.- ¿Usted recibe capacitación constante?	
<input type="radio"/> Si ¿Cada qué tiempo? <input type="radio"/> No	
10.- Detalle las funciones que usted realiza en su jornada de trabajo	
Firma Responsable	Fecha de revisión: 14/oct/14

2.10.3.4. Tabulación y análisis de resultados

Una vez aplicadas las encuestas a los empleados del área de alojamiento de la Hostería, hemos obtenido los siguientes resultados:

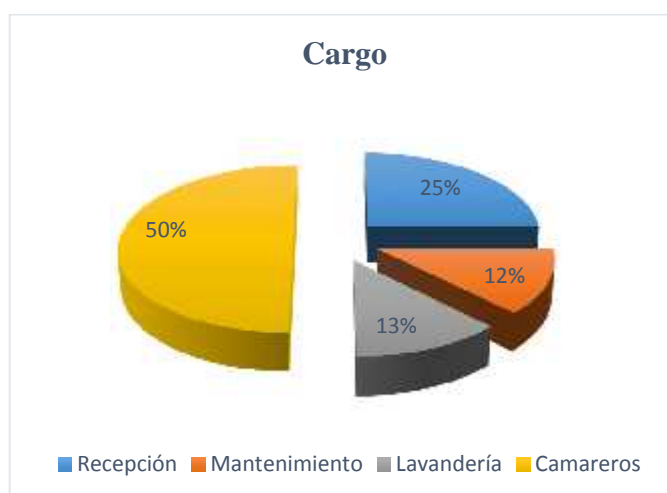
Cargo: _____

Cuadro N° 31. Cargo

CARGO	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Recepción	2	25
Mantenimiento	1	12.5
Lavandería	1	12.5
Camareros	4	50
Total	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 14. Tabulación Cargo



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El personal señalado en el cuadro son los encargados del área de alojamiento los cuales son 8 distribuidos en los puestos mencionados en el mismo.

Siendo las dos personas de la recepción fijas en sus puestos, y los otros 6 empleados cumplen las funciones de todos entre ellos.

1.- ¿Posee título relacionado con la Hotelería?

Cuadro N° 32. Pregunta 1

RESPUESTAS	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	0	0
No	8	100
Estoy estudiando	0	0
TOTAL	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 15. Pregunta 1



Elaborado por: Gabriela Sagñay

Como nos muestra el cuadro el 100% de los empleados no cuenta con un título en el área de Hotelería, lo cual nos indica que tiene un aprendizaje empírico.

Dicho personal nos indicó que al principio fue un tanto difícil acoplarse al trabajo ya que no contaban con los estudios y mucho menos con la experiencia.

2.- ¿Usted habla otro idioma adicionalmente al español?

Cuadro N° 33. Pregunta 2

RESPUESTA	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	0	0
No	1	12,50

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 16. Pregunta 2



Elaborado por: Gabriela Sagñay

En un establecimiento hotelero es importante que el personal conozca otro idioma aparte del natal, siendo el más requerido el idioma inglés por ser una de las lenguas más habladas en el mundo. Pero como nos indica la encuesta el 100% de los empleados no hablan otro idioma aparte del español, siendo este un problema al momento de comunicarse con el turista extranjero, pero un 88% de los mismos tienen la predisposición de aprender otro idioma.

3.- ¿Recibió algún proceso de inducción para el puesto en el que trabaja al momento de su contratación?

Cuadro N° 34. Pregunta 3

RESPUESTA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	3	37,50
No	5	62,50

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 17. Pregunta 3



Elaborado por: Gabriela Sagñay

Del 100% de los empleados solo un 37% mencionan haber recibido una inducción, la cual consistía en la enumeración de las actividades que realizarían en su jornada de trabajo, así como indicarles el horario del almuerzo y donde ubicar sus pertenencias.

El 67% de los empleados indicaron que su mejor inducción fue su trabajo a diario.

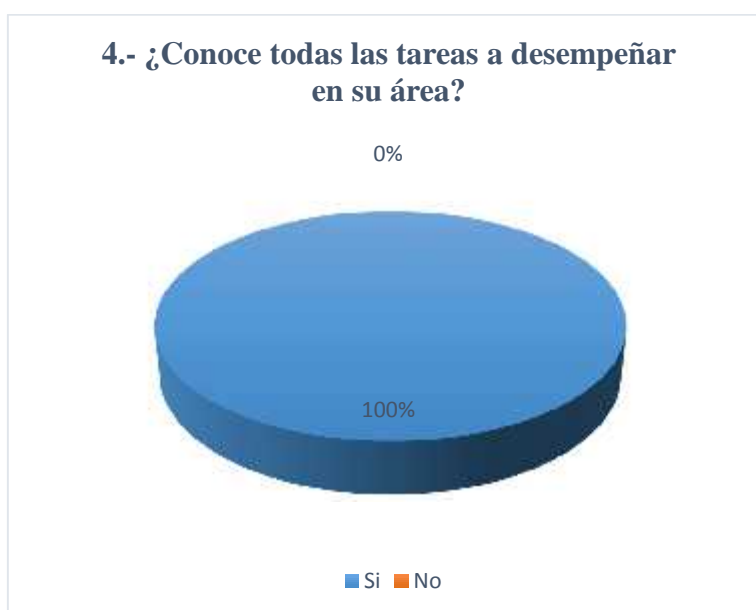
4.- ¿Conoce todas las tareas a desempeñar en su área?

Cuadro N° 35. Pregunta 4

RESPUESTA	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si, en su totalidad	8	100
No, hago lo que creo necesario	0	0

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 18. Pregunta 4



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El total de los empleados menciona conocer todas sus funciones de cada jornada de trabajo, pero tomando en cuenta que muchos de ellos cumplen varios puestos y tratan de cumplir todos a cabalidad.

5.- Para el cumplimiento de sus labores diarias usted necesita:

Cuadro N° 36. Pregunta 5

RESPUESTAS	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Más insumos	0	0
Menos insumos	0	0
Tengo los suficientes	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 19. Pregunta 5



Elaborado por: Gabriela Sagñay

Los empleados mencionan que cuentan con todos los insumos necesarios para cada una de sus labores, pero los mismos se encuentran lejos del lugar de cada uno de los sectores del área de alojamiento, ya que se desplazan una gran distancia para tomar lo necesario y eso hace una pérdida de tiempo en el proceso.

6.- ¿Se satisfacen las necesidades del cliente-huésped?

Cuadro N° 37. Pregunta 6

RESPUESTA	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí, siempre	8	100
En lo posible	-	-
No	-	-

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 20. Pregunta 6



Elaborado por: Gabriela Sagñay

Todos los empleados coinciden en su interés por siempre cumplir con todas las necesidades de cada uno de los huéspedes - clientes, mencionan que cada uno de quienes los visitan reciben lo mejor de ellos, ya que tiene la seguridad que si son buenos atendidos serán clientes fieles a la empresa.

7.- ¿Sabe si su trabajo es evaluado?

Cuadro N° 38. Pregunta 7

RESPUESTA	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	2	25
No	6	75
TOTAL	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 21. Pregunta 7



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 25 % de los empleados mencionan alguna vez haber sido evaluados, y la misma se realizó al año de su contrato, pero el 75% no saben que están siendo evaluados por sus jefes inmediatos.

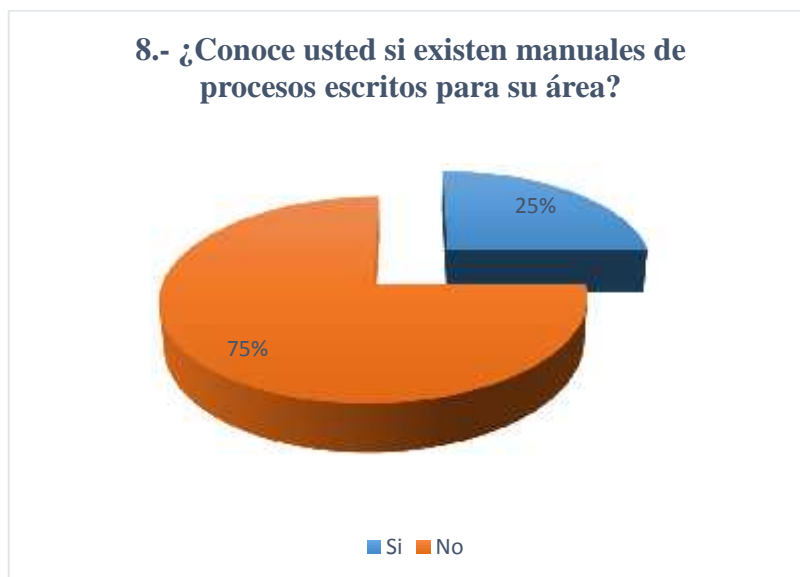
8.- ¿Conoce usted si existen manuales de procesos escritos para su área?

Cuadro N° 39. Pregunta 8

RESPUESTAS	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	2	25
No	6	75
TOTAL	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 22. Pregunta 8



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 25% que menciona sobre la existencia de los manuales es el área de recepción, los cuales mencionan que no los han leído, y el 75% no conocen que existan dichos documentos, y tampoco los creen necesarios

9.- ¿Usted recibe capacitación constante?

Cuadro N° 40. Pregunta 9

RESPUESTAS	NUMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	8	100
No	-	-
TOTAL	8	100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Gráfico N° 23. Pregunta 9



Elaborado por: Gabriela Sagñay

El 100% de los empleados afirman recibir capacitaciones por lo menos 1 cada 6 meses para refrescar sus procesos e indicarles sobre cambios dentro del área como en forma general.

10.- Detalle las funciones que usted realiza en su jornada de trabajo

Podemos establecer diferencia entre las funciones del departamento de Recepción y de los demás empleados del área de alojamiento como por ejemplo:

En Recepción han mencionado como sus principales funciones las siguientes:

- *Check in.*
- *Check out.*
- Reservas.
- Contestar mails y teléfonos.
- Atención al cliente.
- Facturación.
- Asignación de habitaciones.


Los demás empleados coinciden mucho con sus funciones muy dependiente del cargo que tenga por ejemplo están las siguientes:

- Mantenimiento de instalaciones.
- Guía por las instalaciones.
- Arreglo de habitaciones.
- Llevar la ropa a la lavandería.
- Llevar el equipaje de los huéspedes.

2.10.3.5. Consolidación de resultados, Cliente Interno

La consolidación de los resultados hace que sea más manejable la información. (Ver cuadro N° 42)

Cuadro N° 41. Resultados consolidados - Cliente Interno

RESULTADOS CONSOLIDADOS - CLIENTE INTERNO							
		HOSTERIA Y CENTRO DE CONVENCIONES MONTE SELVA Baños - Tungurahua - Ecuador Calle Halflants s/n y Montalvo 032740566 / 032741411					
		N°	PREGUNTA	TABULACION			
	Cargo:	Recepción	Mantenimiento	Lavandería	Camareros	N° Personas	TOTAL
		2	1	1	4		
		25%	12,5%	12,5%	50%	8	100%
1	¿Posee título relacionado con la Hotelería?	Si	No	Estoy estudiando			
		0	8	0			
		0%	100%	0%		8	100%
2	¿Usted habla otro idioma adicionalmente al español?	Si	No	Me gustaría aprender otro	creo necesario		
		0	1	7	0	8	100%

		0%	12,5%	87,5%	0%		
3	¿Recibió algún proceso de inducción para el puesto en el que trabaja al momento de su contratación?	Si	No				
		3	5				
		37,5%	62,50%			8	100%
4	¿Conoce todas las tareas a desempeñar en su área?	Si, en su totalidad	No, hago lo que creo necesario				
		8	0				
		100%	0%			8	100%
5	Para el cumplimiento de sus labores diarias usted necesita:	Más insumos	Menos insumos	Tiene los suficientes insumos			
		0	0	8			
		0%	0%	100%		8	100%
6	¿Se satisfacen las necesidades del cliente-huésped?	Sí, siempre	En lo posible	No			

		8	0	0			
		100%	0%	0%		8	100%
7	¿Sabe si su trabajo es evaluado?						
		Si	No				
		2	6				
		25%	75%			8	100%
8	¿Conoce usted si existen manuales de procesos escritos para su área?						
		Si	No				
		2	6				
		25%	75%			8	100%
9	¿Usted recibe capacitación constante?						
		Si	No				
		8	0				
		100%	0%			8	100%

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.3.6. Conclusiones encuesta cliente interno

Según los resultados de las encuestas realizadas al cliente interno, nos ayudan a determinar que las falencias en el área operativa son: no tener preparación académica, el no


dominar otro idioma aparte del natal, y el principal sería la falta de comunicación interna y de capacitaciones constantes.

2.10.4. Objetivo de entrevista al Administrador

Recopilar información desde el punto de vista de la administración, la misma que nos indicara cómo ve la empresa desde el área administrativa.

2.10.4.1. Formato de la entrevista

Se realiza la siguiente entrevista con preguntas abiertas, con la libre voluntad de la Gerente General

ENTREVISTA			
	HOSTERIA y CENTRO DE CONVENCIONES MONTE Baños - Tungurahua - Ecuador	Fecha de elaboración:	04-oct-14
	Calle Halflants s/n y Montalvo 032740566 / 032741411	Responsable:	Gabriela Sagñay
Mediante esta entrevista, se busca analizar como se ve la Hostería de parte de la Gerencia General			
Detalle de preguntas:			
1.- ¿Cuánto tiempo lleva detrás de la administración del Grupo Monte Selva?			
2.- ¿Qué es lo que más le gusta de ser gerente?			
3.- ¿Cuál es la misión y visión del Grupo Monte Selva?			
4.- ¿Con cuántos empleados cuenta su empresa?			
5.- ¿Cada puesto cuenta con funciones específicas, tienen un manual en el que se guíen?			
6. ¿Realizan control de los procesos que realizan sus empleados en cada área y en cada puesto de trabajo?			

7.- ¿Cada que tiempo y que método utiliza para evaluar el desempeño de sus colaboradores?	
8.- ¿Posee estándares de calidad en el servicio?	
9.- ¿Qué tipo de estándares se aplican?	
10.- ¿Cómo se manejan las quejas del cliente-huésped?	
Firma Responsable	Fecha de revisión: 14/oct/14

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.4.2. Resultado de la entrevista

La entrevista se realizó a la Ingeniera Pilar Medina, Gerente General del grupo Monte Selva.

1.- ¿Cuánto tiempo lleva detrás de la administración del Grupo Monte Selva?

(...Me encuentro tras la administración del Grupo Monte Selva desde el año 1993, ya 21 años cuidando el patrimonio que me herede de mis padres, ellos contaban con una casa familiar para vacacionar de esta manera se ve la necesidad de brindar una casa de hospedaje para los turistas que hace muchos años no tenían donde, de esta manera empieza la idea de crear una empresa con fines turísticos, en el año 1996 crece el predio con la compra de tierras aledañas, todo iba creciendo según el turismo en Baños en el año 2000 se da la evacuación por la amenaza del volcán y este acontecimiento lo vivimos en una recuperación lenta, pero estoy segura que fuimos dando grandes pasos ya que nos encontramos en un buen sitio referente a la competencia, y ahora contamos con 5.3 hectáreas estratégicamente utilizado el espacio para el área de alojamiento, recreación, etc. Somos la Hostería más grande de la zona urbana...en estos últimos 3 años hemos implementado el área de alimentos y bebidas, el centro de convenciones y de más renovaciones como el spa por ejemplo...)

2.- ¿Qué es lo que más le gusta de ser gerente?

(...compartir con el equipo de trabajo, ver en cada uno de ellos el ánimo por mantener esta empresa en pie y cada vez más firme...)

3.- ¿Cuál es la misión y visión del Grupo Monte Selva?

Misión

El Grupo Monte Selva se caracteriza por su solidez y proyección para ofrecer servicios hoteleros, brindando a los huéspedes y clientes, excelente atención personalizada en todas sus áreas reconocido por su profesionalismo.

Nuestro principal pilar es el trabajo en equipo y el compromiso de nuestro talento humano quienes todos los días buscan optimizar la calidad al servicio y el mejoramiento continuo.

Visión

Ser una Hostería competitiva y líder dentro de nuestro segmento de mercado turístico, generando empleo, fomentado el crecimiento personal y profesional de un equipo humano competente, llegando a ser líderes en las preferencias de nuestros huéspedes y clientes

4.- ¿Con cuántos empleados cuenta su empresa?

(...al momento contamos con 36 colaboradores de planta y 12 eventuales...)

5.- ¿Cada puesto cuenta con funciones específicas, tienen un manual en el que se guíen?

(...sí, todos los puestos saben lo que tienen que hacer, existe un manual de funciones para el área de recepción donde se detalla las funciones que debe realizar...)

6. ¿Realizan control de los procesos que realizan sus empleados en cada área y en cada puesto de trabajo?

(...nosotros manejamos una administración circular, esto quiere decir que no se fijan jefaturas y eso les da confianza a nuestros empleados en tomar decisiones y responsabilidades

7.- ¿Cada que tiempo y que método utiliza para evaluar el desempeño de sus colaboradores?

(...todos los lunes se hace reuniones por departamentos, en estas reuniones se hablan sobre el personal, los procesos, los problemas que pudieron haber existido en la semana y que solución se brindó a los mismos...)

8.- ¿Posee estándares de calidad en el servicio?

(...creemos firmemente que comprometernos con cada uno de los huéspedes o clientes que tenemos en la hostería, hace que marquemos calidad en cada uno de ellos...)

9.- ¿Qué tipo de estándares se aplican?

(...buscamos estándares de calidad tanto en el área de alimentos y bebidas como en el área de alojamiento los cuales se marcan en medir el nivel de satisfacción con los costos...)

10.- ¿Cómo se manejan las quejas del cliente-huésped?

(...bueno tenemos un proceso el cual consiste en que el empleado que la recibe sepa medir la queja, para de esta manera el empleado evaluar la misma con las reglas de la hostería, tener en cuenta que no siempre el cliente tiene la razón y según ese el empleado hará filtros para designar quien lo ayudara con la solución de la misma,... claro que cada empleado sabe que al momento de presentar la queja con el área de supervisión deberán llegar con 2 posibles soluciones a dicho problema...)

2.10.4.2. Conclusión de la entrevista.

Desde el punto de vista de la administración la Hostería se encuentra en buen camino, ha sabido mantenerse en el tiempo y eso se debe al buen trato a sus colaboradores.

De tal forma la entrevista nos indica que la prioridad de la administración es mantener colaboradores satisfechos, de esta forma lo verán reflejados en sus labores y la satisfacción de los huéspedes.

2.10.5. Guía de observación

“Una guía de observación, por lo tanto, es un documento que permite encausar la acción de observar ciertos fenómenos. Esta guía, por lo general, se estructura a través de columnas que favorecen la organización de los datos recogidos”. (Definición de, 2015)

2.10.5.2. Objetivo de la guía de observación

Mediante una lista de parámetros, se realiza una verificación física para tabular los aspectos de cada uno de los puntos señalados en la lista de la guía de observación. (Ver cuadro N° 43).

Cuadro N° 42. Guía de observación

DEPARTAMENTO	PARAMETROS DE OBSERVACION	CALIFICACION			OBSERVACIONES
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Reservas	Personal solo para este puesto			x	No existe una persona solo para este puesto, lo maneja la recepcionista en turno y en horas pico el telefono suena mientras la recepcion esta llena.
	Elaboracion de documentos oficiales		x		La información de la recepcion de la llamada se lo hace en un cuaderno, para luego comparar con el sistema y ver los porcentajes de ocupacion para contestar al cliente, existe una perdida de tiempo en este proceso.
	Realiza pronosticos de alojamiento	x			Cordina con el area de mercadeo y ventas para fijar la disponibilidad para las ventas por telefono.
	Tiempo en tomar la reserva			x	Se lleva un tiempo de 20-25 minutos por llamada, tomando en cuenta que es la misma persona de la recepcion.
	Registra y controla las reservas de las habitaciones			x	Registra las reservas en un cuaderno y cuando esta libre la gestiona en el sistema
Recepcion	Limpieza del area	x			Existe una muy buena limpieza y orden del lugar
	Presentacion del personal	x			Tiene un uniforme con el logo respectivo de la empresa
	Forma de recibir al huesped - cliente	x			La primera frase en mencionar es: Bienvenidos en que le puedo servir?
	Tiempo en dar informacion		x		En horas pico de entrada o salida de huspedes, el tiempo va de 2 - 3 minutos y no se le puede otorgar al cliente una informacion clara de lo que necesita.
	Gestiona todos los servicios relacionados con la estancia de los clientes	x			Ya hecha la venta, recepcion se encarga de delegar a los camareros para que continúe el proceso de alojamiento
	Ofrece tanto servicios internos, como externos	x			Se le menciona ya al huésped sobre todos los servicios que le ofrece la Hosteria con la tarifa que tiene, y se le ofrece a breves rasgos de los servicios que le ofrece la ciudad.
	Manejo de planes y promociones			x	No tiene conocimiento de las promociones, ofrece al cliente la tarifa mas baja.
	Gestiona la utilización de servicios externos solicitados por los clientes.		x		Se gestiona estos servicios de manera tercializada.
	Controlar las cuentas de los clientes			x	No existe comunicación adecuada con los demas departamentos
	Proceso de check in.			x	Es demorado
	Proceso de check out.			x	Es demorado
	Proceso de cambio de turno.			x	No existe un proceso para este cambio
	Gestiona directamente la venta de habitaciones para los turistas libres que se presentan en recepción a partir de las tarifas establecidas.	x			Se ofrece habitaciones disponibles con la tarifa establecida
	Centraliza y gestiona la solución de quejas y reclamaciones			x	No se da una respuesta a la queja y se llama a la persona mas cercana para delegar este problema.

Ama de llaves	Garantiza la limpieza y la higiene de las áreas bajo su control.	x			Todo se encuentra en perfecto estado
	Organiza y controla todos los insumos asignados.		x		Si se cumple, pero los mismos se encuentran en una bodega lejos
	Chequea diariamente los reportes realizados a mantenimiento, así como los que quedan pendientes los cuales, de no tener solución, se informarán a la dirección			x	No existe un reporte, de ser necesario cualquiera de los empleados podrá solucionar cualquier problema de mantenimiento
	Se supervisa las áreas públicas	x			Se da una vuelta por el lugar
	Auxilia a los clientes en caso de emergencia, según lo establecido en cada caso			x	No tiene una capacitación de evacuación en caso de una emergencia
	Proceso de cambio de turno.			x	Indican a la memoria las habitaciones ocupadas, no existe un reporte de novedades
	Presentación del personal	x			Mantiene una buena presentación, con uniforme de acuerdo al clima y sobre todo cómodos
	Centralizar y gestionar la solución de quejas y reclamaciones.		x		Tratan en lo posible de solucionar la queja con autonomía propia
	Coordina el trabajo de todos los camareros	x			Si se coordina el trabajo de los camareros
	Retira el informe de ocupación en recepción a su llegada			x	Solo se pregunta, no existe un informe escrito
	Brinda información a los huéspedes de servicios del hotel y de la ciudad		x		En algunos casos, sino los dirigen a recepción para que ahí los ayuden
	Lleva control de stock de suministros		x		Los camareros no, indican que cuando algo necesitan lo informan a la recepción para que lo compren
Lavandería	Ubicación			x	Queda en una propiedad al frente de la Hostería
	Orden		x		No existe un inventario
	Maquinaria		x		Existen 2 lavadoras y 2 secadoras, pero una de ellas pasa casi siempre dañada
	Horarios de lavado		x		Los realizan todos los días en las mañanas, pero esta actividad lo hace una persona del grupo de limpieza de habitaciones
	Total de blancos		x		Nos indican que existen los suficientes, pero no mantiene un inventario de los mismos

Elaborado por: Gabriela Sagñay

2.10.5.3. Conclusión guía de observación

Con la tabulación de la lista de guía de observación, se detectan las siguientes falencias: Falta de una persona exclusiva para el área de reservas, no tener un registro digital de las reservas recibidas, el personal no tiene conocimiento de las promociones, no existe una comunicación adecuada entre departamentos, procesos de check-in y check-out demorados, no existe planes de contingencia para emergencias, entre otros.

2.10.6. Priorización de Estrategias

La priorización de estrategias, determina los puntos críticos para cada departamento los cuales tiene un diagnóstico para la respectiva propuesta de estrategias y la prioridad de las mismas. (Ver cuadro N°. 44)

Cuadro N° 43. Matriz de Estrategias

Matriz de Estrategias				
Departamento	Punto crítico	Diagnóstico	Estrategias	Prioridad
Reservas	Problemas con la toma de las reservas telefónicas y vía e-mail	Falta de personal	1.- Contratación de una persona para la toma de las reservas por teléfono y contestación de reservas vía e-mail.	MEDIA

		No existen papeleo correcto para recoger los datos de las reservas	2.- Diseñar los formatos digitales para los diferentes tipos de reservas, para darles el seguimiento respectivo hasta la venta final.	ALTA
		Tiempo en tomar una reserva por teléfono, ya que se trata de la misma persona a cargo de la recepción	3.- Crear un manual de procesos para la toma de las reservas.	ALTA
Recepción	No existen procesos para el Check-in	Cliente debe esperar si la persona de la recepción se encuentra en el teléfono con una reserva	2.- Contratación de una persona solo para procesos de Check-in	MEDIA
		Demora en el ingreso de los huéspedes, ya que se toman los	3.- Implementación de hojas de registros para que el proceso sea más rápido.	ALTA

		datos directamente, no existe una hoja de registro		
		No se oferta los servicios con los que cuenta la hostería	4. Capacitación para vender los servicios con los que cuenta la Hostería	BAJA
		No existen procesos de Check-in para hacerlo más agilizado	5. Crear un manual de procesos de llegada de huéspedes	ALTA
	Demora en el Check-out	No existe comunicación con los otros departamentos donde existen consumos, para la cuenta final	1. Crear un sistema automatizado entre todos los departamentos donde los huéspedes cargan a su habitación, para poder contar con el valor final preciso y a tiempo	ALTA
		Existe una demora en la respuesta sobre las novedades que pueden existir en la habitaciones	2. Establecer tiempos adecuados para poder contar con una clara comunicación entre los camareros y la recepción	MEDIA

Ama de llaves	Demora en el arreglo de habitaciones	No existen reportes de habitaciones (ocupadas, disponibles o en mantenimiento)	1. Crear documentación para mantener reportes tanto en el sistema como físicamente para que se informe ama de llaves.	ALTA
		No existen planes de evacuación en casos de emergencia	2. Crear una capacitación con los empleados para saber cómo deben actuar en una emergencia	MEDIA
		Los camareros no realizan una venta de los demás servicios que ofrece la hostería	3. Capacitar a los empleados como deben vender los servicios de la Hostería.	ALTA
		No utilizan los coches de la forma adecuada	4. Capacitar a los empleados de los importante sobre utilizar correctamente las herramientas de trabajo en sus labores diarias	ALTA

		No existen procesos específicos para el control y mantenimiento de las habitaciones	5. Crear un manual de procesos para el área de alojamiento	ALTA
		Limpieza de linos	6. Adecuar en los linos rotulación para la ubicación de todo lo que allí se guarda	MEDIA
		Falta de control en inventarios	7. Crear un sistema de inventarios para un control en el uso de los materiales	MEDIA
Lavandería	Falta de material oportuno para el proceso de ama de llaves	El lugar de la lavandería queda fuera de la Hostería	8. Construcción de un lugar dentro de la hostería para creación del cuarto de lavado	BAJA
		Maquinaria se encuentra deshabilitada por daños	9. Creación de procesos de mantenimientos preventivos y correctivos para las maquinas	BAJA

Administrativo		No existen formatos para el control de la labores de los empleados	1. Creación de un manual para el área	ALTA
		No existen capacitaciones constantes, teniendo en cuenta que ninguno de los empleados cuentan con títulos	2. Incentivar a los empleados con capacitaciones constantes de cómo realizar su trabajo	BAJA

Elaborado por: Gabriela Sagñay

CAPITULO III

3. PROPUESTA PARA EL LEVANTAMIENTO DE LOS PROCESOS EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO Y CREACIÓN DE UN MANUAL PARA EL CENTRO DE CONVENCIONES Y HOSTERÍA MONTE SELVA EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA.

A través de la propuesta del levantamiento de procesos para el área de alojamiento, se busca ser más productivos y competitivos en el mercado, esto radica en la importancia de aplicar dichos procesos para contribuir a mejorar las debilidades y afianzar la fortalezas de la hostería, esto constituye un elemento clave de trabajo en función de la calidad, ya que a partir de este punto se podrá analizar lo que hacemos y como los hacemos.

3.10. Objetivos

- ✓ Afianzar la filosofía administrativa de la Hostería.
- ✓ Definir procesos específicos para un buen servicio.
- ✓ Desarrollar estrategias que optimicen los recursos de la organización.

3.11. Políticas

Dentro de las políticas que el empleador debe cumplir son:

- ✓ Código de trabajo.
- ✓ Cumplir procesos.
- ✓ Contratos a prueba.
- ✓ Horarios.
- ✓ Reglamento interno.

Las políticas a las que se rige el talento humano son:

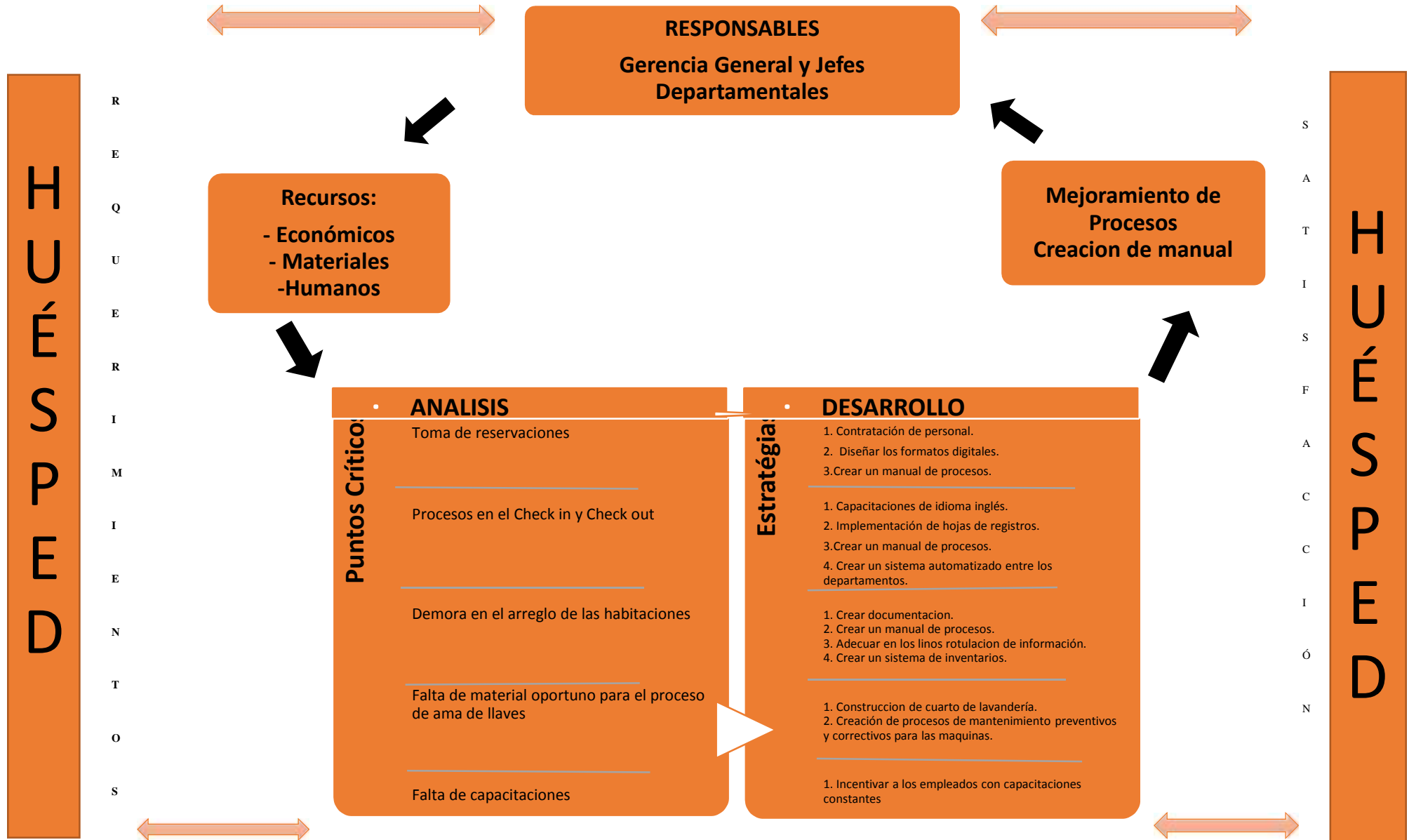
- ✓ Flexibilidad.
- ✓ Uniformidad.
- ✓ Fidelidad.

3.12. Operatividad de las estrategias

Mediante un mapa de procesos se mostraran aquellas actividades que se realizan desde el momento inicial (requerimientos del huésped), hasta el momento final (satisfacción del huésped). (Ver gráfico N° 24)

En las cuales se describen las estrategias las cuales definen los distintos componentes que la organización trabajara en conjunto para alcanzar el éxito de las mismas. (Ver cuadros N°.45, 46, 47, 48, 49)

Gráfico N° 24. Mapa de procesos



Cuadro N° 44. Punto crítico: Toma de reservaciones

Punto crítico: Toma de reservaciones		
Estrategia 1: Contratación de una persona para la toma de las reservas por teléfono y contestación de reservas vía e-mail.		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Realizar un proceso de reclutamiento de personal, que se encargue de las reservas por teléfono y vía e-mail, principalmente para los fines de semana y feriados	Departamento de Talento Humano y Jefe de departamento de Recepción	Contratación de una persona para los fines de semana y feriados, Sueldo más beneficios de ley; \$. 400
Estrategia 2: Diseñar los formatos digitales para los diferentes tipos de reservas		
Descripción	Responsables	Presupuesto
De esta manera se dará el seguimiento respectivo a cada una de ellas y así poder tener un mayor control en la ocupación de la Hostería para las ventas directas.	Jefe de departamento de Recepción y Persona encargada de Sistemas	Cuadro de costos de la propuesta
Estrategia 3: Crear un manual de procesos para la toma de las reservas.		

Descripción	Responsables	Presupuesto
Crear un capítulo para la toma de las reservas en el manual de procesos	La persona que realice el manual tomará en cuenta la realidad de la Hostería con los estándares en la toma de reservas.	Cuadro de costos de la propuesta

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 45. Punto crítico: Procesos en el Check-in y Check-out

Punto crítico: Procesos en el Check-in y Check-out		
Estrategia 1: Capacitaciones para que el personal estudie otro idioma como el inglés		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Se contactará a un servicio de capacitaciones para fomentar el aprendizaje del idioma inglés técnico hotelero a los empleados de la Hostería	Gerencia General y Jefes de todas las áreas	Financiamiento total de la capacitación para que los empleados tengan

		facilidades de pago. Revisar cuadro de costos de la propuesta.
Estrategia 2: Implementación de hojas de registros para que el proceso sea más rápido.		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Crear hojas de registros con el logo de la Hostería con todos los requerimientos de la información que el huésped debe proporcionar para su Check-in	Gerencia General, Jefe de recepción y Jefe de marketing	Implementación de un programa en el sistema de la Hostería; \$, 200
Estrategia 3: Crear un manual de procesos de llegada de huéspedes		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Crear un capítulo para el proceso de Check-in en el manual de procesos.	La persona que realice el manual tomará en cuenta la realidad de la Hostería con los estándares en la toma de reservas.	Cuadro de costos de la propuesta

Estrategia 4: Crear un sistema automatizado entre todos los departamentos.		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Este sistema mantendrá comunicado a todos los departamentos entre sí, para que al momento del Check-in los consumos del cliente estén a tiempo para su facturación	Jefe de departamento de Recepción y Persona encargada de Sistemas	Cuadro de costos de la propuesta

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 46. Punto crítico: Demora en el arreglo de habitaciones

Punto crítico: Demora en el arreglo de habitaciones		
Estrategia 1: Crear documentación para mantener reportes tanto en el sistema como físicamente para que se informe ama de llaves.		
Descripción	Responsables	Presupuesto

<p>Crear documentación para los reportes diarios de ama de llaves, los mismos que deberán ser reflejados en un sistema para la venta de habitaciones.</p>	<p>Jefe de departamento de Recepción, Intendente de ama de llaves, Jefe de marketing y Persona encargada de Sistemas</p>	<p>Papelería, imprenta</p>
<p>Estrategia 2: Crear un manual de procesos para el área de alojamiento</p>		
<p>Descripción</p>	<p>Responsables</p>	<p>Presupuesto</p>
<p>De esta manera se dará el seguimiento respectivo a cada una de ellas y así poder tener un mayor control en la ocupación de la Hostería para las ventas directas.</p>	<p>Jefe de departamento de Recepción y Persona encargada de Sistemas</p>	<p>Cuadro de costos de la propuesta</p>
<p>Estrategia 3: Adecuar en los linos rotulación para la ubicación de todo lo que allí se guarda</p>		
<p>Descripción</p>	<p>Responsables</p>	<p>Presupuesto</p>

Realizar una adecuada estructura de los linos para la correcta ubicación y distribución de los implementos de limpieza, toallas, aménitis, etc.	Mantenimiento y Costos	Cuadro de costos de la propuesta
Estrategia 4: Crear un sistema de inventarios para un control en el uso de los materiales		
Descripción	Responsables	Presupuesto
En la bodega general crear un sistema de inventarios para el control de los insumos.	Mantenimiento y Costos	Cuadro de costos de la propuesta

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 47. Punto crítico: Falta de material oportuno para el proceso de ama de llaves

Punto crítico: Falta de material oportuno para el proceso de ama de llaves		
Estrategia 1: Construcción de un lugar dentro de la hostería para creación del cuarto de lavado		
Descripción	Responsables	Presupuesto

Construir un espacio para que la lavandería sea dentro de la hostería.	Gerencia General y Costos	Cuadro de costos de la propuesta
Estrategia 2: Creación de procesos de mantenimientos preventivos y correctivos para las maquinas		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Crear procesos de mantenimiento para las máquinas de lavado y secado, de esta manera estará en constante funcionamiento para evitar el reabastecimiento de los blancos para ama de llaves	Mantenimiento y Costos	Cuadro de costos de la propuesta

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 48. Punto crítico: Falta de capacitaciones

Punto crítico: Falta de capacitaciones
Estrategia 1: Incentivar a los empleados con capacitaciones constantes

Descripción	Responsables	Presupuesto
Crear un itinerario de capacitaciones constantes de: seguridad laboral, como vender los servicios de la hostería, como actuar en los momentos de emergencia.	Gerencia General y Costos	Cuadro de costos de la propuesta

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.13. Desarrollo del manual de procesos

Un manual de procesos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa u operativa, para lo cual realizaremos el levantamiento de dichos procesos en el área de alojamiento de la Hostería Monte Selva y lo plasmaremos en un manual.

Según la Universidad Nacional de Colombia nos muestran un modelo de manual, en el cual nos guiaremos para la propuesta mencionada. (Ver cuadro N°. 50)

Cuadro N° 49. Contenido del manual de procesos

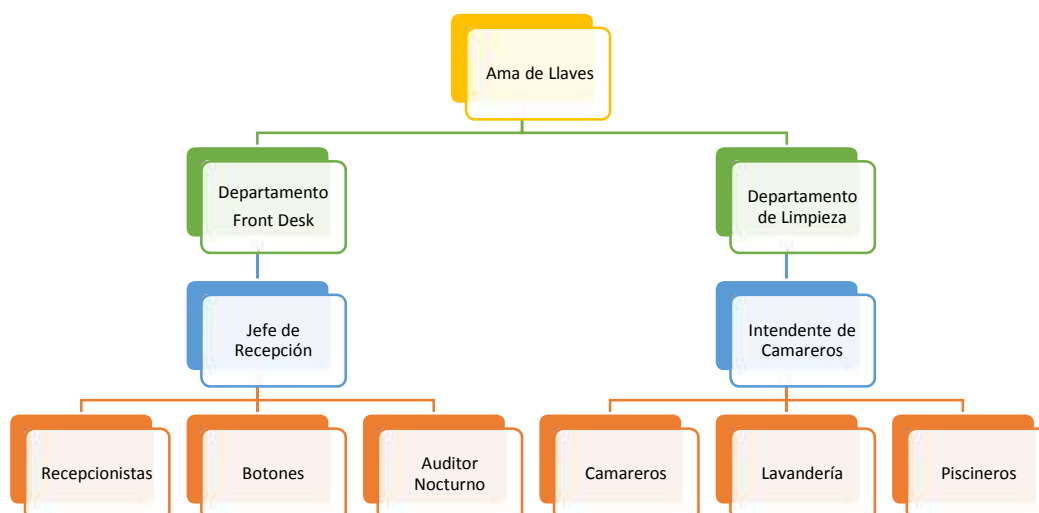
CONTENIDO DEL MANUAL DE PROCESOS
<p>1. Título: se indicará la razón de ser de acuerdo con el contenido, en forma breve y concisa.</p> <p>2. Introducción: explicación general del procedimiento.</p> <p>3. Organización: estructura micro y macro de los procedimientos de la empresa.</p> <p>4. Descripción del Procedimiento:</p> <p>4.1 Objetivos de Procedimiento: propósito del mismo.</p> <p>4.2 Base Legal: normas aplicables al procedimiento de orden gubernamental o internas, requisitos, documentos y archivo.</p> <p>4.3 Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.</p> <p>4.4 Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento: Flujograma.</p>

5. **Responsabilidad**, autoridad o delegación de funciones del proceso, las cuales entrarán a formar parte de los "Manuales de Funciones" en los que se establecerá como parte de las labores asignadas individualmente en los diferentes funcionarios.
6. **Medidas de Seguridad**, Prevención y Autocontrol, aplicables y orientadas a los procedimientos, para evitar desviaciones.
7. **Informes**: económicos, financieros, estadísticos, de labores y autocontrol.
8. **Supervisión**, evaluación, examen y autocontrol de oficinas encargadas del control, con sus recomendaciones para lograr mejoramiento continuo y calidad.

3.14. Nuevo organigrama del Departamento de Ama de llaves

Se crea un nuevo organigrama para el departamento de ama de llaves, mediante el cual se visualiza los puestos y la jerarquía del departamento. (Ver gráfico N°24)

Gráfico N° 25. Nuevo organigrama del Departamento de Ama de llaves



Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.15. Identificación y levantamiento de procesos y creación del manual

3.15.4. Departamento de *Front Desk*

Para el levantamiento de los siguientes procesos, se hará relación con los puntos críticos ya señalados. (Ver cuadros N° 45 y 46)

3.15.4.2. Estándares de tiempos para los procesos

Se establecen tiempos promedios para los procesos del departamento de Front Desk. (Ver cuadro N° 51)

Cuadro N° 50. Estándares de tiempos para los procesos

PROCESO	TIEMPO
Reservas	3 minutos
Check -in	3 minutos
Check-out	3 - 5 minutos
Facturación	5 minutos
Manejo de quejas	5 minutos
Cambio de habitación	5 - 10 minutos
Clientes V.I.P.	Todo el papeleo y asignación de habitación antes del arribo del mismo

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.15.4.3. Perfil de la persona de reservas

El personal de reservas debe mantener el siguiente perfil:

Conocimientos

- a. Dominio de las políticas de la hostería.
- b. Manejo del idioma inglés.
- c. Técnicas de atención al cliente.
- d. Técnicas de ventas y negociación por teléfono.
- e. Formas, condiciones y garantías de pago.
- f. Operación del computador, teléfono y fax.
- g. Dominio del sistema tarifario.
- h. Manejo de formularios de reservas.
- i. Manejo de pronóstico de ocupación hotelera y estacionalidad.

Habilidades

- a. Capacidad de recibir información por teléfono.
- b. Buena memoria para recordar datos del cliente.
- c. Facilidad de comunicación oral clara y articulada.
- d. Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y cálculo porcentual.

Actitudes

- a. Detallista, metódico, ordenado y preciso.
- b. Equilibrado emocionalmente.
- c. Atento y cordial con el cliente.
- d. Considerado hacia los otros, tolerante y comprometido.

3.15.4.4. Clases de reservas

Reservas con depósito o transferencia bancaria

El cliente garantiza su reserva a través de un depósito o transferencia bancaria, enviado a la hostería antes de la llegada.

Reservas de agencias de viaje o empresas

Son las reservaciones garantizadas por la agencia de viaje o empresa previa a la firma de un convenio de servicios prestados y crédito donde se estipula los procedimientos a seguir.

Reservaciones no garantizadas

Son reservaciones que no tienen ningún tipo de garantía y la hostería se obliga a guardar la reserva hasta las 18h00 en temporada alta estas reservaciones se cancelan para dar prioridad aquellas que están garantizadas.

3.15.4.5. Reservas por internet

Las reservas por internet facilitan al posible huésped conocer la disponibilidad y así realizar su transacción en tiempo real. (Ver cuadro N° 52)

Cuadro N° 51. Proceso de toma de reservas por internet

- 1. Título:** Reservas por internet.
- 2. Introducción:** Este proceso ayuda a la correcta toma de reservas mediante el internet.
- 3. Organización:**



4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Realizar un correcto seguimiento de las reservas que ingresan por los diferentes canales de contacto del posible cliente-huésped con la Hostería.

4.2 Base Legal: normas aplicables al procedimiento de orden gubernamental o internas, requisitos, documentos y archivo.

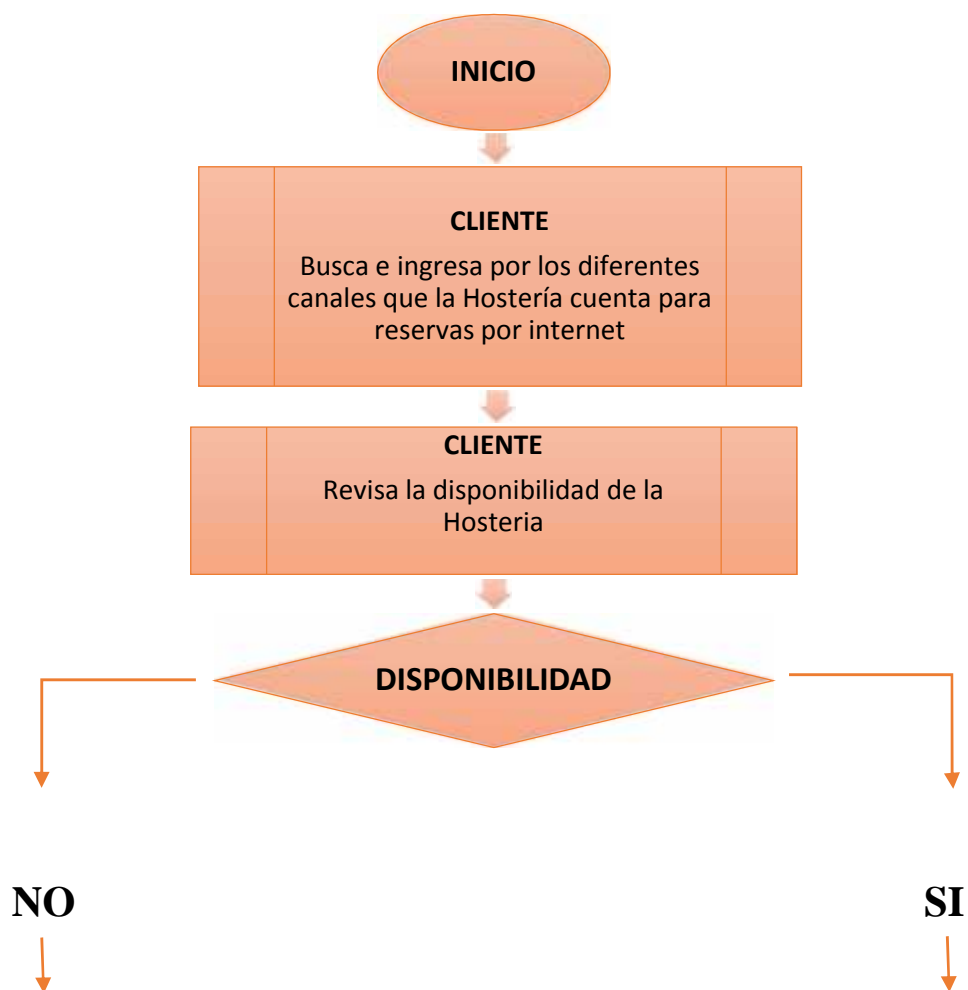
4.3 Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes:

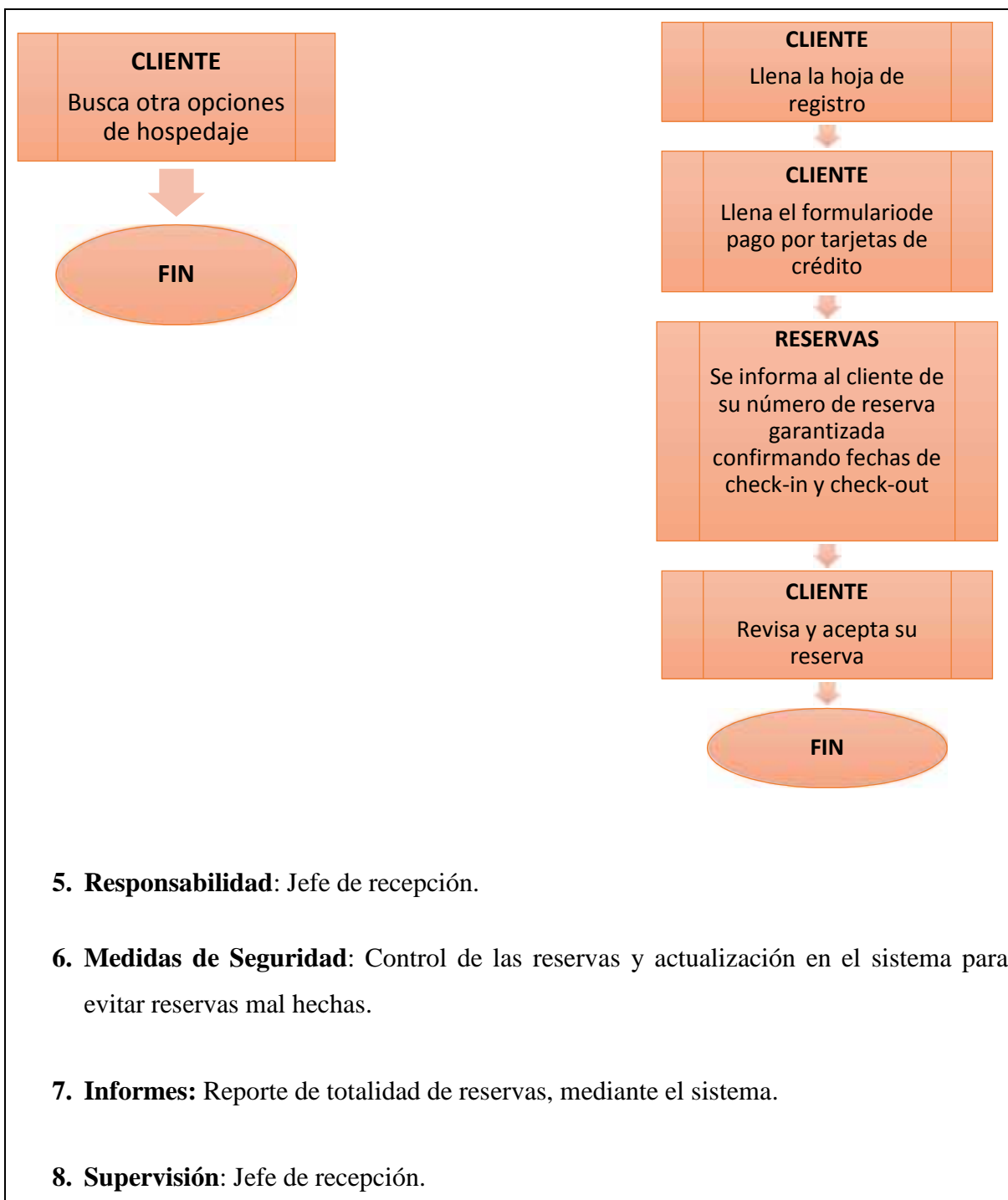
PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender las solicitudes por medio de los canales con los que cuenta la Hostería (e-mails, página web de la hostería, páginas web que comisionan por venta de alojamiento). 2. Toma la información de la estadía. 	Reservas

3. Da seguimiento de los pagos para confirmar la estadía.

4. Realiza un reporte de las estadías confirmadas para Cuadrar en el sistema de ocupación.

4.4 Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:





3.15.4.6. Reservas por teléfono.

La reserva por teléfono es una manera más personalizada, ya que tiene la ventaja de despejar todas sus dudas con respuestas inmediatas con relación a los requerimientos del hospedaje. (Ver cuadro N° 53)

Cuadro N° 52. Proceso de Reservas por teléfono

1. Título: Reservas por teléfono.

2. Introducción: Este proceso ayuda a la correcta toma de reservas mediante llamadas telefónicas.

3. Organización:



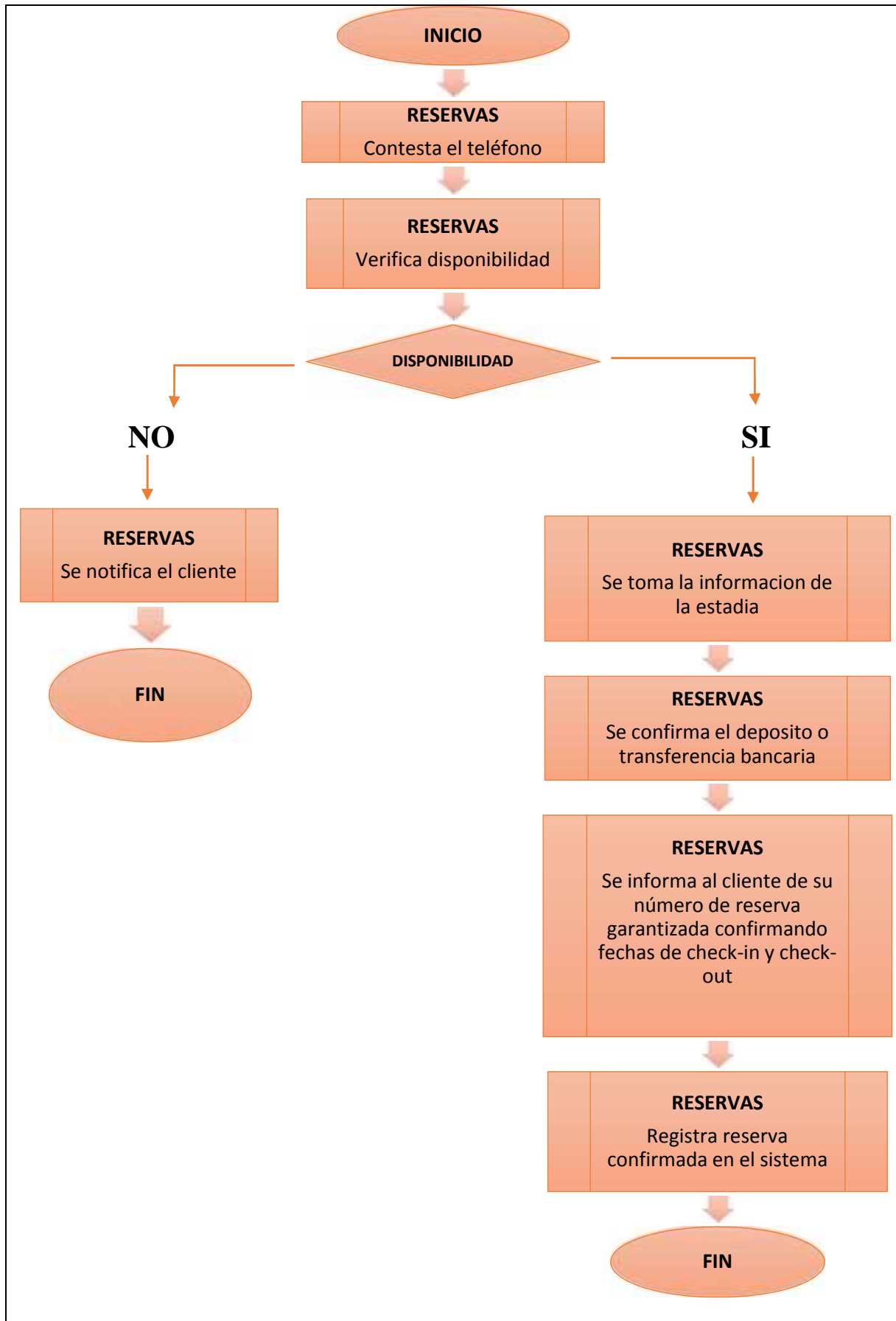
4. Descripción del Procedimiento:

4.1 Objetivos de Procedimiento: Realizar una gestión breve a los posibles huéspedes mediante las llamadas telefónicas.

4.2 Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes:

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender el teléfono con un cordial saludo: “HOSTERÍA MONTE SELVA, BUENOS... (Días, tardes o noches), (se menciona el nombre de la persona que contesta)...LE SALUDA, EN QUE LE PUEDO SERVIR? 2. Toma la información de la estadía. 3. Verifica la disponibilidad. <ol style="list-style-type: none"> a. Si no hay disponibilidad se le indica al posible huésped y se le puede ofrecer otra posible fecha. b. Si existe la disponibilidad se le confirma las fechas y el número de ocupación, se le reitera el valor total y el valor que debe realizar el depósito o transferencia para garantizar la reserva. 4. Revisa en el sistema el valor del depósito o transferencia. 5. Se registra dicha reserva en el sistema. 	Reservas


4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Jefe de recepción.

6. Medidas de Seguridad: Control de las reservas y actualización en el sistema para evitar reservas mal hechas.

7. Informes: Formato de reservas.

 FORMATO DE RESERVA	
N° Reservación:	
Fecha de entrada	Fecha de salida:
Hora de llegada:	Hora de salida:
Apellidos:	
Nombres:	
País y ciudad de procedencia:	
Teléfono:	Celular:
Reservado por:	
Observaciones:	
Número de pax:	
Tipo de habitación:	
Tarifa:	

Forma de pago:
Fecha límite:
Realizado por:

8. Supervisión: Jefe de recepción.

3.15.4.7. Perfil del recepcionista

El personal de recepción debe tener el siguiente perfil:

Conocimientos

- a. Dominio de las políticas de la hostería.
- b. Dominio del sistema tarifario.
- c. Manejo de procesos de ingreso (Check-in) y de salida (Check-out).
- d. Manejo del idioma inglés.
- e. Conocimiento de las funciones de los demás departamentos.
- f. Uso de términos técnicos de la hotelería.
- g. Manejo de información de atractivos turísticos de la zona, lugares para comprar, horarios, servicios de guías.
- h. Buenas relaciones humanas.
- i. Manejo de hojas de cálculo, Word.
- j. Manejo de formas de pago (efectivo, cheques, tarjetas de crédito).
- k. Conocimiento de primeros auxilios.

Habilidades

- a. Capacidad de comunicación oral clara y caligrafía legible, manejo de gramática y vocabulario adecuado.
- b. Predisposición para integrarse al trabajo en equipo.
- c. Interpretación del lenguaje corporal.
- d. Comprensión de las necesidades del cliente.
- e. Relacionarse con los clientes.

Aptitudes

- a. Innovador con imaginación social y ambientalmente responsable.
- b. Plantea sugerencias.
- c. Aporta soluciones.
- d. Equilibrado emocionalmente.

- e. Atento y cordial con el cliente.
- f. Considerado hacia los otros.
- g. Tolerante y comprometido.

3.15.4.8. Organización de la Recepción

El mantener una adecuada organización del puesto de trabajo, garantiza una jornada laboral exitosa, el personal de recepción debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Mantener el lugar de trabajo ordenada y limpia.
- b. Asegurarse de tener completa la caja chica con varias denominaciones de billetes y monedas.
- c. Revisar las cuentas de habitaciones del día.
- d. Archive papeles y ponga todo en su lugar.
- e. Revise los listados de clientes V.I.P.
- f. Revise que el papeleo esté en orden:
 - Folios de huéspedes o cuentas.
 - Tarjetas de registros firmadas.
 - Papel para reportes.
- g. Revise que tenga los suministros que necesita completos:
 - Esferos.
 - Papel.
 - Clips para papel.
 - Formatos para mensajes.
 - Tarjetas de registro.
 - Folios de huéspedes.
 - Formatos para reservas.
 - Recibos de caja menor.
 - Material promocional.
 - Botiquín de primeros auxilios.
 - Llaves de habitaciones.
- h. Revise el libro de novedades.

- Lea el libro desde la finalización de su último turno.
 - Lea cuidadosamente las quejas de huéspedes, actividades actuales o situaciones que requieran de seguimiento.
 - Haga las anotaciones que usted crea necesario y ponga su nombre al final de la nota.
- i. Revise listados de llegadas:
- Revise los listados de llegadas para ubicar errores, y planificar las actividades del día.
 - Imprimir los reportes para distribuirlos a todos los departamentos.

3.15.4.9. Proceso de Bienvenida

El acercarse al cliente, saludarlo y dar la bienvenida en una forma cálida le brinda al huésped confianza. (Ver cuadro N° 54)

Cuadro N° 53. Proceso de Bienvenida

1. **Título:** Proceso de Bienvenida.
2. **Introducción:** Estandarizar un saludo cordial para los cliente-huéspedes.
3. **Organización:**



4. Descripción del Procedimiento:

- a. Objetivos de Procedimiento: Crear un saludo cordial.
- b. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Levantarse de la silla al momento que ingresa un cliente-huésped. 2. Brindarle una sonrisa. 3. Decirle: BIENVENIDOS, ¿ EN QUÉ LE PUEDO SERVIR?. 	Recepcionista

- c. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Recepcionista.

6. Medidas de Seguridad: No aplica.

7. Supervisión: Jefe de recepción.

8. Informes: No aplica.

9. Supervisión: Jefe de recepción.

3.15.4.10. Check-in

Proceso mediante el cual la recepción registra la llegada del huésped. (Ver cuadro N° 55)

Cuadro N° 54. Proceso de Check-in

1. Título: Check-in.

2. Introducción: Los huéspedes suelen llegar cansados de su viaje, por ende necesitan un recibimiento amable y un proceso de Check-in eficiente.

3. Organización:



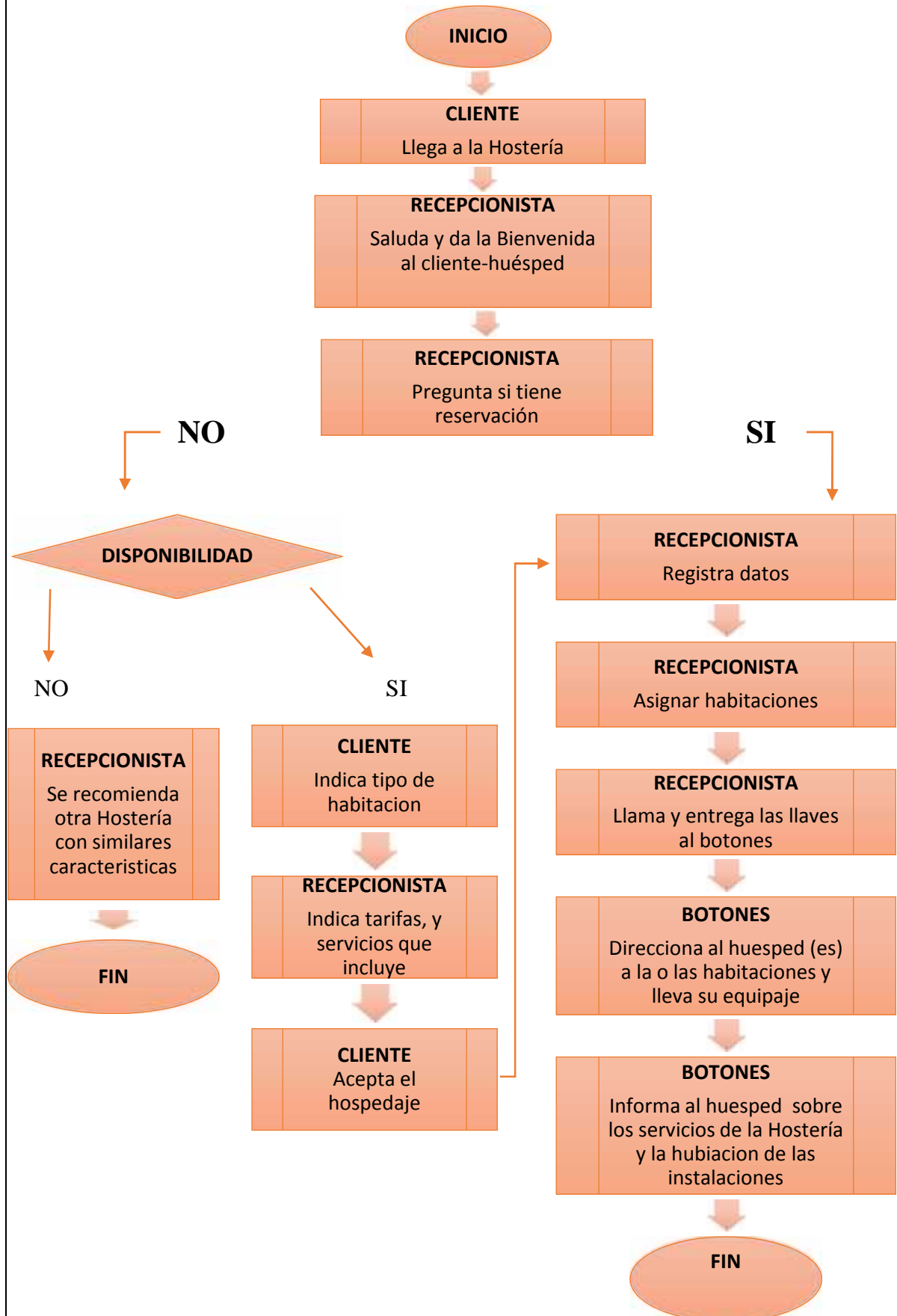
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Realizar un proceso de Check-in rápido y eficiente.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Levantarse de la silla al momento que ingresa un cliente-huésped. 2. Brindarle una sonrisa (ver proceso de bienvenida) 3. Mírelo a los ojos mientras habla. <p>(Si hay una fila en la recepción, de la bienvenida a cada uno mirándole a los ojos y pedirle que pronto lo atenderá).</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Recibir su requerimiento. 5. Preguntar si cuenta con una reserva. <ol style="list-style-type: none"> a. Si existe una reserva previa, se verifica en el sistema la hoja de registro. b. Se verifica los datos, fecha de salida y la tarifa. c. Se le entrega al huésped sus llaves de las habitaciones ya asignadas. d. Se llama al botones para que le ayude con el equipaje y lo direcciona a la habitación. 6. Si no existe una reserva, se pregunta por los días de la estadía, que habitaciones requiere y el número de pax. <ol style="list-style-type: none"> a. Se verifica disponibilidad. b. Si no hay disponibilidad se le recomienda otra opción. c. Si hay disponibilidad, se registran los datos. d. Se realiza proceso de Check-in. e. Se le asignan habitaciones. f. Se llama al botones para que le ayude con el equipaje y lo direcciona a las habitaciones. 	<p>Recepcionista</p>


g. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Recepcionista.

6. Medidas de Seguridad, Uso del sistema computarizado.

7. Informes: Hoja de registro del huésped.

		HOJA DE REGISTRO DE HUÉSPEDES
N°		
Fecha de entrada	Fecha de salida:	
Hora de llegada:	Hora de salida:	
Apellidos completos:		
Nombres completos:		
N° Cédula / N° Pasaporte:		
Número de personas:		
País y ciudad de procedencia:		
Teléfono:	Celular:	
Correo electrónico:		
Fecha:		
<hr style="width: 30%; margin: auto;"/> FIRMA DEL HUÉSPED		

8. Supervisión: Jefe de recepción.

3.15.4.11. Llamadas telefónicas

Proceso mediante el cual se realiza la conexión del llamante con su destinatario. (Ver cuadro N° 56)

Cuadro N° 55. Proceso de llamadas telefónicas

1. Título: Llamadas telefónicas.

2. Introducción: A la hostería entran llamadas durante todo el día, las mismas deben ser bien direccionadas según el requerimiento de las mismas.

3. Organización:



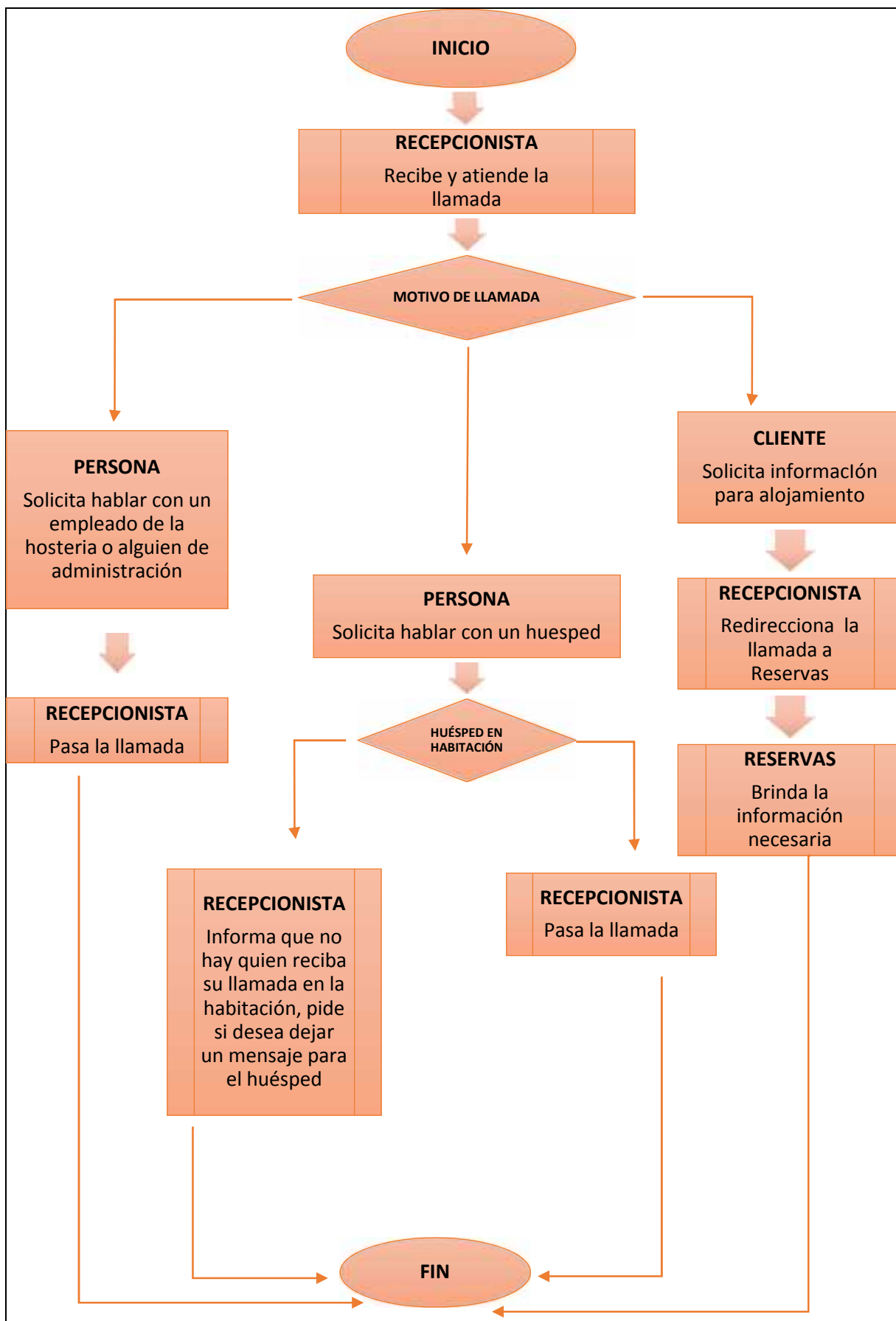
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Re direccionar las llamadas que ingresan mediante la recepción hacia las personas solicitadas.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sonría antes de contestar el teléfono. 2. Conteste antes de los 3 tonos de la llamada. 3. Atender la llamada con un atento saludo. 4. Pregunte el nombre de con quien habla para usarlo mientras habla. 5. Si el cliente requiere información sobre la hostería se redirige a reservas, pidiendo permiso por la espera mientras se direcciona la llamada. 6. Si la llamada es para un huésped, se le pide permiso por la espera mientras se le localiza al huésped en la habitación, si no se encuentra se le pide si desea dejar un mensaje. 7. Si la llamada es para oficinas de administración se las direcciona, pidiendo permiso por la espera mientras se direcciona la llamada. 8. Si la llamada es para empleados de la hostería se direcciona al departamento que pertenece, pidiendo permiso por la espera mientras se direcciona la llamada. 	Recepcionista

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. **Responsabilidad:** Recepcionista.
6. **Medidas de Seguridad:** Exámenes médicos de oído.
7. **Informes:** Hoja de mensajes para huéspedes.

 MENSAJE / MESSAGE	
Fecha:	
Habitación N°:	
Mensaje para:	
Nombre quien lo llamo:	
Teléfono:	
Hora de llamada:	
Mensaje:	
Responsable:	

8. **Supervisión:** Jefe de recepción.

3.15.4.12. Check-out

Proceso mediante el cual la recepción registra la salida del huésped. (Ver cuadro N° 57)

Cuadro N° 56. Proceso de Check-out

1. Título: Check-out

2. Introducción: El proceso de Check-out conlleva al cobro de la factura por los servicios que la hostería le brindó durante la estadía en la misma

3. Organización:

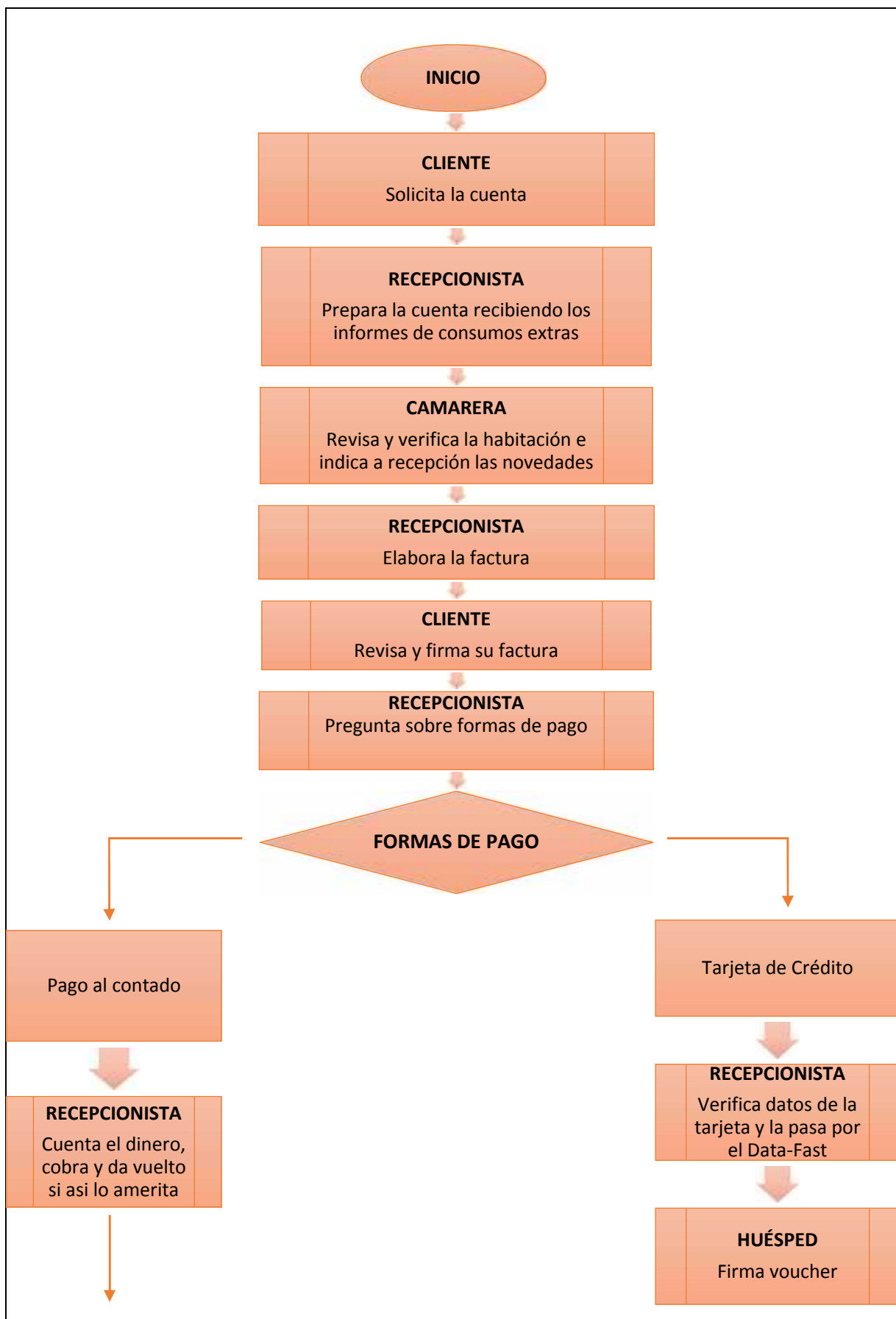


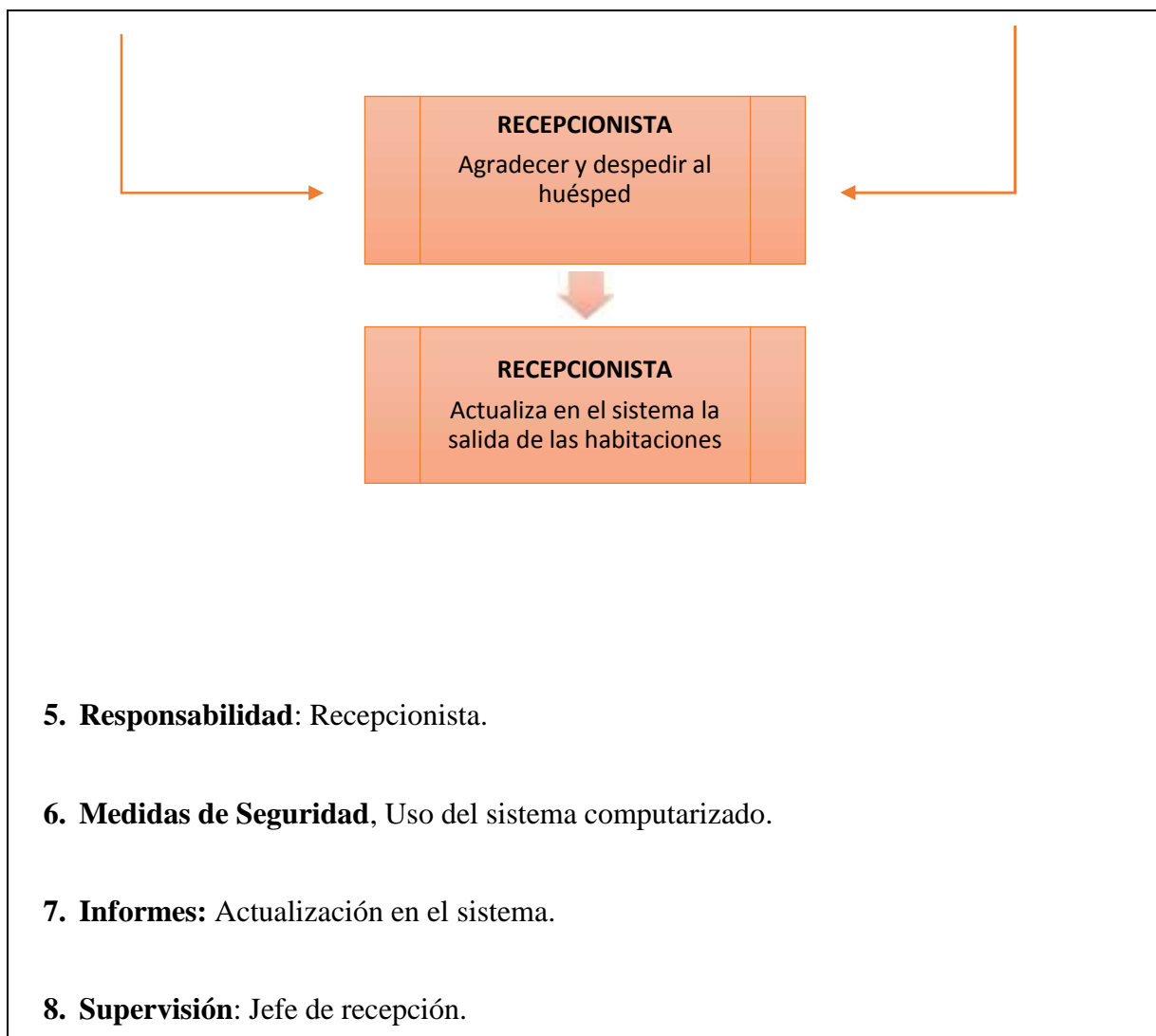
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Tener todos los valores y facturación correcta al momento del Check-out del huésped.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Al momento que el huésped pide la cuenta se confirma sobre consumos extras en todos los departamentos para el momento de la facturación. 2. Se solicita a ama de llaves que realice la inspección de la habitación (consumos en el mini bar). 3. En el momento que el huésped se acerca a la recepción lo llamamos por su apellido y lo saludamos cordialmente. 4. Confirmamos con el huésped el número de habitación. 5. Se ubica el filo del huésped y se verifica los datos del mismo. 6. Revisar que el total de la cuenta sea el valor correcto. 7. Se elabora la factura. 8. Se solicita al huésped que la revise y la firme 9. Se pide la forma de pago. 10. Si el pago es al contado se recolecta la cantidad correcta. 11. Si el pago es en tarjeta de crédito. <ol style="list-style-type: none"> 11.1. Se confirma que la tarjeta sea del huésped y la fecha de caducidad. 11.2. Se pasa por la data-fast. 11.3. Se le hace firmar al huésped su voucher. 12. Se agradece y se despide al huésped. 13. Se actualiza en el sistema la salida de esa habitación o habitaciones. 	<p>Recepcionista</p>





3.15.4.13. Perfil del botones

El personal de botones debe cumplir con el siguiente perfil:

Conocimientos

- a. Dominio de las políticas de la hostería.
- b. Manejo del idioma inglés.
- c. Técnicas de atención al cliente.
- d. Conocer todas las áreas físicas de la hostería.
- e. Conocer sobre los servicios y beneficios que ofrece la hostería.
- f. Conocer sobre la oferta turística que ofrece Baños de Agua santa.

Habilidades

- a. Capacidad de escuchar los requerimientos de los huéspedes.
- b. Buena memoria para recordar datos del cliente.
- c. Facilidad de comunicación oral clara y articulada.

Actitudes

- a. Sonrisa cálida.
- b. Equilibrado emocionalmente.
- c. Atento y cordial con el cliente.
- d. Considerado hacia los otros, tolerante y comprometido.

3.15.4.14. Botones (Check-in)

Proceso mediante el cual el botones, ayuda al ingreso del huésped y a la venta directa de los servicios de la Hostería. (Ver cuadro N° 58)

Cuadro N° 57. Proceso de Botones en Check – in

1. Título: Botones (Check-in).

2. Introducción: Los botones son la venta directa de los servicios y de la imagen de la Hostería, una buena primera impresión garantizará la satisfacción del huésped.

3. Organización:



4. Descripción del Procedimiento:

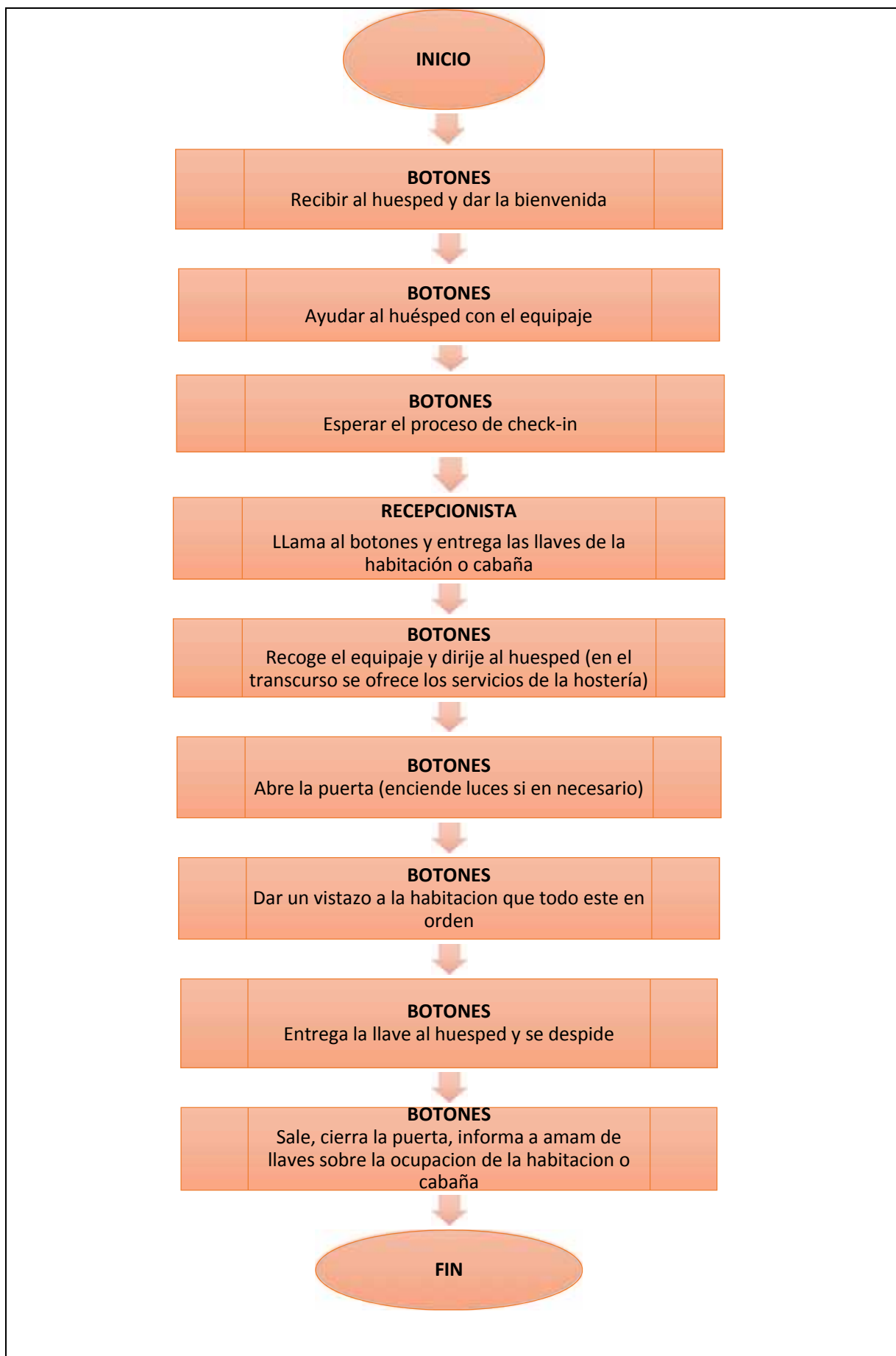
4.1. Objetivos de Procedimiento: Marcar un buen procedimiento para ejecutar ventas exitosas

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
1. Recibir al huésped y dar la bienvenida.	Recepcionista

- 2.** Ayudar al huésped con el equipaje hasta la recepción.
- 3.** Esperar a que se realice el proceso de Check-in
- 4.** Recibir la llave del recepcionista.
- 5.** Recoger el equipaje del huésped y dirigirlo a la habitación o cabaña asignada (en el transcurso, entablar una conversación con el huésped ofreciéndole los servicios adicionales de la hostería).
- 6.** Al llegar a la habitación, abre la puerta, y enciende las luces si es necesario.
- 7.** Dar un vistazo rápido a la habitación que todo esté en orden (toallas en los baños, aménitis, etc.).
- 8.** Entregar la llave al huésped, despedirse cordialmente ofreciéndole que esta para servirlo.
- 9.** Salir y cerrar la puerta.
- 10.** Informar a ama de llaves de la ocupación de la habitación o cabaña.

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Botones.

6. Medidas de Seguridad: Postura correcta al momento de cargar equipaje pesado.

7. Informes: No aplica.

8. Supervisión: Jefe de recepción.

3.15.4.15. Botones (Check-out)

Proceso mediante el cual el botones ayuda a la salida del huésped. (Ver cuadro N° 59)

Cuadro N° 58. Proceso de Botones en Check – out

1. Título: Botones (Check-out).

2. Introducción: Los botones son la venta directa de los servicios y de la imagen de la Hostería.

3. Organización:



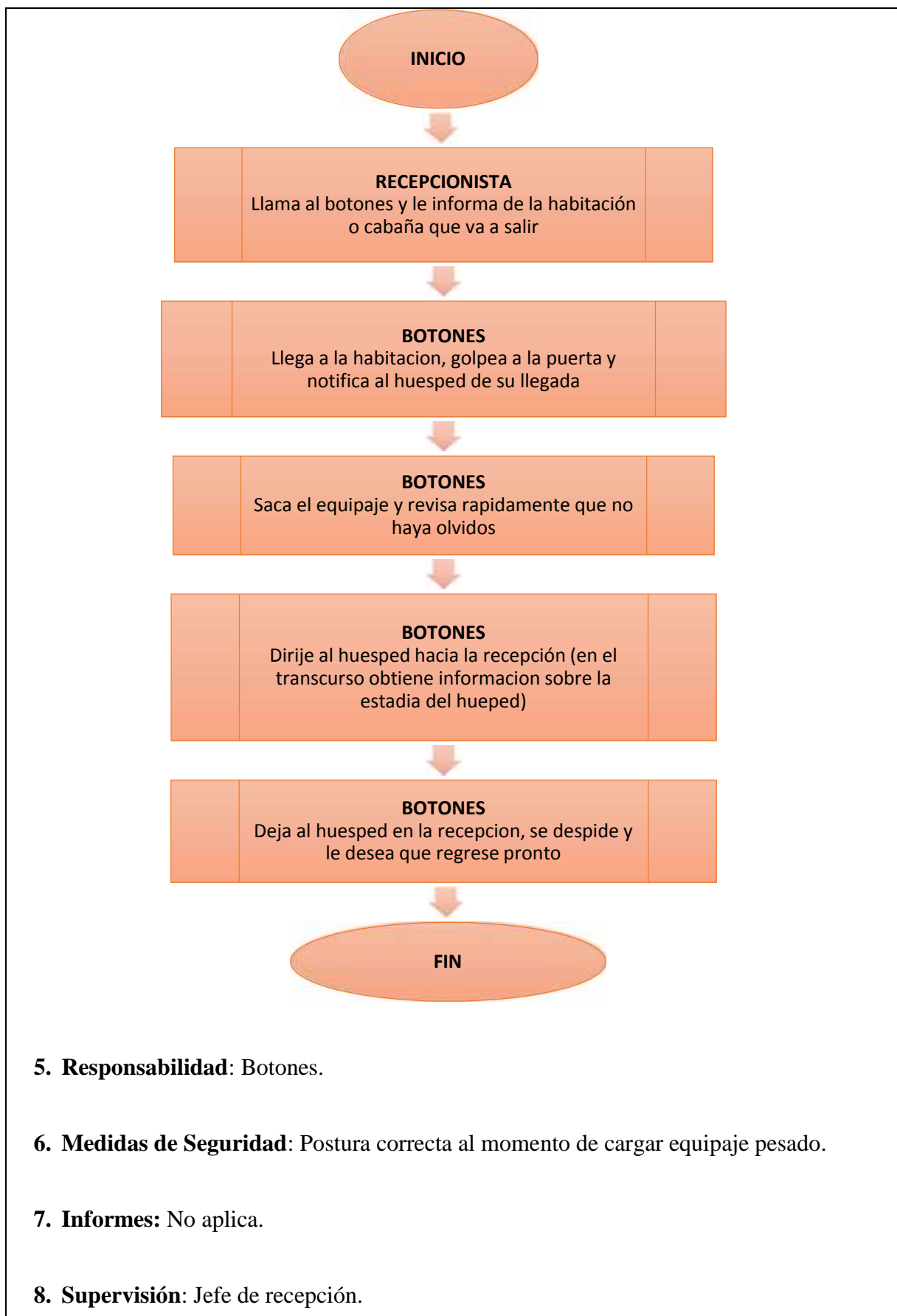
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Marcar un buen procedimiento para monitorear sugerencias o posibles quejas a la salida del huésped.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none">1. Al recibir la llamada de recepción, acudir a la habitación o cabaña mencionada.2. Golpear a la puerta y notificar al huésped de su llegada.3. Sacar el equipaje y antes de salir revisar la habitación rápidamente para que no existan olvidos.4. Dirigir al huésped a la recepción (en el transcurso obtener información sobre cómo le fue en su estadía).5. Dejarlo al huésped en la recepción despidiéndose de él, deseándole buen viaje y deseándole que regrese pronto.	Recepcionista

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



3.6.2. Departamento de Limpieza

Para el levantamiento de los siguientes procesos, se hará relación con los puntos críticos ya señalados. (Ver cuadros N° 47 y 48)

3.6.2.1. Estándares de tiempos para los procesos

Se establecen tiempo promedios para los procesos realizados en el departamento de limpieza. (Ver cuadro N° 60)

Cuadro N° 59. Estándares de tiempos para los procesos

	PROCESO	TIEMPO
Habitaciones o cabañas en salida	Ocupación simple o matrimonial	20 a 25 minutos
	Ocupación doble	30 a 35 minutos
	Ocupación triple o cuádruple	40 a 45 minutos
	Ocupación quíntuple o séxtuple	50 a 60 minutos
Habitaciones o cabañas ocupadas	Ocupación simple o matrimonial	15 minutos
	Ocupación doble	20 minutos
	Ocupación triple o cuádruple	30 minutos
	Ocupación quíntuple o séxtuple	40 minutos

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.6.2.2. Perfil de la camarera

El personal para camarera debe tener el siguiente perfil:

Conocimientos

- a. Dominio de las políticas de la hostería.
- b. Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones.
- c. Técnicas de montaje de cama, requisitos de higiene personal.
- d. Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.
- e. Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped.
- f. Conocimiento del funcionamiento de cada área del establecimiento.
- g. Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo.
- h. Manejo de formularios.

Habilidades

- a. Capacidad de comunicación oral clara y caligrafía legible.
- b. Capacidad organizativa y de síntesis.
- c. Observadora.
- d. Lectura y escritura clara para llenar los formularios y registros de novedades.
- e. Toma de decisiones rápidas bajo presión.
- f. Comunicación clara de manera verbal.
- g. Manipulación de objetos con firmeza y coordinación motriz.

Aptitudes

- a. Responsable con sentido común.
- b. Detallista, ordenado, preciso, disciplinado.
- c. Equilibrado emocionalmente.
- d. Discreto, reservado, atento, cordial, considerado, tolerante y comprometido.

3.6.2.3.Organización del office

El mantener una adecuada organización del puesto de trabajo, garantiza una jornada laboral exitosa.

El office se clasifica en:

- a. Ropa de habitación y de baño. (Ver cuadro N° 61)
- b. Utensilios y productos de limpieza. (Ver cuadro N° 62)
- c. Detalles de habitación y baño. (Ver cuadro N° 63)
- d. Aménitis.
- e. Armario para la ropa de habitaciones y de baño.
 - Los diferentes grupos de materiales (ropa, suministros, etc.) debe almacenarse en lugares diferentes.
 - Cada armario debe estar con nombre que indica lo que está almacenado.
 - La ropa debe estar apilada con los lomas hacia afuera para mayor comodidad.
 - Deben existir stocks de reserva.
- f. Armario para los utensilios y productos de limpieza.
- g. Uno o varios estantes para productos varios.
- h. Carrito para el uso diario en la limpieza de las habitaciones.
- i. Camas extras.

Cuadro N° 60. Ropa de habitación y baño

ROPA	
HABITACIÓN	BAÑOS
Juegos de sábanas	Juego de toallas: mano, cara,
Fundas de almohadas	Cortinas
Cobijas	Alfombras
Duvets	Aménitis
Cobertores	

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 61. Utensilios y productos de limpieza

LIMPIEZA	
UTENSILIOS	PRODUCTOS
Baldes	Limpia cristales
Estropajos	Detergentes
Escobas	Desinfectantes
Bolsas de basura	Cera de muebles y pisos
Toallas viejas	Aceites
Trapeadores	Ambientadores

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 62. . Detalles de habitación y baño

DETALLES	
HABITACIÓN	BAÑOS
Cartas de desayunos	Papel higiénico
Bolsas de ropa	Jabón líquido
Ceniceros	Shampoo/acondicionador
Carpetas	Peinilla
Papel	Limpia zapatos
Esferos	Crema

Hojas de promociones	Gorros de baño
Vasos	
Botellas de agua	

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.6.2.4. Limpieza Áreas públicas.

Las áreas públicas son los espacios que son de uso frecuente de huéspedes y clientes. (Ver anexo N° 11), (Ver cuadro N° 64)

Cuadro N° 63. Proceso de Limpieza Áreas públicas

1. Título: Limpieza Áreas públicas.

2. Introducción: Las áreas públicas de la hostería, son todas aquellas áreas de uso frecuente por los huéspedes, clientes y empleados de la hostería.

3. Organización:



4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Mantener limpias las áreas públicas, mediante un proceso sencillo y rápido.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alistar el material de limpieza: <ul style="list-style-type: none"> - Aspiradora. - Escoba. - Trapeador. - Balde con agua. - Desinfectante. - Guantes de goma. - Limpiones de distintos colores, destinando cada color para un uso distinto. - Bolsas de basura. - Limpiadores de cristales. - Carrito para el transporte del material. 2. Se empezara en la entrada principal de la hostería. 3. Se sigue con la limpieza de la recepción y lobby 4. Limpieza de vidrios, espejos, cuadros y estatuillas. 5. Limpieza de polvos. 6. Colocación de líquidos especiales para madera y artículos de cuero. 7. Se limpian los baños del lobby, reponiendo los suministros (jabón líquido de manos, papel 	Recepcionista

higiénico, toallas de papel) y se cambian las fundas de basura.

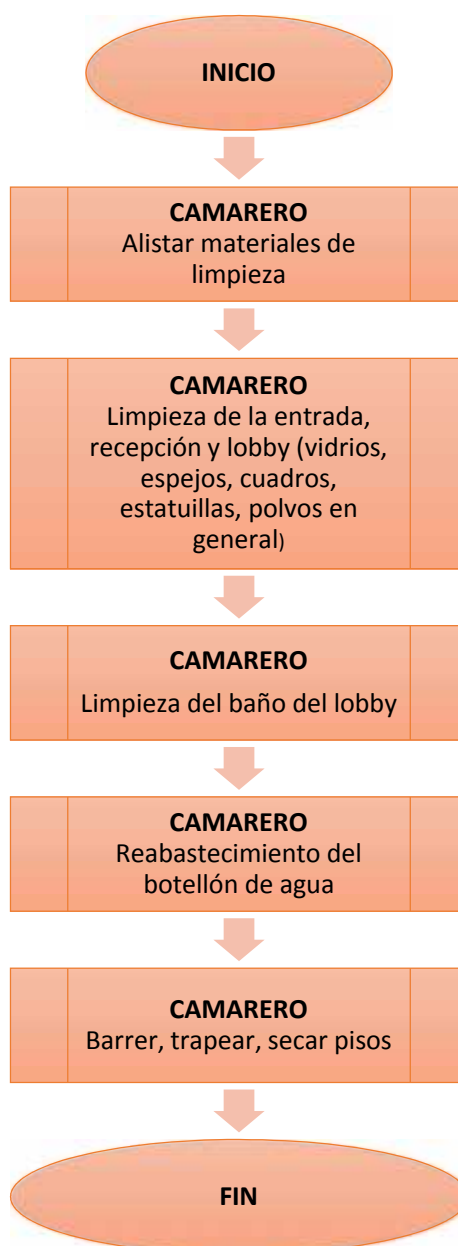
8. Se reabastece el botellón de agua y vasos plásticos.

9. Barrer.

10. Pasar el trapeador.

11. Secar los pisos.

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Camareros.

6. Medidas de seguridad: Se coloca esta señalización en pisos mojados o que puedan ser resbaladizos. Para si evitar caídas y lesiones.

Piso Mojado



7. Informes: No aplica.

8. Supervisión: Intendente de camareros.

3.6.2.5. Arreglo del coche

Mantener el coche de ama de llaves en orden y con los implementos necesarios garantiza una jornada de trabajo exitosa. (Ver cuadro N° 65)

Cuadro N° 64. Proceso de arreglo del coche

1. Título: Arreglo de coche.

2. Introducción: Es la herramienta de trabajo que se usa para el transporte de los materiales de limpieza y los aménitis de las habitaciones.

3. Organización:



4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Dar un buen uso y organizar el coche para su eficiente trabajo.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar que el coche se encuentre en buenas condiciones antes de llenarlo con el material para trabajar. 2. Tener a la mano: <ul style="list-style-type: none"> - La lista de habitaciones asignadas. - Check-list de materiales de limpieza. 3. Organizar el coche de abajo hacia arriba: <ul style="list-style-type: none"> - Poner una funda de basura en el depósito para la basura a lado izquierdo del coche. - Al lado derecho se ubica la ropa sucia. - La ropa de cama en la parte inferior. - Lencería de baño en la parte media. - En la parte superior se distribuye para los aménitis, colocar los recipientes con los productos de limpieza y materiales (trapos, esponjas, limpiones, guantes). - El aspirador, escoba, balde con trapeador y otros útiles en la parte lateral del coche. 4. El coche se dejara aparcado en la puerta de la habitación mientras se realiza la limpieza. 	<p>Recepcionista</p>

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Camareros.

6. Medidas de seguridad: Control de cantidades y peso en el coche.

7. Informes: No aplica.

8. Supervisión: Intendente de camareros.

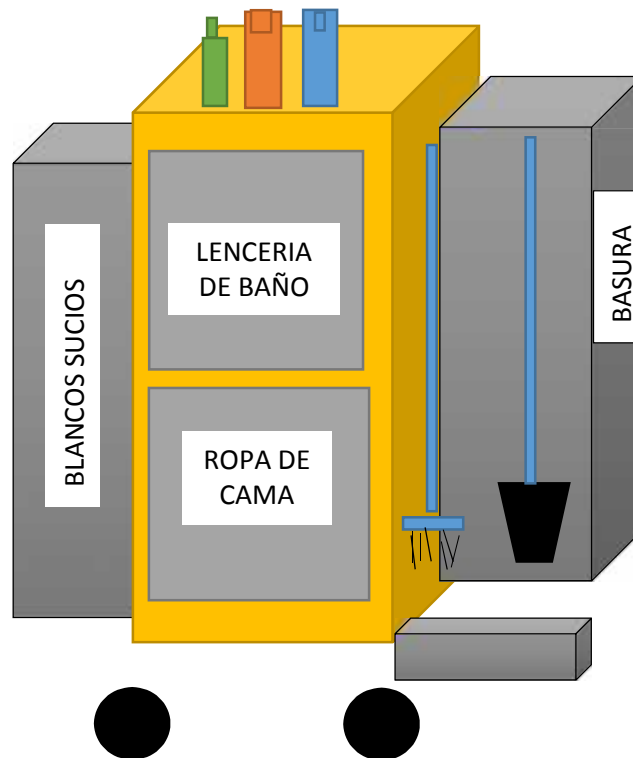
9. Calculo de las cantidades de la ropa de baño y ropa de cama:

Este cálculo dependerá de lo siguiente:

- Número de habitaciones asignadas.
- Tipo de habitaciones asignadas.

- Estado de las habitaciones (ocupadas / salidas).
- Número de personas por habitación.
- Siempre añadir uno o dos juegos más al total.

10. Distribución del coche



11. Política: Al finalizar el turno se limpiará el coche y se lo dejara junto al lino.

3.6.2.6. Ingreso a la habitación.

El ingreso a la habitación es un proceso que requiere delicadeza. (Ver cuadro N° 66)

Cuadro N° 65. Proceso de ingreso a la habitación

1. Título: Ingreso a la habitación.

2. Introducción: Mantener una actitud armónica al empezar su trabajo ya que estará en contacto directo con los huéspedes, y eso dependerá de una buena sonrisa y el detalle que le ponga en arreglar las habitaciones.

3. Organización:



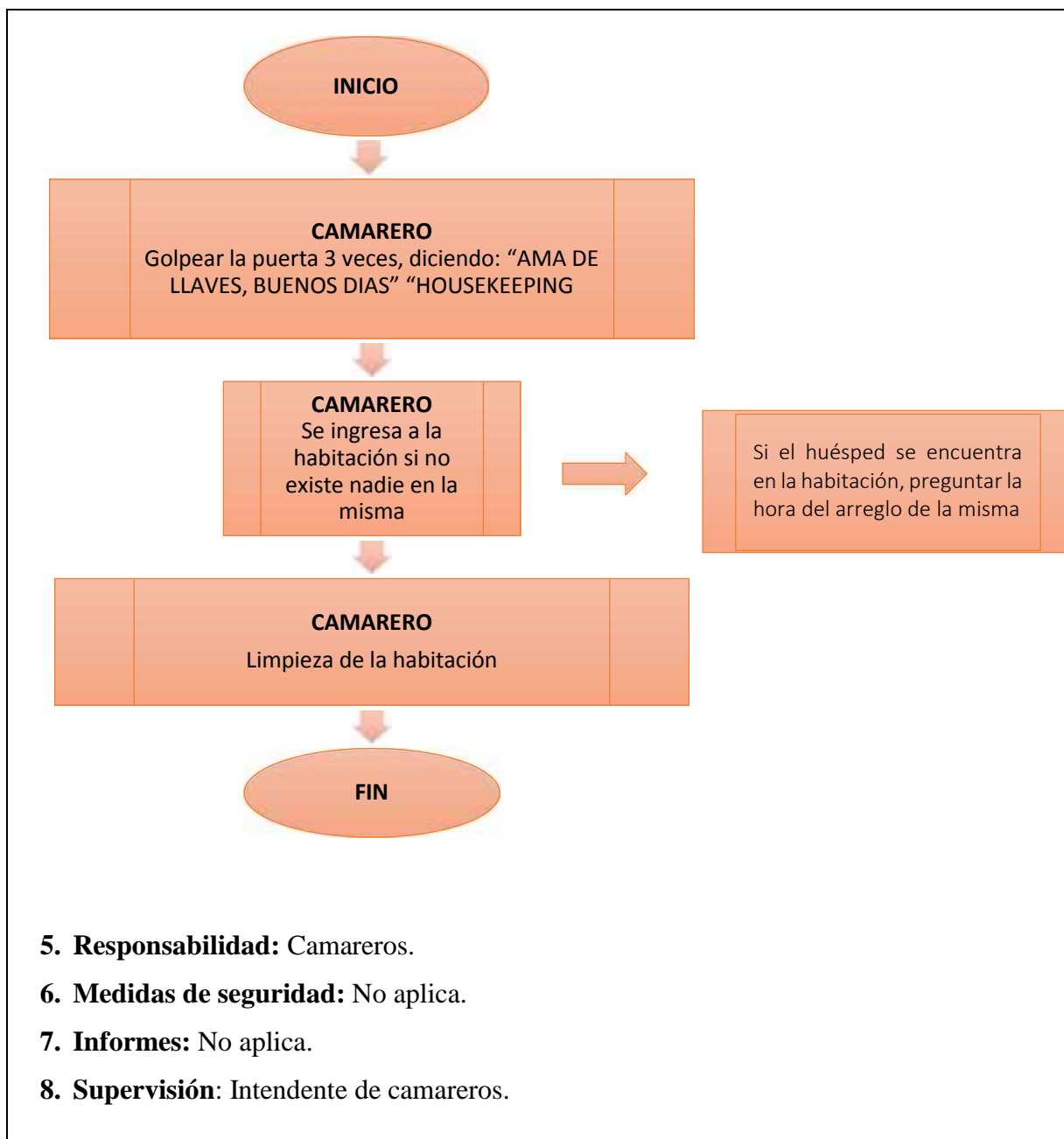
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Ser cordial y prudente al ingresar a una habitación.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar el reporte de habitaciones (ocupadas, vacantes limpias, vacantes sucias) asignadas para la limpieza. 2. Organizar su trabajo según las habitaciones asignadas. 3. Dirigirse a la habitación, golpear tres veces anunciándose. “AMA DE LLAVES, BUENOS DIAS” “HOUSEKEEPING” 4. Si no existe respuesta del interior de la habitación, se procede a arreglar la habitación. 5. Si el huésped se encuentra en la habitación se le pregunta si desea que se realice el arreglo de la habitación, si se niega se le pregunta a qué hora se podrá regresar. 	<p>Recepcionista</p>

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



3.6.2.7.Limpieza de habitación (Habitación ocupada).

La limpieza en habitaciones ocupadas requiere tiempos más cortos, pero a la vez exhaustiva. (Ver cuadro N° 67)

Cuadro N° 66. Proceso de Limpieza de habitación (Habitación ocupada)

1. **Título:** Limpieza de habitación (Habitación ocupada).
2. **Introducción:** Mantener las habitaciones de la hostería en perfecto estado de limpieza, orden y pulcritud, de acuerdo a la situación ocupacional y cumpliendo con las normas de seguridad e higiene.
3. **Organización:**



4. **Descripción del Procedimiento:**

4.1. Objetivos de Procedimiento: Asegurarse una correcta limpieza de las habitaciones ocupadas.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encienden todas las luces y se abran todas las cortinas y ventanas para ventilar la habitación o cabaña. 2. Vaciar los ceniceros, vasos y papeles. 3. Deshacer la cama. 4. Se recoge toda la lencería sucia (sábanas y toallas) y se coloca en el carrito, revisando que no existan objetos entre la ropa. 5. Traer la ropa de cama limpia (El cambio de sábanas se la puede hacer pasando un día, dependiendo del estado de las misma y de acuerdo a las noches que tenga de estadía el huésped). 6. Vestir la cama, de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Se verifica el cubre colchón que esté limpio. - Se coloca la sábana bajera. - Después la segunda sábana y la cobija dejando tres cuartos de la segunda sábana para el doblez y la tercera sábana cubre la cobija. - Se hace el doblez de tres cuartos y se meten las fundas en forma de pestañas. - Por último se coloca el duvet o cobertor. - Se visten a las almohadas y se las deja paradas en el espaldar de la cama. 	<p style="text-align: center;">Camarera</p>

	<p>7. Se limpia el baño, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none">- Colocar los desinfectantes en el inodoro, lavabo y ducha.- Limpiar primero la ducha, luego el inodoro y al final el lavabo.- Se recoge la basura y se cambia las fundas de basura.- Se limpia espejos y griferías, las mismas que deben estar bien pulidas.- Barrer.- Secar paredes y piso.- Colocar ambiental. <p>8. Se colocan las toallas, las mismas que dependerán del tipo de habitación y el número de ocupación de cada una.</p> <p>Por ejemplo:</p> <p>Una habitación doble o matrimonial, se coloca: 2 toallas de cuerpo, 2 de manos, 2 de cara y 1 de pies.</p> <p>9. Se reponen los aménitis que ya se hayan terminado, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1 Shampoo.- 1 acondicionador.- 1 crema.- 1 papel higiénico.- Se llena el dispensador de jabón líquido. <p>10. Limpiar y desempolvar:</p> <ul style="list-style-type: none">- Mesas de noche.- Soporte de equipaje.- Armario.- Televisor.- Lámparas.		
--	--	--	--

- Sillones o sillas.

11. Se aspira toda la habitación.

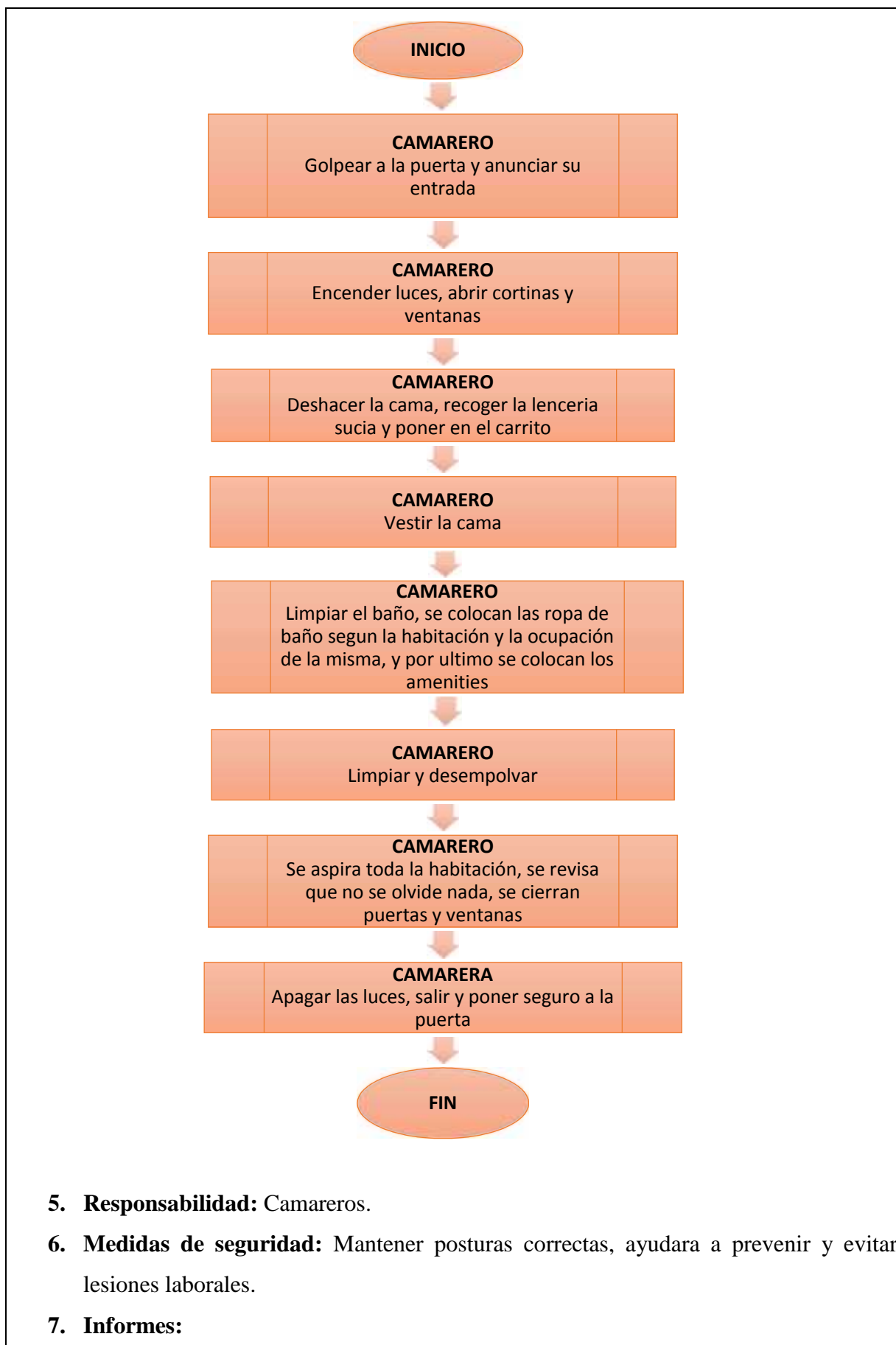
12. Se cierran todas las puertas y ventanas.

13. Comprobar que no se haya olvidado nada.

14. Apagar las luces.

15. Salir y cerrar la puerta de entrada con seguro.

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



- a. Llenar reporte de habitaciones (Proceso - cuadro N° 64).
 b. Control de ropa sucia a lavandería.

 CONTROL DE LAVADO			
FECHA:		HORA:	
PRENDA	CANTIDAD ENTREGADA	CANTIDAD RECIBIDA	OBSERVACIONES
Sabana bajera			
Sabana encimera			
Fundas de almohada			
Cobija			
Cubrecaja			
Duvet			
Toalla cuerpo			
Toalla cara			
Toalla manos			
Toalla pies			
Responsable:			

8. Supervisión: Intendente de camareros.

3.6.2.8.Limpieza de habitación (Habitación vacante-sucia)

La limpieza de la habitación vacante-sucia debe ser general, a fondo y detallada. (Ver cuadro N° 68)

Cuadro N° 67. Proceso de Limpieza de habitación (Habitación vacante-sucia)

1. **Título:** Limpieza de habitación (Habitación vacante-sucia).
2. **Introducción:** Mantener las habitaciones de la hostería en perfecto estado de limpieza, orden y pulcritud, de acuerdo a la situación ocupacional y cumpliendo con las normas de seguridad e higiene.
3. **Organización:**



4. **Descripción del Procedimiento:**

4.1. Objetivos de Procedimiento: Asegurarse una correcta limpieza de las habitaciones vacantes-sucias para un uso inmediato.

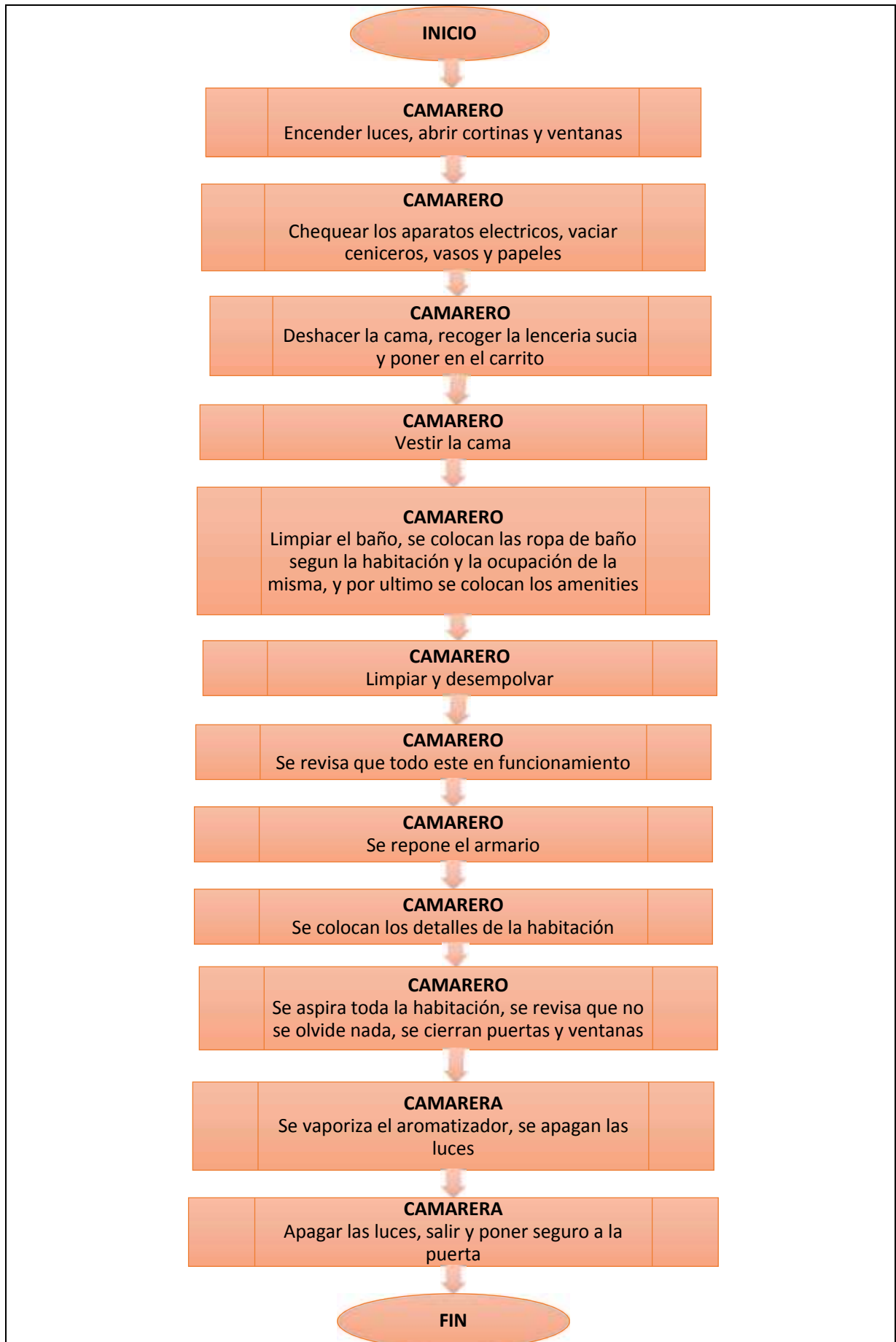
4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encienden todas las luces y se abran todas las cortinas y ventanas para ventilar la habitación o cabaña. 2. Chequear todos los aparatos eléctricos. 3. Vaciar los ceniceros, vasos y papeles. 4. Deshacer la cama. 5. Se recoge toda la lencería sucia (sábanas y toallas) y se coloca en el carrito. 6. Traer la ropa de cama limpia. 7. Vestir la cama, de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Se verifica el cubre colchón que esté limpio. - Se coloca la sábana bajera. - Después la segunda sábana y la cobija dejando tres cuartos de la segunda sábana para el dobléz y la tercera sábana cubre la cobija. - Se hace el dobléz de tres cuartos y se meten las fundas en forma de pestañas. - Por último se coloca el duvet o cobertor. - Se visten a las almohadas y se las deja paradas en el espaldar de la cama. 8. Se limpia el baño, de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Colocar los desinfectantes en el inodoro, lavabo y ducha. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Limpiar primero la ducha, luego el inodoro y al final el lavabo. - Se recoge la basura y se cambia las fundas de basura. - Se limpia espejos y griferías, las mismas que deben estar bien pulidas. - Barrer. - Secar paredes y piso. - Colocar ambiental. <p>9. Se colocan las toallas, las mismas que dependerán del tipo de habitación y el número de ocupación de cada una. Por ejemplo: Una habitación doble o matrimonial, se coloca: 2 toallas de cuerpo, 2 de manos, 2 de cara y 1 de pies.</p> <p>10. Se colocan los aménitis, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 Shampoo. - 1 acondicionador. - 1 crema. - 1 papel higiénico. - Se llena el dispensador de jabón líquido. <p>11. Limpiar y desempolvar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mesas de noche. - Soporte de equipaje. - Armario. - Televisor. - Lámparas. - Sillones o sillas. <p>12. Se revisan las luces, televisor, control remoto, secador de pelo, y teléfono para que todo esté en buenas condiciones de funcionamiento.</p>	Camarera	
--	---	----------	--

- | | | |
|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">13. Reponer en el armario, 5 armadores, 1 almohada y cobija adicional, lista de lavandería.14. Colocar sobre los veladores: 2 botellas de agua, 2 vasos de agua bien lavados y pulidos, control remoto, el teléfono, cartel de no molestar, papelería de información, esfero.15. Se aspira toda la habitación.16. Se cierran todas las puertas y ventanas.17. Comprobar que no se haya olvidado nada.18. Vaporizar con el ambientador.19. Apagar las luces.20. Salir y cerrar la puerta de entrada con seguro. | | |
|---|--|--|

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:




5. Responsabilidad: Camareros.

6. Medidas de seguridad: Mantener posturas correctas, ayudara a prevenir y evitar lesiones laborales.

7. Informes:

a. Llenar reporte de habitaciones (Proceso - cuadro N° 64).

b. Control de ropa sucia a lavandería.

 CONTROL DE LAVADO			
FECHA:		HORA:	
PRENDA	CANTIDAD ENTREGADA	CANTIDAD RECIBIDA	OBSERVACIONES
Sabana bajera			
Sabana encimera			
Fundas de almohada			
Cobija			
Cubrecama			
Duvet			
Toalla cuerpo			
Toalla cara			
Toalla manos			
Toalla pies			
Responsable:			

8. Supervisión: Intendente de camareros

3.6.2.9. Objetos olvidados

Los objetos olvidados, perdidos o abandonados por los huéspedes se rigen a las políticas de dichos objetos. (Ver cuadro N° 69)

Cuadro N° 68. Proceso de Objetos olvidados

1. Título: Manejo de objetos olvidados

2. Introducción: La hostería mantendrá un control y seguimiento de los objetos olvidados

3. Organización:

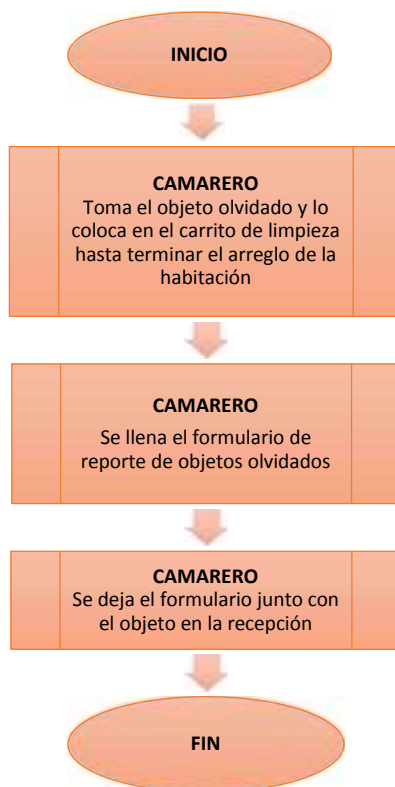


4. Descripción del Procedimiento:

- a. Objetivos de Procedimiento: Dar el seguimiento respectivo a este proceso mediante reporte de los objetos olvidados para el control de los mismos.
- b. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se toma el objeto olvidado y se coloca en el carrito hasta terminar la limpieza de la habitación. 2. Al salir de la habitación se llena el formulario para el reporte de dicho objeto. 3. Dicho formulario se lo entrega en la recepción junto al objeto olvidado. 	Camarera


a. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Camareros.

6. Medidas de seguridad: No aplica.

7. Informes: Hoja de Reporte de objetos olvidados.

 Reporte de Objetos Olvidados
Fecha:
Responsable:
N° de Habitación:
Detalle del objeto:

8. Supervisión: Intendente de camareros.

9. Política: después de haber transcurrido 6 meses sin haberse solicitado la devolución de dicho objeto será entregado a la persona que lo encontró.

3.6.2.10. Reporte de Habitaciones

El reporte lo realiza ama de llaves y contiene toda la información de cada una de las habitaciones. (Ver cuadro N° 70)

Cuadro N° 69. Proceso de Reporte de Habitaciones

1. Título: Reporte de habitaciones.

2. Introducción: Mediante los reportes físicos queda en constancia las observaciones de cada habitación en cada turno.

3. Organización:



4. Descripción del Procedimiento:

4.1.Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar el reporte de habitaciones a la recepción. 2. Llenar el reporte al final del turno. (Utilizar las nomenclaturas correspondientes al status de cada habitación). 3. Registrar las observaciones que pudieran existir. 4. Entregar el reporte al final del turno al intendente de camareros. 	Camarera

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:




5. Responsabilidad: Camareros.

6. Medidas de seguridad: No aplica.

7. Informes:

ESTATUS DE HABITACIONES	
VL	Habitación vacía y limpia
S	Habitación sucia
OL	Habitación ocupada y limpia
NM	Favor no molestar
FS	Fuera de servicio
ND	No desea limpieza
CX	Cama extra

 REPORTE DE HABITACIONES			
Fecha:		Hora:	
Nº de Heb	Estatus	Nº de Pax	Observaciones

8. Supervisión: Intendente de camareros

3.6.2.11. Organización de Linos

Los linos son bodegas donde se almacenan ropa de habitaciones como también material y utensilios de limpieza, los cuales se ubican estratégicamente cerca de las habitaciones. (Ver cuadro N° 71)

Cuadro N° 70. Proceso de Organización de Linos

1. Título: Organización de linos.

2. Introducción: Los linos son pequeñas bodegas donde se encuentran la ropa de cama, ropa de baño, productos de limpieza, etc. Para la limpieza diaria de habitaciones.

3. Organización:



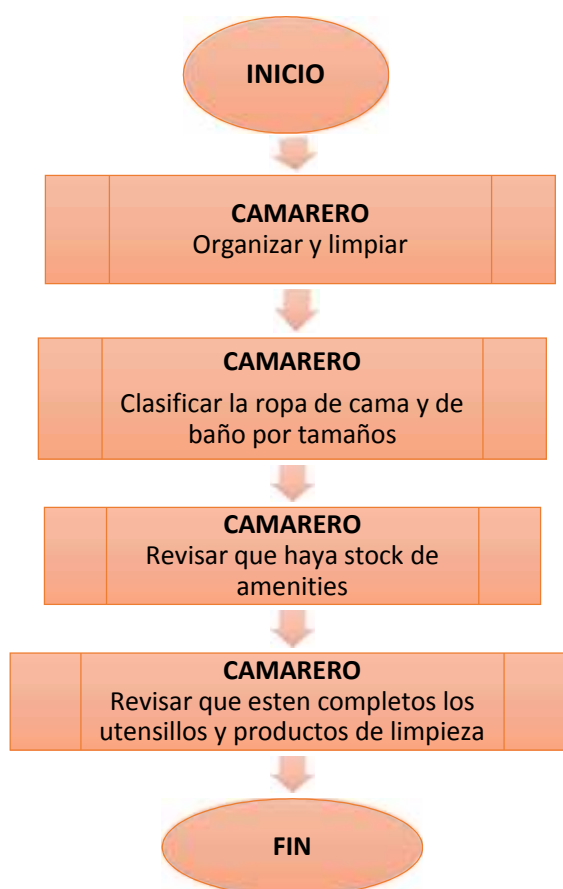
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Mantener una organización y limpieza de los linos.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar y limpiar el lino, de tal manera que todo este etiquetado y de fácil acceso. 2. Clasificar la ropa de cama, ropa de baño por tamaños. 3. Revisar que haya stock de aménitis. 4. Revisar que estén completos los utensilios y productos de limpieza. 	Camarera

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



4. **Responsabilidad:** Camareros.
5. **Medidas de seguridad:** Posturas correctas, previenen y evitan lesiones laborales.
6. **Informes:** No aplica.
7. **Supervisión:** Intendente de camareros.

3.6.2.12. Bodega de suministros de limpieza

Lugar donde se almacenan suministros, materiales y equipos de limpieza. (Ver cuadro N° 72)

Cuadro N° 71. Proceso de Organización Bodega de suministros de limpieza

1. **Título:** Organización de bodega de suministros de limpieza.
2. **Introducción:** La bodega de suministros es el lugar donde están todos los utensilios y productos de limpieza para abastecer a los diferentes linos.
3. **Organización:**



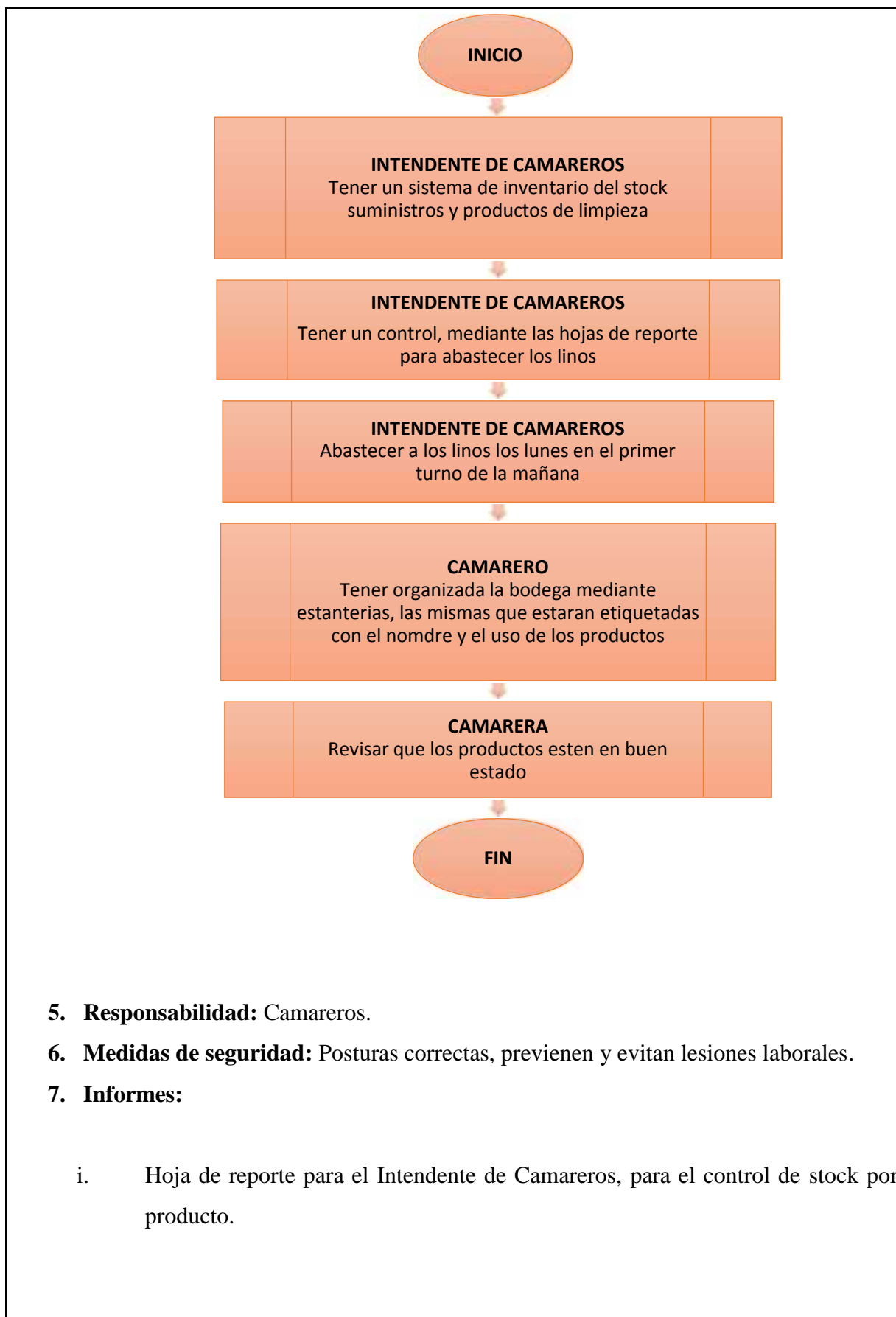
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Mantener una organización y limpieza de los linos.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none">1. Tener un sistema de inventario del stock suministros y productos de limpieza.2. Tener un control, mediante las hojas de reporte de suministros y productos para abastecer los linos.3. Abastecer a los linos los lunes en el primer turno de la mañana.4. Tener organizado la bodega mediante estanterías.5. Mantener todas las estanterías etiquetadas con el nombre y el uso del producto que se coloca en las mismas.6. Revisar que los suministros estén en buen estado.	Camarera

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



 HOJA DE CONTROL DE BODEGA					
PRODUCTO:					
FECHA	ENTRADA	SALIDA	TOTAL EXISTENTE	RESPONSABLE	OBSERVACIONES

ii. Hoja de reporte para los camareros, para el abastecimiento de los linos

 HOJA DE CONTROL DE BODEGA		
FECHA:		HORA:
PRODUCTOS	CANTIDAD	OBSERVACIONES
RESPONSABLE:		

8. Supervisión: Intendente de camareros.

3.6.2.13. Limpieza profunda.

Proceso mediante el cual se genera una limpieza profunda de todas las áreas de la hostería, para la cual se necesita de tiempo y de una correcta planificación para no interrumpir las ventas. (Ver cuadro N° 73)

Cuadro N° 72. Proceso de Limpieza profunda

1. Título: Limpieza profunda.

2. Introducción: Es importante cumplir con un calendario de limpieza profunda y dar mantenimiento en las bodegas y habitaciones de la hostería.

3. Organización:



4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Establecer tiempos y procesos para mantener las bodegas y habitaciones en correcto estado.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un cronograma para las fechas de temporadas bajas donde se realizaran la limpieza. 2. Coordinar con el departamento de mantenimiento para las acciones de limpieza en techos, paredes, baños. 3. Establecer tiempos para no interrumpir con la ventas de habitaciones. 4. Realizar la limpieza profunda en habitaciones y cabañas de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Mover camas y muebles para limpiar en los rincones y evitar la proliferación de plagas. - Lavar cortinas de las habitaciones y cabañas. - Sacar y lavar las cortinas corredizas de las duchas, verificar el deslizamiento de las mismas. - Se verifica la plomería de los baños. - Rotar los colchones (verificar su estado, dar de baja si es necesario). - Revisar chapas de las puertas. - Revisar la vida útil de televisores. - Revisar focos y tomacorrientes. - Retocar la pintura de los muebles de madera y de las paredes. - Verificar el estado de los vidrios y ventanas. 	<p>Camarera</p>

5. Realizar la limpieza profunda en las bodegas de la siguiente manera:

- Mover estanterías para limpiar en los rincones y evitar la proliferación de plagas.
- Revisar los productos y dar de baja (productos rotos, caducados, en mal estado).
- Controlar el inventario físico con los registros.

4.3 Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. **Responsabilidad:** Camareros.
6. **Medidas de seguridad:** Posturas correctas, previenen y evitan lesiones laborales.
7. **Informes:** No aplica.
8. **Supervisión:** Intendente de camareros.

3.6.2.14. Revisión de habitaciones y cabañas.

La revisión de las habitaciones y cabañas es el control de calidad en cada una de ellas.
(Ver cuadro N° 74)

Cuadro N° 73. Proceso de Revisión de habitaciones y cabañas

1. **Título:** Revisión de habitaciones y cabañas.
2. **Introducción:** Llevar a cabo una evaluación de las habitaciones y cabañas al momento de la limpieza, para el cumplimiento de estándares de calidad.
3. **Organización:**



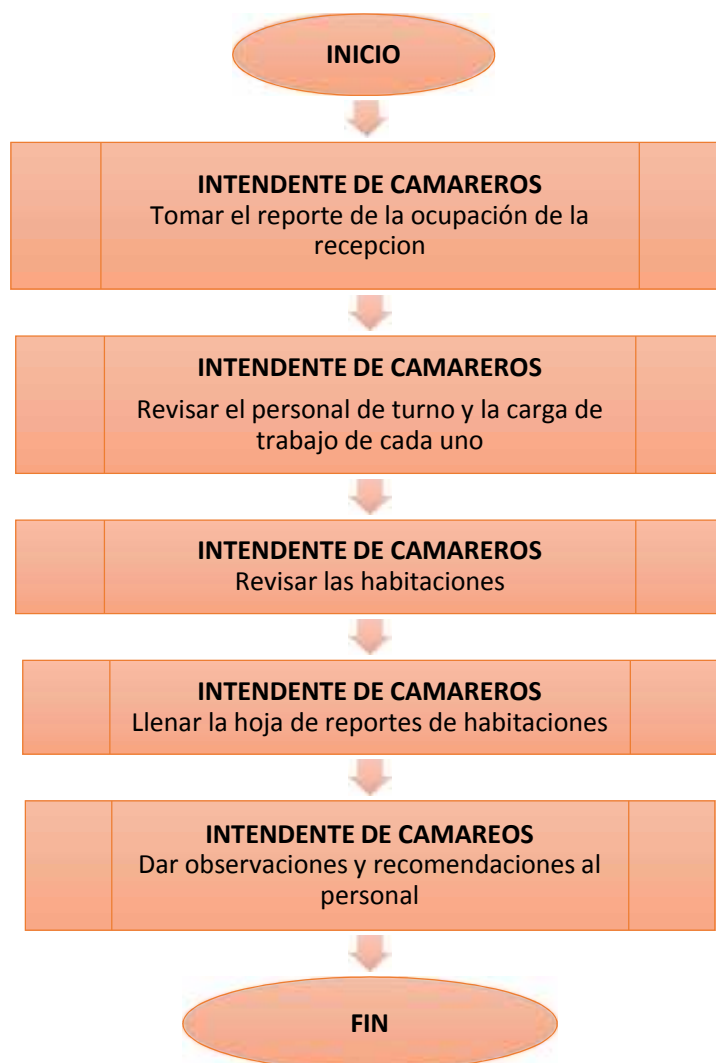
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Mantener un control de la limpieza de las habitaciones y cabañas.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar el reporte de habitaciones de la recepción 2. Revisar el personal del turno y la carga de trabajo de cada uno. 3. Revisar las habitaciones. 4. Llenar la hoja de reporte de habitaciones. 5. Dar observaciones y recomendaciones al personal. 	<p style="text-align: center;">Camarera</p>


a. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Intendente de Camareros.

6. Medidas de seguridad: No aplica.

7. Informes:

 CHECK LIST / EVALUACION DE PERSONAL			
FECHA:		N°	
		HAB.:	
NOMBRE CAMARERO:			
REQUERIMIENTO	EXCELENTE	BUENO	MALO
Tendido de cama			
Limpieza de baño			
Colocación de toallas			
Colocación de aménitis			
Colocación de papelería			
Limpieza de pisos			
Uso del carrito de camarera			
Uso del uniforme			
Detallista			
Imagen			
Postura			
RESPONSABLE:			
OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES:			

8. Supervisión: Gerente General.

3.6.3. Lavandería

Para el levantamiento de los siguientes procesos, se hará relación con los puntos críticos ya señalados. (Ver cuadros N° 48)

3.6.3.1. Perfil del personal de lavandería

El personal de lavandería debe tener el siguiente perfil:

- a. Es personal polivalente, es decir, puede resolver cualquier actividad de lavandería.
- b. Conocimiento sobre el funcionamiento de maquinaria industrial de lavandería.
- c. Conocimiento de tipos de tejidos y de telas.
- d. Manejo de productos de limpieza.
- e. Saber cocer a mano y en máquina.

3.6.3.2. Condiciones de las instalaciones.

El mantener condiciones adecuadas en las instalaciones disminuye los riesgos de accidentes.

- f. Lugar amplio y con mucha ventilación.
- g. Tener buena iluminación.
- h. Suelo antideslizante para evitar accidentes.
- i. Espacio para clasificar la ropa.
- j. Organizar el lugar según el tipo de máquinas y la función de cada una.

3.6.3.3. Clasificación de ropa sucia

El camarero lleva la ropa sucia de su turno en su carrito, hacia la lavandería.

El personal de lavandería toma la ropa y la clasificará de la siguiente manera:

- Ropa de huéspedes.
- Ropa de cama.
- Ropa de baño.
- Ropa de restaurante.
- Ropa de cocina.
- Ropa de piscina y spa.
- Uniformes.

3.6.3.4. Lavado de ropa de habitaciones.

La ropa de habitaciones será retirada a diario de las habitaciones ocupadas y en salida, para su respectivo lavado. (Ver cuadro N° 75)

Cuadro N° 74. Proceso de Lavado de ropa de habitaciones

1. Título: Lavado de ropa de habitaciones.

2. Introducción: En correcto lavado de la ropa del hotel se tomara en cuenta ciertas consideraciones: como el aspecto de las prendas, duración de los tejidos, procesos de lavado y la comodidad que ofrecerá al huésped al uso.

3. Organización:



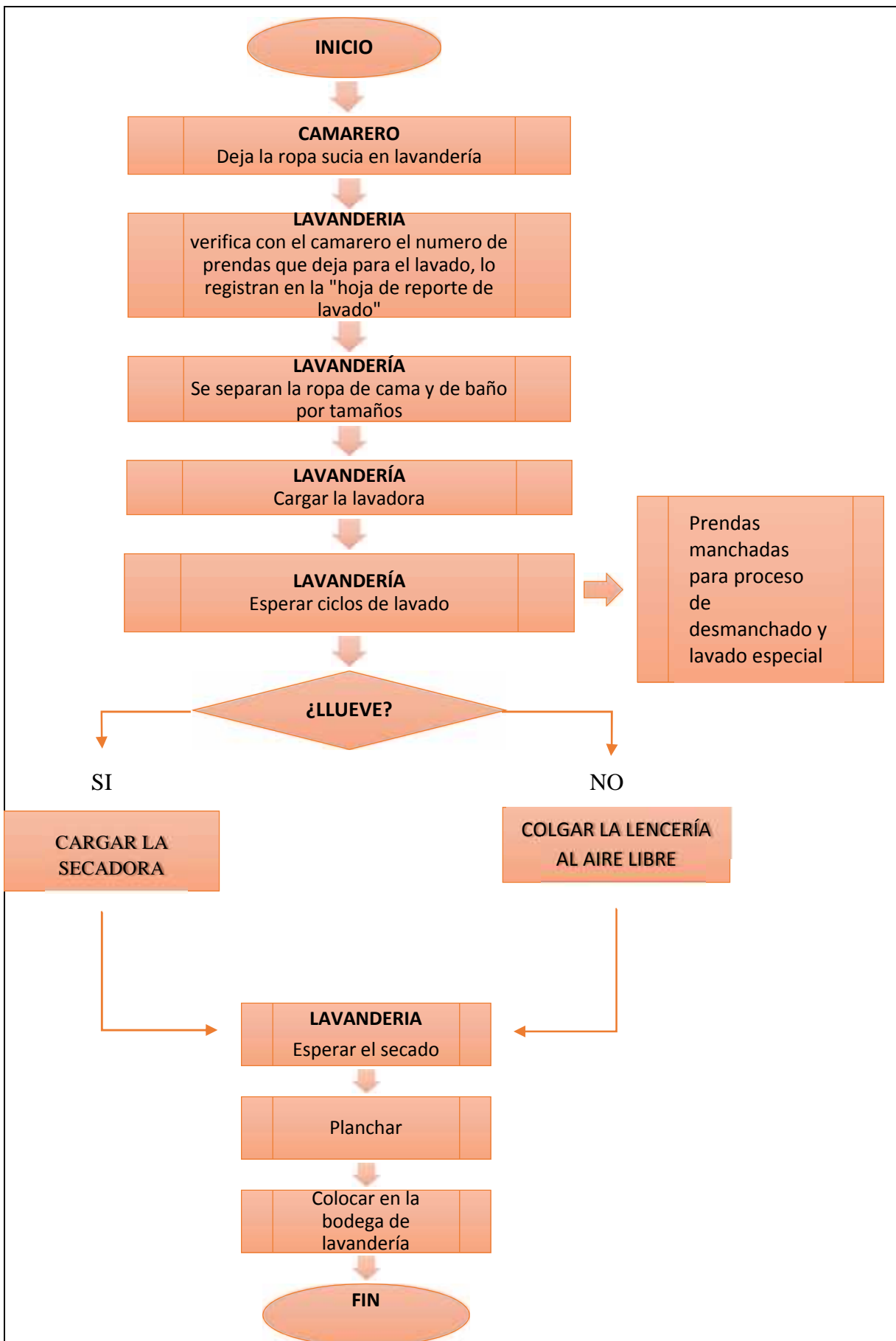
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Mantener un correcto proceso de lavado, mediante la clasificación de las prendas y el uso adecuado de los productos de limpieza.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se recibe la ropa por parte de los camareros, en el cual se llena el reporte de lavado con la cantidad que deja cada uno. 2. Se separa la ropa de cama y de baño por tamaños, revisando el estado de las mismas (Si existen prendas manchadas se las separa para otro proceso de lavado y desmanchado). 3. Se coloca en la lavadora según la capacidad de la misma. 4. Se secan las prendas. 5. Se planchan las prendas. 	Lavandería

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Camareros y Lavandería.

6. Medidas de seguridad:

- **Protección de manos:** cuando se esté realizando trabajo que tengo contacto con químicos o superficies sucias.



- **Protección visual:** es necesario para evitar accidentes en los ojos a causa de químicos, polvo, entre otros.



7. Informes: No aplica.

8. Supervisión: Intendente de camareros.

3.6.3.5. Lavado de ropa de huéspedes.

La ropa de huéspedes será retirada según el requerimiento del huésped y cumplirá su proceso de lavado. (Ver cuadro N° 76)

Cuadro N° 75. Proceso de Lavado de ropa de huéspedes

1. Título: Lavado de ropa de huéspedes.

2. Introducción: En correcto lavado de la ropa de los huéspedes se tomara en cuenta ciertas consideraciones: como el aspecto de las prendas, tipo de tejidos, procesos de lavado.

3. Organización:



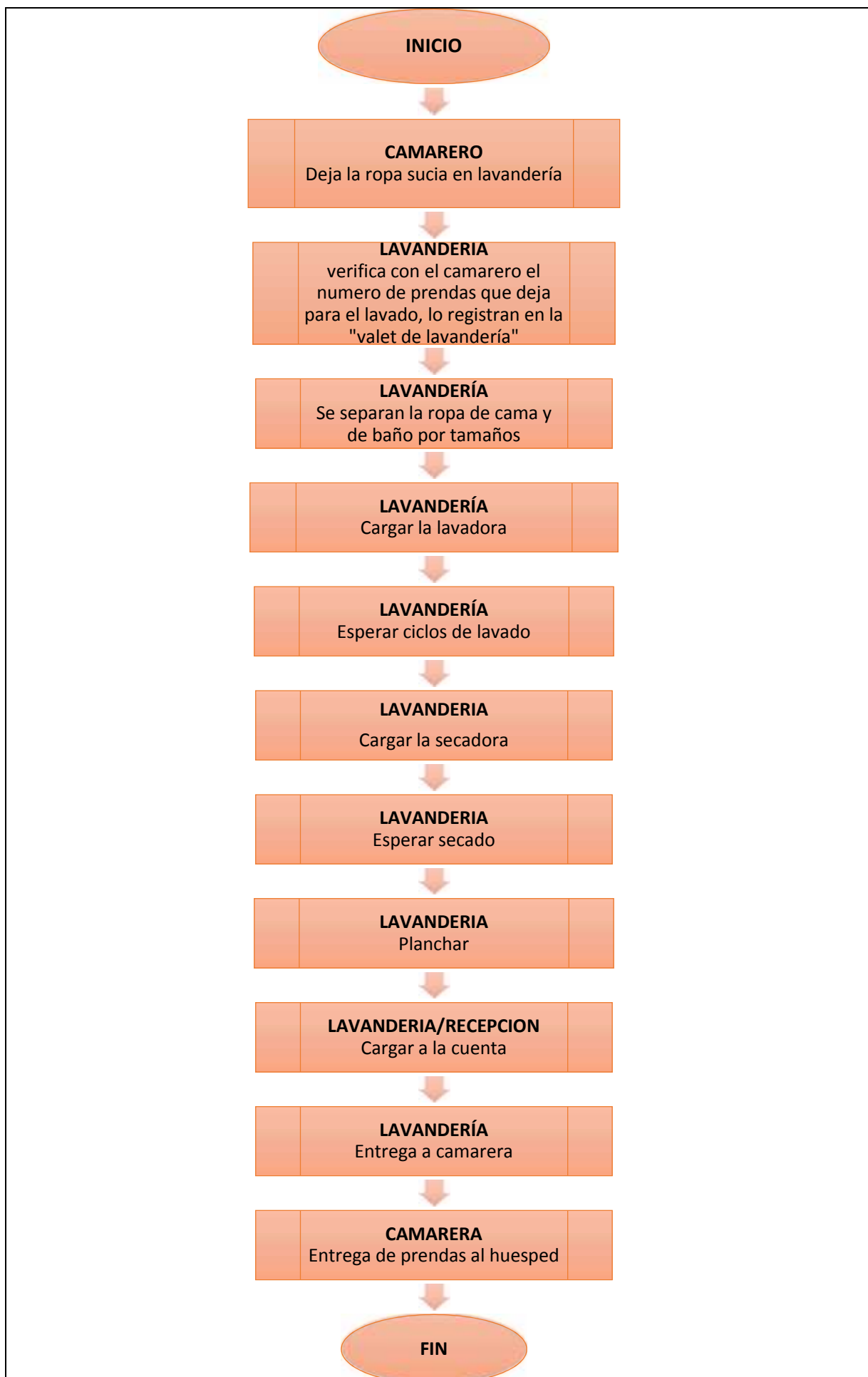
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Controlar el lavado especial de las prendas.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none">1. Se recibe la ropa por parte de los camareros con la papeleta llena correctamente.2. Se revisa la ropa que envía el huésped, la cantidad y el tipo de ropa.3. Se lava.4. Se seca.5. Se plancha.	Lavandería


4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Camareros y Lavandería.

6. Medidas de seguridad: Uso correcto de las máquinas, cuidado con el sistema eléctrico.

7. Informes:

 VALET DE LAVANDERIA			
FECHA:		Nº HAB.:	
NOMBRE:			
CANTIDA D	PRENDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
		SUBTOTAL	
		10% DE SERVICIO	
		12% I.V.A.	
		TOTAL	
RESPONSABLE:			

8. Supervisión: Intendente de camareros.

9. Política: La ropa será entregada el mismo día por la tarde.

3.6.3.6. Inventario de lencería

La lencería se hace referencia a la ropa de habitaciones y baños. (Ver cuadro N° 77)

Cuadro N° 76. Proceso de Inventario de lencería

1. Título: Inventario de lencería.

2. Introducción: Tener un control cuantificado y cualificado de toda la lencería para ama de llaves.

3. Organización:



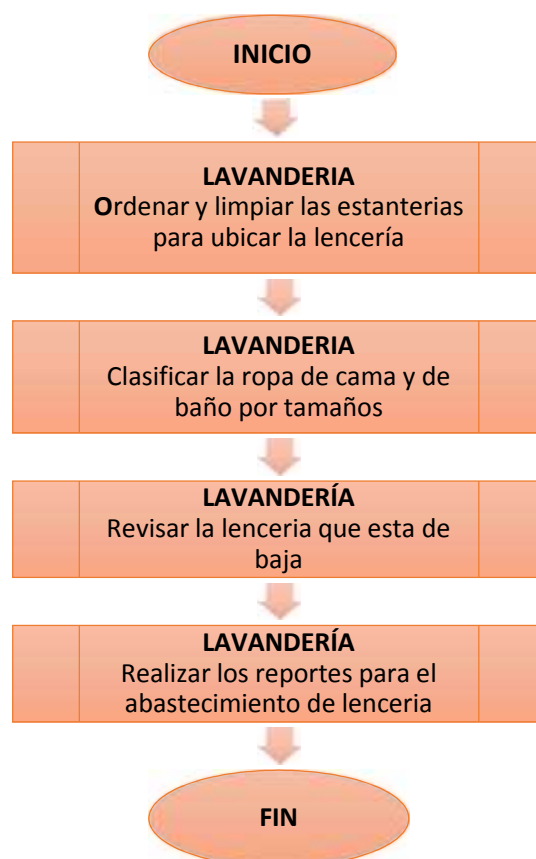
4. Descripción del Procedimiento:

4.1. Objetivos de Procedimiento: Controlar del número de lencería y de la calidad de los mismos.

4.2. Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ordenar y limpiar las estanterías para ubicar la lencería. 2. Clasificar la ropa de cama y ropa de baño por tamaños. 3. Revisar la lencería que está de baja. 4. Realizar los reportes para abastecimiento de lencería. 	Lavandería

4.3. Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento:



5. Responsabilidad: Lavandería.

6. Medidas de seguridad: No aplica.

3.7. Plan de Capacitaciones

Para el levantamiento de los siguientes procesos, se hará relación con los puntos críticos ya señalados. (Ver cuadros N° 49)

Según las encuestas realizadas a los empleados la mayoría de los mismos trabajan empíricamente, por lo cual es importante crear un plan de capacitaciones para el personal operativo. Este proceso educacional será aplicado de manera organizada y revisando los temas de mayor interés tanto para el personal como para la organización, de esta manera el personal adquirirá y desarrollará conocimientos y habilidades para ponerlas en práctica en sus labores diarias, las cuales se verán reflejadas en dar un buen servicio al cliente.

Las capacitaciones logran que el personal sea organizado mediante procesos en base a la práctica, de esta manera generar mayor productividad y eficiencia.

Los programas de capacitación serán desarrollados por la administración y se realizarán en forma continua y con temas de interés para la organización. (Ver cuadro N° 78)

Cuadro N° 77. Plan de capacitaciones

PLAN DE CAPACITACIONES			
ACTIVIDAD	ASISTENTES	RESPONSABLE	TIEMPO
Inducción: beneficios, políticas,	Personal nuevo	Talento Humano	Primera semana
Políticas y procesos de los	Por áreas	Gerente General, Jefes	Cada tres meses
Reuniones informativas.	Todo el	Gerente General	Continuo
Capacitaciones.			Continuo
Leyes y normas vigentes.			

Salud y seguridad laboral.	Todo el personal	Gerente General y Jefes departamentales	
Procedimientos en casos de			
Primeros auxilios.			
Atención al cliente.			
Turismo de la zona.			
Ingles técnico hotelero.		Gerente General	Módulos cada

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.7.1. Proceso de las capacitaciones

Los procesos de capacitaciones se determinaran por el tipo y los requerimientos de la capacitación. (Ver gráfico N° 26)

Gráfico N° 26. Proceso de las capacitaciones



Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.8. Plan de control de Emergencias

La ciudad de Baños de Agua Santa por encontrarse a las faldas del Volcán Tungurahua, tiene una latente amenaza de emergencia por mantenerse dicho volcán en actividad, para lo cual es importante que la Hostería tenga planes de emergencia no solo para esta amenaza natural si no como también para eventos inesperados, ya que es una herramienta que da seguridad al personal y a los huéspedes-clientes.

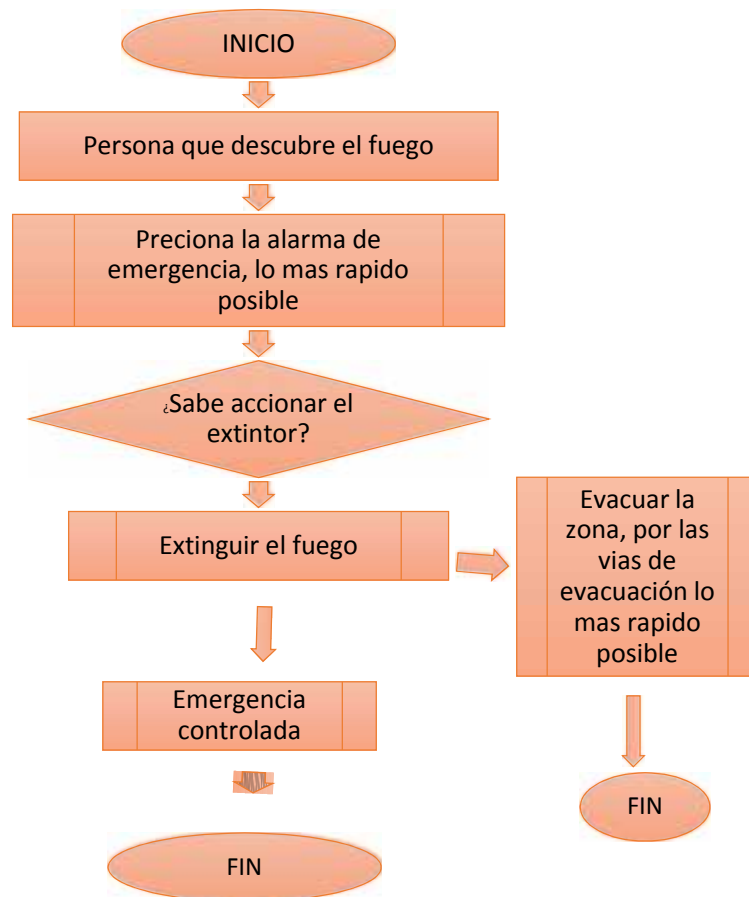
La estructura física de la Hostería debe considera lo siguiente:

- a. Vías de escapes seguras y bien señaladas.
- b. Sistemas de detección de incendios.
- c. Sistemas de alarmas, que pongan en marcha los planes de evacuación.
- d. Ubicación de sitios de encuentro, que sean seguros.
- e. Detrás de las puertas de las habitaciones colocar el mapa de evacuación en casos de emergencia.
- f. Extintores llenos y en los lugares estratégicos.

3.8.1. Comportamiento en una emergencia

Situación en la cual el comportamiento colectivo ante una situación de emergencia, así como también de los estragos derivados de la misma, juega un gran papel hacia el control de la situación. (Ver gráfico N° 27)

Gráfico N° 27. Comportamiento en una emergencia



Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.9. Plan de mejoramiento propuesto

Diseño la situación actual versus un plan de mejora que favorece la organización de la empresa, fundamentado en el análisis desde el punto de vista de los empleados y dirigidos a la satisfacción del huésped. (Ver Cuadro N° 79)

Cuadro N° 78. Plan de mejoramiento propuesto

PLAN DE MEJORAMIENTO ACTUAL		
	ESTADO ACTUAL	MEJORAMIENTO
Organigrama	Existe un organigrama general,	Se propone un organigrama para el
Tiempos	Las actividades de las labores	Se propone estandarización de tiempos
Procesos	El trabajo se realiza bajo el	Creación de manuales de procesos,
Documentación	Falta de documentación y papelería	Implementación de la papelería, para
Puestos de trabajo	<p>Puestos de trabajo actual:</p> <p>2 recepcionistas.</p> <p>1 mantenimiento.</p> <p>4 camareros, los mismos que rotan por la lavandería y cumplen funciones de botones.</p>	<p>Se propone contratar:</p> <p>1 recepcionista, que cumpla las funciones</p> <p>1 mantenimiento.</p> <p>1 intendente de camareros.</p> <p>3 camareros.</p> <p>1 lavandería.</p> <p>1 botones.</p>
Plan de	No se desarrollan planes de	Se propone planes de capacitaciones
Planes de	Los empleados no saben cómo	Se propone capacitar a los empleados
Atención al	La atención de limita a vender los	Se propone una atención personalizada a

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10. Análisis Económico de la propuesta

3.10.1. Análisis Financiero Actual

La Hostería Monte Selva proporciona las ventas del año 2014 de la siguiente manera, (Ver cuadro N° 80)

Cuadro N° 79. Ventas Totales año 2014

VENTAS TOTALES AÑO 2014	
Enero	62.320,17
Febrero	39.095,12
Marzo	94.627,18
Abril	72.171,50
Mayo	37.103,13
Junio	47.856,87
Julio	91.494,16
Agosto	104.064,30
Septiembre	46.226,83
Octubre	73.264,51
Noviembre	58.995,61
Diciembre	74.123,66
TOTAL	801.343,04

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

El departamento de contabilidad de la Hostería informa que las ventas se dividen de la siguiente manera, (Ver cuadro N° 81)

Cuadro N° 80. Distribución de las Ventas

DISTRIBUCION DE LAS VENTAS		
TOTAL DE LAS VENTAS		801.343,04
AREA	PORCENTAJE	TOTAL
Alojamiento	65%	520.872,98
Alimentos y Bebidas	25%	200.335,76
Recreación	10%	80.134,30

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.1.1. Ventas del área de alojamiento año 2014

El área de alojamiento de la Hostería Monte Selva presentó unas ventas para el año 2014. (Ver cuadro N° 82)

Cuadro N° 81. Ventas del área de alojamiento año 2014

VENTAS ÁREA DE ALOJAMIENTO	
AÑO	VALOR
2014	520.872,98

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.1.2. Costos del área de alojamiento año 2014

El área de alojamiento de la Hostería Monte Selva presento unos costos para el año 2014.
(Ver cuadro N° 83)

Cuadro N° 82. Costos del área de alojamiento año 2014

COSTOS ÁREA DE ALOJAMIENTO	
AÑO	VALOR
2014	74.798,07

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.2. Segmentos de mercado de la Hostería

La Hostería Monte Selva no cuenta con temporadas bajas y altas definidas ya que por el mercado con el cual trabajan varía dependiendo de los meses y de los segmentos.

La ventaja de la Hostería es encontrarse en una ciudad a la que no se remite solo al turismo nacional y de los feriados del país, sino del turismo extranjero que llega al país durante todo el año y Baños de Agua Santa es uno de los lugares que no dejan de ser visitados. (Ver cuadro N° 84)

Cuadro N° 83. Segmentos de mercado de la Hostería

SEGMENTOS DE MERCADO	
TEMPORADA	TURISMO
Enero -marzo	Latinoamericano

15 junio - 15 septiembre	Americano - Europeo
Noviembre - diciembre	Colombiano - Peruano
Enero -marzo	Nacional (región costa)
Junio - agosto	Nacional (región sierra)
Mayo - julio	Grupos estudiantiles
Septiembre - diciembre	Corporativo
Todo el año (domingo, lunes	Agencias de viajes

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.3. Análisis financiero aplicando el mejoramiento

3.10.3.1. Concepto de Presupuesto

“Un presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos. Como tal, es un plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta prefijada.”
(<http://www.significados.com>, 2015)

3.10.3.2. Presupuesto para el mejoramiento

En los siguientes cuadros se detallará la inversión que la Hostería Monte Selva debe realizar para cumplir con la propuesta de mejoramiento del área de alojamiento. (Ver cuadro N° 85 y 86)

Cuadro N° 84. Inversión de activos físicos

ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Adecuación de reservas			
Computador	1	561	561
Teléfono	1	95	95
Adecuación de bodega de ama de llaves y linos			
Estanterías de metal	10	60	600
Rotulación			120
Aparadores con llaves	1	420	420
Adecuación de lavandería			
Construcción	1	9.000	9.000
lavadora industrial	1	650	650
secadora industrial	1	650	650
Estanterías de metal	3	60	180
TOTAL			12.276

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Cuadro N° 85. Inversión de activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
DESCRIPCION	CANT. POR AÑO	V. UNIT.	V. TOTAL
			1.000,0
Imprenta	0	1.000,0	1.000,0
			1.800,0
Capacitador "Introducción de procesos y	2	300,0	600,0
Capacitador "idioma inglés"	2	350,0	700,0
Capacitador "Primeros auxilios"	1	200,0	200,0
Capacitador "Seguridad laboral"	1	300,0	300,0
			52,3
Impresiones	10	4,1	40,8
Anillado	10	1,2	11,5
TOTAL			2.852,3

Elaborado por: Gabriela Sagñay

El siguiente cuadro nos especifica los puestos de trabajo que deben incrementarse los cuales se han calculado con el incremento del sueldo básico a 354 dólares para el año 2015. (Ver cuadro N° 87)

Cuadro N° 86. Salarios del personal para el plan de mejoramiento

SALARIOS DEL PERSONAL PARA EL PLAN DE MEJORAMIENTO							
				354 SUELDO			
	SUELDO	REMUN.	APR/	13º S.	14º S.	VAC.	AÑO 1
							9.029,6
INTENDENTE DE	580,0	6.960,0	845,6	580,0	354,0	290,0	9.029,6
							16.947,4
Reservas	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
Lavandería	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
Botones	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
TOTAL							25.977,0

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Para el total del presupuesto de la propuesta se suma el total de todos los cuadros. (Ver cuadro N° 88)

Cuadro N° 87. Total del presupuesto de la propuesta

TOTAL PRESUPUESTO	41105.34
--------------------------	-----------------

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.4. Proyección de Ventas

La proyección de ventas para el año 2015 se determinara con el porcentaje de aumento poblacional turístico, proyección de la población y el porcentaje de variación que nos da el cuadro de historial de ocupación de la hostería.

3.10.4.1. Porcentajes de aumento de población

- **Porcentajes de población turística nacional**

Para el año 2014, ingresaron 1.557.006 turistas internacionales al país según el ministerio de turismo. (Ver gráfico N° 28 y 29)

Gráfico N° 28. Cifras claves, llegada de turistas internacionales al Ecuador año 2014



Fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/quito-en-cifras>

Gráfico N° 29. Llegadas de extranjeros al Ecuador 2010-2014

Mes	2010	2011	2012	2013	2014
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576
Subtotal	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.589	131.694
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006

Fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/quito-en-cifras>

En relación al número de turistas extranjeros que ingresan al Ecuador desde el año 2010 al 2014 realizamos un cálculo promedio del 10,47% para el año 2015 el mismo se realiza un pronóstico para dicho año con un total de 1.719.986 turistas internacionales. (Ver cuadro N° 89)

Cuadro N° 88. Porcentaje de crecimiento de llegadas de turistas internacionales

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE LLEGADAS DE TURISTAS		
AÑO	NUMERO DE TURISTAS	% INCREMENTO
2010	1.047.098	
2011	1.141.037	9,00%
2012	1.271.901	11,47%
2013	1.364.057	7,25%

2014	1.557.006	14,15%
Proyección 2015	1.719.986	10,47%

Fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/quito-en-cifras>

Elaborado por: Gabriela Sagñay

- **Porcentajes de crecimiento de turistas en Baños de Agua Santa**

Según los datos de la Hostería Monte Selva llegaron a la ciudad de Baños de Agua Santa para el año 2012 un total de 794.632 turistas teniendo un incremento del 3% para el año 2013 y de un 2% para el año 2014, con estos valores hemos realizado un promedio del porcentaje para el año 2015 con un promedio del 2% para este año. (Ver cuadro N° 90)

Cuadro N° 89. Porcentaje de turistas en Baños de Agua Santa

PORCENTAJE DE TURISTAS EN BAÑOS DE AGUA SANTA		
AÑO	NUMERO DE TURISTAS	PORCENTAJE DE INCREMENTO
2012	794.632,0	
2013	818.471,0	3%
2014	834.840,4	2%
	855.711,4	2.5%

Fuente: Hostería Monte Selva

Elaborado por: Gabriela Sagñay

- **Porcentajes de crecimiento de población en el Ecuador**

Según la proyección de la población nacional del INEC para el año 2015. (Ver gráfico N° 30)

Gráfico N° 30. Proyección de la población 2012 – 2050



Fuente: http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/presentacion.pdf

En el siguiente cuadro determinamos el crecimiento de la población para el año 2015 de un 4.883%. (Ver cuadro N° 91)

Cuadro N° 90. Proyección de la población 2012 – 2050

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE POBLACIÓN DEL ECUADOR		
AÑO	NUMERO DE HABITANTES	% VARIACION
2012	15.520,97	
2015	16.278,84	4,883%

Elaborado por: Gabriela Sagñay

En el siguiente cuadro se señala el total del incremento de turistas y de la población nacional para el año 2015. (Ver cuadro N° 92)

Cuadro N° 91. Porcentaje total de incremento de turistas

TOTAL DE INCREMENTO DE TURISTAS Y POBLACION	
Turismo Internacional	10,47%
Turismo a Baños	2,50%
Incremento de población	4,88%
TOTAL	17,85%

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.4.2. Historial de ocupación de la Hostería

La Hostería nos presenta un historial de porcentajes de ocupación desde el año 2011 al 2014, para lo cual se calcula un incremento promedio del 1% para el año 2015, dando como resultado un porcentaje de ocupación del 84%. (Ver cuadro N° 93)

Cuadro N° 92. Historial de ocupación de la Hostería

HISTORIAL % DE OCUPACIÓN		
AÑO	PO PROMEDIO	% INCREMENTO
2011	80,0%	
2012	79,0%	-1%
2013	82,0%	3%

2014	83,0%	1%
Proyección 2015	84,0%	1%

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.4.3. Inflación anual a enero 2015

Se toma el porcentaje de inflación registrada por el Banco Central del Ecuador para enero del 2015 con un valor de 3.53%.

3.10.4.4. Datos totales para obtención de ventas

Se toma los datos para la proyección sumando 1 a todos los datos. (Ver cuadro N° 94)

Cuadro N° 93. Datos para obtener las ventas proyectadas al año 2015

DATOS PARA OBTENER LOS VENTAS PROYECTADAS AL AÑO 2015				
DESCRIPCION	PORCENTAJES	VALORES	SUMA	TOTAL
Total de incremento de turistas y	17,85%	0,1785	1	1,1785
Inflación	3,53%	0,0353		1,0353
Porcentaje de ocupación	1,00%	0,0100		1,0100

Elaborado por: Gabriela Sagñay

Para la obtención de ventas proyectadas al año 2015, se multiplica el valor de las ventas del año 2014 por el total de turistas y población, este resultado por la inflación a enero del 2015 y este resultado por el porcentaje de ocupación promedio al 2015. (Ver cuadro 95)

Cuadro N° 94. Ventas proyectadas para el 2015

VENTAS PROYECTADAS PARA EL 2015			
VTAS. 2014	Vtas. 2014* valor total de	Vtas. 2014*	Vtas.
520872,976	613.851,4066	635.520,3612	641.875,5648

3.10.5. Estado de pérdidas y ganancias año 2014

La Hostería Monte Selva proporciona los siguientes datos para el cuadro de Estado de pérdidas y ganancias del año 2014 con las ventas del área de alojamiento. (Ver cuadro N° 96)

Cuadro N° 95. Estado de pérdidas y ganancias año 2014

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	
	AÑO 2014
INGRESOS	520.872,98
Ventas de alojamiento	520.872,98
(-) COSTOS	74.798,07
Materia Prima	11.836,07
Mano de Obra Indirecta	7.819,00
Mano de Obra Directa	45.081,06

Servicios Básicos	10.061,94
UTILIDAD BRUTA	446.074,91
(-) GASTOS	86.724,45
Gastos Administrativos	82.643,59
Gastos de ventas	4.080,86
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES	359.350,46
(-) 15% participación	53.902,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	305.447,89
(-) 25 % imp. A la renta	76.361,97
UTILIDAD NETA	229.085,92

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.6. Estado de pérdidas y ganancias año 2015

Para realizar el estado de pérdidas y ganancias del año 2015 se calcula los valores proyectados de los servicios básicos, salarios y el incremento de la propuesta de mejoramientos.

3.10.6.1. Servicios Básicos año 2015

Para el cálculo de los servicios básico al año 2015 se lo realizara con el valor del año 2014 por la inflación según el Banco Central del Ecuador al año 2015 (3.53%). (Ver cuadro N° 97)

Cuadro N° 96. Servicios Básicos año 2015

SERVICIOS BÁSICOS			
AÑO	VALOR	INFLACION	TOTAL
2.014	10.061,94	3,53%	10.417,13

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.6.2. Salarios año 2015

En el siguiente cuadro se realiza el incremento de los salarios del personal que ya existe en la hostería con el nuevo salario básico para el año 2015 (354.º Dólares). (Ver cuadro N° 98)

Cuadro N° 97. Salarios año 2015

SALARIOS AÑO 2015							
				354	SUELDO BASICO		
	SUELDO	REMUN. ANNUAL	APR/PATR.	13º S.	14º S.	VAC.	AÑO 1
MANO DE OBRA							
JEFE DE RECEPCION	580,0	6.960,0	845,6	580,0	354,0	290,0	9.029,6
MANO DE OBRA							
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1

OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
OPERATIVO	354,0	4.248,0	516,1	354,0	354,0	177,0	5.649,1
TOTAL							

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.6.3. Presupuesto comparativo

Según el estado de pérdidas y ganancias con proyección al año 2015 sin plan de mejoramiento y con plan de mejoramiento. (Ver cuadro N° 99)

Cuadro N° 98. Presupuesto Comparativo

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	AÑO 2014	VALORES PARA EL PLAN DE MEJORA	PROYECCION AÑO 2015	
			SIN PLAN DE MEJORA	CON PLAN DE MEJORA
INGRESOS			641.875,56	641.875,56
Ventas de alojamiento			641.875,56	641.875,56
(-) COSTOS				127.028,68
Materia Prima				12.253,88

Mano de Obra Indirecta		9.029,64	9.029,64	18.059,28
Mano de Obra Directa		16.947,40		71.170,09
Costos de Operación		15.128,30	-	15.128,30
Servicios Básicos				10.417,13
UTILIDAD BRUTA			568.206,10	514.846,88
(-) GASTOS				97.906,52
Gastos Administrativos				91.785,23
Gastos de ventas			6.121,29	6.121,29
UTILIDAD ANTES DE			470.299,58	416.940,36
(-) 15% participación				62.541,05
UTILIDAD ANTES DE			399.754,65	354.399,31
(-) 25 % imp. A la renta				88.599,83
UTILIDAD NETA			299.815,98	265.799,48

Elaborado por: Gabriela Sagñay

En la tabla del presupuesto comparativo se ha detalla el estado de pérdidas y ganancias del año 2014 con una utilidad neta de 229.085,92 dólares, en la siguiente columna reflejan los valores del plan de mejoramiento.

Con respecto a las proyecciones al año 2015 se realiza un estudio sin el plan de mejoramiento, el cual arroja una utilidad neta de 299.815,98 dólares, en relación a al año 2014 las ventas se incrementa en un total de 70.730,07 dólares.

Con el plan de mejoramiento la utilidad es de 265.799,48 dólares, en relación al año 2014 las ventas se incrementan en un total de 36.713,56.

3.10.6.4. Punto de equilibrio sin plan de mejora

El punto de equilibrio en relación a las ventas que debe cumplir la hostería en el área de alojamiento supera en un 74% las mismas, lo cual nos indica que la administración de esta área se está llevando de una manera correcta. (Ver cuadro N°100)

Cuadro N° 99. Punto de equilibrio sin plan de mejora

PUNTO DE EQUILIBRIO SIN PLAN DE MEJORA			
VENTAS		641.875,56	
Costos Variables		Costos Fijos	
Materia Prima	12.253,88	Mano de obra	63.252,34
Servicios Básicos	10.417,13	Gastos	97.906,52
TOTAL	22.671,01	TOTAL	161.158,86
Margen		0,96	
Punto de Equilibrio		167.059,38	

Elaborado por: Gabriela Sagñay

3.10.6.5. Punto de equilibrio con plan de mejora

El punto de equilibrio en relación a las ventas que debe cumplir la hostería en el área de alojamiento con el incremento del plan de mejora supera en un 67%, lo cual nos indica que si es factible cumplir con este mejoramiento para garantizar la fidelización de los clientes mediante un control de calidad y un camino a siempre mejorar. (Ver cuadro N° 101)

Cuadro N° 100. Punto de equilibrio con plan de mejora

PUNTO DE EQUILIBRIO CON PLAN DE MEJORA			
VENTAS		641.875,56	
Costos Variables		Costos Fijos	
Materia Prima	12.253,88	Mano de obra	89.229,37
Servicios Básicos	10.417,13	Gastos	97.906,52
		Costos de operación	15.128,30
TOTAL	22.671,01	TOTAL	202.264,19
Margen			0,96
Punto de Equilibrio		209.669,71	

Elaborado por: Gabriela Sagñay

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.-

- Mediante el análisis interno de la hostería en el área de alojamiento se pudo evidenciar la falta de conocimiento de los empleados hacia lo que es un servicio de calidad, ya que sus funciones lo hacían por improvisación.
- El Ecuador es un país lleno de atractivos naturales, turísticos y con gran calidad humana, pero este sector no ha sido explotado al 100% por los gobiernos centrales, ya que solo desde hace un par de años atrás se ha venido ofertado por una buena promoción turística del Ecuador al mundo, teniendo en cuenta que el turismo es un recurso inagotable el cual genera muchas plazas de trabajo e ingresos económicos al país.
- La idiosincrasia de nuestro país en pensar que los puestos operativos hoteleros solo son para personas sin estudios, hace que el servicio no tenga ningún grado de calidad.
- La necesidad de estandarizar procesos en cada uno de los puestos de trabajo facilitara la optimización de recursos humanos, materiales, de tiempos, económicos y de tal forma un trabajo eficiente.
- Trabajar mediante el cumplimiento de objetivos tanto colectivos como individuales establecerán la importancia de sus procedimientos.
- Con la propuesta de un plan de mejora para el área de alojamiento, donde se plantea el uso de un manual de procesos el cual el personal tiene el compromiso de regirse al mismo y el respaldo de la empresa para capacitarlos.
- Uno de los pilares de esta propuesta es brindar hospitalidad de calidad a cada uno de sus huéspedes, esto implica una excelente atención al mismo antes, durante y después de su estadía, este seguimiento gana la fidelización de los mismos, dando como resultado un trabajo de calidad con beneficios para todas las partes.
- El talento humano de la hostería es la base principal de la misma, la cual si es bien direccionado hacia un enfoque de calidad y de mejoramiento nos dará como resultado un posicionamiento dentro de la industria hotelera con una visión y misión que se orienta a un excelente servicio hacia el cliente.
- En los cuadros financieros podemos evidenciar que las ventas se ven alentadoras, aunque la utilidad baje al poner en practica la propuesta no quiere decir que

perjudique a la hostería y a sus empleados al contrario se toma este valor como una inversión para garantizar el excelente trato a los clientes y por ende la fidelización de los mismos, para de esta manera permanecer como empresa en el tiempo y ser competitivo con los mejores.

RECOMENDACIONES

- Según los resultados de esta investigación, es factible poner en practica este plan de mejoramiento
- Crear en el personal una cultura de amor a su trabajo y de lo importante que son cada uno de ellos en el éxito de la hostería.
- Compartir con el personal la filosofía de la hostería, donde cada uno de ellos vea como importante cada una de sus labores.
- La capacitación constante al talento humano debe convertirse en una prioridad en la empresa ya que de esta manera se lograra un desarrollo organizacional a los cambios constantes del mercado.
- Contar con la documentación completa en cada uno de los procesos, de esta manera se controlaran las actividades con la finalidad de calificar la eficiencia del mismo.
- Supervisiones continuas al buen manejo de los manuales en las labores diarias.
- Evaluaciones periódicas al personal para determinar su conocimiento y los cuales pueden manifestar sugerencias a su trabajo diario

ANEXOS

Anexo N° 1. Funciones Gerente General

Funciones:

- Analizar, evaluar y avalar los estados financieros mensuales y anuales de la empresa.
- Responsable del manejo del recurso humano en todo lo relacionado a contratación, legalización, pago de panillas, seguridad social, seguridad laboral, bienestar laboral.
- Dictar medidas administrativas necesarias para el buen manejo de la empresa.
- Gestionar ante las dependencias públicas, privadas, legales o sociales, los permisos licencias, impuestos, concesiones, convenios, contratos y demás obligaciones para la realización de los objetivos de la empresa.
- Resolver los asuntos legales, en coordinación con los responsables de las áreas relacionadas.
- Realizar los pagos a proveedores.
- Realizar los trámites correspondientes a los Bancos y financieras.
- Planear ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa del hotel.
- Diseñar las estrategias anuales y proyecciones de la organización.
- Realizar la programación organización control y registro contable de los actos administrativos vinculados con la gestión económico- financiera, patrimonial y liquidación de haberes de la empresa.
- Supervisar los rendimientos de cuentas que realicen por pagos de sueldos, gastos e inversiones.
- Supervisar la tramitación de las contrataciones de compras y localizaciones de bienes y servicios.
- Operar la tesorería del hotel y adoptar las medidas para la custodia de los fondos y valores.
- Conduce la misión visión objetivos y principios de la empresa.
- Representa a la empresa en eventos sociales, públicos y privados, ferias de turismo y relacionados.

Anexo N° 2. Contador

Funciones:

- Responsable de manejo con el ministerio de relaciones laborales.
- Roles de pago mensual.
- Décimo tercer sueldo.
- Décimo cuarto sueldo.
- Actas de finiquito.
- Declaración de utilidades.
- Legalización de formularios.
- Contratos de personal.
- Responsable del manejo con el Servicio de Rentas Internas.
- Declaraciones mensuales del Impuesto al Valor Agregado.
- Declaraciones de impuesto a la renta.
- Anexos transaccionales.
- Declaración de anticipo Renta.
- Declaraciones de declaración de dependencia trabajadores.
- Control y archivo de documentos generales.
- Representante de la empresa en todos los asuntos legales.
- Responsable del manejo con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Avisos de entrada y salida.
- Contratos de 3 y 12 meses a los trabajadores debidamente legalizados.
- Pagos mensuales y a tiempo de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social hasta el 15 de cada mes.
- Avisos de enfermedad.
- Control de horarios y vacaciones de trabajadores.
- Manejo de archivos de carpetas de trabajadores.
- Responsable del manejo contable interno.
- Control de cajas.
- Control y cobro de tarjetas de crédito.
- Control y Elaboración mensual de reportes Bancarios.

- Control bodegas adquisiciones, proveedores, pagos.
- Elaboración de costos.
- Control plan de cuentas.
- Control inventarios.
- Balances, estados de resultados y análisis mensuales, anuales.
- Participación en procesos de producción, mejoramiento de calidad y disminución de costos.
- Revisión de los costos de paquetes y promociones que oferta el hotel.
- Análisis estadísticos mensuales y reporte de ventas de cada una de las áreas de consumos del hotel.
- Reporte de ventas mensual individual de cada uno de los trabajadores de recepción, ventas, restaurante, bar.

Anexo N° 3. Jefe de Recepción

Funciones:

- Responsable de la revisión de cajas de todos los turnos de recepción.
- Responsable de los archivos de información de clientes.
- Responsable de control de canjes y su ocupación.
- Responsable de reservaciones.
- Responsable del manejo de agencias de viajes operadoras.
- Responsable del correcto funcionamiento del sistema de computo interno.
- Responsable de caja chica.
- Coordina los horarios, y días libres de su equipo de compañeros.
- Coordina nuevos servicios.
- Coordina detalles según un plan de oferta del hotel.
- Responsable de seguimiento de informe de mantenimiento de habitaciones.
- Revisa mensualmente las instalaciones del hotel, habitaciones cabañas y spa.
- Es miembro del directorio del comité paritario.
- Responsable de la imagen del hotel.
- Responsable de la imagen de atención telefónica.
- Coordina papelería, web, material publicitario con el departamento de Ventas, diseño gráfico.
- Responsable de bodega de recepción objetos guardados en cajas.
- Representa al hotel en caso de quejas y sugerencias y coordina soluciones inmediatas al huésped.
- Realiza las labores de recepcionista en su turno (funciones de recepción).

Anexo N° 4. Gerente de Mercadeo y Ventas

Funciones:

- Elaborar una lista de los intermediarios con quienes se trabaja y con quienes deseáramos trabajar (Agencias de Viajes, mayoristas, operadoras, hoteles, transporte turístico etc.).
- Establecer una agenda de visitas a futuros clientes.
- Establecer estrategias de comercialización y presentarlas al gerente para su análisis.
- Garantizar al cliente la calidad del Servicio.
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción.
- Participa en contabilidad de costos.
- Elabora los productos y promociones con tarifas.
- Responsable de web, redes sociales.
- Responsable de sistemas de reservas on line.
- Responsable de ocupación del hotel.
- Responsable de contratos de eventos.
- Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios.
- Buscar clientes potenciales.
- Responsable del Manejo de relaciones comerciales con clientes empresas y operadoras.
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.
- Brindar soporte administrativo a la gerencia en relación de producción.
- Revisa flujo de producción y calidad de productos.
- Revisa atención al cliente y seguimiento de ventas.
- Verifica el desarrollo del evento hasta su cierre, confirma la satisfacción del cliente y su fidelización.
- Responsable de diseños promocionales, sus cotizaciones aprobaciones y pagos legales.
- Organización y planeación de actividades logísticas en materia de viajes, envíos y recepción de material promocional, correspondencia promocional.

Anexo N° 5. Jefe de Mantenimiento

Funciones:

- Responsable de todo el sistema eléctrico del hotel, desde el medidor de entrada, cajas de revisión, distribución de fases eléctricas.
- Responsable de la iluminación de todo el hotel.
- Responsable de las conexiones eléctricas, telefónicas de señal tv y de internet.
- Responsable de todo el sistema de agua potable del hotel.
- Responsable de mantenimiento de pintura, del hotel.
- Contrata y controla servicio técnico externo.
- Firma ordenes de pedido para compra de insumos de mantenimiento de todos los departamentos.
- Mantiene sus bodegas de materiales de mantenimiento.
- Controla al personal de construcción.
- Controla el buen estado de todas las instalaciones y de infraestructura del hotel.
- Reporta daños y solicita a gerencia permiso para trabajos de obra civil.
- Es responsable de su propia seguridad y salud laboral, utiliza siempre su equipo de protección.
- Participa en el comité paritario y en capacitaciones y acciones de seguridad laboral.

Anexo N° 6. Chef Ejecutivo

Funciones:

- Manejo del personal a su cargo.
- Responsable de stock de cocinas.
- Realiza pedidos de reposición de producto.
- Responsable de algún reclamo, sugerencia o incomodidad del huésped o cliente.
- Coordinar los productos y servicios a ofertar al cliente con los departamentos de ventas, restaurant y almacén.
- diseño de menús en general, eventos, menús diarios, carta menú, alimentos del personal.
- Controlar las actividades y desempeño de personal de cocina.
- Contratación de empleados eventuales con la aprobación de gerencia.
- supervisa la limpieza y buen estado de todas las áreas.
- Supervisar desperfectos funcionamiento de equipos y gestiona reposición o arreglo.
- Hacerse responsable de algún reclamo, sugerencia o incomodidad del huésped o cliente en caso necesario.
- Interviene en abastecimiento del almacén.
- Interviene en los procesos de ventas, reservaciones y recepciones.
- Coordinar la comunicación interna con los departamentos relacionados.
- Responsable del manejo de documentos contables físicos y en el sistemas.
- Verificación de inventarios.
- Atender las necesidades del cliente alterando todo proceso.
- Planificar, coordinar, ejecutar y controlar las acciones diarias del departamento.
- Llevar el control del personal a su cargo, horarios, remuneración, desempeño, presentación, seguridad laboral y ambiente de trabajo.
- Llevar control de inventarios.
- Emite los pedidos para reposición de stock diarios.
- Coordina los eventos con los departamentos de ventas, almacén y cocina.
- Lleva control de personal eventual.
- Supervisa la limpieza y mantenimiento de todas las áreas de su influencia.

- Coordina actividades de limpieza profunda semanalmente.
- Presenta informes semanales de funcionamiento.
- Es responsable del manejo de visitas de sanidad pública.
- Planifica y coordina la presentación, montaje, y calidad de los platos.
- Coordina capacitación para su personal a cargo y asiste a las mismas para mejoramiento de su desempeño.
- Es responsable por el equipo, utensilios y herramientas de trabajo, presentando informe de condición o requerimientos de equipos.
- Califica los productos a recibir.
- Realiza control de mercado y proveedores, coordinados con almacén.
- Responsable de la dotación de uniformes.
- Forma parte del comité paritario de seguridad laboral.
- Coordina programas de evacuación en caso de desastres naturales.
- Coordina las normas de seguridad con los equipos de cocina en caso de incendios.

Anexo N° 7. Capitán Maître

Funciones:

- Coordinar los productos y servicios a ofertar al cliente con los departamentos de ventas, cocina y almacén.
- Controlar las actividades y desempeño de personal de servicio de restaurant.
- Contratación de empleados eventuales con la aprobación de gerencia.
- Control de horarios.
- supervisa la limpieza y buen estado de todas las áreas.
- Supervisar desperfectos funcionamiento de equipos y gestiona reposición o arreglo.
- Hacerse responsable de algún reclamo, sugerencia o incomodidad del huésped o cliente.
- Interviene en abastecimiento del almacén.
- Supervisar los procesos de ventas, reservaciones y ocupación.
- Coordinar la comunicación interna para el correcto desempeño de funciones en los departamentos relacionados con restaurant.
- Responsable del manejo de documentos contables físicos y en el sistemas.
- Verificación de inventarios.
- Atender las necesidades del cliente.
- Planificar, coordinar, ejecutar y controlar las acciones diarias del departamento.
- Llevar el control del personal a su cargo, horarios, remuneración, desempeño, presentación, seguridad laboral y ambiente de trabajo.
- Llevar control de inventarios.
- Emite los pedidos para reposición de stock diarios.
- Controla ventas diarias, es responsable de facturación y cajas diarias.
- Coordina los eventos con los departamentos de ventas, almacén y cocina.
- Lleva control de personal eventual.
- Supervisa la limpieza y mantenimiento de todas las áreas de su influencia.
- Coordina actividades de limpieza profunda semanalmente.
- Presenta informes semanales de funcionamiento.
- Es responsable del manejo de visitas de sanidad pública.

- Es responsable de la calidad del servicio y la propuesta de productos nuevos.
- Planifica y coordina la presentación, montaje y decoración de eventos y diarios.
- Coordina las actividades con cocina para los menús a presentar.
- Atiende al cliente desde el proceso de ventas, planificación, ejecución, facturación y cierre del evento, creando fidelización en la clientela.
- Coordina capacitación para su personal a cargo y asiste a las mismas para mejoramiento de su desempeño.
- Es responsable por el equipo, utensilios y herramientas de trabajo, presentando informe de condición o requerimientos de equipos.
- Califica los productos a recibir.
- Realiza control de mercado proveedor coordinados con almacén.
- Responsable de caja chica y suelto.

Anexo N° 8. Intendente de Camareros

Funciones:

- Coordina el trabajo de todos los camareros.
- Establece los horarios de su equipo de camareros.
- Retira el informe de ocupación en recepción a su llegada.
- Mantiene el llavero general de habitaciones.
- Brinda información a los huéspedes de servicios del hotel y de la ciudad.
- Realiza limpieza de exteriores apenas llega.
- Prepara y mantiene las herramientas y suministros de limpieza general.
- Lleva control de stock de suministros.
- Lleva control de lencería en sus bodegas satélites.
- Realiza pedidos a bodega y controla calidad de productos.
- Solicita asistencia de mantenimiento y hace seguimiento de obra.
- Contribuye con el mantenimiento de sus habitaciones.
- Vigila la seguridad de las pertenencias de los huéspedes y del hotel.

Anexo N° 9. Equipamiento de habitaciones

Estándar Sencilla o Cabaña

- ✓ 1 Cama Queen.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Estándar Doble o Cabaña

- ✓ 2 Camas Queen.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Estándar Triple o cabaña

- ✓ 1 Queen y 1 Twin.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Estándar Cuádruple o cabaña

- ✓ 1 Cama Queen y 2 Cama Twin.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Estándar Quíntuple o Cabaña

- ✓ 1 Cama Queen, 2 Camas Twin en litera y 1 cama Twin.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Estándar Séxtuple o Cabaña

- ✓ 1 Cama Queen, 4 Camas Twin en litera 2 en cada una.
- ✓ Tv con cable.
- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.

Suite matrimonial (dos ambientes)

- ✓ 1 Cama King.
- ✓ Tv con cable.

- ✓ Velador (2 vasos, 2 aguas).
- ✓ Closet.
- ✓ Teléfono.
- ✓ Baño (aménitis, toallas).
- ✓ Ducha.
- ✓ Jacuzzi.
- ✓ Caja de seguridad.
- ✓ Sala y nevera.

Anexo N° 10. Linos

Lino 1 o bodega principal.

La hostería cuenta con una bodega principal ubicado cerca de la recepción:

- Papel higiénico.
- Equipaje de huéspedes.
- Botellas de agua.
- Cobijas.
- Uniformes de personal.
- Toallas.
- Sábanas.
- Duvets.
- Cubre colchones.
- Faldones.
- Almohadas.
- Fundas de almohadas.
- Porta vasos.
- Trípticos.
- Material de limpieza.

Linos en los bloques de habitaciones

Se encuentran en el segundo piso de cada bloque y tienen lo siguiente:

- Toallas.
- Sabanas.
- Fundas de almohada.
- Botellas de aguas.
- Aménitis.

Linos en la sección de cabañas

Se encuentran 1 al subir a las primeras cabañas y tienen lo siguiente:

- Toallas.
- Sabanas.
- Fundas de almohada.
- Botellas de aguas.
- Aménitis.

Anexo N° 11. Áreas públicas

- Entrada al hotel.
- La recepción.
- Lobby: cuadros, sillones, basureros, plantas.
- Baños del lobby: dispensadores de jabón, toallas de papel, gel antibacterial.
- Senderos.
- Canchas de básquet y vóley.
- Piscina.
- Senderos a las cabañas.
- Parqueaderos.

Anexo N° 12. Página Web: <http://www.montselvaecuador.com/>



Anexo N° 13. Plano de Baños de Agua Santa



Anexo N° 14. Área de recepción



Anexo N° 15. Área de habitaciones y cabañas





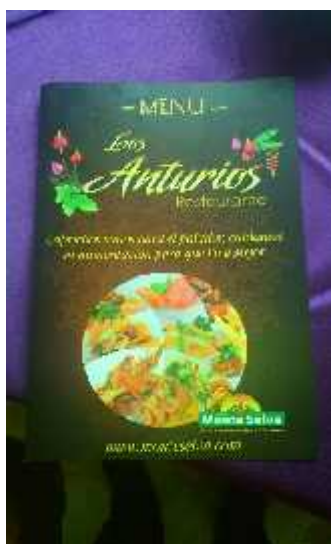
Anexo N° 16. Área de recreación



Anexo N° 17. Centro de Convenciones y Salones



Anexo N° 18. Restaurante y Bar



Anexo N° 19. Spa



Spa Monte Selva

Baño de Jureche, Arroz, Salvia y Protección	120 minutos	38 USD
<p>Masaje Relax = Estimulación Corporal + Masaje Facial + Baño de Flores y Aromas - Todo en el agua!</p> <p>Full Body massage + Body Treat + Facial + Relaxing Bath with essential oils and flowers</p>		
Experiencia Monte Selva	20 minutos	40 USD
<p>Un baño y relajante masaje relajante acompañado de una Esencia Floral y Pedicura Spa, una experiencia integral y no puede faltar</p> <p>Full Body Massage + Facial + Pedicure</p>		
Masaje Relajante de Cuerpo Entero	60 minutos	28 USD
<p>Completa relajación muscular a través de técnicas.</p> <p>20 minutos</p>	18 USD	
<p>Baño de Jureche y masaje para relajar todo el cuerpo</p> <p>Full Body Relaxing Massage</p>		
Primer Masaje	75 minutos	30 USD
<p>Especial combinación de técnicas de masaje.</p> <p>Masaje relajante + masaje con piedras calientes + aromaterapia + masaje facial</p> <p>combinada con música relajante y aromaterapia</p> <p>Full body massage + Body massage + Hot stones + essence oils</p>		
Masaje en Pareja	60 minutos	45 USD
<p>De placer para Dos... disfrute con su pareja de un maravilloso masaje. Retire el estrés y la tensión de la mano de su ser amado</p> <p>Ideal for couples or any two people who would like to share a relaxing experience together.</p>		
Chocolatería Corporal	30 minutos	30 USD
<p>Beneficie de las ricas propiedades del chocolate y revitalize a la piel la hidratación y suavidad que necesita. Incluye exfoliación con sales marinas y masaje relax.</p> <p>Body Body Wrap (incluye todo el cuerpo masaje)</p>		
Temperatura	40 minutos	30 USD
<p>Con fango Volcánico termal, es un peeling natural para todo el cuerpo - con propiedades exfoliantes, desinfectantes y reafirmantes. La piel luce suave y joven. Incluye exfoliación con sales marinas y masaje relax.</p> <p>Hot Thermal Body Wrap (incluye todo el cuerpo masaje)</p>		
Limpeza Facial / Peeling	30 minutos	22 USD
<p>Le devolvemos la belleza natural de tu rostro. Exfoliación para eliminar células muertas e impurezas + Hidratación profunda + masaje reafirmante + masaje relajante facial</p>		
Masaje con Piedras Calientes / Hot Stones Massage	40 minutos	30 USD
Masaje Depilativo / Waxing Massage	45 minutos	22 USD
Masaje estiramiento-relajante para Embarazadas	40 minutos	30 USD
Depilatorias / Waxing		
<p>Masaje Reductor - Drenaje Linfático - Masaje Sircuital</p>		

Anexo N° 20. Áreas verdes y senderos



BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, J. A. (2005). *GERENCIA: Planeación & Estrategia*. Colombia. Recuperado el 12 de 12 de 2014
- Amaya, J. A. (s.f.). *Gerencia Planeación y Estrategia*. Recuperado el 30 de 11 de 2014
- Arturo, O. J. (1999). *Investigación de mercados*. Colombia: Editorial Norma. Recuperado el 24 de Noviembre de 2014
- Barquero , J., Rodríguez de Llauder, C., Barquero , M., & Huertas , F. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* (Segunda ed.). McGraw-Hill Interamericana de España. Recuperado el 30 de 11 de 2014
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M., Gismano, Y., & Banchierri, L. (2007). *Funciones de la Administración*. Bahía Blanca: Edluns.
- de gerencia.com. (2014). *Concepto de calidad*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de <http://www.degerencia.com/>: <http://www.degerencia.com/articulo/calidad-en-el-servicio-un-plan-de-mejora-simple-inmediato-y-con-impacto-en-el-cliente>
- De la Torre, F. (2007). *Administración Hotelera* (Tercera ed.). México: Síntesis.
- Definicion. (2014). *Definiciones* . Recuperado el 24 de 06 de 2014, de <http://definicion.de/>: <http://definicion.de/alojamiento/>
- Definicion de. (25 de 02 de 2015). <http://definicion.de/>. Obtenido de <http://definicion.de/>: <http://definicion.de/guia-de-observacion/>
- Diccionario de la Real Academia Española. (2001). *Definiciones*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de <http://lema.rae.es>: <http://lema.rae.es/drae/?val=proceso>

Estrella, M. (2006). FRONT DESK. Quito: UTE.

Everardo, A. M. (2010). *La Mejora Continua*. Mexico.

Gary, K. P. (1991). *Fundamentos de mercadotecnia* (Segunda ed.). México: Editorial Prentice Hall. Recuperado el 30 de 11 de 2014

Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa. (24 de 09 de 2013). *Perfil de Baños de Agua Santa*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de <http://www.municipiobanos.gob.ec/>:
<http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/features/historia>

H, J. L. (2000). *Administración Básica de la empresa Familiar*. México DF: Panorama Editorial S.A.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Caracas: McGrawHill.

HITT , M., IRELAND , D., & HOSKISSON , R. (s.f.). *Administración Estratégica, competitividad y globalización*. Recuperado el 30 de 11 de 2014

Hoteles Ecuador. (2004). *Objetivos de la Asociaciones Hoteleras*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de <http://www.hotelesecuador.com.ec/>:
<http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=4&idiom=1>

<http://anibalgoicochea.com/>. (25 de 07 de 2015). Obtenido de <http://anibalgoicochea.com/2010/07/25/gestion-por-funciones-vs-gestion-por-procesos/>

<http://banos-ecuador.com/volcan/>. (29 de 03 de 2015). Obtenido de <http://banos-ecuador.com/volcan/>

<http://ciencia.glosario.net>. (04 de 04 de 2015). Obtenido de <http://ciencia.glosario.net/agricultura/factores-ambientales-11203.html>

http://descuadrando.com/Capacidad_productiva. (12 de 12 de 2014). Obtenido de *http://descuadrando.com/Capacidad_productiva*

http://mktunlam.blogspot.es/. (30 de 11 de 2014). Obtenido de *http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/*

http://repositorio.ute.edu.ec. (29 de 03 de 2015). Obtenido de *http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8879/2/18080_2.pdf*

http://www.andes.info.ec. (04 de 04 de 2015). Obtenido de *http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html*

http://www.economia.com.mx/. (30 de 11 de 2014). Obtenido de *http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm*

http://www.ecuadorextremo.com. (29 de 03 de 2015). Obtenido de *http://www.ecuadorextremo.com/provincias/tungurahua.htm*

http://www.hotelesecuador.com.ec. (29 de 03 de 2015). Obtenido de *http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=7&idiom=1*

http://www.mailxmail.com/. (30 de 11 de 2014). Obtenido de *http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente*

http://www.mailxmail.com/. (30 de 11 de 2014). Obtenido de *http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente*

http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml. (12 de 12 de 2014). Obtenido de *http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml*

<http://www.municipiobanos.gob.ec>. (29 de 03 de 2015). Obtenido de <http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/features/historia>

<http://www.promonegocios.net/>. (23 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/>:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

<http://www.septem.es>. (25 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.septem.es/files/ferresumen.pdf>

<http://www.significados.com>. (30 de 05 de 2015). Obtenido de <http://www.significados.com/presupuesto/>

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/documentos/instructivo.doc>. (23 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/documentos/instructivo.doc>:
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/documentos/instructivo.doc>

<https://debitoor.es>. (30 de 11 de 2014). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>

Leire Larraiza. (2014). *Definiciones*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de <http://www.leirelarraiza.com>: <http://www.leirelarraiza.com/>

Lusthaus, C., Adrien, M.-H., & Anders, G. (2002). *Evaluación Organizacional*. Ottawa. Recuperado el 30 de 11 de 2014

Manuales Administrativos. (24 de 02 de 2015). <http://biblio3.url.edu.gt>. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt>: http://biblio3.url.edu.gt/Libros/org_empresas/6.pdf

- Martínez Pedrón, D., & Milla Gutiérrez, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro del mando integral*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado el 13 de 12 de 2014
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw Hill.
- Ministerio de Turismo. (03 de 02 de 2014). *Ley de Turismo*. Recuperado el 18 de 05 de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Acuerdo-No.-20140007.pdf>
- REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. (21 de 01 de 2015). <http://www.hotelesecuador.com.ec>. Obtenido de <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
- Sepúlveda, H. C. (2001). *Factores No Económicos de la competitividad*. Recuperado el 30 de 11 de 2014
- Tipos de Investigación. (2014). *Investigación Exploratoria*. Recuperado el 01 de 07 de 2014, de <http://www.tiposdeinvestigacion.com/>: <http://www.tiposdeinvestigacion.com/investigacion-exploratoria/>
- Velasco, J. A. (2010). *Gestión por procesos*. ESIC Editorial. Recuperado el 24 de 01 de 2015
- www.gestiopolis.com. (25 de 07 de 2015). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/el-diamante-de-porter-y-el-ciclo-de-vida-del-producto/>