



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS

**MAESTRÍA EN
ECOTURISMO Y MANEJO DE AREAS NATURALES**

INFORME FINAL

**PROPUESTA DEL MEJORAMIENTO AMBIENTAL EN LOS
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO CONSIDERADOS DE LUJO EN
LA CIUDAD DE CUENCA**

**Informe final presentado como requisito para
optar al Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales**

Autora

Estefanía Melisa Rodríguez Santos

Director

Fausto Germán González Cabrera

Quito – Ecuador

Febrero, 2015

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Estefanía Melisa Rodríguez Santos, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además, de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, todos los derechos del presente Trabajo de Grado, por su reglamento y normativa institucional vigente, pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Estefanía Melisa Rodríguez Santos

C.I. 0302001037

INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**APROBACIÓN DEL DIRECTOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señora Estefanía Melisa Rodríguez Santos, previo a la obtención del Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la Dirección General de Posgrados para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los..... del mes de..... de.....

Ing. Fausto Germán González Msc.

DEDICATORIA

A Dios, por culminar este trabajo investigativo.

Con mucho amor a mi hija Anabelle y esposo Víctor Jácome, que día a día me dan las fortalezas para seguir adelante.

A mis padres René Rodríguez y Estrella Santos, que son el pilar fundamental en mi vida, gracias por el apoyo incondicional en todos los proyectos que en mi mente se formaban y que en su mano se hicieron realidad, gracias papitos porque no solo me enseñaron el valor del trabajo duro; sino que también me han forjado, como el orfebre forja su joya, de su mano aprendí a caminar y ahora puedo hacerlo sola.

A mis hermanos Prissyly y Ronald Rodríguez, por apoyarme con sus consejos a la distancia siempre.

“Empieza haciendo lo necesario, después lo posible, y de repente te encontrarás haciendo lo imposible.” San Francisco de Asís

Melisa Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Un especial y profundo agradecimiento a todas las personas que hicieron posible el desarrollo de esta tesis: Ing. Johana Vélez, Dr. Reinaldo Requeiro, Msc. Fausto Cabrera, los cuales siempre estuvieron prestos a compartir su conocimiento para el desarrollo de esta investigación.

A todos los señores administrativos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca: Hotel Carvallo, Hotel Santa Lucia, Hotel Mansión Alcázar, por haberme atendido de una manera muy amable y darme la información necesaria para mi trabajo investigativo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO	ii
INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
Índice de Imágenes	ix
Índice de Gráficos.....	x
Índice de Anexos	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
ANÁLISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN CUENCA.....	20
1.1 Reseña Histórica.....	20
1.2 Características.....	21
1.3. BOUTIQUE HOTEL MANSIÓN ALCÁZAR	22
1.3.1 Antecedentes	22
1.3.2 Características del hotel Mansión Alcázar	25
1.3.3 Organigrama Estructural	26
1.3.4 Alimentos y bebidas	36
1.3.5 Habitaciones.....	37
1.3.6 Servicios complementarios	40
1.3.7 Marketing y publicidad	41
1.4. HOTEL BOUTIQUE SANTA LUCÍA	42
1.4.1 Antecedentes	42
1.4.2 Características del Hotel Santa Lucía	45
1.4.3 Organigrama estructural.....	46
1.4.4 Servicios.....	56
1.4.5 Alimentos y bebidas	57
1.4.6 Habitaciones.....	57
1.4.7 Servicios complementarios	59
1.4.8 Marketing y publicidad	59
1.5. HOTEL BOUTIQUE CARVALLO	60

1.5.1 Antecedentes del hotel boutique Carvallo	60
1.5.2 Características del Hotel Carvallo	62
1.5.3 Organigrama estructural.....	62
1.5.4. Servicios.....	67
1.5.4.1 Alimentos y bebidas.....	67
1.5.4.2 Habitaciones	67
1.5.4.3 Servicios complementarios.....	68
1.5.4.4 Marketing y publicidad.....	68
1.6. Análisis global de los Hoteles Boutique en Cuenca	69
1.6.1. Proyección económica de los Hoteles Boutique en Cuenca	70
1.6.1.1 Fuentes de ingreso de los Hoteles Boutique en Cuenca	70
1.6.2 Análisis FODA.....	72
CAPÍTULO II.....	75
PERSPECTIVAS DE LOS HOTELES BOUTIQUE	75
2.1 INTRODUCCIÓN	75
2.2 TENDENCIAS FUTURAS EN EL NEGOCIO DE LOS HOTELES BOUTIQUE	75
2.3 Principales Aspectos de los Hoteles Boutique del Ecuador	77
2.4 ASPECTOS DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN CUENCA	80
2.5 <i>Check List</i> de aspectos ambientales al sector de la hostelería y turismo	81
2.6 Marco Legal	82
2.7 Parámetros y límites permisibles de la calidad del recurso	83
2.8 Metodología	83
2.9 INSPECCIÓN DE CAMPO.....	84
2.10 RESULTADOS	84
CAPÍTULO III	104
3.1 PROPUESTA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA LOS HOTELES BOUTIQUE DE LA CIUDAD DE CUENCA	104
3.1.1 Reglamento técnico de señalización, (Reglamento Técnico 233, “Servicios Turísticos” Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, 2011).	108
3.1.2 Normas de seguridad ocupacional, (Decreto Ejecutivo, 2393, 2008).	110
3.2. Factores de Riesgo	110
3.2.1 Evaluación de riesgos (Aimacaña, 2013).	111
3.2.2 Implementación de la prevención	112

3.2.3 Un buen plan de prevención se compone de los siguientes apartados	113
3.3. Herramientas para medir la sostenibilidad	118
3.3.1 Ecoetiquetas	118
3.3.2 Política ambiental	118
3.4. VALORACIÓN POR DEPARTAMENTO DEL ASPECTO AMBIENTAL	121
3.4.1 Aspectos ambientales indirectos	123
3.4.3 Consumo de recursos - Gestión de la energía (electricidad y gas) ...	128
3.4.4 Consumo de materias primas	129
3.4.5. Mejoras implantadas en la comunicación ambiental externa	130
3.4.5.1 Mejoras implantadas en la comunicación ambiental externa	131
3.4.5.2 Mejoras implantadas en la comunicación ambiental interna (hacia clientes internos y externos)	131
3.4.5.3 Guía de Buenas Prácticas para el huésped (Rodríguez, 2014).....	132
4. DISCUSION DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES	133
4.1 CONCLUSIONES	133
4.2 RECOMENDACIONES	135
BIBLIOGRAFÍA	136
ANEXOS	139

Índice de Imágenes

Imagen 1 Vista Frontal Boutique Hotel Mansión Alcázar.....	22
Imagen 2 Vista Frontal Hotel Boutique Santa Lucia.....	42
Imagen 3 Vista Frontal Hotel Boutique Carvallo.....	60
Imagen 4 Sala de Star Hotel Boutique Carvallo.....	140
Imagen 5 Vista Interior Hotel Boutique Carvallo.....	140
Imagen 6 Vista Exterior Hotel Boutique Carvallo.....	141
Imagen 7 Habitación Hotel Boutique Mansión Alcázar.....	143
Imagen 8 Lobby Hotel Boutique Mansión Alcázar.....	143
Imagen 9 Vista Frontal Hotel Boutique Mansión Alcázar.....	144
Imagen 10 Lobby Hotel Boutique Mansión Alcázar.....	144
Imagen 11 Restaurant Hotel Boutique Mansión Alcázar.....	145
Imagen 12 Cafetería Hotel Boutique Mansión Alcázar	145
Imagen 13 Bar Hotel Boutique Santa Lucía	147
Imagen 14 Restaurant Boutique Hotel Santa Lucía	147
Imagen 15 Habitaciones Hotel Boutique Santa Lucía.....	148
Imagen 16 Servicios Complementarios Hotel Boutique Santa Lucía.....	148
Imagen 17 Certificados otorgados al Hotel Santa Lucía.....	149
Imagen 18 Restauración del Hotel Carvallo.....	149
Imagen 19 Habitaciones del Hotel Carvallo.....	150
Imagen 20 Hotel Boutique Plaza Sucre en Quito.....	153
Imagen 21 Vista Interior Hotel Boutique Plaza Sucre en Quito	153
Imagen 22 Habitación Hotel Un House.....	162
Imagen 23 Habitación Hotel Un House.....	162
Imagen 24 Habitación Hotel Un House.....	163
Imagen 25 Vista Frontal Hotel N Hotel Un House.....	163
Imagen 26 Sala de Star Hotel Un House.....	163
Imagen 27 Habitación Hotel Nu House.....	163

Índice de Tablas

Tabla 2.1 Niveles máximos de ruido permisibles según uso del suelo	83
Tabla 2.2 Componente 1. Emisiones	85
Tabla 2.3 Componente 1. Vertidos	86
Tabla 2.4 Componente 1. Residuos Urbanos	87
Tabla 2.5 Componente 1. Consumos	89
Tabla 2.6 Componente 1. Ruidos y Vibraciones	90
Tabla 2.7 Componente 1. Encuesta	91
Tabla 2.8 Emisiones.....	92
Tabla 2.9 Vertidos	94
Tabla 2.10 Residuos Urbanos	96
Tabla 2.11 Residuos Peligrosos	98
Tabla 2.12 CONSUMOS	100
Tabla 2.13 RUIDOS Y VIBRACIONES	102
Tabla 3.1 Valoración por departamento del aspecto ambiental	121
Tabla 3.2 Aspecto ambiental indirecto significativo	124
Tabla 3.3 Identificación.....	130

Índice de Gráficos

Gráfico: 1 Emisiones	93
Gráfico: 2 Vertidos	95
Gráfico: 3 Residuos Urbanos	97
Gráfico: 4 Residuos Peligrosos	99
Gráfico: 5 Consumos	101
Gráfico: 6 Ruidos y Vibraciones.....	102

Índice de Anexos

ANEXO 1 Vista Interior Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	140
ANEXO 2 Sala de Star Hotel Boutique Mansión de Alcázar	140
ANEXO 3 Vista Frontal Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	141
ANEXO 4 Organigrama Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	142
ANEXO 5 Habitación Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	143
ANEXO 6 Lobby Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	143
ANEXO 7 Vista pág. web Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	144
ANEXO 8 Sala de Star Hotel Boutique Mansión de Alcázar	144
ANEXO 9 Cafetería Hotel Boutique Mansión de Alcázar.....	145
ANEXO 10 Cafetería Hotel Boutique Mansión de Alcázar	145
ANEXO 11 Organigrama Hotel Boutique Santa Lucía.....	146
ANEXO 12 Lobby Hotel Boutique Santa Lucía	147
ANEXO 13 Bar y Cafetería Hotel Boutique Santa Lucía	147
ANEXO 14 Habitación Hotel Boutique Santa Lucía	148
ANEXO 15 Servicios Complementarios Hotel Boutique Santa Lucía.....	148
ANEXO 16 Certificados otorgados a Hotel Santa Lucía.....	149
ANEXO 17 Restauración del Hotel Carvallo.....	149
ANEXO 18 Habitaciones del Hotel Carvallo	150
ANEXO 19 Gestión de Presupuesto y Resultados	151
ANEXO 20 Vista Frontal Hotel Boutique.....	153
ANEXO 21 Vista Interior Hotel Boutique en Quito	153
ANEXO 22 Organigrama Hotel Boutique en Quito.....	154
ANEXO 23 Procedimiento para emisión de Licencias Ambientales	155
ANEXO 24 Checklist de aspectos ambientales.....	161

RESUMEN

La propuesta de aplicación de buenas prácticas ambientales en los tres hoteles boutique más lujosas de la ciudad de Cuenca, es el análisis realizado a su arquitectura, siendo casas de familias adineradas de la época de la república en la actualidad se convirtieron en lujosos hoteles, teniendo como principal característica su construcción y servicio personalizado en el siguiente trabajo investigativo, se menciona los hoteles con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros como son: Hotel Boutique Mansión Alcázar, Carvallo y Santa Lucia. En la actualidad se habla de buenas prácticas ambientales a nivel mundial, el turista busca un centro de hospedaje no solo lujoso sino que brinde un entorno agradable y amigable con el medio ambiente, al provocarse impactos ambientales en la restauración de casas antiguas y convertirles en centros de hospedaje, se pretende dar a conocer un conjunto de medidas y prácticas medioambientales, dichas medidas pretenden disminuir el impacto ambiental consumos de agua, energía eléctrica, ocupar productos de limpieza eco agradables y reciclar gran cantidad de desechos que son generados en esta área de la hotelería.

ABSTRACT

The proposed implementation of good environmental practices in the three boutique hotels more luxurious in the city of Cuenca, is the analysis of its architecture, with houses of wealthy families from the time of the republic today became luxury hotels, having main feature construction and personalized service in the following research work, hotels with more influx of domestic and foreign tourists are mentioned as: Mansion Alcazar Hotel Boutique Carvallo and Santa Lucia. Today we talk about good environmental practices worldwide, tourists looking for a center not only luxurious accommodations they provide a pleasant and friendly environment to environment, causing more environmental impacts in restoring old homes and convert them into centers hosting is intended to provide a set of measures and environmental practices, these measures aim to reduce the environmental impact water consumption, electricity, taking eco friendly cleaning products and recycle large amount of waste that is generated in this area hospitality.

INTRODUCCIÓN

Los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, se encuentran ubicados en el centro histórico y son dueños de una historia, la misma que siendo casas de familias adineradas de la época de la república 1830, en la actualidad se convirtieron en lujosos hoteles, siendo su característica principal su construcción en madera, teja, adobe, y llenos de tradición y servicio personalizado. En el siguiente trabajo investigativo se mencionan los tres hoteles más lujosos y con mayor afluencia de turistas nacionales como extranjeros como son: Hotel Boutique Mansión Alcázar, Carvallo y Santa Lucia.

La importancia de detallar cada uno de los hoteles boutique con sus características principales, ya que de esta manera se puede observar que aún la hotelería a pesar de ser una actividad ya posesionada en el Ecuador sigue en mano de personas empíricas, es por ello que estos hoteles antes mencionados poseen un gran lujo en sus habitaciones, restaurantes, baños, pasillos, salas de estar, pero no se enfoca en una manera amigable con el medio ambiente, no conocen sobre normas ISO (Organización Internacional de Normalización) de calidad o ambiental, es más no les interesa invertir en obtener estas certificaciones, porque todas sus certificaciones son otorgadas como por ejemplo con el *Trip Advisor*, que son los comentarios de los turistas que dejan por medio de la *web* y si son excelentes los mismos se les otorga a cada hotel un certificado, más no porque ellos buscan tener un certificado de calidad o ambiental.

El análisis, perspectivas y propuesta de aplicación de buenas prácticas ambientales, es muy importante que se aplique de esta manera los dueños de estos lujosos hoteles se ahorran en servicios básicos y los desechos inorgánicos y orgánicos lo pueden utilizar de una manera adecuada y así ser amigables con el medio ambiente, aplicando el concepto de desarrollo sustentable para el disfrute de generaciones futuras.

ANTECEDENTES

El patrimonio cultural histórico constituye la herencia de un pueblo que se traspa, a través de las generaciones. Cuenca con su nominación el primero de diciembre de 1999, como Patrimonio Cultural de la Humanidad ante la UNESCO, (Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas), ha tratado de fomentar y potenciar el patrimonio histórico, arquitectónico e intangible que posee esta ciudad, por medio del turismo cultural.

El presente estudio tiene por objeto dar a conocer los hoteles considerados de lujo en la ciudad de Cuenca, los mismos que funcionan en casas patrimoniales antiguas y son considerados de lujo y de primera, el problema consiste en la inaplicabilidad de buenas prácticas ambientales. Tomando en cuenta lo indicado por Tapia (2013) en el periódico El Tiempo, quien entrevistó a Hernández, en la ciudad de Cuenca existen alrededor de 10 hoteles destinados a la hotelería, los mismos que se han restaurado en casas antiguas que datan de 1890 y son utilizados como alojamiento como es la Casa San Rafael, el hostel Inés María, los hoteles Vieja Mansión y Cuatro Mundos, y otros más antiguos como La Posada del Ángel, Mansión Alcázar, Santa Lucía, Carvalho, Victoria, entre otros, conservan características patrimoniales en su diseño, que llama la atención de los turistas que llegan a la ciudad. El proceso para remodelar una casa patrimonial es complicado y costoso pues debe regirse a la aprobación de la Dirección de áreas Históricas y Patrimoniales, como ejemplo esta la Casa San Rafael, que funciona bajo el modo de hotel boutique. Otro lugar utilizado para hospedaje es el Hotel Vieja Mansión y su propietario, Raúl Ordóñez, invirtió más de USD \$500.000 dólares en su remodelación, que incluye la adquisición de mobiliario y artículos antiguos de decoración. Esta casa patrimonial fue construida en 1930 y antes de su restauración, que duró más de tres años, funcionaba como un conventillo.

Sin embargo, cabe recalcar que al ser muy costosa la remodelación de estas construcciones antiguas, el tomar medidas para la aplicación de buenas prácticas ambientales es más complicado debido a su construcción, es por ello que se debe realizar un análisis sobre la gestión ambiental que cada hotel considerado de lujo posee y si los mismos están o no practicando para así evitar la contaminación y que la estadía de los huéspedes sea amigable con el ambiente. Las casas patrimoniales que son adaptadas y transformadas en hoteles, deben contar con requisitos esenciales, como por ejemplo, las respectivas salidas de emergencia, y además la aprobación del Cuerpo de Bomberos, y de la Comisión de Gestión Ambiental, entre otros, a simple vista los hoteles cuentan con decoraciones lujosas pero muy pocos son sostenibles y cuentan con la aplicación de buenas prácticas ambientales.

Por otra parte, esta propuesta de buenas prácticas ambientales pretende analizar y evaluar los servicios de alimentación, lavandería y alojamiento, como se maneja la gestión ambiental en cada área. La industria hotelera, así como cualquier tipo de servicio turístico pretende sobrevivir dentro del entorno actual y necesita mantener una posición competitiva a largo plazo introduciendo una buena gestión del ambiente que le permita mantener ventaja sobre el resto de hospedajes. En la actualidad se habla de buenas prácticas ambientales a nivel mundial, el turista busca un centro de hospedaje no solo lujoso sino que brinde un entorno agradable y sea amigable con el medio ambiente, al provocarse impactos ambientales durante la restauración de casas antiguas y convertirse en centros de hospedaje, se pretende dar a conocer un conjunto de medidas y prácticas medioambientales que ayuden a la gestión de la misma, dichas medidas pretenden disminuir el impacto ambiental consumos de agua, energía eléctrica, ocupar productos de limpieza eco agradables y reciclar gran cantidad de desechos orgánicos e inorgánicos que son generados en esta área de la hotelería.

Marco Teórico

En los hoteles de Cuenca que son considerados de lujo y en el caso de esta ciudad el único considerado de lujo es la Mansión Alcázar, como se encuentra citado en un artículo de Colombo (2012) en el periódico Expreso. Este hotel, como otros funciona en una casa patrimonial, se analiza el interés demostrado por los empresarios para lograr que la gestión de su empresa se oriente al cuidado y conservación del ambiente, pero no se aplican y por ellos con la propuesta de la gestión de buenas prácticas ambientales viables de ser realizadas en un periodo determinado que se proponen a los hoteles.

Según la información de la Fundación de Turismo, Cuenca tiene 135 hoteles con 2.757 habitaciones y una capacidad para albergar a 5703 personas. Desde el año 2010 hasta el 2013 se han creado 10 establecimientos. La nueva tendencia, según esta entidad, consiste en la adecuación de casas patrimoniales, ubicadas en el centro histórico, para convertirlas en lugares de alojamiento. Se trata, principalmente, de hoteles boutiques, los que se caracterizan por tener estilos propios y por una atención personalizada. Daniel Hernández, presidente de la Asociación de Hoteleros del Azuay, recuerda que entre los hoteles creados están: La Casa del Águila, Hotel San Juan, Morenica del Rosario y Casa San Rafael. Entre los últimos habilitados está la Casa San Rafael, ubicada en la calle Simón Bolívar y Mariano Cueva. Posee un estilo colonial y es la casa de la familia Valenzuela Coellar. Este se caracteriza por una atención personalizada, pues son los integrantes de esa familia quienes atienden a los huéspedes del hotel. Existen 13 habitaciones con capacidad para 37 personas. "Calor de hogar" es el lema que maneja, pues la intención es hacerles sentir como en su propia casa, cuenta Ana Carolina Valenzuela, encargada de la atención. (Fundación de Turismo de Cuenca, 2013).

Otro hotel nuevo en la capital azuaya es el Morenica del Rosario. Este está ubicado en la calle Gran Colombia, frente a la iglesia de Santo Domingo. Ahí se venera a la imagen de una virgen, por lo que la dueña, Silvana Galindo,

escogió ese nombre. Una macana pintada y adornada con lentejuelas, que ayudan a que parezca real, es parte de la decoración de las paredes del lugar. En cada rincón destaca algo de la provincia de Azuay, por ello ofrece un nuevo concepto al convertirse en el primer hotel temático de la ciudad. Por ejemplo, el restaurante está decorado con dibujos de la pollera de la chola cuencana. Hay un espacio en las gradas en el que se exhibe cestería. Las paredes, algunas de adobe, tienen pinturas como el puente roto y la fiesta del *Corpus Christi*. En pequeños rótulos se explican las diferentes fiestas de la ciudad por lo que el hotel parece un museo. Las macanas son la principal atracción en las habitaciones.

El olor a jazmín que sale desde el huerto inunda los ambientes restaurados de la vieja casona construida en 1900, que hoy es uno de los hoteles más lujosos y onerosos de Cuenca. Ubicada en pleno centro histórico, Mansión Alcázar es uno de los inmuebles que son parte del inventario de Patrimonio Cultural de la Humanidad. La familia Chacón fue la primera propietaria de lo que hace seis años es esta hospedería con el concepto de boutique hotel, en donde se ofrece un servicio personalizado y hay antigüedades que van desde adornos hasta las mismas camas y muebles de las habitaciones. Transformar la vivienda tardó dos años y costó USD\$ 600 mil, pues si bien se mantuvo la esencia de la casa, es decir paredes de adobe, techos de teja y cielo raso de latón labrado, se trabajó para adecuarla como hotel de lujo, dice Sandra Guzmán, administradora del lugar. Su segmento de mercado es la clase media - alta, ejecutivos, embajadores, consulados; y el costo de inversión sube con el pasar del tiempo, pues su inventario de antigüedades aumenta. Con el mismo concepto de boutique, el hotel Santa Lucía, situado en la calle Borrero, entre Bolívar y Sucre, es otro referente. Data de 1850 y perteneció al primer gobernador de la provincia Manuel Vega Dávila. Sus paredes son gruesas y el techo del segundo piso, que está sobre el salón principal, es original de adobe, de los pocos que persisten en Cuenca. “Un buen hotel sin buena ubicación no es hotel y la oferta moderna de boutique son la razón de ser de los servicios del Santa Lucía”, señala Cornelio Vintimilla, gerente operativo. Aunque la decoración y la infraestructura se

enmarcan en un estilo clásico, también hay habitaciones con diseños contemporáneos. Los clientes, en su mayoría, son extranjeros.

El concepto de hotel boutique aún no se encuentra registrada en la ley del Ecuador, sin embargo los propietarios de cada uno de los establecimientos lo llaman así, es una tendencia internacional que se lo está aplicando en el país y su auge sin duda alguna se da en la ciudad de Cuenca.

Al realizar una investigación más amplia y al ser el problema la falta de buenas prácticas ambientales en otros países como el Cusco, ya existe esta tendencia la Casona Inkaterra, asentada en una antigua propiedad donde destaca la cuidada decoración con mobiliario de época. A unas cuadras está Casa Cartagena, también en una casona virreinal, pero acá el mobiliario contemporáneo contrasta con la antigüedad.

La casona de San Jerónimo, a 10 km del Cusco, es una casa republicana de 1890 que mantiene su infraestructura e historia familiar con los muebles originales. El arte es uno de los atractivos más importantes pues se mantienen cuadros, esculturas y artesanías de diversas épocas.

En Lima se tiene recientemente inaugurado Arts Boutique Hotel B by Andean Experience. Bajo un concepto de hotel de época, esta nueva alternativa busca integrar los años 20, evocados por la casona, con una fusión de arte actual que contrasta con el ambiente privado de casa de huéspedes con las comodidades actuales.

Según Bianca Dáger, asesora de Sambito y directora de la Cumbre Internacional de Medio Ambiente, indicó que alrededor del 70% de los empresarios ecuatorianos tiene claro los conceptos sobre responsabilidad social corporativa, de acuerdo a un informe realizado en Quito, Guayaquil y Cuenca. “El gran salto ahora es pasar de saber lo que significa a una acción concreta por esa responsabilidad”.

El turismo genera un fuerte impacto ambiental y más si se habla del generar actividades hoteleras en casas patrimoniales, la idea es buena pero al hablar de turismo sostenible no se cuenta con esos parámetros porque los empresarios no miden los impactos de contaminación y no se dan cuenta que al realizar actividades sostenibles pueden convertirse en una estrategia mucho más clara que significa a lo mejor una reducción de costos.

Impacto ambiental

Las modificaciones que los seres humanos y la naturaleza ejercen sobre el ambiente se les conocen como impacto ambiental. El impacto generado en una determinada área puede traer consigo efectos positivos y negativos. Estos efectos se clasifican dependiendo de su naturaleza en: sociales, económicos, ecológicos, tecnológicos y culturales.

El deterioro ambiental es el resultado del mal uso que se le dan los seres humanos a los ecosistemas. Es tal el nivel de desequilibrio, que en los actuales momentos representa una grave amenaza para el desarrollo armónico de la naturaleza, la economía mundial e inclusive significaría el estancamiento y retroceso de las sociedades contemporáneas.

Las causas principales de los problemas ambientales son: el crecimiento de la población, el derroche de los recursos, la pobreza, baja responsabilidad y la ignorancia ecológica.

Entre más debilitamos los recursos naturales de la Tierra, los bosques se reducen, los desiertos se expanden, los suelos se erosionan, la atmósfera se calienta, las capas freáticas disminuyen, el nivel de los mares aumenta, las especies se extinguen, los recursos se desperdician y aumenta la contaminación. La mayoría de los problemas ambientales son el resultado no intencionado de actividades diseñadas para incrementar la calidad de la vida humana al proveer bienes y servicios. (Flores, Herrera y Hernández, 2008, p. 12).

Hotel Boutique

Son hoteles pequeños, de no más de 30 habitaciones, tienen un servicio personalizado y todos los dormitorios son distintos. Este tipo de hoteles se creó en Europa y Norteamérica en los años 80 para aquellos que buscan exclusividad y para diferenciarse de los hoteles de las grandes cadenas que presentan un sello estándar “siéntase como en casa”. (Tord, 2013).

Hay muchas definiciones de hotel boutique pero todas coinciden en que buscan crear en el huésped una experiencia de viaje distinta. El objetivo es que el visitante se sienta como un invitado en el hogar al que se le muestra lo mejor de la ciudad. Como suelen ser propiedades con pocas habitaciones el huésped se siente único con un servicio personalizado que incluye más de un empleado por alojado. Pero, el tamaño no es decisivo para ganarse este sofisticado sello. Mientras cumplan con el concepto boutique pueden tener desde cuatro hasta 100 habitaciones. El concepto de la propiedad es más importante. Por lo general están ubicados en casonas patrimoniales con una historia detrás. También pueden estar circunscritas a entornos acogedores. La exclusividad implica intimidad y prima la privacidad, los servicios, la atención y el lujo. Los hoteles boutique que se circunscriben a cascos históricos son acondicionados con todas las comodidades y servicios de lujo con una infraestructura moderna y tecnología.

Emergieron en los años 1980 en Nueva York, pero su expansión definitiva se produjo a finales de los años 1990. Este tipo de hotel ocupó el hueco dejado por las grandes cadenas de hoteles cuyos establecimientos seguían un determinado estándar. El hotel boutique, en contraposición, busca un estilo y carácter propio (Binkley, 2002).

Propuesta

Es un informe técnico para lectores que conocen de investigación donde se presenta un problema a investigar, se justifica la necesidad de un estudio y se somete un plan para realizar el mismo. Debe informar al lector de manera

rápida y precisa, no tiene que ser complicado, ni con un vocabulario rebuscado. Debe estar bien documentado, cimentado en datos que justifiquen la necesidad del estudio (Burgos, 1993).

Mejoramiento

Para mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso(Harrington, 1993).

Romeril (1989) menciona el Hotel Wagelia que ubicado en el distrito central de Turrialba, Costa Rica. La empresa cuenta con gran trayectoria en esta zona, inició su operación en 1984. En este momento, el 100 % de los empleados del hotel son locales y manifiestan gran aprecio por su trabajo y el excelente trato que reciben por parte de la administración. La totalidad de los empleados se encuentran registrados legalmente ante la seguridad social, con salarios superiores al establecido como mínimo de ley. Esta operación colabora con instituciones de ayuda a la comunidad, como hogares de ancianos, hogares Crea y otros. Esto demuestra que se maneja el centro de hospedaje de una manera sostenible, los empleados son bien remunerados y no existen riesgos laborales.

Establecimientos de alojamiento-clasificación

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 (MINTUR) autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada 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, (Ministerio de Turismo, 2013).

Requisitos de alojamiento de lujo y primera

Art. 9.- Hoteles de cinco y cuatro estrellas.- Los hoteles de cinco y cuatro estrellas deberán además cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes;
- b) Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos;
- c) Sin perjuicio de lo previsto en el artículo 59, deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas, a razón de una por cada veinte habitaciones, salvo que se encuentren instaladas en éstas. De los efectos introducidos en dichas cajas fuertes, no será responsable el alojamiento salvo que hubiere dolo por parte de éste o de sus empleados;
- d) Poseer instalaciones y maquinaria propias para el lavado y secado de ropa; y,
- e) Cambiar ropa de cama y toallas diariamente y revisar las habitaciones a última hora de la tarde a fin de que estén listas para la noche.

Art. 10.- Servicios en los hoteles de cinco estrellas.- Los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción y conserjería que estarán atendidos por personal experto y distinto para cada uno de estos servicios.

El Jefe de Recepción y el Primer Conserje conocerán, además del español, dos idiomas de los cuales uno deberá ser el inglés; los demás recepcionistas y conserjes, incluso los que presten servicio durante la noche, hablarán el idioma inglés además del español.

El portero del exterior, los ascensoristas, los mozos de equipajes, botones y mensajeros, dependerán de la Conserjería:

b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación, que estará a cargo de un Ama de Llaves, auxiliada por las camareras de piso, cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento. Habrá como mínimo una camarera por cada doce habitaciones;

c) De habitaciones que deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las veinticuatro horas del día, tanto de comidas como de bebidas.

El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido por un Mayordomo, auxiliado por los camareros y ayudantes necesarios.

El Mayordomo o Jefe del Servicio de Habitaciones deberá conocer, además del español, el idioma inglés;

d) De comedor, que estará atendido por el “*Maître*” o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario según la capacidad del alojamiento, cuidando que las estaciones del comedor no excedan de cuatro mesas.

Los jefes de comedor deberán conocer, además del español, el idioma inglés (MINTUR, 2013).

Características de la ciudad de Cuenca

La ciudad de Santa Ana de los Ríos de Cuenca, está situada entre los 2.350 y 2.550 metros sobre el nivel del mar. Ubicada sobre una gran planicie en la Cordillera de los Andes, ocupó el mismo sitio que una vez lo hicieron las capitales de las naciones Cañari e Inca.

El lugar en sí lo constituyen un sistema de terrazas o placas de terreno, cuatro en total, que le brindan un toque de relieve a la ciudad que en su mayoría se la puede considerar como plana, rodeada siempre por montañas. Estas terrazas son bañadas por varias corrientes de agua en donde destacan los cuatro ríos que le dan su nombre a la ciudad: el Machángara más hacia el norte, el Tomebamba que prácticamente corta la ciudad en dos, el Yanuncay y el Tarqui más hacia el Sur que se unen para confluir como uno solo en el Tomebamba hacia el extremo este de la ciudad, (Fundación de Turismo de Cuenca 2012).

En la actualidad Cuenca es la ciudad considerada para vivir por jubilados extranjeros por ser una ciudad que conserva la autenticidad y paisaje urbano, arquitectura colonial de los siglos XVI y XVII, dentro de la planificación y administración es la mejor ciudad del Ecuador, y la es por ello que las actividades turísticas crecen cada día.

Buenas prácticas ambientales

El concepto buenas prácticas es en general aplicable para todas aquellas acciones que hacen a la optimización de los procesos de producción de bienes y servicios; por extensión es aplicable a cualquier actividad antrópica sujeta a procesos de variabilidad (Mussi, 2013).

Justificación de la Investigación

La Dirección General de Posgrados de la Universidad Tecnológica Equinoccial, para la Maestría de Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales ha establecido líneas de investigación, dentro de las cuales se encuentra el Patrimonio Natural y Cultural (Universidad Tecnológica Equinoccial, 2013), uno de los problemas relacionados al Patrimonio Cultural está ligado con el impacto de las actividades que alteran el mismo.

La propuesta de buenas prácticas ambientales, en el uso de alojamiento que son en casas antiguas consideradas patrimoniales y en la actualidad son los más lujosos y al existir influencia de turistas extranjeros en gran cantidad, es importante que se dé una investigación sobre la sostenibilidad que tiene cada hotel y los usos de buenas prácticas ambientales. Es importante mencionar que estos hoteles en cada área son decorados de manera típica y llaman la atención a los huéspedes, pero no se ha tomado en cuenta la parte ambiental como realizan buenas prácticas con los usos de los detergentes, cocina, baños, salidas de emergencia, para minimizar la contaminación y causando el menor daño posible al ambiente.

Como cita McCormick, (2011), a la empresa turística, se le reconocen ciertos esfuerzos tendientes a conservar y mejorar, de forma responsable, la preservación de los recursos del patrimonio cultural tangible, tales como: arqueología, colecciones y obras de arte, e intangible: voces, valores y tradiciones populares. Este rol contribuye eficazmente con otros organismos, tanto públicos como privados, en la tarea común de conservar el legado ancestral de los distintos lugares. La empresa turística, al lado de la comunidad, serán quienes interpreten estos recursos con una autenticidad que sea compatible con la idiosincrasia local. Además que en la actualidad existen las eco-etiquetas que se les otorga a los hoteles que cuidan el patrimonio cultural y el desarrollo sostenible.

Al restaurar casas antiguas patrimoniales para el uso turístico y siendo estas anteriormente conventos, casas de retiros, etc., en las construcciones no existen parámetros de sostenibilidad por lo que su estructura realizada

desde los años 80 no existían esas medidas de seguridad menos ambientales, entonces al existir una investigación de cómo estos hoteles, en la actualidad los más lujosos en la ciudad de Cuenca, han implementado en construcciones antiguas centro turísticos y al ser los más cotizados, es importante que se dé un análisis de cómo pueden implementar buenas prácticas ambientales, siendo un aporte para los socios propietarios y ayudando a los huéspedes que aparte de estar en un lugar de mucho confort se sientan seguros tanto los empleados que laboran en estos hoteles.

Esta investigación pretende beneficiar de manera directa a la gestión de los empresarios turísticos, a todas las personas que visitan estos hoteles y crear una conciencia ambiental ya que en la actualidad el turista es exigente al elegir un hotel no solo por el ambiente lujoso como en casa sino se elige como ayudan a minimizar el impacto ambiental y ayudan a contribuir con un mundo agradable con el ambiente.

Además de la propuesta de aplicar buenas prácticas ambientales, está la generación de conocimiento, pues no se ha realizado un estudio sobre este tema, por lo tanto se desconoce cuál es el verdadero impacto que ocasionan los hoteles considerados de lujo en la ciudad y lo que está causando una inadecuada práctica ambiental con un análisis de los principales hoteles de la ciudad y utilizando una adecuada metodología investigativa en la que se puedan aplicar de una manera adecuada la gestión de buenas prácticas ambientales.

HIPÓTESIS

Con la realización de la propuesta de mejoramiento ambiental, se logrará que los gerentes y trabajadores de los hoteles de Cuenca se concienticen sobre la utilización de Buenas Prácticas Ambientales.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Generar propuestas para el mejoramiento de prácticas ambientales en establecimientos de alojamiento boutique con estilo patrimonial, considerados de lujo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos Específicos

- Obtener conocimiento sobre las características y estructura de los tres principales hoteles boutique de la ciudad de Cuenca .
- Realizar un diagnóstico de los establecimientos de lujo en la ciudad de Cuenca y determinar los problemas relacionados con el impacto ambiental.
- Proponer buenas prácticas ambientales en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca.

MÉTODOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS

Observación.

Evidenciar la realidad de cada hotel considerado de lujo y determinar las políticas y estrategias de buenas prácticas ambientales que los empresarios emplean en las actividades de su hotel.

MÉTODOS MATRICIALES.

Matriz de *Check List* de Aspectos Ambientales al Sector de Hostelería y Turismo.

La metodología utilizada en la salida de campo en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, para realizar una evaluación de impactos ambientales expost según la metodología aplicada, es la ficha de apoyo del *Check list*(lista

corta simple) para la aplicación en hoteles, en esta lista corta simple constan los componentes de: (Abril,2012).

- Emisiones
- Vertidos
- Residuos urbanos
- Residuos peligrosos
- Consumo de agua y energía
- Ruidos y vibraciones.

Entrevista.

Dirigida a las encargados de gerencia de los hoteles considerados de lujo en la ciudad de Cuenca, y son de mucha importancia ya que son una pieza clave para el desarrollo de buenas prácticas ambientales y conocer la situación actual de cada hotel.

La entrevista es un contexto formal de interacción entre los analistas y las personas investigadas y se utiliza para obtener información importante sobre sus puntos de vista, opiniones y experiencia de las personas y grupos que se analizan (Illiguez, 1999).

Existen varios tipos de entrevistas, por ejemplo, puede ser abierta o libre, semi estructurada y estructurada, todo depende del grado de conocimiento del entrevistado y de lo que se quiere averiguar. A veces, cuando un entrevistado tiene un amplio conocimiento del tema, a analizar. En esta investigación se realizó, como ya se mencionó anteriormente, entrevistas individuales a actores claves como administrativos de los tres principales hoteles boutique de Cuenca.

Investigación Documental o Bibliográfica: mediante consultas a fuentes bibliográficas, revistas, tesis de posgrado, tesis de pregrado, medios electrónicos, documentales en formato DVD e internet, las mayores fuentes

de investigación documental dentro de este estudio han sido las entrevistas realizadas a los señores administrativos de los hoteles boutique de Cuenca.

Investigación de Campo: Mediante observación directa y entrevistas a cuatro personas de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca.

Método deductivo

Para la ejecución de la investigación es necesario analizar los principales hoteles considerados de lujo en la ciudad de Cuenca. Este método servirá para obtener información de la estructura, procesos de cada área del hotel, después de este estudio se detallará la información más importante a lo que se refiere el tema del impacto ambiental y el manejo de buenas prácticas ambientales, y analizar los hoteles ya desarrollados en otros lugares dentro del Ecuador, es decir, ir de lo general a lo particular.

El método deductivo no es más que un método lógico utilizado para obtener conclusiones a través de premisas. Es un sistema utilizado para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones, lo cual se logra mediante una serie de enunciados llamados silogismos, los que están compuestos por tres elementos:

- a) la premisa mayor,
- b) la premisa menor y
- c) la conclusión, (Dávila, 2006).

Sin embargo este método tiene sus limitaciones, y es necesario empezar con premisas verdaderas para llegar a conclusiones válidas.

Método analítico

Se analizará la situación actual de los hoteles considerados de lujo de la ciudad de Cuenca, mediante una investigación más amplia, que permita detallar todas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de cada hotel de esta manera ir observando la situación actual de cada hotel.

Este método se basa en la descomposición de un todo en sus partes. Es decir que para conocer un fenómeno, es necesario descomponerlo en sus elementos constitutivos, para así examinar las relaciones entre los mismos.

Método sintético

La síntesis consiste en la reunión racional de elementos dispersos, en una nueva totalidad y se da frecuentemente en el planteamiento de la hipótesis o idea a defender, pues el investigador efectúa una conexión entre tal o cual fenómenos y los sintetiza para establecer una explicación tentativa, (Arias, 2007).

Documentales y textuales

Documentos, libros, revistas, tesis, informes, trípticos, dípticos, comunicaciones, medios electrónicos, textos de toda índole son herramientas útiles en los contextos sociales que se van analizar y son partes imprescindibles en los trabajos de investigación de campo. (Iñiguez, 1999).

Las inferencias realizadas en la presente tesis, son parte, producto de un cuidadoso análisis de todo el material bibliográfico copilado a lo largo de estos once meses de investigación.

MARCO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA INVESTIGATIVA

Se utilizó la metodología investigativa debido a que se evaluó los procedimientos necesarios y los datos para la construcción del proyecto se obtuvo procesos de recolección de información que sirvió para la solución del problema, se clasificó y se validó los datos para un buen entendimiento en la elaboración del proyecto.

METODOLOGÍA DE CAMPO

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. De acuerdo con el propósito, la investigación de campo que se realizó en el hotel fue exitosa, porque se obtuvo información necesaria entre entrevistas y fotos.

Herramientas:

Para la presente investigación se utilizaron los siguientes instrumentos:

Cámara fotográfica digital

- Grabadora de voz digital o de periodista
- Matriz de preguntas para las diversas entrevistas
- Guía de observación
- Libreta de apuntes

La conjunción acertada de los métodos, de las técnicas de investigación y de los instrumentos dio como resultado un producto, puesto que se obtuvo un profundo análisis de los tres hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, dentro del ámbito de buenas prácticas ambientales, para de esta manera brindar un servicio turístico sostenible y de calidad.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN CUENCA

1.1 Reseña Histórica

En la entrevista realizada con la Sra. María Rosa Crespo, ex propietaria de la casa en donde funciona el hotel Mansión Alcázar, señaló varios datos importantes: el hotel Mansión Alcázar fue el primer hotel boutique que se instaura en la ciudad de Cuenca, perteneciente a la familia Vásquez Alcázar, el cual fue inaugurado en el año 2000, en una bella casa republicana que data de la década de 1870. La casa en donde funciona actualmente la Mansión Alcázar fue adquirida por Guillermo Vásquez, y él a su vez obsequia a su hija Rocío Vásquez, la misma que pensó en hacer de esta edificación un anexo del Hotel el Dorado, en donde trabajaba en esa época, y al ser contratada por el Gobierno del Presidente Jamil Mahuad y Gustavo Noboa para ocupar el cargo de Ministra de Turismo, deja el hotel, se convierte en Ministra de Turismo. Después piensa en la posibilidad de ponerse un hotel con otras características, por la gran amistad que tenía con decoradores, arquitectos y por lo tanto pensó en hacer el primer y el mejor hotel boutique de la ciudad. Debido a las características de un hotel boutique, en principio se implementa una boutique en donde se vendían piezas que pertenecían al hotel, es decir réplicas de cuadros, todo lo que se podía encontrar en el hotel se vendía. Después se decidió cerrar la boutique debido a que los obreros y talladores de estas piezas únicas, ya no las podían realizar debido a que la mano de obra se encareció, se decide cerrar la boutique y dar espacio a un bar denominado "*le bar*".

En el año 2002 el Hotel Boutique Santa Lucía abre sus puertas en una casa del siglo XIX, en donde sus dueños la familia Veintimilla, deciden implementar este tipo de hotel debido a que era un concepto nuevo que recién se estaba implementando en la ciudad de Cuenca, al tener la peculiar

característica de contar con servicios personalizados de calidad para cada uno de los huéspedes, que hace la diferencia del resto de hoteles.

Finalmente en el año 2003, la familia Carvallo, decide abrir las puertas de un nuevo hotel boutique denominado Hotel Carvallo, en una casa de estilo republicano. En el momento que se realizan los trabajos de restauración de la edificación nace la idea de crear este concepto de hotel, debido al auge que empiezan a tener este tipo de hotel de la mano de la Mansión Alcázar y del Santa Lucía y además por la gran arquitectura de la casa. Cabe mencionar que antes sus dueños tenían pensado implementar un hotel de menor categoría con un mayor número de habitaciones.

1.2 Características

Los hoteles boutique en Cuenca presentan características similares en cuanto a su ubicación, debido a que cada uno de ellos se encuentran localizados en el centro histórico en casas republicanas, que tienen una gran arquitectura y un gran diseño en su parte interior, debido a que cada uno trata de resaltar su buen gusto, en el caso de la Mansión Alcázar un gusto más al estilo europeo con mobiliario francés, sin dejar a lado el mobiliario local que se utilizan en ciertos lugares del hotel como es el caso de *"le bar"*. Por otro lado el Hotel Santa Lucía con una decoración distinta en cada una de sus instalaciones desde los más antiguo a lo más moderno y el Hotel Carvallo con un diseño más sencillo, pero no menos sobrio. Cada uno de estos establecimientos tiene diseños únicos y muy llamativos, lo que les diferencia de hoteles tradicionales.

Otra de sus características importantes es su número reducido de habitaciones, que les permiten ofrecer un servicio personalizado de la más alta calidad, al tener en cuenta cada una de las necesidades de sus huéspedes y el servicio personalizado que ofrece.

1.3. BOUTIQUE HOTEL MANSIÓN ALCÁZAR



Fuente: Autora (07 de enero del 2014)

Imagen 1

1.3.1 Antecedentes

La casa que actualmente ocupa la Mansión Alcázar, se encuentra ubicada en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad en la calle Simón Bolívar entre Tarqui y Coronel Talbot y a pocas cuadras del Parque Calderón, centro de la vida social, política y cultural de la urbe.

La sobria arquitectura de esa época, está presente en esta edificación, por la noble austeridad que impone la pobreza del adobe, con las gruesas paredes de tierra pisada y sus tejas de barro, materiales que sumados a la sobriedad de su estructura, le asignan a esta vieja casona un carácter único.

La “Casa Cordero” como se conocía a la Mansión Alcázar, es uno de los inmuebles más valiosos de Cuenca, tanto por su historia como por su arquitectura. Fue construida a finales del siglo XIX; alrededor de 1900 fue ocupada por primera vez por sus propietarios, la familia Chacón, que tuvo poco tiempo la casona en su poder.

Alrededor de 1920 la casa es ocupada por la zona militar, debido a que en esa época se dan constantes enfrentamientos entre liberales y conservadores, además de ser una edificación ideal para este uso por la amplitud de sus áreas, patio y huertas, (Ver anexo 1 imagen 4).

Posteriormente la casa es vendida a Don Enrique Cordero y a su esposa Doña Adelina Espinoza, al ser el primero hijo del Presidente Luis Cordero, una de las más grandes figuras de la vida republicana del Ecuador.

El contexto histórico de la época es muy especial, debido a que la economía cuencana, dependía de entre otros productos del denominado Sistema de Hacienda, pues existían aún muchos latifundios en Azuay y Cañar de propiedad de familias relevantes de Cuenca. Este era el caso de la familia Cordero, propietaria de la Hacienda Charcay en la provincia del Cañar, de la que provenían gran parte de los productos que se consumían en la casona.

En esta época, se inicia el periodo dorado de la mansión, pues sus puertas se abren a las manifestaciones culturales y sociales de Cuenca, como una “gran casa familiar”, en la que se preservaron la cultura y las tradiciones de la ciudad. Su propietario Don Enrique Cordero fue un gran cultor de las artes plásticas, al incursionar, en la pintura, se conservan en la casa alguna de sus obras, (Ver anexo 2 imagen 5)

Fue un espacio importante para la cultura popular, ya que al estar ubicada en un lugar estratégico de la ciudad, acogería una de las festividades más típicas del país: El Pase del Niño, la cual se realiza todos los años en el mes de diciembre.

La gastronomía fue fundamental, siempre la cocina constituyó una parte importante de la vida de sus ocupantes, como dice Josefina Cordero Espinoza, hija de los dueños de casa, en uno de sus memorables artículos, “la mujer azuaya de todas las esferas sociales, ejerció un matriarcado en

base de una cocina exquisita, condimentada con trece especias de las que hablan los cronistas”.

A diario se cocía pan en grandes hornos de leña, y se transmite la tradición familiar, que se mantiene hasta ahora, como un acto de preservar las enseñanzas de las panaderas del Vado y Todos Santos.

De la misma manera, en épocas especiales del año, febrero-marzo, como el carnaval, la casa era inundada por olores que incitaban a los sentidos, provenientes de pernils, morcillas, mote pata, y el dulce de higos.

Las encargadas del funcionamiento de la casa eran las muchachas de servicio, que formaban parte de la familia, al compartir sus responsabilidades domésticas, con sus sabios consejos sobre milagrosas hierbas curativas para curar espantos y entuertos.

Algo que llamó mucho la atención comenta María Rosa Crespo es que sobre el dormitorio que era de sus abuelos, habían encontrado un desván en donde estaba el esqueleto de una mujer juntamente con una serie de armas de la época de finales del siglo XVIII y principios del siglo XX, cuando estallo una guerra entre alfaristas y conservadores. Sus actuales dueños llevaron a cabo una misa a cargo de Monseñor Luna Tobar y decidieron poner los restos de ese cuerpo en una lápida en la huerta de esta casa:

Después de un tiempo sus propietarios Don Enrique Cordero y Doña Adelina Espinoza fallecieron. Posteriormente sus hijos decidieron abandonar la vieja casa y venderla a Guillermo Vásquez en el año de 1990, el cual dio como obsequio a su hija Rocío Vásquez, quien procedió a restaurar la edificación en el año de 1994 hasta el 2001 y el 7 de agosto de 2001 se inauguró lo que hoy se conoce como el Hotel Boutique Mansión Alcázar.

La restauración de la edificación se realiza con los arquitectos Rafael Malo y Claudio Carvajal. En lo que se refiere a la decoración de interior la realizó la

Señora Isa Marina Seifert de Carvalho, de procedencia brasileña, quien fue la que impuso la personalidad en cada una de las habitaciones, colores distintos, mobiliario distinto y que cada de ellas debe recolectar la belleza de las piezas antiguas,(Ver anexo 3 imagen 6)

En el año 2007 se realiza la remodelación de las habitaciones y se implementa el “*Le Bar*” por Robert Mearny, actual esposo de la Señora Rocío Vásquez.

1.3.2 Características del hotel Mansión Alcázar

En la entrevista realizada a la Sra. Isabel Moreno gerente operativa de Mansión Alcázar, señala que lo que caracteriza al Boutique Hotel Mansión Alcázar es que al ser un hotel pequeño, presta servicios personalizados a sus huéspedes, al adaptarse a las necesidades de cada uno de ellos. Se ofrece los mismos servicios de un hotel grande pero de una manera personal. El Hotel Mansión Alcázar realiza un estudio de cada uno de sus huéspedes sobre todo de aquellos que son frecuentes, para conocer sus gustos y preferencias de cada uno de ellos, si vienen por negocio, descanso o placer.

Una de las características fundamentales del establecimiento es la personalidad de cada uno de sus espacios, con una decoración sobria y distinta en cada una de sus habitaciones, suites o en las áreas sociales del hotel, en donde el cliente se puede sentir como en casa. Cabe destacar que es de mucha importancia para el hotel, la experiencia que el huésped o cliente se lleva en el momento de adquirir un servicio sea este alojamiento, restauración, entre otros, ya que de eso dependerá su retorno o su recomendación a otros usuarios.

1.3.3 Organigrama Estructural

El Boutique Hotel Mansión Alcázar dispone de un personal altamente capacitado formado por 19 personas, las cuales ofrecen una atención de calidad a sus huéspedes. Cada uno de ellos desempeña diferentes funciones, de acuerdo al departamento al cual pertenece. A continuación se presenta las funciones del personal del establecimiento (Gallego, 353-395): (Ver anexo 4 organigrama del hotel).

Gerente General

Las funciones que debe desempeñar son:

- Elaborar el presupuesto anual del hotel y presentarlo a los accionistas.
- Establecer las metas y los objetivos del establecimiento.
- Convocar y participar en reuniones para emitir o recibir información.
- Dirigir las reuniones que convoca, al tener el orden del día de las mismas y dejar constancia de lo suscrito para su evaluación y seguimiento.
- Definir de forma clara la política y estándares de calidad en cuanto a los productos y servicios que se ofrecerán en el hotel.
- Analizar y aprobar las diferentes propuestas de oferta de alimentos y bebidas.
- Aprobar el plan de inversiones, reposiciones y políticas de mantenimiento en general instalaciones, equipos entre otros.
- Tomar las decisiones referentes a convenios y acuerdos con otras empresas e instituciones, así como en lo referente a publicidad.
- Establecer las diferentes tarifas de las habitaciones y suites.

- Analizar las iniciativas de las jefaturas de alojamiento, alimentos y bebidas y de la gerencia operativa.
- Trabajar conjuntamente con el contador en lo que se refiere a manejo de costos.

Gerente operativo

El gerente operativo es quien se encarga de ejecutar todos los planes para conseguir las metas y objetivos del hotel propuestos por la gerencia general. Sus funciones son:

- Coordinar junto con las jefaturas el trabajo mensual, trimestral, semanal de cada área del establecimiento.
- Recibir y atender personalmente a los clientes que sean importantes para el hotel.
- Coordinar el mantenimiento preventivo del hotel.
- Organizar con las jefaturas la publicidad y ventas del hotel.
- Establecer las reuniones departamentales.
- Elaborar conjuntamente con las jefaturas el manual de procedimientos y la estandarización de los servicios.

Jefe de alojamiento

Sus funciones corresponde a:

- Coordinar todas las reservas y ventas del establecimiento.
- Asignar las diferentes habitaciones a los huéspedes.

- Revisar el *feedback* (libro de reservas) de las reservas.
- Inspeccionar la calidad del servicio del personal de recepción.
- Elaborar el horario del personal a su cargo y asignar tareas a los mismos.
- Recibir a los huéspedes VIP junto con la gerente operativa.
- Coordinar el trabajo con *housekeeping* (servicio de limpieza).
- Elaborar los inventarios de las habitaciones.
- Realizar la inspección de las habitaciones junto con la ama de llaves.

Recepcionistas

El hotel cuenta con cuatro recepcionistas, los mismos que tienen horarios rotativos de 7h00 a 15h30, 14h30 a 22h30 y 22h00 a 7h30. A continuación se presentan sus funciones:

- Realizar las reservas de las habitaciones o de otros servicios del hotel, las confirman o dan negación de las mismas.
- Confeccionar o supervisar los informes diarios de ocupación.
- Pre-asignar las habitaciones.
- Hacer el registro de entrada del huésped.
- Llevar el control de las llaves de las habitaciones.
- Revisar las listas de *no show*, clientes VIP, *roominglist*, (lista de habitaciones) etc.
- Se encargan del *Check in*(registro de ingreso) y *checkout* (registro de salida) de los huéspedes.
- Dar información a los clientes de los servicios que ofrece el hotel.

- Realizar el servicio de *guestservice* (servicio al cliente) y *guestcare*, (servicio de invitados), es decir que están pendientes todo el tiempo del cliente durante su estadía.
- Atender y responder de manera eficaz, amable y discreta a las reclamaciones y quejas de los clientes, mediante la utilización de las técnicas más adecuadas en cada caso, para lograr el máximo nivel de satisfacción del cliente.
- Control de salidas, comprobar con ama de llaves que todas las habitaciones ya están limpias o su estado real.
- Cargos de servicios en facturas de clientes.
- Manejar todo lo referente a la central telefónica del hotel.
- Responder por los ingresos y egresos reflejados en su respectiva caja al final de día.

Mensajeros

Se encargan de todo lo que es mensajería local, es decir dejar documentos, cartas, hacer depósitos, cobrar cheques.

Ama de llaves

Sus funciones son:

- Organizar y distribuir el trabajo en las secciones de su departamento.
- Confeccionar los turnos y horarios del personal a su cargo.
- Supervisar la limpieza de las habitaciones y principalmente de los clientes VIP.

- Comprobar con el jefe de recepción las diferencias existentes en las habitaciones.
- Supervisar el estado del mobiliario, ropa, instalaciones de las habitaciones.
- Vigilar la limpieza de las áreas públicas, estado del mobiliario y otros enseres.
- Guardar y custodiar los objetos encontrados, olvidados o perdidos por los clientes.
- Instruir a su personal para el óptimo desarrollo del puesto.
- Controlar los gastos de suministros varios y material de limpieza.
- Atender reclamaciones.

Camareras

Las funciones que desempeña son:

- Limpiar y arreglar las habitaciones de clientes, y áreas colindantes, a través del empleo de productos e instrumentos y materiales de limpieza para ofrecer al cliente una imagen pulcra del establecimiento.
- Comunicar las anomalías detectadas, mediante los procedimientos y técnicas establecidas por el ama de llaves o superior, para ofrecer una alta calidad en cuanto a limpieza e higiene y perfecto estado de uso de las instalaciones.
- Preparar la habitación en ventilación, enseres, ropa.
- Efectuar el cambio de la ropa de cama, baño y otros al tener los criterios establecidos y las normas de higiene adecuadas.

Jefe de alimentos y bebidas

Sus funciones son:

- Coordinar con los otros departamentos del hotel las ventas y publicidad del restaurante y del bar.
- Escoger conjuntamente con el chef a los proveedores de productos para la cocina.
- Realizar una planificación semestral para el cambio de cartas.
- Encargarse de la estandarización y costeo de recetas.
- Cumplir con la estandarización del servicio y de los manuales de procedimientos.
- Supervisar las instalaciones del área de cocina y del restaurante.
- Elaborar la carta del restaurante y de vinos.
- Controlar la calidad del servicio que se ofrece y realizar las correcciones oportunas cuando sea necesario.
- Revisar los costes y producción de comida y bebida por unidades de venta y establecer medidas correctoras en caso de desviaciones sobre los costes de producción.
- Supervisar la mise en place de eventos especiales, dirigir su desarrollo cuando sea necesario y analizar los resultados de los mismos, al proporcionar la información correspondiente.
- Verificar la calidad de las preparaciones culinarias tanto en sus procesos, como en su distribución.
- Atender personalmente a aquellos clientes que por delegación del gerente general o por su categoría se considere oportuno.

Maître

Sus funciones son:

- Encargarse del servicio en el restaurante todo el día.
- Informar a la cocina sobre las preferencias de los clientes para la elaboración de los menús del día o sugerencias.
- Coordinar el trabajo del personal a su cargo.
- Participar en las reuniones para emitir o recibir información.
- Revisar que el salón se encuentre en perfectas condiciones antes de iniciar el servicio.
- Examinar con recepción el dato exacto de reservas del hotel.
- Recibir y acompañar personalmente a los clientes a la mesa.
- Coordinar con el chef las diferentes ofertas gastronómicas y analizar los platos que deben ser potenciados en su venta.
- Controlar el estado del mobiliario, vajilla y lencería que está bajo su responsabilidad.
- Realizar los pedidos necesarios y controlar su recepción.
- Dar las instrucciones necesarias para la prestación de servicios, tanto en el bar como en el restaurante, como en eventos y servicio de habitaciones.
- Atender quejas y reclamos de los clientes.
- Supervisar la facturación a clientes y controlar las comandas.

Meseros

Los meseros cumplen con las siguientes funciones:

- Preparar *el insteadtables* (mesas del lugar) para el restaurante.
- Ordenar el salón para el siguiente servicio.
- Tomar los pedidos de los huéspedes.
- Prestar un servicio amable, eficiente y cortés con un alto grado de profesionalismo y compañerismo.
- Mantener limpio el área del restaurante y los instrumentos de trabajo.
- Dar al cliente información de interés general cuando se requiera.
- Participar en sesiones de capacitación y adiestramiento.
- Eventualmente monta las mesas.

Barman

Sus funciones son:

- Se encarga del bar del hotel y de la preparación de bebidas.
- Revisar el *stock* (abastecimiento) de bebidas.
- Conocer todos los tipos de bebidas usadas en el bar.
- Conocer sobre el almacenamiento correcto de los vinos.
- Realizar los inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- Cerrar el bar y proteger todos los artículos.

Chef

Sus responsabilidades corresponde a:

- Organizar, coordinar y supervisar el desarrollo del trabajo en la cocina del hotel.
- Designar tareas a cada uno de sus subalternos.
- Trabajar en conjunto con el jefe de alimentos y bebidas para la preparación de menús.
- Verificar la elaboración y presentación de los platos.
- Evaluar los resultados de los costes y ventas, informar a sus colaboradores más cercanos de las desviaciones, así como de las preferencias sobre la oferta por parte de los clientes.
- Cuidar del *stock* (abastecimiento) y de la buena utilización de los productos de cocina.
- Se encarga de la preparación de alimentos, en especial de los platos fuertes.
- Elegir conjuntamente con el jefe de alimentos y bebidas la vajilla para la presentación de platos exclusivos y la mejor forma de presentarlos al público.
- Hacer la recepción de materias primas en la cocina, evaluando su calidad y cantidad de acuerdo con los pedidos solicitados.
- Elaborar platos, decoraciones, etc., que por su relevancia o especial dificultad exijan sus conocimientos y profesionalidad.
- Confeccionar las propuestas de los menús especiales para diferentes eventos.

- Vigilar que se lleve a cabo el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y maquinaria de cocina.
- Realizar los pedidos, teniendo en cuenta las existencias de su departamento y las previsiones.
- Colaborar en el montaje de buffets, que por su importancia lo requieran.
- Atender personalmente a los clientes, realizando una labor profesional de las ofertas específicas y generales. **Sous chef**

Sus funciones corresponden a:

- Encargarse por lo general de la pastelería del restaurante.
- Suplantar al chef en caso de que no se encuentre en el hotel.
- Se encarga de la producción y del mise en place de la cocina.

Posillero

- Es quien se encarga de la limpieza en general de vajilla e insumos de cocina.

Contador

Sus responsabilidades recaen en:

- Realizar pagos, cobros, emisión de cheques, gastos, declaraciones al Servicio de Rentas Internas, SRI.
- Elaborar los cuadros de resultados, los cuales son enviados a la gerencia general y operativa.
- Elaborar los registros contables del establecimiento.
- Realizar los reportes financieros para la toma de decisiones.

- Asesorar a la gerencia y a la junta directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales, (Ver Anexo 4 organigrama).

Servicios Tercerizados

- Jardinería
- Florista
- Mantenimiento y Seguridad
- Personal de limpieza para limpieza de alfombras y muebles, (Ver Anexo 4 imagen 6).

Servicios

Los servicios que brinda el hotel se caracteriza por encontrarse enmarcados en los siguientes departamentos:

1.3.4 Alimentos y bebidas

El Boutique Hotel Mansión Alcázar cuenta con el Restaurante Gourmet Casa Alonso, el cual ofrece un menú variado nacional e internacional, desde platos vegetarianos, o una selección de carnes, pescados y aves. Cabe destacar que el restaurante en épocas importantes como el día de la madre, san Valentín, día del padre, entre otras, preparan menús especiales que incluyen cortesía del chef, que comprende un mini plato de la carta o una invención del chef, entrada que puede ser fría o caliente, sorbet para neutralizar el sabor para que puedan disfrutar del próximo plato, plato fuerte y finalmente el postre. Para terminar se procede a servir la cortesía que

puede ser té o un café. El costo del menú puede variar entre USD\$20 a USD\$40 dólares, dependiendo de los ingredientes de cada plato.

También se ofrece un té para damas con la característica de brindar 12 bocaditos en platería fina, acompañado de café ilimitado. Este servicio tiene un costo de USD\$10,50 incluido impuestos, servicios y parqueadero. Se lo puede realizar cualquier día de la semana con previo aviso.

La capacidad del restaurante en mesa imperial es para 30 personas y con una capacidad para 46 personas cuando se utiliza la Pérgola, localizada en la parte externa del restaurante.

Otro de los servicios con los que cuenta el establecimiento es *Le bar*, en donde se ofrece una carta de bebidas nacionales e internacionales. Una de sus especialidades son las denominadas bebidas inocentes, que son sin alcohol y llevan nombres de arcángeles muy particulares como Miguel, Ariel, Zaquiel, entre otros. Además cuentan con bebidas tradicionales como vinos, champagne, drymartini, mojito, cosmopolitan, saltamontes, entre otros.

Él *le bar* ofrece a sus huéspedes y al público en general “noche de cócteles”, el cual consiste en que el cliente por cada dos cócteles que adquiere, recibe uno de cortesía. Se ofrece todos los días, sin necesidad de reservación. La capacidad del bar es de 24 personas.

1.3.5 Habitaciones

El establecimiento cuenta con once habitaciones y tres suites, cada una de ellas presenta una decoración distinta combinando el estilo republicano con el moderno, (Ver anexo 5 imagen 7).

Cada una de las habitaciones cuenta con los siguientes servicios: televisión con cable, teléfono con discado directo, conexión *wireless* y caja fuerte. Además tienen baño propio con ducha o tina de baño, secador de cabello y finos amenities. Cabe destacar que todas las habitaciones son de no fumadores. Una de características que diferencia a este hotel del resto es

que cada una de sus habitaciones y suites lleva un nombre que van de mano con su decoración. A continuación describe cada una de ellas:

- **Naive**

Esta habitación dispone de dos camas *twin* juntas al estilo europeo. Tiene un baño con ducha y una vista al patio interior.

- **Menta**

Esta habitación doble dispone de una cama *Queen* de estilo rústico, tallada en madera, un baño con ducha y tiene vista al patio interior.

- **Cereza**

Cuarto doble con cama *king*. Decorado en tonos cereza, con colección antigua de muebles y una vista al patio interior de la casa.

- **Lili**

Esta habitación cuenta con una cama *Queen*, un baño con ducha y una vista al patio interior.

- **Canapé**

Esta habitación se encuentra en el segundo piso de hotel. Cuenta con una cama *Queen*, baño con ducha y vista al patio interior.

- **Mirage**

Esta suite dispone de una cama de tamaño *King*. Está decorada con piezas de arte y muebles seleccionados, predominando los colores verdes azulados y beige en sus decoraciones. En el baño además de la ducha se encuentra una cómoda tina y dos lavamanos. Desde el dormitorio se puede disfrutar de una vista al jardín.

- **Royal**

Junior Suite con cama antigua de estilo francés hecha en hierro forjado con una corona dorada en la parte superior. El baño, además de ducha tiene una tina y una vista al patio interior de la casa.

- **Sirena**

Habitación con cama *King* y una sala de estar. Baño con ducha y tiene una vista al jardín del hotel.

- **Cielo**

Esta suite cuenta con una cama de tamaño *King*. Tiene una decoración en tonos celestes y un tumbado pintado a mano. El baño tiene dos lavamanos y una ducha y tiene una vista al jardín.

- **Durazno**

Esta habitación cuenta con una cama *Queen* hecha de madera. Esta habitación está decorada con muebles antiguos. En el baño además de la ducha tiene una tina y vista al jardín.

- **Nina**

Esta habitación sencilla se caracteriza por contar con la colección de muebles más antiguos del hotel. En sus paredes la historia se revela con las fotos colgadas de Cuenca en la época colonial. Cuenta con un balcón desde donde se puede apreciar el patio interno del hotel.

- **Chocolate**

Esta habitación está decorada en tonos de chocolate, con dos camas *twin* unidas al estilo europeo y muebles antiguos.

- **Floral**

Habitación doble con camas *twin*, está decorado con una bella colección de flores de seda antiguas. Cuenta con un baño con ducha y una vista al patio interior.

- **Basílica**

Esta habitación doble cuenta con camas *twin*, decorada al estilo clásico con muebles de madera hechos a mano.

Las tarifas de las habitaciones y *suites* son tarifas *rack*, aunque pueden existir diferentes tipos de valores según el segmento de mercado.

1.3.6 Servicios complementarios

Dentro de los servicios complementarios del establecimiento se encuentra el salón Republicano Champagne Lounge, en donde el huésped se transporta en este espacio al siglo XIX, donde se recrea la vida de Cuenca de hace dos siglos. Se puede disfrutar de una cuidadosa selección de muebles y objetos de arte.

También ofrece el Patio – Piano, ubicado en el patio central del hotel, en donde el huésped puede disfrutar del sonido del piano dos veces por semana, (Ver anexo 6 imagen 8).

Otros servicios que ofrece el hotel son el servicio de *wireless*, sin ningún costo en las áreas públicas del hotel y en algunas habitaciones, centro de negocios, y sala de lectura, donde se puede encontrar guías, libros de fotografías del Ecuador y algunas obras literarias seleccionadas, sala de televisión, en donde encontrara un relajado ambiente para disfrutar de una gran variedad de canales y entretenimientos, sala de té, en donde el huésped puede disfrutar toda la tarde de té o café y galletas de cortesía,

servicio de lavandería las 24 horas, lustrado de zapatos, recepcionista bilingüe las 24 horas y parqueadero.

1.3.7 Marketing y publicidad

El boutique hotel Mansión Alcázar promociona sus servicios a través de diferentes medios publicitarios como la guía inglesa de hoteles y spas de lujo *Conde Nast Johansens*, que recomienda a los usuarios los mejores hoteles en diferentes partes del mundo, por medio de las inspecciones anuales que realizan en distintos países. Otro medio de difusión es la guía española *Great Small Hotels* que agrupa a hoteles pequeños independientes que tienen características particulares como es el caso de la Mansión Alcázar. También se encuentra en páginas como Expedia, al ser una página muy visitada por personas jubiladas que deseen hospedarse en cierto lugar y además pueden ver los diferentes comentarios de otros usuarios que han visitado el hotel, al tener una buena forma de promocionar sus servicios a nivel internacional.

Además utilizan prensa escrita como periódicos y revistas, únicamente en fechas específicas como la época de navidad, San Valentín, día de la madre para poder promocionar sus servicios localmente y por medio de *mails* a clientes frecuentes en donde se les ofrece menús especiales al depender de la época del año. Otro medio de difusión es la folletería que se colocan internamente en el hotel o bien sea en restaurantes, agencias de viajes y operadoras, (Ver anexo 7 imagen 9).

El segmento de mercado, comprende personas de 27 años en adelante, debido a las características que tiene el hotel, en especial extranjeros y el segmento corporativa, actualmente el turista nacional también se ha sentido atraído por los servicios del establecimiento.

1.4. HOTEL BOUTIQUE SANTA LUCÍA

Hotel Boutique Santa Lucia



Fuente: Autora (enero, 2014)

Imagen 2: hotel boutique Santa Lucia

1.4.1 Antecedentes

En la entrevista realizada a la Sra. María Rosa Crespo, ex residente de la casa donde funciona actualmente el Hotel Boutique Santa Lucia, data de finales del siglo XIX, con mucha influencia de Francia, debido al excedente de la paja toquilla y de la cascarilla, muchas familias pudientes de la ciudad, enviaban a sus hijos a estudiar en Francia, al traer así no solamente los usos y costumbres de Francia, sino muchos aspectos relacionados con la arquitectura, de ahí que sería absurdo considerar que antiguas moradas tales como lo que es actualmente el Hotel Santa Lucia, la Mansión Alcázar, la casa que fue de Doña Florencia Astudillo (actualmente pertenece a la Sra. Mein de Moscoso) datan de la época de la colonia, ya que aquellas casas coloniales y edificios públicos y privados en la llamada época de progresismo de Cuenca, es decir cuando la ciudad se abre al progreso y deja de ser una ciudad semi-rural, al ser destruidas, por lo tanto estas actuales edificaciones son de la época de república que datan de 1830, no de la colonia debido a su singular construcción.

En los años cincuenta y sesenta empezaron a derrumbarse toda una serie de edificaciones para ser sustituidas por unas moles de cemento, vidrio y acero. Por esta razón cabe resaltar que la arquitectura del Hotel Santa Lucia tiene un modelo francés muy marcado, a través de una serie de ornamentos que se encuentran en las puertas talladas en madera de nogal, por otro lado el zaguán elaborado con pequeños huesecillos de animales y con piedra. También tenía una serie de frisos que estaban elaborados de yeso, adornada la parte de las cornisas de los balcones, lo cuales eran de hierro forjado y además de existir pinturas al fresco que por alguna circunstancia fueron borradas, (Ver anexo 8 imagen 10).

En el patio central del hotel Santa Lucia existía, una fuente de piedra y al final de la casa se encontraba la huerta con una cantidad de árboles frutales y plantas como claveles, violetas, alelíos y ruda que servía para curar los espantos.

Además este patio tenía una particularidad que siempre llamo la atención, un bellissimo árbol de magnolias que tiene un olor muy especial (Ver anexo 9y 10 imágenes 11,12).

Los dueños anteriores de la casa en donde funciona el Hotel Santa Lucia, eran el Señor Alcibíades Vega y su esposa Doña Celina Acha Córdova, los mismos que tuvieron un hijo llamado Roberto y dos hijas Rosa Elena Vega y Natalita Vega.

Según el relato del Sr. Eduardo Malo, antiguo propietario de la casa, esta edificación daba a los cuatro frentes: a la calle Borrero, a las calles Sucre, Hermano Miguel e inclusive a la calle Bolívar, tiene alrededor de 1600m² de construcción. Fue construida sobre un cementerio que seguramente fue de la época de la colonia ya que se encontraron muchas osamentas en el momento que se realizaban los trabajos de restauración.

La casa era sumamente grande, tenía alrededor de 64 cuartos, en algunos de ellos había los famosos escondites, los cuales servían en el momento de disputas entre conservadores y liberales. En el frontis de la casa donde

funciona actualmente la cafetería del establecimiento, había una marmolería en la cual trabajan artesanos en mármol y yeso, hacían lápidas y al lado era una tienda de venta de productos alimenticios. Antiguamente había una puerta que fue bautizada como la puerta del burro, debido a que todas las mañanas desde la hacienda en Chaullabamba que tenía la familia Vega llegaba el mayoral con el burro y la leche para ser consumida por los familiares.

A pesar de que la familia Vega no era parte de la política, la casa debido a sus amplios salones, se prestaba perfectamente para realizar diferentes reuniones y manifestaciones, representadas por la clase aristócrata, autoridades, representantes de las cámaras, artesanos, obreros con el objeto de unirse para votar al Presidente de la República de ese entonces José María Velasco Ibarra conjuntamente con el ejército, a quien se le dio el ultimátum para que deje el poder. Por lo tanto esta casa fue un lugar en donde la gente se reunía para deliberar muy sanamente cualquier problema político o económico que pasaba en el país.

En épocas de carnavales se reunía toda la familia y Doña Celina Acha preparaba una bebida llamada la yaguana que se parecía al rosero, pero la yaguana era elaborada a base de piña, babaco, ataco, hoja de naranja y todas las especias, además de otras delicias como el mote pata y los perniles.

La casa era muy extensa y la bisabuela siempre les recibía en la parte más íntima de ella, porque había primero una escalera muy ancha con alfombra roja, había unas bolas de cristal traídas de Francia de diferentes colores que remataban los pasamanos, había la antesala, la sala donde estaban todos los techos artesonados, un corredor que daba la vuelta al patio central y luego del corredor había el espacio más íntimo, donde recibía a los familiares, la bisabuela brindaba una serie de dulces, la bebida de la yaguana, cosas muy apetitosas para el paladar.

El tipo de vestuario también era una característica muy importante de esos tiempos, eran traídos de Francia, en barcos que exportaban la cascarilla,

inclusive trajeron mobiliario y personas que se dedicaron para las labores de la cocina, un panadero y un pastelero, que realizaban croissant, palanquetas, entre otros productos.

Cabe destacar que en la parte alta de la casa se encontraba el salón, en donde se recibía a las visitas, la antesala en donde esperaban las personas para ser atendidas por Don Alcibíades Vega y su esposa. Luego había el corredor y alrededor estaban distribuidas las habitaciones que eran para los diferentes hijos.

En el año 1999, la Empresa Hotelera Lucupa, perteneciente a la familia Vintimilla Palacios, decide comprar el inmueble y se inicia la restauración y adecuación del mismo, para la creación del actual hotel Santa Lucía a cargo del arquitecto Javier Roura y de su hijo que lleva el mismo nombre, para lo cual se conservó las características de una casa del siglo XIX.

La empresa antes mencionada, con más de 25 años de experiencia en el campo de la hotelería y la restauración, tiene además a su cargo la hostería Uzhupud y al restaurante Villarosa, considerado como uno de los mejores del país.

En el año 2002, la ciudad de Cuenca premió al hotel con la presea Fray José María Vargas, por la mejor restauración de una edificación histórica.

1.4.2 Características del Hotel Santa Lucía

Las características más significativas del hotel Santa Lucía, son que a pesar de ser considerado como un establecimiento pequeño, cuenta con diferentes instalaciones para brindar todos los servicios que solicitan los clientes, al manejar estándares de la mejor calidad al estilo americano. Además de estar ubicado en el centro histórico, en una casa de estilo republicano, rodeado de atractivos turísticos que hacen que el establecimiento y clientes

internacionales le den el calificativo de hotel boutique, (Ver anexo 11 organigrama del Hotel Andalucía).

El hotel Santa Lucia, dentro de sus instalaciones tiene un compromiso verde con el ambiente, es decir tratar de ayudar a reducir los niveles de contaminación, por medio de diferentes actividades para el ahorro de agua, energía, utilización de productos ecológicos entre otros.

1.4.3 Organigrama estructural

El Hotel Boutique Santa Lucía, dispone de un personal altamente capacitado formado por 33 personas, las cuales ofrecen una atención de calidad a cada uno de sus huéspedes. Cada uno de ellos desempeña diferentes funciones, de acuerdo al departamento al cual pertenece. A continuación se presenta las funciones del personal del establecimiento (Gallego, 353-397), (Ver anexo 11 organigrama estructural del hotel).

Director general

El Director general tiene a cargo el departamento administrativo y contable. Las funciones que debe desempeñar son:

- Es el representante legal del hotel, se encarga de los trámites legales de la empresa.
- Supervisar las funciones del contador.
- Realizar todos los pagos y cobros, ya sean pagos a los proveedores o cobros a cuentas o documentos por cobrar.
- Fomentar todas aquellas actividades que promuevan la participación eficaz de los colaboradores y, principalmente, aquellas relacionadas con la creatividad, los cambios en las ofertas y servicio, la mejora de las actitudes, etc.

- Definir los planes y políticas medioambientales.
- Revisar los inventarios y las reposiciones.
- Convocar a reuniones para dar o recibir información.
- Mantener y desarrollar las normas internas y recibir al personal cuando se lo soliciten.
- Asistir en representación del hotel a actos públicos o privados.
- Evaluar al personal y aprobar sanciones, promociones, incentivos o reconocimientos.
- Verificar que se cumplan las normas respecto a la higiene, protección contra incendios, etc., así como todas aquellas que tengan que ver con la limpieza, seguridad, salubridad del hotel y de las personas.

Jefe Administrativo

- El jefe administrativo tiene como funciones principales la elaboración de roles de pagos y pedidos en general así como:
 - Elaborar los informes diarios de ventas.
 - Realizar los informes de inventarios, los cuales son entregados al director general.
 - Revisar las facturas de gastos del hotel.

Asistentes contables

El hotel cuenta con dos asistentes contables los cuales desempeñan las siguientes funciones:

- Trabajan conjuntamente con la jefatura administrativa.

- Realizar los inventarios.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera del hotel que exijan los entes de control y mensualmente entregar al gerente, un balance de comprobación.
- Se encarga de la recepción de facturas y comprobantes de retención.
- Mantener el archivo de proveedores.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- Ingresar todas las facturas y hacer las retenciones.

Director operativo

El director operativo es quien se encarga de realizar las siguientes funciones:

- Revisar todos los servicios del establecimiento.
- Revisar la calidad de las habitaciones, que todo se encuentre en perfecto estado.
- Contratar al personal del establecimiento.
- Revisar las labores de ventas conjuntamente con el departamento de recepción.

Jefe de ventas y reservas

El jefe de ventas y reservas tiene a su cargo el área de seguridad, botones, recepción y ventas. Las funciones que debe desempeñar son:

- En algunas ocasiones la gerente es la jefe de ventas y reservas de turno en la parte operativa.

- Asignar las tarifas de las habitaciones.
- Se encarga de las ventas del hotel.
- Chequear la auditoria de recepción.

Jefe de recepción

El jefe de recepción desempeña las siguientes funciones:

- Supervisar las actividades realizadas en su área, con objeto de maximizar el rendimiento de los servicios y verificar que el cliente ha recibido una prestación acorde con la esperada.
- Realizar las confirmaciones de las habitaciones para las agencias de viajes.
- Coordinar con el jefe de hotelería y pisos las actividades que conciernen a ambos departamentos como habitaciones de entrada y salida, cambios de habitaciones, clientes especiales, bloqueos, etc.
- Revisar la ocupación diaria del establecimiento.
- Supervisar y controlar el trabajo de los recepcionistas.
- Convocar y asistir a reuniones.
- Recibir y atender personalmente a clientes VIP u otros que por su importancia para el hotel se considere necesario, verificar la asignación de sus habitaciones.
- En caso de un *no show* de un huésped, es la persona encargada de cobrar por el servicio que ha sido solicitado, al cual el cliente no ha asistido.
- Se encarga de realizar los *roominglist*, (*lista de habitaciones*).
- Comprobar el buen uso y mantenimiento de la maquinaria, enseres, etc., de las unidades o secciones que dependen de él.

- Revisar que el sistema de reservas se encuentre al día.
- Elaborar informes de ocupación y de ventas de servicios del hotel.

Recepcionistas y auditores nocturnos

El hotel cuenta con cuatro recepcionistas y un auditor nocturno, quienes desempeñan las siguientes funciones:

- Realizar las reservas de las habitaciones.
- Confirmar las reservas a los diferentes intermediarios o a los clientes.
- Recibir a los huéspedes.
- Vender y asignar habitaciones.
- Dar información general del hotel.
- Hacer el registro de entrada del huésped.
- Llevar el control de entrada/salida de huéspedes.
- Reportar al ama de llaves las habitaciones *checkout* (salida de huéspedes) para fines de limpieza.
- Llevar el control de las llaves de la habitación.
- Cierre de caja.

Vendedores externos

El establecimiento cuenta con dos vendedores externos en Guayaquil y Quito, los mismos que se dedican a vender los servicios del hotel a las agencias de viajes y a las empresas, con una tarifa la cual ellos comisionan.

Botones y seguridad

Botones

El establecimiento cuenta con cuatro botones. Sus funciones son las siguientes:

- Se encargan de la recepción de equipaje
- Realizar las funciones de mantenimiento del hotel
- Entregar la mensajería del hotel.

Seguridad

El Hotel Santa Lucia cuenta con tres personas de guardianía. Las funciones que desempeñan son:

- Revisar las cámaras de seguridad del hotel.
- Su función principal es la seguridad de los huéspedes durante su estadía.

Jefe de alimentos y bebidas

El jefe de alimentos y bebidas es el encargado de toda la parte de alimentos y bebidas. Las funciones que desempeña son:

- Confeccionar con los responsables de cocina, restaurante, etc., todos los menús y cartas que se ofrecen en el establecimiento y su valoración.
- Coordinar los pedidos, las compras y cotización de servicios.
- Supervisar el estado de los almacenes de comidas y bebidas.

- Participar en el desarrollo de planes de calidad y medioambientales.
- Organizar el servicio junto al gerente operacional.
- Es el encargado de la calidad de los alimentos y de los servicios de los meseros.
- Supervisar las áreas donde se guarda el material para los servicios de banquetes, verificar la calidad de la limpieza.
- Revisar comandas para ver si se ha cobrado lo correcto.
- Cuadrar turnos del personal a su cargo.

Maître

Sus funciones corresponden a:

- Realizar esquemas de montaje y órdenes de servicio para eventos especiales, colaborar si es necesario en su decoración y realce.
- Inspeccionar el mantenimiento preventivo de las instalaciones, equipos, etc., y emitir las partes de avería cuando sea necesario.
- Fomentar y llevar a cabo una política de calidad y atención al cliente que permita una mejor comunicación con este con el objeto de elevar sus niveles de satisfacción y expectativas.
- Supervisar la higiene y presentación de las instalaciones y equipos, así como las correspondientes al personal, procurar que se cumplan con rigidez las normas al respecto.
- Tomar las ordenes o comandas del salón principal.
- Organizar los turnos de trabajo y supervisar la asistencia de trabajadores.
- Atender quejas y reclamaciones de los clientes.

Capitán

Es la persona que reemplaza al maître cuando él se encuentra fuera del hotel, por lo tanto desempeña las mismas funciones, (Ver anexo 12 imagen 13).

Camareros

Sus funciones son:

- Se encarga de cobrar las cuentas de consumo de los clientes.
- Atender las quejas de los clientes o reportarlas al capitán o gerente.
- Dar al cliente información de interés general cuando se requiera.
- Participar en sesiones de capacitación y adiestramiento.
- Reportarse al capitán en turno al llegar al restaurante y al ausentarse.
- Supervisar la preparación de la estación de servicio realizada por su ayudante.
- Tomar la orden de alimentos y bebidas a los clientes.

Barman

Sus funciones son las siguientes:

- Almacenar adecuadamente los vinos.
- Realizar los inventarios de bebidas.
- Preparar las diferentes bebidas y las sirve a los clientes.
- Cerrar el bar y proteger todos los artículos.

- Distribuir y evaluar las tareas de su ayudante.

Chef ejecutivo

Sus responsabilidades corresponden a:

- Diseñar nuevos platos para el restaurante.
- Supervisar la puesta a punto o mise en place de las partidas.
- Fomentar las actividades de formación y reciclaje, así como las actividades que desarrollan el espíritu de equipo con otros departamentos, especialmente con los de restaurante, bar cafetería, etc., hacer reuniones periódicas, individuales o conjuntas.
- Confeccionar propuestas de los menús-cartas y sugerencias o especialidades del día.
- Supervisar la recepción de carnes, pescados y mariscos, comprobar su calidad y peso con lo que se ha facilitado.
- Colaborar con el maître, informar de los platos que interesa vender.
- Inspeccionar el buen uso de utensilios, herramientas y maquinaria de la cocina.
- Vigilar los inventarios periódicos que se realizan en el departamento.
- Se encarga de seguir los estándares de calidad e higiene en la manipulación de alimentos.
- Revisar la higiene y presentación de las instalaciones, equipos y personal, favorecer todas aquellas acciones y recursos que permitan mantener un alto grado de las mismas.
- Es el encargado de los pedidos, los cuales son revisados por la jefatura de alimentos y bebidas y por la jefatura administrativa.

Sous chef

- Las funciones del Sous chef, son muy similares a las del chef ejecutivo entre las principales están las siguientes:
- Confeccionar propuestas de los menús-cartas y sugerencias o especialidades del día.
- Supervisar la recepción de carnes, pescados y mariscos, comprobar su calidad y peso con lo que se ha facilitado.
- Colaborar con el maître, informar de los platos que interesa vender.
- Inspeccionar el buen uso de utensilios, herramientas y maquinaria de la cocina.
- Se encarga de seguir los estándares de calidad e higiene en la manipulación de alimentos.
- Revisar la higiene y presentación de las instalaciones, equipos y personal, favorecer todas aquellas acciones y recursos que permitan mantener un alto grado de las mismas.

Jefe de hotelería y pisos

El jefe de hotelería y pisos cumple con las siguientes funciones:

- Controlar el trabajo del personal a su cargo.
- Confeccionar las partes de ocupación y comprobar con el jefe de recepción las diferencias.
- Realizar centros florales para la decoración del hotel.
- Controlar la entrada de ropa de establecimiento y verificar los inventarios permanentes de ropa.

- Disponer atenciones propias de las habitaciones de salida y de las VIP.
- Asesorar en materia de decoración de habitaciones.
- Supervisar la limpieza de las habitaciones y de las áreas comunes del hotel
- Reportar daños en las habitaciones.
- Revisar la seguridad en las habitaciones, detectores de humos, etc.

Camareras

Sus responsabilidades corresponden a:

- Limpiar las habitaciones y las áreas comunes del hotel.
- Efectuar el cambio de la ropa de cama y baño de cada una de las habitaciones.
- Supervisar de forma general el estado de la habitación una vez finalizado el trabajo.
- Atender al cliente durante su permanencia en las habitaciones del hotel, utilizar el material y las habilidades adecuadas, para ofrecerle un correcto servicio.
- Entregar las llaves, el parte, e informar las incidencias, novedades, etc., a la finalización del trabajo.

1.4.4 Servicios

Los servicios que brinda el hotel se caracteriza por encontrarse enmarcados en los siguientes departamentos:

1.4.5 Alimentos y bebidas

En cuanto a los servicios de alimentos y bebidas el hotel cuenta con el restaurante *Trattori Novecento*, el cual está ubicado en el patio central del establecimiento. Dentro de su menú se puede encontrar platos de comida italiana clásica y comida fusión italiana andina. Además de contar con una cava con más de 300 variedades de vino de diferentes lugares del mundo. También cuenta con menús especiales para agentes de viajes y corporativos, el cual se encuentra elaborado de acuerdo a las necesidades de los clientes y que puede ser pensión o media pensión. Tiene una capacidad para 50 personas y máximo de 120 personas, en dependencia del tipo de evento que se quiera realizar.

El Bacus Café, tiene una decoración de estilo republicano, dentro del menú se ofrece una variedad de platos típicos de la ciudad de Cuenca y desayunos para sus huéspedes. Tiene una capacidad de 37 personas, (Ver anexo 13 imagen 14).

Finalmente está el bar *lounge moshimoshi*, el cual tiene una decoración tipo oriental. Ofrece dentro de su carta una variedad de piqueos como *springrolls*, humus con pan árabe y bebidas alcohólicas como cócteles, vinos y champagnes. Tiene una capacidad de 39 personas.

1.4.6 Habitaciones

El Hotel Santa Lucia cuenta con 20 habitaciones, que se encuentran distribuidas en dos plantas: 2 habitaciones sencillas, 16 habitaciones dobles entre twin y matrimoniales y 2 suites o triples, (Ver anexo 14 y 15 imágenes 15,16).

La característica principal de las habitaciones, es que cuentan con camas especiales, las cuales han sido modificadas en su diseño y función, se han realizado más de 60 cambios, entre ellos están colchones "*memo foam*" capaces de adaptarse al contorno del cuerpo, sábanas de algodón

hipoalergénico orgánicas (500 hilos) y dos tipos de almohada (blanda y consistente).

Cada una de las habitaciones presenta el siguiente inventario:

- Pantalla plasma
- Televisión por cable plan *Premium*
- Confort *dreambed* (*cama de ensueño*)
- Caja de seguridad digital
- Minibar
- Radio despertador
- Secador de pelo
- Acceso inalámbrico a Internet de alta velocidad
- Escritorio
- Pisos alfombrados
- Calefacción previa solicitud
- Termo con agua caliente
- Conserje las 24 horas.

Cabe destacar que las suites se diferencian de las habitaciones, por ser más grandes, por contar con una sala de estar y un conserje para su disposición.

Las tarifas de las distintas habitaciones y suites, van a depender del porcentaje de ocupación del hotel y de los convenios que se tengan con diferentes empresas o intermediarios como agencias de viajes.

1.4.7 Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios que ofrece el establecimiento está el servicio de catering, el cual ofrece los mejores platos y menús, en cualquier lugar en donde el cliente realice un evento.

Además de ofrecer sus instalaciones para poder realizar cualquier tipo de eventos o conferencias, sin ningún costo del local y con una amplia variedad de menús a elección del cliente,(Ver anexo 16).

1.4.8 Marketing y publicidad

La publicidad que realiza el hotel Santa Lucia, no está ligada a medios masivos como radio y televisión. Los canales de distribución que utiliza para promocionar sus servicios son páginas *webs* como *expedia*, *tripadvisor*, *hoteles.com* y su propia página *web* que promocionan los diferentes servicios y características del establecimiento, las mismas que estas certificaciones no han sido adquiridas por conocimientos del gerente del hotel, al contrario estas certificaciones de calidad las otorga los huéspedes mediante la web. Además de la utilización de estos medios publicitarios el hotel elabora folletería, la cual se encuentra distribuida en diferentes lugares como restaurantes, agencias de viajes y de igual manera internamente en el hotel.

El segmento de mercado al cual está dirigido el hotel Santa Lucia son en su mayoría turistas extranjeros provenientes por lo general de Europa y Norteamérica y en menor número corporativos de poder adquisitivo alto. Actualmente el segmento nacional, en lo que se refiere a turismo interno está siendo atraído por los servicios del establecimiento (Ver anexo 16imagen 17).

1.5. HOTEL BOUTIQUE CARVALLO

Hotel Boutique Carvallo



Fuente: Autora (enero, 2014)

Imagen 3: hotel boutique carvallo

1.5.1 Antecedentes del hotel boutique Carvallo

La edificación en donde funciona actualmente el hotel Carvallo, es una casa patrimonial que data de 1927, presenta algunas características exclusivas de la época republicana, debido a que su fachada es de tres pisos, al ser una característica especial de las casas republicanas, este tipo de construcciones tuvieron un auge en esta época por la exportación de cascarilla, lo que hacía que ingrese bastante dinero del extranjero por la exportación de este producto. La gente empezó a importar todo lo que son techos de latón y todo lo que es decoración en general fue traída de Europa.

La casa en el año de 1965 se constituyó en el primer centro médico de la ciudad, debido a que el doctor Enrique León Delgado y su madre Doña Lastenia Delgado reciben como herencia la vivienda y deciden fundar el centro médico denominado “la Casa del Médico”. El doctor León decide implementar su propio consultorio, ya que su profesión de radiólogo le exigía.

En el año de 1985 la familia Carvallo compra el inmueble y empieza el proceso de restauración en su totalidad, se adecuan 30 consultorios, ya que en la época del doctor León, únicamente habían 8 o 9 consultorios, y ya con

una estructura mucho más adecuada funciona la nueva “Casa del Médico”, hasta que en el año 1999, la familia Carvallo decide iniciar el proyecto de hotel y a finales del mismo año se empieza la restauración del inmueble, a cargo del Arq. Claudio Ullauri, y a la experiencia del Sr. Antonio Carvallo y su familia en especial de su hijo el Eco. Javier Carvallo, en la restauración de casas en el centro histórico de la ciudad. La restauración tuvo una duración de tres años y medio en lo que comprendieron obras civiles y de decoración.

En el momento de la restauración se tomó mucho en cuenta la arquitectura de la casa, para tratar de conservar lo que fue en sus orígenes, debido a que la casa en otras ocasiones fue intervenida, por lo tanto se tuvo que hacer muchos arreglos para volver a su estado original. En el caso de los techos de latón, se encontraron techos pintados de blanco por lo cual se tuvieron que restaurar, los colores actuales de los techos de latón y de las paredes de los salones principales y de las suites constituyen los colores originales,(Ver Anexo 17 imagen 18).

La duración de la restauración de los techos de latón era aproximadamente de tres meses, porque tenían que ser pintados con pincel, por lo tanto demandaba más tiempo y más trabajo, se realizó con una mano de obra bastante calificada.

La casa mantiene las características que identifican a las edificaciones de la época republicana, con su estructura perfecta del patio, traspatio y la huerta. En su fachada tiene tres pisos y la parte de atrás tiene únicamente dos pisos. En el primer piso se distribuyó el restaurante, *lobby* y recepción. En el segundo piso se instauró el área social del hotel, es decir el salón principal. El tercer piso se instaló la Suite Principal y la Suite Nupcial, ya que en este piso el ruido es menor y se hizo las suites al pensar exclusivamente en la comodidad de los huéspedes. Las áreas que están a partir del segundo y tercer patio, están dispuestas exclusivamente para habitaciones.

1.5.2 Características del Hotel Carvallo

Una de las principales características del hotel Carvallo, es la calidad de su servicio, que se ve reflejado desde el momento que un huésped ingresa en el hotel, es atendido de la mejor manera y durante su estadía, el personal lo trata por su nombre para hacerlo sentir como en casa.

Por otra parte la capacitación del personal, como es el caso de los botones del hotel, que son las personas que tienen el mayor contacto con el huésped, tiene sumo cuidado, por esta razón cada 15 días el personal de botones tienen una reunión en donde se habla de distintos temas de interés para el huésped como de política, cultura, deporte, entre otros.

De igual manera sucede con el personal de ama de llaves, que saben cómo tratar a un huésped y conocen además sus preferencias para que se sientan a gusto en sus habitaciones.

1.5.3 Organigrama estructural

El hotel Boutique Carvallo dispone de un equipo de trabajo altamente capacitado formado por 17 personas, las cuales ofrecen una atención de calidad de sus huéspedes. Cada uno de ellos desempeñan diferentes funciones, de acuerdo al departamento al cual pertenece, pero cabe destacar que todos trabajan en equipo, ya que no tienen un organigrama jerárquico clásico, sino circular es decir que las funciones que realiza cierto personal se complementa con otras, para ofrecer la mejor atención al huésped.

Cabe señalar que el organigrama circular es elaborado en círculos concéntricos que representan los diversos niveles jerárquicos trazados en líneas de puntos o cortadas. Las líneas gruesas representan los canales de comunicación existentes entre los órganos o cargos. Los órganos se representan con rectángulos o círculos. A medida que se aproximan al centro, los niveles jerárquicos son gradualmente más elevados.

A continuación se presenta las funciones del personal del establecimiento (Gallego, 353-397):

Gerente general

Las funciones que debe desempeñar son:

- Representar legalmente al hotel y realizar los trámites legales de la empresa.
- Estimular la participación de sus colaboradores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- Establecer y desarrollar las políticas financieras y económicas para el mejor aprovechamiento y rentabilidad de los recursos.
- Fomentar todas aquellas actividades que promuevan la participación eficaz de los trabajadores.
- Facilitar el trabajo de sus colaboradores y más que ejercer control, le presta el apoyo necesario para que puedan realizar eficientemente sus tareas.
- Delegar tanto las funciones como el poder para tomar decisiones, dar suficiente autonomía de acción a sus colaboradores.
- Participar en aquellas ferias o eventos que por su importancia o interés para el hotel, se estime conveniente su presencia.
- Hacer gestión itinerante para comprobar el grado de satisfacción de los clientes, la calidad de los servicios que se prestan y apoyar al personal cuando sea necesario.
- Realizar todos los pagos y cobros, ya sean pagos a los proveedores o cobros a cuentas o documentos por cobrar.
- Revisar los inventarios y las reposiciones.

Administrador

Sus funciones son:

- Elaborar los informes diarios de ventas.
- Se encarga de la decoración interna del establecimiento.
- Realizar los informes de inventarios, los cuales son entregados al gerente general.
- Revisar las facturas de gastos del hotel.
- Revisar los servicios del hotel y que todo esté en perfectas condiciones.
- Chequear cada una de las habitaciones, que todo se encuentre en perfecto estado.
- Contratar al personal del establecimiento.

Contador

Sus responsabilidades recaen en:

- Realizar todos los inventarios del establecimiento.
- Ingresar todas las facturas y hacer las retenciones.
- Realizar pagos, cobros, emisión de cheques, gastos, declaraciones al Servicio de Rentas Internas SRI.
- Elaborar de cuadros de resultados, los cuales son enviados a la gerencia general
- Realizar los registros contables del establecimiento.
- Efectuar los reportes financieros para la toma de decisiones.

- Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales.

Cocina

El personal del área de cocina, es el encargado de toda la parte de alimentos y bebidas.

- Coordinar los pedidos y las compras proveedores.
- Se encarga de la preparación de alimentos para el área del restaurante.

Recepcionistas

El hotel cuenta con tres recepcionistas, los mismos que tienen horarios rotativos de 7h00 a 15h00, 15h00 a 23h00 y 23h00 a 7h00. A continuación se presentan sus funciones:

Se encarga de realizar las siguientes funciones:

- Revisar la ocupación diaria del establecimiento.
- Confirmar y asignar las habitaciones a los huéspedes.
- En caso de un *no show* de un huésped, es la persona encargada de cobrar por el servicio que ha sido solicitado, al cual el cliente no ha asistido.
- Realizar los *rooming list*, (*lista de habitación*).
- Examinar que el sistema de reservas se encuentre al día.
- Elaborar informes de ocupación y de ventas de servicios del hotel.
- Coordinar con mantenimiento los trabajos por averías. Reparaciones, planes preventivos o de mejora, hacer un seguimiento específico a los que afectan a la estancia de los clientes.

- Organizar con el ama de llaves las actividades que concierne a ambos áreas como limpieza de habitaciones, cambio de habitaciones, clientes especiales, bloqueos, etc.

Ama de llaves

Sus funciones son:

- Limpiar las habitaciones y áreas comunes del hotel
- Reportar daño en las habitaciones.
- Atender a los clientes enfermos.
- Revisar la seguridad en las habitaciones, detectores de humos, etc.
- Verificar la calidad de limpieza del lavado, planchado, etc., de la ropa, tanto del hotel como de los clientes.
- Controlar los gastos de materiales de limpieza.
- Atender quejas y reclamos de los clientes.

Botones

El establecimiento cuenta con cuatro botones. Sus funciones son:

- Se encargan de la recepción de equipaje
- Realizar las funciones de mantenimiento del hotel
- Entregar la mensajería del hotel.

1.5.4. Servicios

Los servicios que brinda el hotel se caracteriza por encontrarse enmarcados en los siguientes departamentos:

1.5.4.1 Alimentos y bebidas

En lo que respecta al servicio de alimentos y bebidas, el hotel ofrece al huésped en su área de restaurante: desayuno, almuerzos y cenas, estas dos últimas requieren pedidos con anticipación, en donde el huésped puede escoger entre varias opciones de comida nacional.

Además el hotel tiene un convenio con el restaurante cuatro ríos, que en el caso de que un huésped no desee la comida del hotel puede acercarse directamente al restaurante o pedirlo al establecimiento.

1.5.4.2 Habitaciones

El hotel Carvallo cuenta con 30 habitaciones, distribuidas en dobles, 2 *junior* suites y 12 habitaciones entre simples y matrimoniales. Las habitaciones simples pueden tener cama *Queen* o cama *Twin*, depende del gusto del huésped.

Cada una de las habitaciones y suites tiene servicio de Internet inalámbrico, servicio de lavandería, caja fuerte, mini bar, televisión con cable súper *Premium*.

Las tarifas de cada una de las habitaciones y suites, son *tarifas rack*, aunque pueden existir tarifas para diferentes segmentos de mercado. (Ver anexo 18 imagen 19).

1.5.4.3 Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios del hotel Carvallo, es la realización de eventos de cualquier tipo como lanzamientos de libros, cócteles, desayunos de negocios con una capacidad máxima de 35 personas.

1.5.4.4 Marketing y publicidad

El hotel Carvallo, realiza su publicidad por medio de una agencia dedicada exclusivamente a la promoción de los servicios del hotel. Por lo general lo realizan a través de la utilización de medios de prensa escrita, como es el caso de revistas de alta circulación como por ejemplo la revista Lideres, Vistazo, Vanidades y Gestión. América Economía, lo realizan regularmente ya que tiene un costo bastante alto y segmentan bien el mercado ya que estas revistas captan la atención de distintos *target* (*segmento de mercado*).

El establecimiento al pertenecer a la cadena *Cialcotel*, que integra distintos hoteles, promociona sus servicios en ferias como *Travel Mark* en Chile y en diferentes lugares en donde se publiciten los hospedajes que forman parte de la cadena como es el caso del Hotel Boutique Patio Andaluz. Además lo realizan a través de su página *web* y por medio de *mails* que se envían a los clientes. También realizan publicidades compartidas con las agencias de viajes, es decir recomiendan los servicios del hotel y a la vez el hotel los recomienda a los huéspedes los servicios de la agencia, se lo realiza por medio de folletería y material publicitario para que las agencias distribuyan a los consumidores finales.

En cuanto al segmento al cual se dirigen, en su mayoría es al segmento corporativo, turistas extranjeros provenientes de Estados Unidos y Europa. En cuanto a turistas nacionales provenientes de Guayaquil, Quito, Machala, Loja y Ambato de poder adquisitivo alto. Su *target*(segmento de mercado), específico de edad esta entre los 40 y los 60 años de edad.

1.6. Análisis global de los Hoteles Boutique en Cuenca

Los hoteles boutique en Cuenca, presentan características diferentes en su arquitectura, decoración interior y servicio, que los hace únicos y distintos a hoteles tradicionales. Cada uno ellos se encuentran ubicados en el centro histórico, en edificaciones republicanas, que tratan de llevar a los huéspedes al siglo XIX, época en donde fueron construidas este tipo de casas, con características peculiares como el patio, traspatio y la huerta, que en el caso de la Mansión Alcázar todavía se mantiene y en los otros hoteles como el Santa Lucía y el hotel Carvallo, se han aprovechado estos espacios para la implementación de habitaciones o áreas comunes del hotel. Cabe destacar que cada uno de estos hoteles, en el momento de la restauración han tratado en lo posible de mantener su diseño original, tanto en su fachada exterior como en su parte interior, como es el caso de los techos de latón que fueron restaurados minuciosamente y con personal calificado.

En el caso de las habitaciones de los distintos hoteles boutique tienen características similares, ya que cada una de ellas presenta una decoración distinta en su mobiliario, menaje y en la distribución de cada una de sus habitaciones al contar con simples, dobles, junior suite y suites.

En lo que se refiere a su servicio, son hoteles que brindan una atención personalizada a cada uno de sus huéspedes al tratar de satisfacer al máximo cada una de sus necesidades. Por ello para estos hoteles es muy importante conocer la calidad de sus servicios, a través de encuestas de satisfacción que se realizan a los huéspedes en el momento del Check out o bien se colocan dentro de las habitaciones, con las cuales se conoce sus comentarios y sugerencias para mejorar la atención del personal y el servicio en cada una de las áreas del hotel. En el caso del hotel Carvallo a más de realizar la encuesta de satisfacción dentro del hotel, se envía a cada uno de su huéspedes vía *mail* un índice de satisfacción, para saber si las necesidades del huésped fueron bien atendidas, caso contrario mejorarlas.

En lo que se refiere a los medios de difusión para promocionar cada uno de sus servicios como hospedaje, alimentos y bebidas y eventos, lo realizan a través de diferentes páginas *webs* a nivel nacional e internacional, puesto que cuentan con su propia página *web*, así prensa escrita como revistas de alta circulación y a través de folletería que se coloca en diferentes agencias de viajes, operadoras o restaurantes.

El segmento de mercado de estos hoteles por lo general son turistas extranjeros, corporativos y el segmento de turistas internos que ha crecido muchísimo últimamente. Su público objetivo es desde los 30 a los 60 años de edad.

En cuanto a sus proyectos a futuro los hoteles boutique en Cuenca coinciden en mejorar sus servicios por medio de la implementación de un *spa*, como es el caso de la Mansión Alcázar, la implementación de un hotel boutique en Guayaquil, en el caso de los propietarios del hotel Santa Lucía y en lo que se refiere al hotel Carvallo la implementación de una cafetería y además de incrementar la capacidad de personas para la realización de eventos. Cada uno de estos hoteles deberá cumplir con ciertos requisitos para implementar sus servicios, ya que al ser casas patrimoniales para realizar cualquier tipo de adecuación o remodelación necesitan permisos previos en el municipio.

1.6.1. Proyección económica de los Hoteles Boutique en Cuenca

Para poder determinar la proyección económica de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca, se procederá a analizar, las principales fuentes de ingreso.

1.6.1.1 Fuentes de ingreso de los Hoteles Boutique en Cuenca

Los distintos establecimientos hoteleros al igual que cualquier otra actividad turística, tienen la finalidad de obtener un beneficio por medio de la

prestación de un producto o servicio que a la vez genera fuentes de ingreso para cada uno de ellos. Por lo general este tipo de hoteles presentan tres grupos de ingresos que se denominan: habitaciones, servicio de alimentos y bebidas y servicios complementarios.

Muchas de las veces las habitaciones constituyen uno de los servicios que más demanda tienen en cualquier hotel ya que fueron creados especialmente para proporcionar el servicio de alojamiento, por lo tanto es considerada una de las principales fuentes de ingreso.

Los diferentes tipos de habitaciones que tienen estos hoteles ya sean simples, dobles, triples, junior suite o suite, tienen una tarifa que puede variar dependiendo de la época del año y del segmento de mercado. Los tipos de tarifa que por lo general tienen estos hoteles son tarifa *rack*, tarifa corporativa y una tarifa especial si se realiza reservas *vía online*.

El objetivo primordial de las personas que se encargan de la venta del hotel es vender cada noche todas las habitaciones que sean posibles. El nivel de ocupación es la medida que determina el número de habitaciones vendida por noche frente al total de habitaciones que posee el hotel. Este parámetro es uno de los más importantes a la hora de determinar el rendimiento de un hotel.

Los hoteles boutique en Cuenca tienen una gran aceptación por parte de las personas, que se ve reflejado en su porcentaje de ocupación relativamente alto para el tiempo que llevan en la industria hotelera. Cabe destacar que estos porcentajes pueden variar de acuerdo a la ocupación mensual que tenga cada establecimiento, es decir el número de noches y el total de habitaciones ocupadas en este tiempo.

Otra fuente de ingreso además de las habitaciones es el servicio de alimentos y bebidas con los cuentan estos establecimientos, al ser estos restaurantes, cafeterías y bares, que ofrecen una amplia variedad de platos y bebidas tanto nacionales como internacionales, con precios que pueden variar dependiendo de lo que el cliente escoja.

En cuanto a los servicios complementarios, uno de ellos es el alquiler del hotel para realizar cualquier tipo de evento, como por ejemplo desayunos corporativos, congresos, conferencias, matrimonios, entre otros. En los cuales se ofrece un menú especial o un *coffee break* al depender del tipo de evento a desarrollar. Los hoteles aprovechan sus espacios que por lo general son utilizados como restaurante, cafetería, bar, para darle otro uso en el momento que un cliente o una empresa lo solicita. Además de contar con otro tipo de servicios como lavandería, venta de joyas, asistencia médica inmediata para los huéspedes, sala de lectura, servicio de *catering*, etc.

Por lo tanto son hoteles que a través de sus distintos servicios de habitaciones, alimentos y bebidas, servicios complementarios y otros servicios que se pretenden implementar, seguirán generando ingresos que permitan mantenerse dentro de la industria hotelera y mejorar continuamente sus servicios en cada una de sus instalaciones, (Ver Anexo 19 proyección real de aplicación de buenas prácticas ambientales).

1.6.2 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta fundamental que permite observar los elementos internos de una empresa conformada por las fortalezas y debilidades, en las cuales se consideran tanto los elementos positivos y negativos que se identifican dentro de una organización. En el ambiente externo se analizan las oportunidades y las amenazas de la empresa, en lo que se refiere a las oportunidades se observan las situaciones positivas que se generan en el entorno, que una vez identificadas pueden ser aprovechadas, mientras que las amenazas conforman las situaciones negativas que pueden afectar de una o de otra manera a una empresa, para lo cual es necesario diseñar una estrategia para poder superarla.

Debido a la importancia del análisis FODA, se ha visto la necesidad de elaborar una matriz en donde se analice las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los hoteles boutique internacionales

específicamente de establecimientos que se encuentran en países como Estados Unidos de Norteamérica , España, México, Argentina, Brasil, Colombia, Chile y de los hoteles convencionales internacionales para poder establecer sus diferencias y sus principales elementos tanto internos como externos respectivamente

Después de realizar los respectivos análisis FODA de los hoteles boutique y de los hoteles convencionales se puede dar cuenta que su diferencia radica en sus fortalezas y debilidades ya que en el caso de los hoteles boutique su principal fortaleza es el tipo de servicio personalizado que ofrecen a sus huéspedes, es decir que ellos se sientan como si estuvieran en su propia casa con un personal que se preocupa en cada momento de sus necesidades y además de estar ubicados en su mayoría en edificaciones antiguas con un gran valor arquitectónico e histórico, que han sido previamente restauradas no solo para brindar el servicio de hospedaje sino además de contar con instalaciones para restaurantes, cafeterías, bares, tiendas de artesanías, spa entre otros, aprovechar al máximo sus espacios y ofrecer una amplia variedad de servicios dentro de sus instalaciones. Cabe señalar que no todos los hoteles boutique necesariamente se encuentran ubicados en casas antiguas ya que algunos de ellos han optado por instalarse en edificaciones modernas.

En cuanto a las debilidades de un hotel boutique es que en muchos casos son establecimientos con poca experiencia en el mercado a diferencia de otros que puedan estar varios años en la industria hotelera. Otra de sus debilidades es que requieren constantemente adecuaciones en sus instalaciones debido a que la mayoría de ellos se encuentran ubicados en edificaciones antiguas.

En lo que se refiere a los hoteles convencionales con relación a sus fortalezas es que son hoteles con experiencia en la industria hotelera, que en muchas ocasiones pertenecen a grandes cadenas hoteleras que tienen su marca y servicios bien posicionados. Además de tener una ventaja competitiva con respecto a sus precios que pueden ser más bajos que un

hotel tipo boutique. Las principales debilidades de estos hoteles es que debido a su gran número de habitaciones les es difícil ofrecer una atención personalizada a sus huéspedes. Otro aspecto negativo interno son los índices de calidad bajos que van a depender de la categoría del establecimiento es decir de un hotel de lujo o primera y de un hotel de segunda respectivamente. Otra debilidad que tienen los hoteles boutique es en la parte ambiental al ser construidos en casas que datan del siglo XIX, no cuentan con parámetros ambientales es decir, salidas de emergencia, en caso de producirse un incendio al ser madera antigua el fuego se extendería más rápidamente ningún hotel boutique cuenta con parámetros de normas ISO.

En lo que se refiere al ambiente externo, es decir a las oportunidades y amenazas, se pudo constatar que no existe mayor diferencia entre los hoteles boutique y los hoteles convencionales debido a que pertenecen a la misma industria. Sus factores positivos que pueden ser aprovechados son expandirse a nivel nacional e internacional, incremento de la actividad turística, fidelización de los clientes, etc. Además de otros factores que se dan específicamente entre los hoteles boutique del Ecuador y de los hoteles convencionales nacionales como interés de las personas en conocer países pequeños, saturación de los destinos tradicionales.

CAPÍTULO II

PERSPECTIVAS DE LOS HOTELES BOUTIQUE

2.1 INTRODUCCIÓN

Los hoteles boutique corresponden a una nueva tendencia de establecimientos hoteleros, que se han implementado en diferentes ciudades alrededor del mundo, en edificaciones de gran valor arquitectónico, rodeadas de un sin número de atractivos turísticos o simplemente en zonas modernas en las cuales se realizan construcciones específicamente para ofrecer el servicio de alojamiento. Estos hoteles han buscado la diferenciación tanto de los servicios como de sus instalaciones, las mismas que han sido diseñadas exclusivamente para aquellas personas que buscan un lugar exclusivo en donde hospedarse, lleno de detalles en su decoración interior y equipados con los mejores servicios en cada una de sus habitaciones, que por lo general tienen ambientes totalmente diferentes una de la otra y además cuentan con una exquisita variedad de gastronomía tanto nacional como internacional. Por lo tanto son establecimientos que están equipados con todo lo necesario para brindar la mejor atención a cada uno de sus huéspedes o clientes en general, a cargo de un personal profesional altamente capacitado.

2.2 TENDENCIAS FUTURAS EN EL NEGOCIO DE LOS HOTELES BOUTIQUE

Los hoteles boutique a nivel mundial, se seguirán desarrollando en diferentes países como España, Estados Unidos de Norteamérica, México, Argentina y Brasil debido a que este concepto de hotel se ha hecho conocido en estos países, en donde se han establecido hoteles boutique muy bien

diseñados y pensados, no únicamente en centro históricos, en edificaciones antiguas, sino en zonas comerciales con construcciones diseñadas exclusivamente para este tipo de hoteles. Los hoteles con estas particulares características llaman la atención de los usuarios debido al mejoramiento continuo de sus servicios. Por esta razón en ciertas ciudades, debido a la gran acogida de los ya conocidos hoteles boutique se implementarán establecimientos cada vez más llamativos que incentiven al huésped a llegar a hoteles relativamente pequeños, que cuenten un servicio excepcional en cada una de sus instalaciones, ya que son hoteles que por lo general mantienen muy buenos restaurantes y bares.

A pesar de que en el Ecuador no existe aún una disposición que establezca como categoría a los hoteles boutique, dentro del Reglamento General de Actividades Turísticas, existe únicamente lo relativo a establecimientos hoteleros de otras categorías como hoteles de lujo, hoteles de primera, segunda, tercera y otras clasificaciones como hostales, hosterías, moteles, etc. Por lo tanto la categoría propiamente de hoteles boutique no consta todavía dentro de la normativa. Sin embargo no se descarta la posibilidad de que en un futuro cercano la categoría de hoteles boutique sea incluida dentro de la ley de turismo.

Actualmente la ley de turismo vigente se encuentra en un proceso de renovación para lo cual realizan una serie de procesos de socialización para poder aprobar un proyecto de ley de turismo, que todavía no cuenta con un marco legal aprobado a través de la Asamblea Nacional que rija los destinos de la actividad turística. Una vez aprobados los cambios de la nueva ley de turismo se hace conocer al público el marco constitucional acerca de la, (ley de turismo, 1997).

En el caso del Ecuador el tema de hoteles boutique se seguirá desarrollando en ciertas ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja, ya que fueron las primeras en introducir esta nueva alternativa de establecimientos, que ha generado una demanda de personas muy significativa, quienes además han optado por hospedarse en lugares diferentes que prestan un servicio de la

más alta calidad, entonces porque no hablar de que los empresarios hoteleros desarrollen nuevos hoteles boutique en diferentes ciudades en donde este tipo de hoteles han tenido una gran aceptación, así mayor competitividad entre los hoteles de este tipo ya existentes, al crear una mayor demanda de la actividad turística y además de poder implementarse en otras ciudades de gran valor histórico como Riobamba, Ambato, Ibarra, lugares que cuentan con maravillosos centros históricos, con edificaciones con una arquitectura muy particular en donde se podrían instaurar establecimientos hoteleros tipo boutique con características muy similares o aún mejores a los existentes en otras ciudades del país.

2.3 Principales Aspectos de los Hoteles Boutique del Ecuador

Los hoteles boutique en el Ecuador cumplen con características similares, que hace que cada uno de ellos dependa de la ciudad en la cual se encuentren como Quito, Guayaquil y Loja, busquen la satisfacción de sus huéspedes, a través de servicios personalizados para cada uno de ellos, contar con una ubicación estratégica sea esta en el centro histórico o en zonas exclusivas comerciales con decoraciones interiores que los hace únicos y diferentes con relación a la hotelería tradicional, en el caso de hoteles ubicados en el centro histórico de Quito como el hotel Patio Andaluz y el hotel Plaza Grande, en el primero se ha tratado de mantener una decoración colonial y republicana, en donde el huésped se puede transportar a aquellas épocas pasadas en donde se utilizaban cierto tipo de mobiliario y decoración interior.

A diferencia del Plaza Grande que desde sus inicios este inmueble se distingue del resto de casas coloniales del centro histórico por su peculiar altura y su arquitectura neoclásica y ecléctica, con una decoración interior mucho más clásica.

Por otro lado los hoteles ubicados en zonas más apartadas como es el caso del hotel *Le Parc*, tienen una edificación moderna y un diseño interior de

otras características, puesto que se utilizaron para su decoración piezas exclusivas de diseñadores. Un hotel de similares características es el hotel *NüHouse*, ya que dentro de sus instalaciones se puede observar un diseño totalmente moderno, para gente que le gusta lo cosmopolita y estar rodeado de la zona nocturna de la ciudad de Quito. Por otra parte en lo que respecta a la ciudad de Loja, se encuentra el hotel Grand Victoria, el cual comparte similares característica con los hoteles boutique de Quito, debido a que se ubica en el centro histórico de la ciudad, en una edificación que tuvo que ser totalmente reconstruida debido al mal estado en el que se encontraba, pero se trató en lo posible de realizar una construcción acorde al resto de viviendas que se encuentran en el centro de la ciudad. En lo que se refiere a la ciudad de Guayaquil, el tema de hoteles boutique es muy reducido por lo que únicamente se encuentra el hotel Orilla del Río, ubicado a las afueras de la ciudad, con características muy distintas al resto de establecimientos, (Ver anexo 20).

Se trata por lo tanto de hoteles relativamente pequeños que tienen entre 6 y 50 habitaciones. Cada una de ellas equipadas con los mejores servicios para así satisfacer al máximo cada necesidad de los huéspedes. A más de ofrecer el servicio de alojamiento son hoteles que tienen a disposición del huésped y de las personas una amplia variedad de gastronomía tanto nacional como internacional. Por lo general este tipo de hoteles cuentan con diferentes instalaciones para ofrecer el servicio de alimentos y bebidas, al tener muchos de ellos con restaurante, cafetería y bar, como es el caso del hotel Plaza Grande que tiene el restaurante Belle Epoque con comida gourmet, el Café Plaza Grande con un menú más típico y con la Cava el Claustro, un lugar con una amplia variedad de vinos que pueden ser acompañados de comida mediterránea. Por otra parte, hoteles como él Le Parc tiene dentro de sus instalaciones una franquicia muy reconocida de comida japonesa denominada Sake y además de contar con Le bar el cual ofrece una variedad de bebidas y tapas. De igual manera sucede con el *NüHouse*, el cual crea varias líneas de negocio, al contar con tres restaurantes para diferentes segmentos de mercado. Por lo tanto son

hoteles que a pesar de tener poco tiempo en la industria hotelera han sabido crear instalaciones acordes a los gustos y preferencias de los distintos usuarios, al distinguirse una variedad de servicios que van más allá del simple hospedaje al contar con una amplia oferta gastronómica innovadora y exquisita, (Ver anexo 21).

En cuanto a la publicidad que utilizan los hoteles boutique para promocionar sus servicios localmente es a través de prensa escrita como revistas y periódicos de mayor circulación en el país, por medio de folletería que se entrega a diferentes agencias de viajes o se encuentran internamente en el hotel. Otros hoteles como él *LeParc* manejan su publicidad con alianzas estratégicas con tarjetas de crédito como Pacificard para promocionar sus servicios en fechas especiales. Todos los hoteles cuentan con su propia página web para promocionar sus diferentes servicios, y además los usuarios tienen la facilidad de realizar reservas *on line* de la habitación de su preferencia. En lo que se refiere a la promoción internacional se realiza por medio de distintas páginas *web* o simplemente por recomendaciones de otros huéspedes que se han sentido completamente a gusto durante su estadía en cualquiera de estos establecimientos.

Cada uno de los hoteles boutique tienen proyectos a futuro para seguir mejorando constantemente cada una de sus instalaciones, ya sean dentro de sus habitaciones, al mejorar sus servicios o bien sea ampliando sus áreas de alimentos y bebidas para poder atender a un mayor número de personas. Cada uno de los proyectos que tienen los distintos hoteles deberá cumplir con todas las normas que exige el municipio ya que al realizarse cualquier tipo de adecuación en casas patrimoniales como es el caso del hotel Patio Andaluz y Plaza Grande se necesita de previa autorización. Dentro de los proyectos de estos hoteles es ampliar sus negocios y ofrecer otro tipo de hoteles como el hotel Plaza Grande que tiene previsto instalar hoteles de menor categoría o ya sea tipo *resort* para crear mayor número de establecimientos en las afueras de Quito. Otro establecimiento que tiene previsto ampliar su línea de hoteles para otro segmento de mercado es el

Hotel NüHouse, de la mano de los Corporate Hotels en ciudades como Guayaquil y Manta, (Ver anexo 22organigrama de hoteles boutique).

2.4 ASPECTOS DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN CUENCA

Los diferentes hoteles boutique que se implementaron en la ciudad de Cuenca, a partir del año 2000, cumplen con características similares en lo que respecta a su ubicación, ya que cada uno de ellos se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad en edificaciones republicanas, que llevan consigo una gran historia y arquitectura que se puede apreciar en sus fachadas. En su parte interior cada uno de estos maravillosos hoteles tiene una decoración que los hace únicos y diferentes entre sí, como es el caso de la Mansión Alcázar que en sus espacios tiene un diseño diferente, resaltar así un estilo más europeo que se aprecia en sus habitaciones o áreas sociales. Otro ejemplo es el Hotel Santa Lucia en donde la decoración está rodeada de paredes pintadas y de una serie de elementos que lo hacen revivir épocas pasadas. En el caso del hotel Carvallo se ha tratado de mantener una decoración un poco más sencilla al utilizar mobiliario propio de la ciudad con un muy buen diseño y calidad.

Cada uno de estos hoteles boutique ha sabido adaptar adecuadamente sus instalaciones para ofrecer servicio de restaurante, cafetería y bar. Cada una de ellas con un diseño diferente, como es el caso del hotel Santa Lucia que ofrece un restaurante en el patio central del hotel con un estilo más tradicional, una cafetería con un estilo más republicano y el bar con una decoración al estilo oriental. Estas diferentes opciones hacen que el huésped o los clientes puedan escoger de acuerdo a sus preferencias. En el caso de otros hoteles como la Mansión Alcázar, se ofrece un restaurante que tiene dos áreas, es decir una que se encuentra en la parte exterior en un lugar más romántico como es la pérgola y otra que vendría hacer el salón tradicional. A más de tener un bar con una carta muy variada de bebidas. Estos dos establecimientos mencionados se diferencian del hotel Carvallo, debido a que este último únicamente cuenta con un restaurante

exclusivamente para los huéspedes, en donde se prestan diferentes servicios que pueden ser desde un desayuno hasta una cena y además de contar con un convenio con el restaurante cuatro ríos, en donde el huésped puede escoger entre un variado menú.

Después de analizar las distintas características y servicios de los hoteles boutique, y darse cuenta que son establecimientos que tienen todo lo necesario para seguir generando mayor demanda de usuarios, que conozcan los beneficios de hospedarse en lugares pequeños con un excelente servicio, en donde lo más importante es la satisfacción de sus clientes y además de ser hoteles que dentro de sus estrategias, el mejoramiento continuo es muy importante no solamente relacionado a la calidad de sus servicios sino al mejoramiento de sus instalaciones. Por otra parte el hotel Carvallo tiene previsto ampliar la capacidad de personas para eventos y además de implantar el servicio de una cafetería. A diferencia del hotel Santa Lucia que dentro de sus proyectos esta la implementación de un hotel de las mismas características en la ciudad de Guayaquil. Con cada uno de estos proyectos se puede constatar que los hoteles boutique en Cuenca quieren crecer debido a la gran aceptación que han tenido y porque no pensar que se seguirá desarrollando cada vez más este tipo de hotelería dentro del centro histórico o en zonas aledañas a este, ya que Cuenca es el lugar ideal para implementar hoteles boutique de igual o mejores características.

2.5 *Check List* de aspectos ambientales al sector de la hostelería y turismo

a. Geográfico

Los hoteles boutique Mansión Alcázar, Carvallo y Santa Lucia se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad de Cuenca y forman parte de los hoteles más lujosos de la urbe colonial. Los tres hoteles poseen características muy similares por su ubicación, concepto de hoteles

boutique, categoría, y que son remodeladas de casas de familias adineradas a centros de hostelería.

b. Monitoreo

Se visitó los tres hoteles Mansión Alcázar, Carvallo y Santa Lucía por cada departamento del hotel, la cocina, cuarto de máquinas, lavandería, y bar restaurante, para poder ejecutar el *Check list* de aspectos ambientales y la observación directa.

2.6 Marco Legal

Es análisis del marco político, legal e institucional relacionado con el estudio de impactos ambientales, se enmarcan en los principios básicos establecidos en las políticas del país, entre las normas legales donde establece el marco jurídico para la elaboración del estudio de impactos ambientales se encuentra en la siguiente legislación:

- Constitución Política del Ecuador (2008).
- Codificación ley de Gestión Ambiental (2008).
- Ley forestal y de conservación de áreas naturales y vida silvestre
- El Texto Único de Legislación Ambiental Secundaria (Tulas) Libro VI (2002).
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).
- Manual de Buenas Prácticas ambientales

(Ver anexo 23 requisitos legales ambientales para los hoteles)

2.7 Parámetros y límites permisibles de la calidad del recurso

Los niveles de presión sonora equivalente, NPSeq, expresados en decibeles, en ponderación con escala A, que se obtengan de la emisión de una fuente fija emisora de ruido, no podrán exceder los valores que se fijan en la Tabla 1.

Tabla 1 Niveles máximos de ruido permisibles según uso del suelo

TIPO DE ZONA SEGÚN USO DE SUELO	NIVEL DE PRESIÓN SONORA EQUIVALENTE NPS eq [dB(A)]	
	DE 06H00 A 20H00	DE 20H00 A 06H00
Zona hospitalaria y educativa	45	35
Zona Residencial	50	40
Zona Residencial mixta	55	45
Zona Comercial	60	50
Zona Comercial mixta	65	55
Zona Industrial	70	65

2.8 Metodología

La metodología utilizada en la salida de campo a los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, para realizar una evaluación de impactos ambientales ex-post según la metodología aplicada con es la ficha de apoyo del *CHECKLIST* (lista corta simple) para la aplicación en hoteles, en esta lista corta simple constan los componentes de, Rodríguez,2000).

- Emisiones
- Vertidos
- Residuos urbanos
- Residuos peligrosos
- Consumo
- Ruidos y vibraciones.

2.9 INSPECCIÓN DE CAMPO

Para esta inspección se utilizó el Check list adjunto, (Ver Anexo24matriz ambiental *Check list*)

2.10 RESULTADOS

Los resultados obtenidos son los siguientes:

CHECK LIST DE ASPECTOS AMBIENTALES AL SECTOR DE HOTELERÍA Y TURISMO

DIRIGIDO A: HOTELES BOUTIQUE

OBJETIVO: Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos sobre la metodología de evaluación de impactos ambientales en un “caso éxito” de una hotelera nacional.

MOTIVACIÓN: Saludos cordiales, le invitamos a colaborar con la mejor predisposición y mayor seriedad en el llenado de la siguiente “lista de control ambiental” a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso académico y de máxima confidencialidad, como insumos de evaluación y valoración de impactos ambientales.

INSTRUCCIONES: La lista se presenta a título de ejemplo, y no pretende ser exhaustiva. No todos los aspectos considerados pueden afectar a un establecimiento; del mismo modo, el establecimiento podría poseer algunos aspectos medioambientales no considerados aquí.

El tipo define si el aspecto es consecuencia de:

- condiciones normales de operación: CN
- condiciones anormales: CA
- incidentes: I
- accidentes/emergencias medioambientales: AE
- no presenta: NP
- no aplica: NA

Adaptado por Víctor Hugo Abril, Ph.D. en base al “Borrador de Propuestas de Buenas Prácticas Medioambientales al Sector Hostelero”. Ayuntamiento de Gozón, Principado de Asturias - España, 2001.

Tabla 2 Componente 1. Emisiones

COMPONENTE 1. EMISIONES		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Emisiones de caldera de agua caliente sanitaria	Saneamiento / calefacción	CN
Emisiones de caldera de calefacción	Saneamiento / calefacción	NP
Humos de cocina	Cocina	CN
Emisiones que puedan causar olores molestos	Cocina	CN
Emisiones de vehículos	Transporte	CN
Emisiones COVs (compuestos volátiles orgánicos) de tintorería (percloroetileno)	Lavandería / tintorería	NP
Emisiones de grupos electrógenos	General	I
Fugas de CFC / HCFC (clorofluorocarburos / hidroclorofluorocarburos)	Climatización / cámaras frigoríficas / congeladores	NA
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Tabla 3 Componente 1. Vertidos

COMPONENTE 2. VERTIDOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Vertido de aguas residuales sanitarias	Cocina / habitaciones / lavandería / resto de instalaciones	CN
Vertido de agua con cloro (Cl) a red de saneamiento (lavado de filtros)	Piscina	NP
Vertido accidental de agua con cloro (Cl)	Piscina	NP
Fugas de combustibles o aceites industriales al agua / suelo	Mantenimiento	CA
Fugas de productos químicos al agua / suelo	Mantenimiento / limpieza	CA
Vertido accidental de pesticidas / fertilizantes al agua / suelo	Mantenimiento de jardines	CN
Vertido de residuos peligrosos en caso de incendio	General	CA
Aguas pluviales contaminadas por manchas de hidrocarburos / aceites del aparcamiento	Aparcamiento	CA
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Tabla 4 Componente 1. Residuos Urbanos

COMPONENTE 3. RESIDUOS URBANOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Papel / cartón	Administración / habitaciones / resto de instalaciones	CNC N
Tóner y cartuchos de tinta	Administración	CA
Otras basuras	Habitaciones / zonas comunes	CA
Plásticos	General	CN
Embalajes de madera	Mantenimiento / cocina / administración	NP
Restos metal / chatarra	Mantenimiento	CA
Mobiliario / electrodomésticos usados	Mantenimiento	CN
Residuos orgánicos (restos verdes)	Mantenimiento de jardines	CN
Otros envases y embalajes	Cocina / bar / restaurante	CA
Residuos orgánicos (restos comidas)	Cocina / bar / restaurante	CA
Envases de vidrio	Cocina / bar / restaurante	CN
Aceites / grasas de alimentación residuales	Cocina	CN
Envases detergentes / suavizantes	Cocina	CN
Residuos inertes	Construcción / reforma	NP
Lodos de depuradora	Depuradora	NP
Otro (especificar)		
COMPONENTE 4. RESIDUOS PELIGROSOS		

<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Pilas (normales y botón)	Administración / habitaciones	CA
Fluorescentes y bombillas de bajo consumo	Mantenimiento / iluminación	CN
Envases de productos químicos, entre otros: <ul style="list-style-type: none"> - Pesticidas / fertilizantes - Raticidas / desinfectantes - Productos de limpieza (amoníaco – NH₃, lejía - NaClO, desengrasantes, agua fuerte – HCl, etc.) - Cloro (Cl), alguicidas, reguladores de pH - Aceites industriales usados - Pinturas y barnices - Percloroetileno – C₂Cl₄ (lavandería) - Disolventes 	Mantenimiento / limpieza / piscinas	CA
Aceites industriales usados	Mantenimiento	CA
Disolventes usados	Mantenimiento	CA
Trapos / serrín impregnado con aceites o disolventes	Mantenimiento	CA
Material sanitario: <ul style="list-style-type: none"> - Residual (apósitos, gasas, etc.) - Punzantes (jeringuillas usadas) - Medicamentos caducados 	Servicio médico	CA
Baterías	Transporte	NA
Filtros de sistema de ventilación	Ventilación	NP
Residuos de incendios	General	NP
Aceites de transformadores con bifenilospoliclorados (PCBs)	General	NP
Transformadores (por sustitución)	General	NP
Fuentes radioactivas directores de humo	General	NP
Otro (especificar)		

Fuente: Propia

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Tabla 5 Componente 1. Consumos

COMPONENTE 5. CONSUMOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Gasóleo (diesel)	Calefacción / grupos electrógenos	CN
Gas (natural, etc.)	Calefacción / cocina / otras actividades	CN
Propano (C_3H_8)	Calefacción / cocina / otras actividades	NP
Alimentos y bebidas	Cocina / bar / restaurante	CN
Gasolina	Transporte y mantenimiento de jardines	CN
Consumo de plaguicidas y fertilizantes	Mantenimiento de jardines	NP
Consumo de aceites industriales	Mantenimiento	CN
Consumo de disolventes	Mantenimiento	NA
Consumo / emisiones de cloro – Cl	Mantenimiento de piscina	NA
Agua de red municipal	Servicios sanitarios / piscina	CN
Consumibles de oficina	Administración	CN
Energía eléctrica	General	CN
Consumo de otras sustancias peligrosas	General	NP
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Tabla 6 Componente 1. Ruidos y Vibraciones

COMPONENTE 6. RUIDOS Y VIBRACIONES		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Instalación aire acondicionado	Climatización	NP
Bombas de agua / depuradora	Piscina	NP
Cortacésped, segadoras, etc.	Mantenimiento de jardines	CN
Electrodomésticos	Cocina	CN
Ruido salas de fiesta	Salas de fiesta	CA
Ascensores	Funcionamiento	CN
Construcciones y reformas	Mantenimiento	

Elaborado por: Melissa Rodríguez

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ESPACIO RESERVADO PARA SEGUIMIENTO Y CONTROL

Tabla 7 Componente 1. Encuesta

Nombre y Apellido del encuestador: ESTEFANIA MELISA RODRIGUEZ SANTOS			
Fecha (día / mes / año)	08	ABRIL	2014
Ubicación (regional / provincia / cantón / parroquia / calles / teléfono)	Regional 6	Azuay	Cuenca
	Centro Histórico de Cuenca	Bolívar y Sucre	
Hora inicio y término (hora / minutos)	10h00am		20h00pm
SUPERVISIÓN: Visita conjunta <input checked="" type="radio"/> Control telefónico <input type="radio"/> Revisión <input type="radio"/> cuestionario			
 FIRMA ENCUESTADOR		FIRMA SUPERVISOR	

Elaborado por: Melissa Rodríguez

CÓDIGO

Tabla 8 Emisiones

COMPONENTE 1. EMISIONES		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Emisiones de caldera de agua caliente sanitaria	Saneamiento / calefacción	CN
Emisiones de caldera de calefacción	Saneamiento / calefacción	NP
Humos de cocina	Cocina	CN
Emisiones que puedan causar olores molestos	Cocina	CN
Emisiones de vehículos	Transporte	CN
Emisiones COVs (compuestos volátiles orgánicos) de tintorería (percloroetileno)	Lavandería / tintorería	NP
Emisiones de grupos electrógenos	General	I
Fugas de CFC / HCFC (clorofluorocarburos / hidroclorofluorocarburos)	Climatización / cámaras frigoríficas / congeladores	NA
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

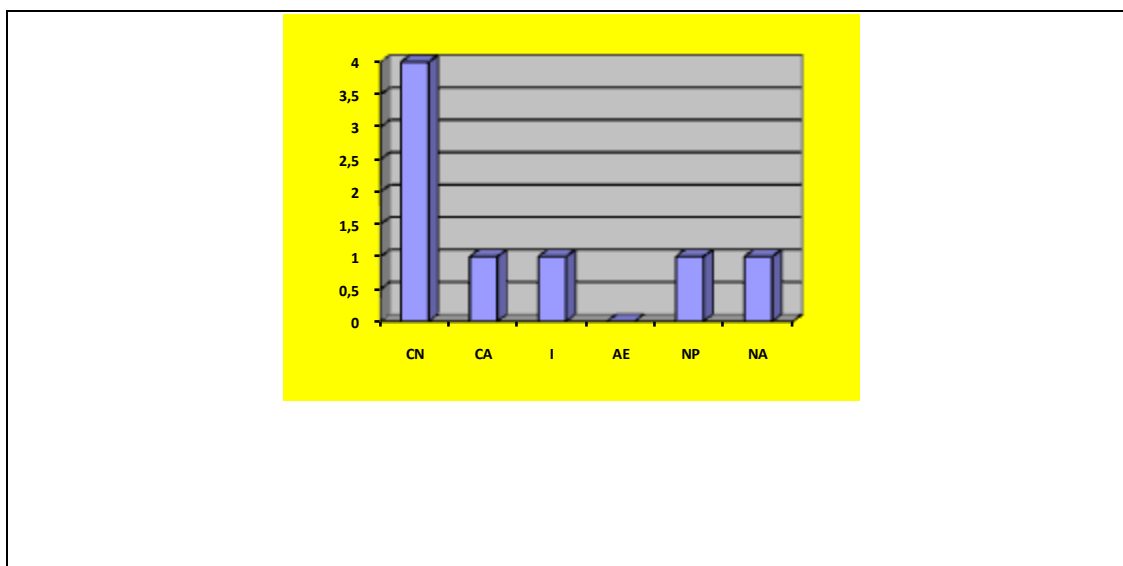


Gráfico: 1Emisiones

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Parámetro	Porcentaje
CN	50
CA	12,50
I	12,50
AE	0
NP	12,50
NA	12,50

Elaborado por: Melissa Rodríguez

- El 50% de las emisiones de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca están en condiciones normales.
- El 12,50% de las emisiones de los hoteles boutique están en condiciones anormales y presentan incidentes
- Otro 12,50% de las emisiones de los hoteles boutique, no presentan ni aplican parámetros de calificación

Tabla 9 Vertidos

COMPONENTE 2. VERTIDOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Vertido de aguas residuales sanitarias	Cocina / habitaciones / lavandería / resto de instalaciones	CN
Vertido de agua con cloro (Cl) a red de saneamiento (lavado de filtros)	Piscina	NP
Vertido accidental de agua con cloro (Cl)	Piscina	NP
Fugas de combustibles o aceites industriales al agua / suelo	Mantenimiento	CA
Fugas de productos químicos al agua / suelo	Mantenimiento / limpieza	CA
Vertido accidental de pesticidas / fertilizantes al agua / suelo	Mantenimiento de jardines	CN
Vertido de residuos peligrosos en caso de incendio	General	CA
Aguas pluviales contaminadas por manchas de hidrocarburos / aceites del aparcamiento	Aparcamiento	CA
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

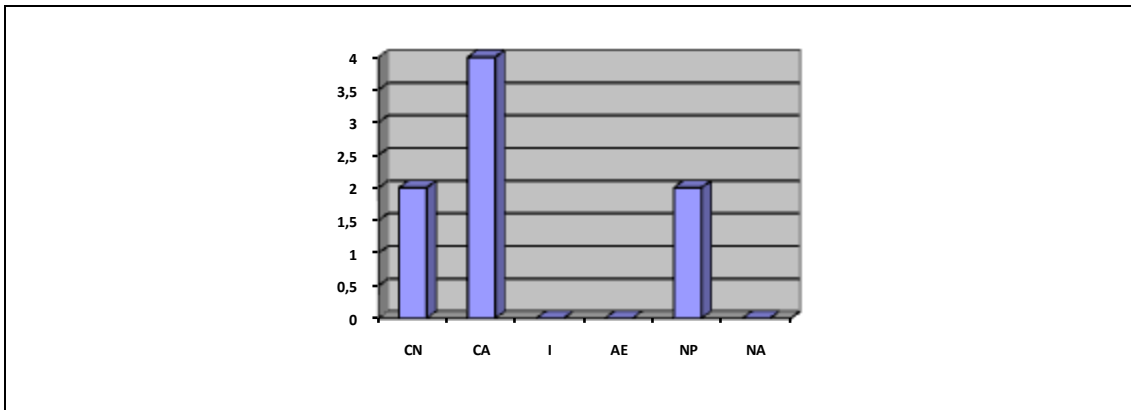


Gráfico: 2 Vertidos

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Parámetro	Porcentaje
CN	25
CA	50
I	0
AE	0
NP	25
NA	0

Elaborado por: Melissa Rodríguez

- El 50% de los vertidos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, están en condiciones anormales
- El 25% de los vertidos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, están en condiciones normales
- El otro 25% de los vertidos de los hoteles boutique de Cuenca no presentan parámetros para ser calificados.

Tabla 10 Residuos Urbanos

COMPONENTE 3. RESIDUOS URBANOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Papel / cartón	Administración / habitaciones / resto de instalaciones	CN
Tóner y cartuchos de tinta	Administración	CA
Otras basuras	Habitaciones / zonas comunes	CA
Plásticos	General	CN
Embalajes de madera	Mantenimiento / cocina / administración	CN
Restos metal / chatarra	Mantenimiento	CA
Mobiliario / electrodomésticos usados	Mantenimiento	CN
Residuos orgánicos (restos verdes)	Mantenimiento de jardines	CN
Otros envases y embalajes	Cocina / bar / restaurante	CN
Residuos orgánicos (restos comidas)	Cocina / bar / restaurante	CN
Envases de vidrio	Cocina / bar / restaurante	CN
Aceites / grasas de alimentación residuales	Cocina	CN
Envases detergentes / suavizantes	Lavandería / cocina	CN
Residuos inertes	Construcción / reforma	NP
Lodos de depuradora	Depuradora	NP
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

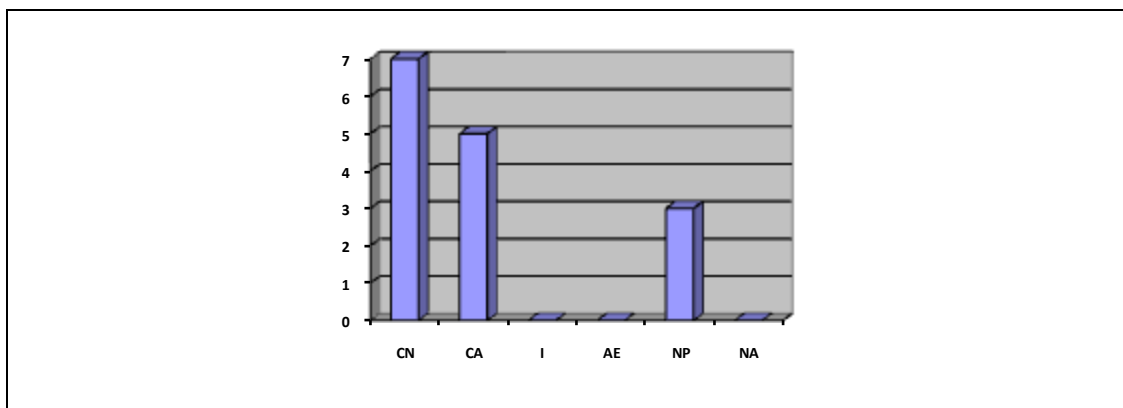


Gráfico: 3 Residuos Urbanos

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Parámetro	Porcentaje
CN	45
CA	35
I	0
AE	0
NP	20
NA	0

Elaborado por: Melissa Rodríguez

- El 45% de los residuos urbanos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, son desechados en condiciones normales
- El 35% de los residuos urbanos de los hoteles boutique de Cuenca son desechados en condiciones anormales
- El otro 20% de los residuos urbanos de los hoteles boutique de Cuenca no presentan parámetros para ser calificados

Tabla 11 Residuos Peligrosos

COMPONENTE 4. RESIDUOS PELIGROSOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Pilas (normales y botón)	Administración / habitaciones	CA
Fluorescentes y bombillas de bajo consumo	Mantenimiento / iluminación	CA
Envases de productos químicos, entre otros: <ul style="list-style-type: none"> - Pesticidas / fertilizantes - Raticidas / desinfectantes - Productos de limpieza (amoníaco – NH₃, lejía - <u>NaClO</u>, desengrasantes, agua fuerte – HCl, etc.) - Cloro (Cl), alguicidas, reguladores de pH - Aceites industriales usados - Pinturas y barnices - Percloroetileno – C₂Cl₄ (lavandería) - Disolventes 	Mantenimiento / limpieza / lavandería / piscinas	CA
Aceites industriales usados	Mantenimiento	CA
Disolventes usados	Mantenimiento	CA
Trapos / serrín impregnado con aceites o disolventes	Mantenimiento	CA
Material sanitario: <ul style="list-style-type: none"> - Residual (apósitos, gasas, etc.) - Punzantes (jeringuillas usadas) - Medicamentos caducados 	Servicio médico	CA
Baterías	Transporte	NA
Filtros de sistema de ventilación	Ventilación	NP
Residuos de incendios	General	NP

Aceites de transformadores con bifenilospoliclorados (PCBs)	General	NP
Transformadores (por sustitución)	General	NP
Fuentes radioactivas directores de humo	General	NP
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

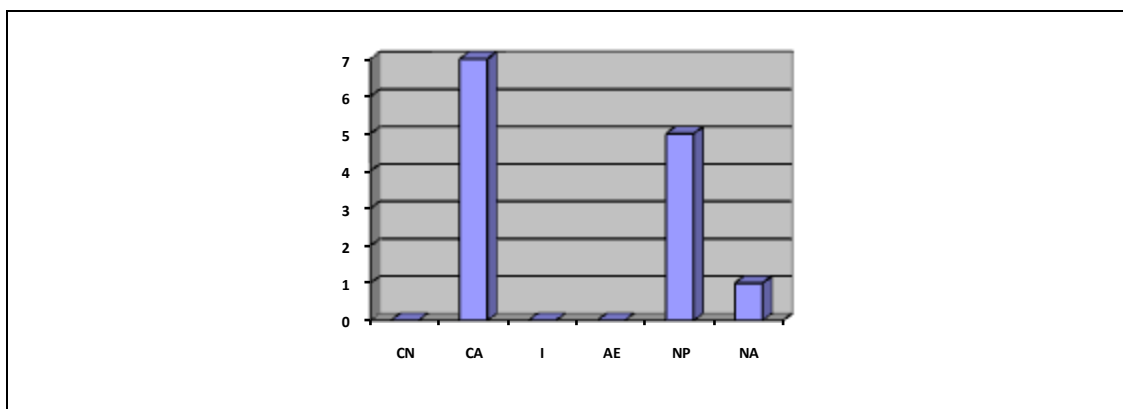


Gráfico: 4 Residuos Peligrosos

Elaborado por: Melissa Rodríguez.

Parámetro	Porcentaje
CN	0
CA	54
I	0
AE	0
NP	38
NA	8

- El 54% de los residuos peligrosos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca son considerados en condiciones anormales

- El 38% de los residuos urbanos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca y el 8% desechado en condiciones anormales.

Tabla 12 CONSUMOS

COMPONENTE 5. CONSUMOS		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Gasóleo (diesel)	Calefacción / grupos electrógenos	CN
Gas (natural, etc.)	Calefacción / cocina / otras actividades	CN
Propano (C_3H_8)	Calefacción / cocina / otras actividades	NP
Alimentos y bebidas	Cocina / bar / restaurante	CN
Gasolina	Transporte y mantenimiento de jardines	CN
Consumo de plaguicidas y fertilizantes	Mantenimiento de jardines	CN
Consumo de aceites industriales	Mantenimiento	CN
Consumo de disolventes	Mantenimiento	NA
Consumo / emisiones de cloro – Cl	Mantenimiento de piscina	NA
Agua de red municipal	Servicios sanitarios / piscina	CN
Consumibles de oficina	Administración	CN
Energía eléctrica	General	CN
Consumo de otras sustancias peligrosas	General	NP
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

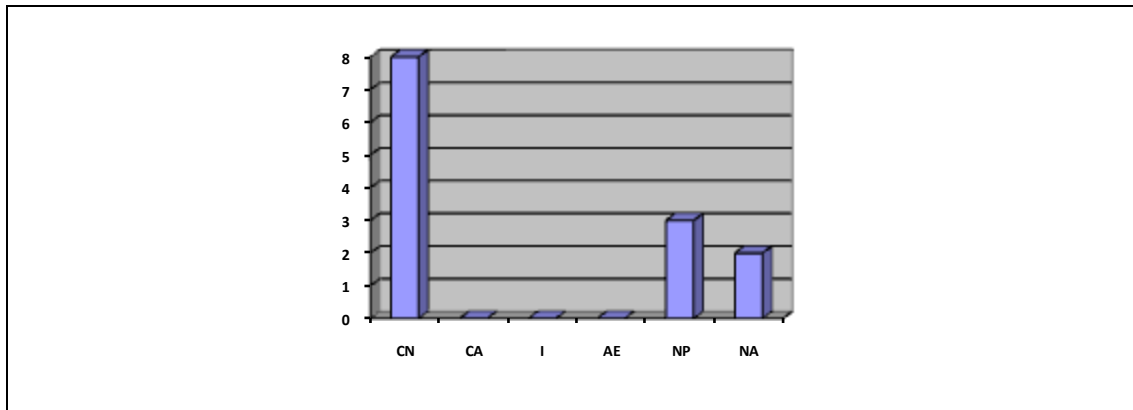


Gráfico: 5 Consumos

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Parámetro	Porcentaje
CN	63
CA	0
I	0
AE	0
NP	22
NA	15

Elaborado por: Melissa Rodríguez

- El 62% de los consumos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, están en condiciones normales
- El 23% de los consumos de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca no presentan y el otro 15% no aplican parámetros para ser calificados.

Tabla 13 RUIDOS Y VIBRACIONES

COMPONENTE 6. RUIDOS Y VIBRACIONES		
<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Instalación aire acondicionado	Climatización	NP
Bombas de agua / depuradora	Piscina	NP
Cortacésped, segadoras, etc.	Mantenimiento de jardines	CN
Electrodomésticos	Cocina	CN
Ruido salas de fiesta	Salas de fiesta	CA
Ascensores	Funcionamiento	CN
Construcciones y reformas	Mantenimiento	CA
Otro (especificar)		

Elaborado por: Melissa Rodríguez

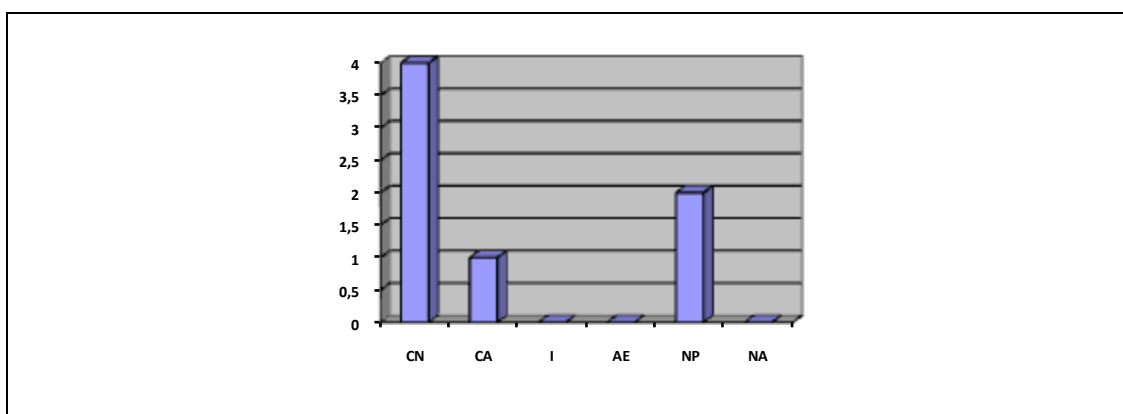


Gráfico: 6 Ruidos y Vibraciones

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Parámetro	Porcentaje
CN	56
CA	15
I	0
AE	0
NP	29
NA	0

Elaborado por: Melissa Rodríguez

- El 57% de los ruidos y vibraciones que se generan en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, están en condiciones normales.
- El 14% de los ruidos y vibraciones que se generan en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, están en condiciones anormales.
- El 29% de los ruidos y vibraciones que se generan en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, no presentan parámetros para ser calificados.

CAPÍTULO III

3.1 PROPUESTA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA LOS HOTELES BOUTIQUE DE LA CIUDAD DE CUENCA

Hoy en día hablar de ambiente, es hablar de vida, de herencia, de preservar lo que se tiene hoy para tenerlo en el mañana. Para muchos el concepto ambiental es nuevo e incompatible con la prosperidad económica, sin embargo la realidad es otra, se puede ser exitoso y rico, sin necesidad de exterminar el ambiente, es sólo aplicar las buenas prácticas ambientales y entender que la productividad debe ir a la par de la prosperidad ambiental y que no es mejor quien contamina, sino él que no lo hace.

La hostelería no escapa de esta regla, muchos hoteles en la actualidad, solamente tratan de cumplir con los requisitos mínimos ambientales como son los permisos municipales, sin ni siquiera darse la posibilidad de intentar ganar una certificación ambiental, la cual ante los ojos de los mercados internacionales, serían un pasaporte a captar dicho mercado, al volverse una ventaja sobre la competencia. Entonces, si hay tantas ventajas, ¿Por qué no las buscan? ¿Dinero, desconocimiento? ¿Quién sabe? La realidad es que Normas como las 14001 que tratan del ambiente, aún son nuevas en el medio y mucho más a nivel hotelero.

Al hablar de Buenas Prácticas Ambientales, lo primero que viene a la mente del lector es las ISO 14001 y si de calidad se trata de las ISO 9001; pero en realidad en cada una de las áreas del turismo se practican estas normas o quizás se han olvidado, al ser cambiadas por la ambición del dinero. La realidad actual, es que el factor económico no comprará ni un ambiente sano ni la calidad de un servicio, los cuales son el mejor *marketing* a nivel internacional, pues a diferencia de Sudamérica, entre otros quiere por ejemplo alojarse en un bonito hotel, pero no que eso equivalga a un hotel que contamine el ambiente o en el cual el trato no tenga calidad; por el

contrario el lujo se subleva a los cuidados ambientales y a la calidad del servicio.

La industria hotelera es consciente de que unas buenas prácticas ambientales se traducen en beneficios para la empresa, el medio ambiente y la sociedad en general. Además de reducir costes mejora la imagen social y garantizan un atractivo permanente para el destino de los turistas.

Las buenas prácticas ambientales en los hoteles deben ser consideradas muy importantes, para todas las industrias y las empresas de servicios entre ellos los hoteles si quieren tener buena imagen ante sus usuarios tendrán que implementar sistemas de gestión ambiental, lo cual le va a permitir incluso ahorrar en agua, energía e insumos químicos debido a que muchas veces se viene realizando actividades al usar exceso de insumos químicos por ejemplo a nivel de limpieza, lavado de ropa, otros; o se realice prácticas agresivas al medio ambiente sin saberlo, razón por la cual la incorporación de criterios de eco eficiencia y sostenibilidad ambiental en la gestión hotelera supone un importante reto competitivo para los alojamientos turísticos.

La creciente sensibilización y preocupación ambiental de los clientes, las nuevas exigencias legales en materia de medio ambiente y la necesidad de aplicar herramientas de gestión y tecnologías más limpias en la prestación de Los hoteles y el ambiente servicios hoteleros son algunas de las cuestiones más relevantes a tener en cuenta en este sentido.

En la actualidad, el ambiente aparece como un factor clave en la selección de la oferta turística y hotelera en una sociedad cada vez más concienciada sobre los problemas del medio ambiente y los efectos que sobre ese entorno pueden tener los productos y servicios de los que disfruta en sus viajes o momentos de ocio.

Además, se debe obviar los costes ambientales en los que incurre el sector como consecuencia de las inadecuadas prácticas en la gestión de los recursos por parte de los gestores y empleados de los hoteles o de la

ausencia de criterios de eco eficiencia en el diseño y mantenimiento de las instalaciones hoteleras (Núñez, 2011).

Por último, es muy importante subrayar que la aplicación de las buenas prácticas ambientales en los hoteles va a depender en buena medida del grado de concienciación e implicación del personal de los establecimientos hoteleros, por lo que una buena comunicación y formación es imprescindible en este sentido.

Por otra parte, el éxito de muchas de estas actuaciones los hoteles y el ambiente también depende directamente de su aceptación y de la participación de los usuarios de las instalaciones hoteleras, en particular aquellas dirigidas a fomentar el ahorro de agua y energía, por lo que deberían acompañarse de iniciativas de sensibilización y educación ambiental de los clientes del hotel por medio de materiales divulgativos.

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, al entenderse éste como un modo de relación entre los individuos y su entorno.

Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Existe un aumento en el flujo de individuos de procedencias y niveles socio-culturales muy distintos. Pero este movimiento demográfico tiene el carácter de circunstancial; esto implica que el individuo se encuentra constantemente frente a situaciones nuevas de organización y morfología del espacio, lo cual acarrea problemas en su desenvolvimiento y por consiguiente una mayor necesidad de información y orientación.

Por ejemplo, usuarios de diferentes nacionalidades, con su diversidad lingüística y cultural, grados de alfabetización, componentes psicológicos, etc., al interactuar en un lugar determinado: aeropuerto, centro médico, administración pública.

Precisamente la señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma “instantánea” y “universal”.

Responde a un lenguaje predominante visual y utiliza un sistema comunicacional mediante símbolos icónicos, lingüísticos, cromáticos y códigos de lectura conocidos por los usuarios a través de un programa de diseño previamente establecido. Estos códigos no necesariamente tienen que ser universales. Las señales pueden ser locales, creadas especialmente o adaptadas en cada caso particular.

Es aquí donde la identidad corporativa y la museografía son apoyadas por la señalética, ya que se permite ubicar al usuario donde se interesa que se encuentre, al reforzar la imagen pública o de marca a través de la unificación gráfica. A continuación se plantean comparativamente los aspectos que la caracterizan.

En el desarrollo se observa que resulta indispensable reconocer e identificar, los campos de acción, alcances y limitaciones, entre la señalización y la señalética, para a partir de este punto establecer sinergias que se permitan el desarrollo de un sistema propio, capaz de presentar soluciones a los problemas puntuales de la manera más universal y efectiva posible.

3.1.1 Reglamento técnico de señalización, (Reglamento Técnico 233, “Servicios Turísticos” Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, 2011).

Señales Turísticas y de Servicios

Propósito. Son aquellas que sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionando información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias.

Clasificación. Se clasifican en orientativas, Informativas de destinos, informativas de servicios, señales de aproximación a destinos turísticos, ejecutivas de destinos turísticos, señales identificativas y pictogramas.

- **Orientativas (O).** Sitúan a los individuos en su entorno, por ejemplo: tótems, mapas de ubicación.
- **Informativas (I).** Están en cualquier lugar del entorno y su función es de transmitir información sobre destinos y servicios turísticos; además agrupa toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: hospitales, Cruz Roja, de comunicación: teléfono, oficinas de correo, fax, internet; varios: hoteles, restaurantes, iglesias, vulcanizadoras, auxilio mecánico, estaciones de servicios, ayuda a discapacitados, etc.
- **Pictogramas (P).** Son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio.
 - Pictogramas de atractivos naturales. Representan la riqueza biodiversa de un lugar, una región y un país.
 - Pictogramas de atractivos turísticos culturales. Son símbolos representativos de la cultura que identifican a este tipo de bienes.
 - Pictogramas de actividades turísticas. Representan acciones de intereses turísticos y/o recreativos.

- Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos. Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.
- **Identificativas (ID).** Son señales para designar o confirmar la ubicación. Pueden ser: vallas turísticas de provincia, valla turística de capital de provincia, límites cantonales, poblaciones, pórticos de límite de provincia, pórticos de frontera.
- Forma. Las señales turísticas serán rectangulares o cuadradas depender del tipo de señal establecida en su clasificación.
Los pictogramas pueden convertirse en señales preventivas o de aproximación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 200 mm en la parte inferior, espacio en el que se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros.
De igual manera la mayoría de señales turísticas y de servicios pueden convertirse en señales restrictivas temporal o definitivamente de acuerdo a la necesidad o circunstancia.
- Ubicación. Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Se debe hacer aproximación sin exceder la distancia hacia el atractivo y colocarlas en la señal, en un rango de 15, 10, 5, 1 kilómetro, hasta los 500 metros.
Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe darse, al colocar una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m., al indicar la proximidad al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.
- Contenidos de los mensajes. Son variables y dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse.
- Creación de nuevos pictogramas. En caso de que alguna región del país necesitara algún pictograma específico de la zona, ya sea de

señales turísticas o de servicios, deberá solicitar al Ministerio de Turismo su conceptualización y desarrollo. El MINTUR (Ministerio de Turismo) deberá poner a consideración del INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) para su respectiva aprobación.

3.1.2 Normas de seguridad ocupacional, (Decreto Ejecutivo, 2393, 2008).

La implantación de un sistema de prevención de riesgos laborales dentro de una empresa solo puede tener ventajas: Asegurar el cumplimiento de la legislación referente a prevención de riesgos laborales, reducir los accidentes de trabajo, las enfermedades laborales y las bajas por enfermedad, generar un aumento de la productividad, favorecer las relaciones con los trabajadores, etc.

Por el contrario, la no implantación de un sistema de prevención, además de negativizar lo relacionado anteriormente, lleva consigo una serie de costes, tanto humanos como materiales.

Por todo esto, la gestión de la prevención de riesgos laborales tiene un significado ético y legal para la empresa, y posee un gran sentido económico.

3.2. Factores de Riesgo

Para realizar un plan de prevención de riesgos hay que identificar cuáles son esos riesgos.

Estos dependen de la empresa y la actividad que realice.

Los factores de riesgo se pueden clasificar en:

- Condiciones de seguridad (maquinaria, equipos y el propio lugar de trabajo).
- Medio ambiente (radicaciones, ruidos, ventilación, humedad, etc.).
- Contaminantes (aerosoles, vapores, virus, polen, etc.).
- Carga de trabajo (cargas pesadas, responsabilidades, trabajo monótono, etc.).
- Organización del trabajo (jornadas, relaciones personales, etc.).

Los riesgos se agrupan normalmente dentro de varias técnicas específicas como son: Seguridad Laboral, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología aplicada y Medicina del Trabajo.

3.2.1 Evaluación de riesgos (Aimacaña, 2013).

El empresario tiene la obligación legal de realizar una evaluación de los riesgos laborales en su empresa. Para ello, debe realizar una planificación de acciones preventivas basada en la evaluación inicial de los factores de riesgo y evaluar riesgos a la hora de elegir los equipos de trabajo. Al tener los resultados de dicho estudio, se adoptaran las medidas preventivas, protectoras e informativas necesarias para los trabajadores.

El proceso de evaluación de riesgos se compone de los siguientes elementos:

- Clasificación de las actividades de trabajo, con información sobre trabajadores expuestos
- Análisis de riesgos, identificar los peligros: máquinas, instalaciones, herramientas, materiales utilizados, etc.}
- Estimación del riesgo y del daño.
- Probabilidades de que ocurra.
- Valoración de los riesgos, planificar las medidas de control.
- Revisión del plan, comprobar la validez de las medidas adoptadas, los efectos secundarios, la opinión de los trabajadores y la periodicidad para su revisión, dejar constancia de la evaluación.

Las evaluaciones se deben revisar con la periodicidad acordada entre los trabajadores y la empresa y debe quedar documentada en cada puesto de trabajo. Hay que tener en cuenta que deben ser revisadas cuando se detecten daños en la salud, cuando las medidas preventivas hayan sido insuficientes, cuando haya cambios en las condiciones o en el puesto de trabajo y cuando haya nuevas altas de personal, maquinaria, materia prima, etc.

Esta evaluación puede ser realizada por el empresario, los delegados de prevención o una empresa externa (mutuas, empresas autorizadas, etc.). La evaluación de riesgos se resume en 4 apartados:

1. Evaluación de riesgos según la legislación específica.
2. Evaluación de riesgos que precisa métodos especializados de análisis, especialmente cuando se trata de ámbitos de alto riesgo (incendios, explosiones y accidentes graves).
3. Evaluación de riesgos sin legislación específica pero establecida en normas internacionales y nacionales Normas ISO (Organización Internacional de Normalización) o en guías de Organismos Oficiales.
4. Evaluación general de riesgos, englobar otros riesgos no contemplados anteriormente.

3.2.2 Implementación de la prevención

Cuando se haya realizado la información y evaluado y analizado la situación de los hoteles boutique, se debe reflejar en un documento las actividades y políticas preventivas y organizativas que se llevara a cabo para la prevención de riesgos y para mejorar la seguridad. A este documento y a esta actividad se denomina plan de prevención.

Para alcanzar una buena política de prevención de riesgos se debe concretar ¿qué, quién, cómo y cuándo realizarlo?, y documentarlo para su posterior evaluación.

3.2.3 Un buen plan de prevención se compone de los siguientes apartados

- Recopilar información y evaluar la situación.
- Definir los objetivos, al tener en cuenta todos y cada uno de los puestos de trabajo (y trabajadores) y los factores de riesgo que los rodean.
- Establecer recursos materiales, económicos y humanos.
- Asignar tareas, funciones, responsabilidades, acciones y actuaciones a llevar a cabo: información, formación, simulacros de emergencias, revisiones médicas, registro de incidentes.
- Seguimiento, revisión y actualización del plan.

Ejemplo de riesgos en recepción, dirección, oficinas.

Posibles riesgos

- Golpes y caídas por cajones abiertos y objetos en el suelo.
- Pantalla Ordenador: fatiga visual y postural.
- Cortes con hojas, grapadoras, tijeras...
- Sobreesfuerzo postural.
- Contactos eléctricos.

Posibles riesgos sala: camarero, *maitre*

- Caídas de objetos desprendidos.
- Golpes y cortes por vajilla rota, cuchillos, etc.
- Quemaduras: máquina de café.
- Caídas por resbalones, golpes, tropiezos por suelo sucio u objetos no recogidos.
- Trabajo de pie.

Posibles riesgos en platería

- Caídas de objetos mal almacenados.
- Sobreesfuerzo al levantar cargas.
- Caídas por suelo resbaladizo, acumulación de agua.
- Productos de limpieza mal etiquetados o en envases domésticos.

Posibles riesgos cocina: cámaras frigoríficas

- No mezclar productos de limpieza con alimenticios.
- Foco de incendios: limpiar periódicamente la campana extractora.
- Temperatura: ventilación para evitar golpes de calor.
- Extintores adecuados y señalizados.
- Picadoras, cortadoras: usar las máquinas con sus elementos de protección.
- Cortes: usarlos bien, guardar los elementos de corte, usar guantes.
- Incendio, explosión: verificar instalación de gas.
- Quemaduras: hornos, fogones, ollas. Usar elementos de protección.
- Montacargas protegidos. Usar prendas de protección para cámaras frigoríficas.
- Seguridad de apertura en el interior de las cámaras.

Posibles riesgos lencería, calderas

- Revisiones periódicas de las calderas.
- Señalización de elementos de extinción.
- Contactos eléctricos.
- Mantenimiento de orden y limpieza.
- Incendio de secadoras: limpieza de filtros.
- Carga de calor: ventilación adecuada.

Posibles riesgos servicio técnico

- Caídas de altura: usar escaleras reglamentarias.
- Usar todos los elementos de protección disponibles.

- Contactos eléctricos.
- Caídas por tropiezos, resbalones.
- Sobreesfuerzos.
- Incendios: Soldadura. Usar medios adecuados y sin elementos inflamables cerca.

Posibles riesgos camareras de pisos

- Uso de productos de limpieza: contacto con la piel, respiración, caída en el ojo, ingestión, etc.
- Golpes, pinchazos y cortes por elementos recogidos y objetos en el suelo.
- Contactos eléctricos: contactos en limpieza y aparatos (aspiradoras).
- Planos de evacuación en habitaciones.
- Sobreesfuerzos: dolores musculares por posturas y cargas.

Posibles riesgos en planta de hotel

- Revisión de iluminación de emergencia.
- Señalización de elementos de extinción.
- Revisiones periódicas de dichos elementos.
- Mantenimiento de orden y limpieza.
- Incendio de secadoras: limpieza de filtros.
- Carga de calor: ventilación adecuada.

Posibles riesgos salidas de emergencia y elementos de protección contra incendios

- No bloquear las puertas de las salidas de emergencia; deberán estar libres de obstáculos.
- Correcta señalización de todos los elementos de protección contra incendios.
- Todos los elementos de protección deberán estar correctamente revisados.
- Cuadros eléctricos identificados y protegidos.

Posibles riesgos en almacenes

- Orden y limpieza: correcto almacenamiento de todos los objetos y productos.
- Estanterías en buen estado, ancladas a la pared para evitar derrumbes y con toma de tierra.
- Correcta ubicación de los almacenes y señalización e iluminación acordes con la legislación vigentes.

Posibles riesgos en personal en desplazamiento

Accidente *in itinere* (accidente en el trayecto trabajo-casa o casa-trabajo):
Respetar las normas de seguridad vial.

Con relación ya al manejo de la parte ambiental, los tres hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, no posee ningún tipo de certificación ambiental a más de los permisos obligatorios que demanda el municipio y el ministerio del ambiente del país. Con relación a las Normas ISO (Organización Internacional de Normalización) 9001 de calidad y 14001 de gestión ambiental, las personas entrevistadas gerentes de los tres hoteles Santa Lucia, Carvallo y Mansión Alcázar, mostraron un desconocimiento de las mismas, al aludir que en realidad las únicas certificaciones que posee el hotel son la del *TripAdvisory* la Q de calidad, las mismas que han sido obtenidas por recomendaciones de los huéspedes o por el buen servicio con ellos cuenta al momento del trato con los mismos.

Sin embargo, aun al no contar con certificaciones ni conocimiento de las Buenas Prácticas Ambientales estipuladas por las ISO (Organización Internacional de Normalización), se explicó que estos tres hoteles en las cuales hice las investigaciones Santa Lucia, Mansión Alcázar y Carvallo, realizan algunas prácticas que desde su enfoque ayudan al ambiente como son:

- Usan paneles solares como energía para las actividades, para ahorro de energía; aunque también utilizan la energía eléctrica también.

- En la utilización o mejor dicho en la reutilización de los papeles o productos de limpieza como shampoo se desechan.
- En la cocina si hay un orden de reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos
- Todas las luces de los pasillos se apagan a las 5 de la tarde únicamente la recepción no se apaga y las habitaciones en uso
- Se recicla el papel a nivel de la recepción y se reúsa.
- Además indican que se está tratando de capacitar en la actualidad a los empleados para tomar conciencia sobre el manejo de la luz y el agua y evitar el desperdicio o mal uso de dichos recursos, pero es nuevo.

En la entrevista se indicó que ninguno de los tres hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, no cuenta con la aplicación de la ISO 14001, pero si tienen certificación de calidad turística y que da el municipio a los establecimientos que cumplen con ciertos parámetros como los residuos orgánicos e inorgánicos y que tenga esta certificación, ya que es concedida por un organismo independiente, da fe de la profesionalidad del Trabajo en equipo y la fiabilidad de la organización a diario. *Tripadvisor*, es otra certificación que se otorga a los hoteles por los comentarios que dejan los huéspedes en la *web* pero como se comentó en las entrevistas realizadas, ningún hotel busca obtener un certificado todos los que poseen les entregan por su trato amable y lujoso con los huéspedes.

Al partir de esto se elige profundizar un poquito más sobre los temas que son de necesidad para el hotel como es el manejo de desechos, agua y de la energía.

3.3. Herramientas para medir la sostenibilidad

3.3.1 Ecoetiquetas

Los sistemas de eco etiquetado persiguen la finalidad de otorgar un distintivo a los productos o servicios que, en comparación con otros productos o servicios que cumplen la misma función, son menos perjudiciales para el medio ambiente.

La ISO (Organización Internacional de Normalización), ha diseñado tres normas para definir diferentes tipos de etiquetas ecológicas o ecoetiquetas. Las ecoetiquetas ISO tipo I, creadas por un organismo independiente que no interviene en el mercado, se rigen por la norma ISO 14024. Las ISO tipo II, según la norma ISO 14021, son auto declaraciones que hacen los propios fabricantes. Por último, la norma ISO 14025 define las ecoetiquetas ISO tipo III como declaraciones ambientales que dan información cuantitativa muy detallada basada en indicadores.

Las etiquetas utilizadas para el sector turístico suelen ser del tipo I o similar, aunque no siempre cumplen todos los requerimientos de la norma ISO 14024 como la verificación por un organismo independiente o la consideración de todo el ciclo de vida, (Ayuso *et al.*2003).

3.3.2 Política ambiental

La política ambiental es el punto de partida de la implantación del sistema de gestión ambiental, en ella constan los principios ambientales que debe cumplir el equipo humano y profesional del hotel, incentivar a colaboradores externos y clientes para su consecución, con el objetivo común de preservar el medio ambiente.

El Director general es responsable de revisar anualmente la política ambiental, con la colaboración de los componentes del Comité de Calidad y Medio Ambiente en la reunión anual de Revisión del Sistema de Calidad y Medio Ambiente.

Los hoteles boutique son una organización dedicada a la hostelería de lujo, es consciente de la necesidad de que sus actividades, productos y servicios se realicen con el adecuado respeto por el medio ambiente, y que “todo ser humano tiene derecho a vivir en un medio ambiente, adecuado, para garantizar su salud y bienestar”, se compromete al cumplimiento de los principios ambientales:

- Mantener una conducta de permanente adecuación al cumplimiento de la legislación y normativa ambiental vigente.
- Implantar medidas de actuación, control y corrección/prevención, para disminuir el impacto ambiental, minimizar el consumo de recursos, fomentar la eficiencia y ahorro energéticos en sus instalaciones.
- Integrar el plan de gestión de residuos generados para potenciar su reducción.
- Fomentar la sensibilización, concienciación, formación y comunicación ambiental a todos los empleados de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca y colaboradores, conseguir la implicación y trabajo en equipo, colaborar conforme a los principios de esta política ambiental y a las directrices del Sistema de Gestión Ambiental.
- Garantizar la mejora continua de su gestión ambiental, y realizar auditorías internas y externas del sistema para verificar que éste funciona correctamente, contribuyendo a la conservación del entorno.

- Mantener informados a sus clientes, incentivar su cooperación, crear un especial vínculo por preservar el medio ambiente.
- La responsabilidad de la consecución de la Política Ambiental es compartida, sus principios son revisados periódicamente, de forma que, le permita avanzar en una línea de mejora continua, prestar una especial atención a las personas,(Julio, 2014).

Los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, identifica y valora los aspectos ambientales directos que se derivan de sus actividades, productos y servicios y se compromete a revisar esta identificación de forma periódica. Para evaluarse se tomaron cuatro parámetros, que tienen valores que van del 1 al 10 (la magnitud y severidad del efecto es baja cuando la puntuación es 1, en cambio es alta cuando la puntuación es 5; con respecto a la legislación el valor 1 indica la inexistencia de normativa incumplida, por el contrario la puntuación 10 indica que existe una normativa que cumplir; la corrección se pondera como inexistente con puntuación 5, y elevada con 1):

- (T) TAMAÑO: Refleja la medida de la frecuencia y la cantidad en que se da el aspecto.
- (S) SEVERIDAD: Medida de la repercusión o peligrosidad.
- (L) LEGISLACIÓN: Indica si existe legislación aplicable según el aspecto ambiental.
- (C) CORRECCIÓN: Indica si se efectúan medidas correctivas para paliar la repercusión del aspecto ambiental.

3.4. VALORACIÓN POR DEPARTAMENTO DEL ASPECTO AMBIENTAL

La valoración a través de estos parámetros proporciona la definición de que aspectos ambientales directos son o no significativos e implican, por tanto, un control y seguimiento:

Tabla 14 Valoración por departamento del aspecto ambiental

Departamento:	Actividad:
ASPECTO AMBIENTAL	COCINA Consumo de agua Consumo de combustibles fósiles Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos* Ruido
HABITACIONES – PASILLOS	Consumo de combustibles fósiles Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos Ruido
LIMPIEZA (habitaciones, pasillos, recepción, hall, oficinas, sanitarios, servicios técnicos)	Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de residuos* Ruido

RECEPCIÓN-HALL-OFICINAS	<p>Consumo de combustibles fósiles</p> <p>Consumo de energía eléctrica</p> <p>Consumo de materias primas</p> <p>Generación de emisiones atmosféricas</p> <p>Generación de residuos Ruido</p>
RESTAURACIÓN	<p>Consumo de agua</p> <p>Consumo de combustibles fósiles</p> <p>Consumo de energía eléctrica</p> <p>Consumo de materias primas</p> <p>Generación de aguas residuales</p> <p>Generación de emisiones atmosféricas</p> <p>Generación de residuos Ruido</p>
SANITARIOS	<p>Consumo de agua</p> <p>Consumo de combustibles fósiles</p> <p>Consumo de energía eléctrica</p> <p>Consumo de materias primas</p> <p>Generación de aguas residuales</p> <p>Generación de residuos Generación de emisiones atmosféricas</p>
SERVICIOS TÉCNICOS	<p>Consumo de combustibles fósiles</p> <p>Consumo de energía eléctrica</p> <p>Consumo de materias primas</p> <p>Generación de emisiones atmosféricas</p> <p>Generación de residuos Ruido</p>

SITUACIONES ANORMALES (Averías)	Generación de residuos Sustitución de equipos
SITUACIONES ANORMALES (Obras)	Generación de residuos Ruido
SITUACIONES DE EMERGENCIA (Fugas de Sustancias Peligrosas)	Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas
SITUACIONES DE EMERGENCIA (Incendios)	Generación de aguas residuales* Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuo
SITUACIONES DE EMERGENCIA (Inundación)	Generación de aguas residuales

Fuente: (Sadle,1997)

Elaborado por: Melissa Rodríguez, 2014

El ruido que se emite en el hotel se debe a dos motivos: el que se genera durante la operativa de trabajo (Cocina, Limpieza, Recepción-Oficinas, Restauración, Servicios Técnicos) y el que genera el cliente (Habitaciones-Pasillos, Hall, Restauración).

3.4.1 Aspectos ambientales indirectos

Asimismo, como consecuencia de las actividades, productos y servicios del hotel, se pueden producir impactos ambientales significativos sobre los que no se tiene pleno control de gestión. No obstante mediante el análisis de los aspectos ambientales indirectos detallados a continuación, una cooperación directa con colaboradores externos y la implantación de las acciones convenientes, debe permitirse su reducción.

Tabla 15 Aspecto ambiental indirecto significativo

PRODUCTO / SERVICIO	PRODUCTO / SERVICIO	ASPECTO AMBIENTAL
Bocas y grupo de presión contra Incendios		Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Generación de aguas residuales Generación de residuos Ruido Sustitución de equipos
Contrata de seguros		SERVICIO EXTERNALIZADO
Desinfección y desratización		Consumo de materias primas Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos
Detectores de incendios		Generación de residuos Sustitución de equipos
Extintores		Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos Sustitución de equipos
Filtros de la campana de extracción de cocina		Consumo de agua Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de residuos
Instalación de baja tensión		Consumo de energía eléctrica Generación de residuos Sustitución de equipos
Revisión	Agua caliente y calefacción	Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas Ruido

		Sustitución de equipos
	Compresor de aire acondicionado	Consumo de energía eléctrica Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos Ruido Sustitución de equipos
	Estación transformadora de alta tensión	Consumo de energía eléctrica Sustitución de equipos
Servicio	Animación	Consumo de energía Generación de ruido
	Audiovisuales	Consumo de energía eléctrica Sustitución de equipos
	Correos	Generación de residuos
	Informática	Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de residuos Sustitución de equipos
	Lavandería (<i>ropa de cama, baño y restauración</i>)	Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos Ruido Sustitución de equipos
	Limpieza	Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas

		Generación de residuos Ruido Sustitución de equipos
	Mensajería	Generación de residuos
	Paquetería	Generación de residuos
	Tintorería	SERVICIO EXTERNALIZADO Generación de residuos
	Transfers	SERVICIO EXTERNALIZADO
	Publicitarios y Promoción	Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de residuos Sustitución de equipos
Telefonía fija		Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de residuos Sustitución de equipos
Tratamiento de agua de las torres de refrigeración		Consumo de agua Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Generación de aguas residuales Generación de emisiones atmosféricas Generación de residuos Ruido Sustitución de equipos
UPS dos unidades		Consumo de energía eléctrica Consumo de materias primas Sustitución de equipos

Fuente: (Sadle, 1997)

Elaborado por: Melissa Rodríguez

Actualmente se efectúa el control de la gestión de los colaboradores externos, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental que pueden generar las actividades, productos y servicios del hotel, así como,

incrementar la calidad de servicio al cliente, proceder cuando se considera apropiado del siguiente modo:

- Solicitar que dispongan de sistemas gestión certificados/verificados.
- Establecer un control concertado de criterios de calidad y medio ambiente.
- Auditar el proceso de trabajo que afecte al producto/servicio suministrado.

Y con obligatoriedad:

- Homologar proveedores previos a acuerdo de colaboración.
- Apertura de “Parte de Incidencias de Proveedor”.
- Emisión del “Cuestionario para la Evaluación de Proveedor”.

3.4.2 Consumo de recursos - Gestión del agua

Un aspecto que se evalúa como significativo es el consumo de agua y la consecuente generación de aguas residuales.

- Mejoras implantadas para reducir el consumo de agua
- Reducción del caudal en todos los lavamanos y bidés de habitaciones
- Instalación de grifos automáticos en cocinas
- Instalación de descargas de doble pulsación en los W.C de los baños de zonas nobles.
- Regulación de las boyas de nivel de los W.C.(*wáter closet*) de los baños de zonas nobles.
- Regulación de las boyas de nivel de los W.C.(*wáter closet*) de habitaciones al mínimo recomendable.
- Sustitución del tren de lavado de la cocina central por un equipo energéticamente eficiente.
- Sustitución de los contadores de la compañía suministradora de agua, para verificar que los anteriores funcionaran correctamente.

3.4.3 Consumo de recursos - Gestión de la energía (electricidad y gas)

Las fuentes de energía utilizadas por el hotel para el alumbrado, calefacción / refrigeración y cocina son la energía eléctrica y el gas natural. La utilización de gasoil para el grupo electrógeno es de pocas relevancias dadas las pequeñas cantidades que se consumen.

Se dispone de un sofisticado programa informático para controlar las temperaturas en los salones de convenciones y así regular la calefacción y el aire acondicionado, además se dispone en estas áreas de luces de intensidad y consumo regulables.

- Se aprecia una disminución del 4,8% en el consumo total anual (2015) dividido entre las pernoctaciones.
- Mejoras implantada para reducir el consumo de energía
- Las habitaciones disponen de un tarjetero que desconecta la iluminación en ausencia del cliente, excepto el minibar que permanece activado para mantener las bebidas frías.
- Apagada del 50% de la luz de pasillos del área de pisos durante la noche
- Instalación de sistemas de iluminación de bajo consumo en los pasillos del área de pisos, pasar de lámparas halógenas de 50 w/u. a lámparas de bajo consumo 7w/u.
- Instalación de sistemas de iluminación de bajo consumo en baños principales.
- Sustitución progresiva de luces halógenas de 50 w. por las de 35 w. en habitaciones y pasillos.
- Control centralizado de la climatización de salones.
- Instalación de detectores de presencia en los baños de áreas comunes, para evitar que estén encendidos mientras no estén ocupados.
- Control de la iluminación exterior con una célula fotoeléctrica.

- Sustitución del tren lavado de la cocina central por un equipo energéticamente eficiente.
- Sustitución de monitores con tubo de imagen por pantallas planas de LED, (diodo emisor de luz) en oficinas.
- Instalaciones de contadores sectorizados para conocer el consumo real de energía en cada área del hotel.
- Temporización de las luces interiores de W.C.(wáter closet) de baños de zonas nobles (planta1)
- Instalación de sistemas de iluminación de bajo consumo en los W.C.(wáter closet) de baños de zonas nobles (planta 0), pasar de lámparas halógenas de 50 w/u. a lámparas de bajo consumo de 7 w/u. (Rodríguez , 2014).

3.4.4 Consumo de materias primas

El consumo de materias primas en los tres hoteles donde se realizó una inspección es especialmente en productos de alimentación, bebidas y papel. El consumo mayoritario de productos peligrosos son los de limpieza, los utilizados para el mantenimiento del edificio y los de tratamiento del agua. En consecuencia, todos estos productos implican la generación de un importante volumen de residuos de envases y embalajes, cuya recogida selectiva se efectúa con especial atención para llevarse a cabo posteriormente el reciclaje o destrucción externa conveniente.

Cada Jefe de Departamento que mantiene contacto con colaboradores externos, tiene presente los criterios de compra definidos en el procedimiento POC-G-07 "Evaluación de Proveedores", con el objetivo de seleccionar productos con calidad ambiental positiva, que permitan diferenciar entre productos con más o menos impacto ambiental. Una de las claves del hotel para ofrecer calidad de servicio, consiste en colaborar con proveedores que disponen de sistemas de calidad o medio ambiente certificados/verificados, asegurar de este modo la entrada en el hotel de

materias primas de calidad, ofreciendo posteriormente garantía de calidad. Este proceso permite desarrollar las actividades de tal modo que el servicio y los productos sean respetuosos con el medio ambiente.

Productos que suponen ahorro de costes, energía o agua, utilicen recursos renovables, de bajo contenido o ausencia de sustancias problemáticas como residuo y con bajas emisiones, productos con materiales reciclados, de larga duración, fácilmente reparables, reutilizables, reciclables, productos con materiales separables, con mínimo embalaje y con envase retornable.

Con el propósito de mejorar la gestión interna, se va mejorar la gestión externa, incrementar el número de visitas de control rutinario a las instalaciones de proveedores (especialmente de alimentación) y establecer mejores propósitos para el año 2015.

Tabla 16 Identificación de productos ecológicos o con bajo impacto ambiental.

• EMISIONES ATMOSFÉRICAS
• EMISIÓN DE RUIDO
• EMISIÓN DE AGUAS RESIDUALES
• GENERACIÓN DE RESIDUOS
• PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DE EFECTOS AMBIENTALES
• FORMACIÓN Y RECICLAJE FORMATIVO DEL PERSONAL
• COMUNICACIONES AMBIENTALES

Elaborado por: Melissa Rodríguez

3.4.5. Mejoras implantadas en la comunicación ambiental externa

Transmitir en toda comunicación externa, inclusive campañas publicitarias el mantenimiento de los Sistemas de Gestión Ambientales en el hotel, así como entregar material publicitario en Ferias Nacionales e Internacionales del sector turístico hotelero, en cuya organización participe los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca.

Impartir clases de calidad y ambiente en postgrado en Gestión de Restauración Hotelera, organizado por universidades de prestigio en el campo hotelero previsto para el 2016.

3.4.5.1 Mejoras implantadas en la comunicación ambiental externa

Atender a todas las comunicaciones externas recibidas, interesadas en recibir información sobre los sistemas, certificados verificados en los hoteles.

Incorporar en la Declaración Ambiental preguntas, respuestas recibidas, emitidas de las comunicaciones externas sobre este documento con el propósito de clarificar el objetivo de implantar y mantener un sistema de gestión ambiental en los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca.

Remitir externamente la Declaración Ambiental mediante soporte informático (correo electrónico o cd), para reducir el consumo de materias primas (material de oficina).

3.4.5.2 Mejoras implantadas en la comunicación ambiental interna (hacia clientes internos y externos)

Informar al cliente externo sobre la implantación del Sistema de Gestión Ambiental, mediante el “Directorio de Servicios”, que dispone en la habitación, en el que consta un apartado de calidad y medio ambiente, que incluye la “Política Ambiental” y Guía de Buenas Prácticas para el Cliente”

Ofrecer vía de comunicación interna y externa a través, del *email* de los tres hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, es del departamento de calidad y medio ambiente para el cliente interno y externo, colaborador externo y otras partes interesadas demanden o consulten información sobre los sistemas de gestión de la calidad y ambiental certificados.

Insertar en la *web* de la página de los hoteles boutique, apartado de calidad y medio ambiente, permitir mejorar la comunicación ambiental externa.

Impartir sesión anual formativa y sensibilizadora al cliente interno o externo.

3.4.5.3 Guía de Buenas Prácticas para el huésped (Rodríguez, 2014).

Se informa al cliente sobre la implantación del Sistema de Gestión Ambiental, mediante la “Guía de Buenas Prácticas para el Cliente”, documento que está integrado en el “Directorio de Servicios” que el cliente debe tener a su disposición en la habitación.

Con el propósito de promover la eficacia ambiental en los hoteles boutique se deberá transmitir al cliente su agradecimiento por contar con su cooperación al tener presente las siguientes indicaciones:

- Cierre bien el grifo para evitar que gotee agua
- Sobre el sanitario dispone un mecanismo de doble pulsación que permite el ahorro de agua, pulsar una vez vierte la carga, pulsar nuevamente corta la descarga.
- No tire el cigarrillo al sanitario, utilice el pequeño contenedor ubicado en el baño.
- Si fuma no tire el cigarrillo al sanitario, apáguelo en el cenicero.
- No bote el papel higiénico en el sanitario, utilice el tacho de basura.
- Apague las luces al Salir de la habitación
- Dispone una bolsa para la recogida selectiva de residuos (papel, cartón, vidrio y pilas), que serán retiradas por la camarera.
- Mantenga puertas y ventanas cerradas para evitar pérdidas de frío o calor.
- Mantenga un volumen agradable del televisor y de la cadena musical para evitar molestias a los clientes alojados en las proximidades a su habitación, así como, el de los aparatos audiovisuales utilizados en la sala privada del hotel.

4. DISCUSION DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

4.1 CONCLUSIONES

Al haber realizado una investigación sobre los tres hoteles boutique más lujosos de la ciudad de Cuenca, que en aquellas paredes guardan mucha historia y tradición desde mucho tiempo atrás, se pudo constatar que el servicio es muy agradable y personalizado, pero su estructura no se realizó para en un futuro convertirse en hotel eran casa republicanas, en la actualidad su estructura de madera, teja, adobe y patio central y alrededor las habitaciones hacen de un ambiente muy especial para el turista extranjero como nacional, Cuenca es una ciudad que se caracteriza por su estructura y los hoteles son un ejemplo de su patrimonio cultural tangible al ser considerados los más lujosos y costosos los hoteles boutique, al no tener competencia de hoteles de franquicias hoteleras internacionales los hace únicos y ahí surge preocupación, si son los más visitados por turistas extranjeros y no fueron adecuados para hoteles como manejan el sistema de buenas prácticas ambientales, y se han ido adecuando, pues bien al haber hecho entrevistas de campo, surge como conclusión que las personas que se encargan del hospedaje y le surge la idea de hoteles boutique es empíricamente.

El análisis global sobre la importancia que han tomado los hoteles boutique a nivel nacional es trascendental, son en la actualidad el centro hotelero con más acogida de turistas y en la ciudad de Cuenca, un ejemplo es el hotel boutique Casa Gangotena, que es considerado entre uno de los hoteles más lujosos de Latinoamérica.

La importancia de establecer matrices para diagnosticar el impacto ambiental que se ocasiona por departamentos en los hoteles es muy importante ya que al haber aplicado la matriz de *Check list* de aspectos ambientales al sector de la hotelería y Turismo que es de autoría del Dr.

Víctor Hugo Abril, se puede analizar los hoteles por área como están en la actualidad y sacar un análisis para luego aplicar la propuesta de buenas prácticas ambientales.

La propuesta de buenas prácticas ambientales la realizo después de haber analizado los factores más importantes y que afectan directamente al ambiente, al causar en futuro daños además al huésped. Es importante la aplicación de las buenas prácticas ambientales, al estar de moda el turismo sostenible y ser amigable con el ambiente es importante aplicar de esta manera en los hoteles además de cuidar el ambiente van ahorrar mucho en servicios básicos.

Como conclusión de este trabajo se puede decir que la falta de conocimiento de normas importantes como las ISO 14001 y la falta de una auditoría ambiental real que permita medir mediante una evaluación con una matriz que enfocada en los recursos en riesgo como el agua, el suelo, el paisaje, aire y recurso humano; son los puntos más deficientes a nivel hotelero, pues muchos de los empleados ni siquiera conocen la existencia de este tipo de recursos y se limitan a que sus establecimientos tengan los certificados normales de funcionamiento.

4.2 RECOMENDACIONES

El ambiente y el impacto que tenga cada una de las actividades a nivel turístico es lo que medirá a futuro la existencia de los recursos para que estas actividades se realicen o no, además a diferencia, a nivel internacional no es sólo el lujo o lo colonial que determina que un cliente quiera estar o no en un hotel, muchos buscan que dicho hotel tenga certificaciones de calidad y principalmente ambientales, ya que para ellos el ambiente se ha vuelto el boom de este siglo, cuida - preserva y tendrás es su lema.

Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con acreditación ISO porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC); por lo tanto el tenerla es fundamental.

Entre las recomendaciones más importantes se cita las siguientes:

- Capacitar a los empleados y basarse en las buenas prácticas ambientales bajo previo conocimiento de alguien que realmente maneje el tema.
- Manejar matrices de *Check list* de aspectos ambientales al sector de la hotelería y turismo, para el diagnóstico y control de los recursos y la aplicación de planes de contingencia, mitigación, manejo y remediación que permite realmente evaluar el grado de impacto que la actividad que se realiza tiene en cada recurso como el agua, el aire, el suelo, el paisaje y el recurso humano.
- Aplicar la propuesta de buenas prácticas ambientales, aplicado a todos los departamentos y dirigido a directivos y trabajadores de las áreas del todo el hotel.
- Buscar una acreditación a través de la implementación de las normas ISO 14001, ya que estas les permitirá ganar mercados.
- Crear un Sistema de Gestión ambiental acorde a las actividades en cada departamento del hotel.

BIBLIOGRAFÍA

- Alianza Ecuatoriana para el turismo sostenible (2009). www.gstalliance.net
- Anhar, Lucienne (The definition of boutique hotels), HVS international, 13 de diciembre de 2001).
- Anhar, Lucienne ((en inglés) The definition of boutique hotels), HV Sinternacional, 13 de diciembre de 2001.
- Arizpe, Lourdes (1997).Dimensiones culturales del cambio global, México: CRIM-UNAM.
- Barrón Tirado, Concepción (2002).Universidades privadas. Formación en educación.México: UNAM-Plaza y Valdés.
- Bianca Dáger “La II Cumbre Internacional de Medio Ambiente (CIMA) llegó a su fin. Acceso: www.ambiente.gob.ec/tag/cumbre-internacional-de-medio-ambiente/19/7/2013.
- Binkley, Christina (Travelers bypass boutique hotels - quirky accommodations are passe in era or restraint), Wall Street Journal, 27 de febrero de 2002).
- Binkley, Christina ((en inglés) Travelers bypass boutique hotels - quirky accommodations are passe in era or restraint), Wall Street Journal, 27 de febrero de 2002.
- Buenas prácticas para turismo sostenible (s.f.) www.rainforestalliance.org
- Buenas prácticas, Recuperado el sábado 21 de julio del 2011.turismo sostenible<http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourismpracticesguidespanish.pdf>,
- Capacitación Buenas prácticas viernes 14 de septiembre del 2012. Turismo sosteniblehttp://www.gstalliance.net/ecuador/index.php?option=com_content&task=view&id=268&Itemid=288,
- Colombo, 2012. Hoteles boutique. Diario Expreso 2012
- Ecuador. Ministerio del Ambiente. (2013). Legislación Ambiental. Quito, Ecuador: Subsecretaría de Patrimonio Natural.

Flores, Herrera y Hernández (2008). Nuevas perspectivas para el abordaje del curriculum ambiental.(En prensa)

James Harrington (1993), El mejoramiento continuo. Acceso: www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1084/mejoramiento.html. Octubre 2010.

Jiménez, A. (1998). Desarrollo Turístico y Sustentabilidad: El caso de México. Edit. Universidad Intercontinental.

Manual de Buenas prácticas ambientales (s.f.) www.turismo-sostenible.org - En las familias profesionales: Turismo y hostelería jueves 13 de septiembre del 2012. Buenas Prácticas ambientales <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=8>,

McCormick, K. 1994. Can Ecotourism Save the Rainforests? En: Mastny, L. 2001. Traveling light: New Paths for International Tourism. Worldwatch Paper No.159 (Diciembre): 1-88.

MINISTERIO DE TURISMO, MINTUR (2006).

OMT, Organización Mundial del Turismo, 1998.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL (ONUDI) / UNESCO (2007), Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development: A Contribution to Poverty Alleviation). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (1998), Madrid.

Osorio Vargas, Jorge (2009). "Pedagogía crítica y aprendizaje ambiental". En Leff, Enrique (Coord.) La complejidad ambiental. México: Siglo XXI, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades UNAM, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

PLANDETOUR 2020.Escrito en Abril 18, por el Ministerio de Turismo pág.20-24.

Ponce, O.A. (1998). Redacción de informes de investigación. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.

Reyes Avilés A, "Turismo sostenible", Iepala Editorial. Madrid 2002.

Rodríguez, F. (2007). Impactos Ambientales del Turismo, recuperados el 14 de agosto del 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246603>.

Rodríguez, H. (1996). Manual de procedimientos para la investigación. <http://ponce.inter.edu/acad/caipon/reserva/hprincipe/manual.html>

Rodriguez Pizzinato, Liliana y Pérez De Sánchez, Ana Griselda. 2000. Ejercicio de la enseñanza de la geografía en las aulas escolares. Editorial Códice Ltda., Colombia.

Romeril, M. 1989. Tourism and the environment - accord or discord? *Tourism Management* 10: 204-208.

Tord, María Helena. "Que es un hotel boutique y porque se están haciendo conocidos" Acceso: elcomercio.pe/.../que-hotel-boutique-que-se-estan-haciendo-conocidos-n.6 de mayo 2013. Lunes 06 de mayo del 2013 11:40

UNESCO: Guía para la redacción de artículos científicos destinados a la publicación. 2 ed. París UNESCO; 1983.

Víctor Hugo Abril, Ph.D. en base al "Borrador de Propuestas de Buenas Prácticas Medioambientales al Sector Hostelero". Ayuntamiento de Gozón, Principado de Asturias - España, 2001.

Vidales Giovanetti, Ma. Dolores *Mundo del Envase*, Editorial Gustavo Gili, México, D. F. 2003

Villanueva, M. y Burgos, W. (1993). Guía para la redacción de propuestas y documentos de tesis (Maestría y Doctorado). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.

Villanueva, M. y Burgos, W. (1993). Guía para la redacción de propuestas y documentos de tesis (Maestría y Doctorado). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.

WWF; Boletín Turismo Sustentable; <http://www.wwfca.org>; 2007.

WWF; Problemas Medio Ambientales; <http://www.panda.org/>; 2007.

Varios Autores. Manual de Identidad: Rótulos, Señalizaciones y Publicidad, Madrid, Ministerio de Fomento, Madrid, España. 1994.

ANEXOS

ANEXO 1

Imagen 4: Sala de star hotel boutique Carvallo
Fuente: Revista restaura, (2013)

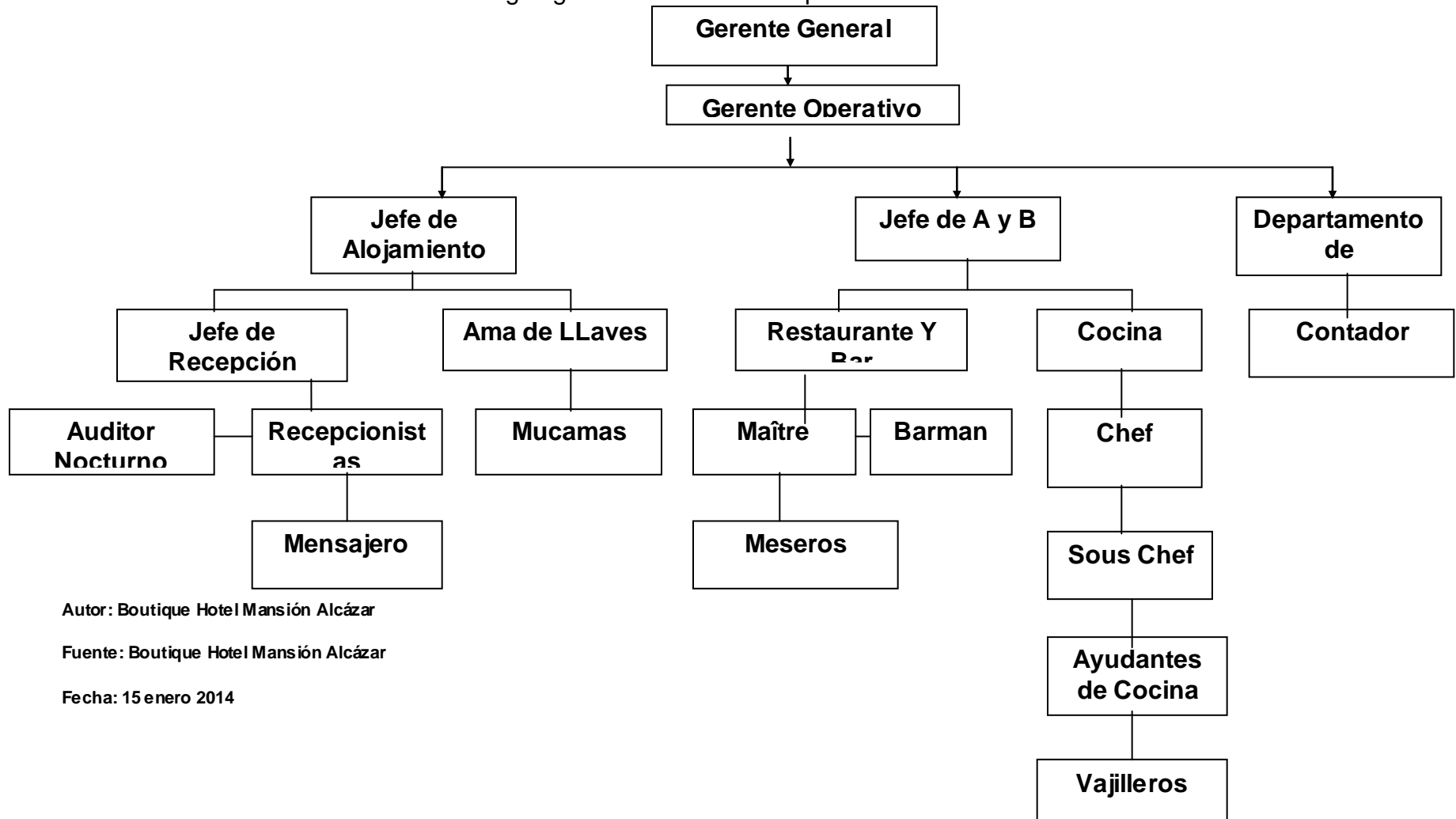
ANEXO 2

Imagen 4: vista interior del hotel boutique Carvallo
Fuente: revista restaura, 2013.

ANEXO 3

Imagen5: Vista exterior del hotel boutique Carvalho
Fuente: revista Restaura, (2013).

ANEXO 4
Organigrama del Hotel Boutique Mansión Alcázar



Autor: Boutique Hotel Mansión Alcázar

Fuente: Boutique Hotel Mansión Alcázar

Fecha: 15 enero 2014

ANEXO 5

Imagen 6: habitación doble del hotel boutique Mansión Alcázar, 2013).
Fuente: revista restaura, (2013).

ANEXO 6

Imagen 7: lobby del hotel boutique Mansión Alcázar
Fuente: revista restaura, (2013).

ANEXO 7



Imagen 8: vista frontal del hotel boutique Mansión Alcázar
Fuente: revista restaura, (2013).

ANEXO 8



Imagen:9: lobby hotel Santa Lucia
Fuente: Melisa Rodríguez

ANEXO 9

Imagen 10: restaurant hotel boutique Santa Lucia
Fuente: Melisa Rodríguez (2013).

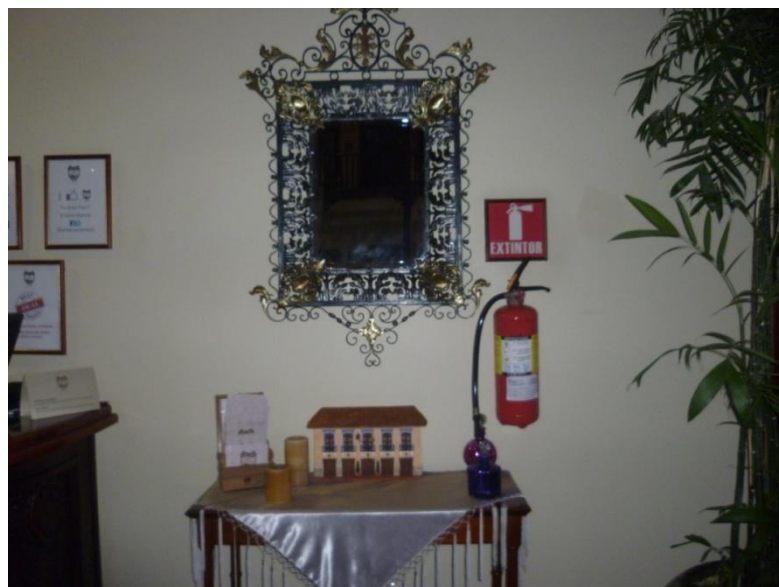
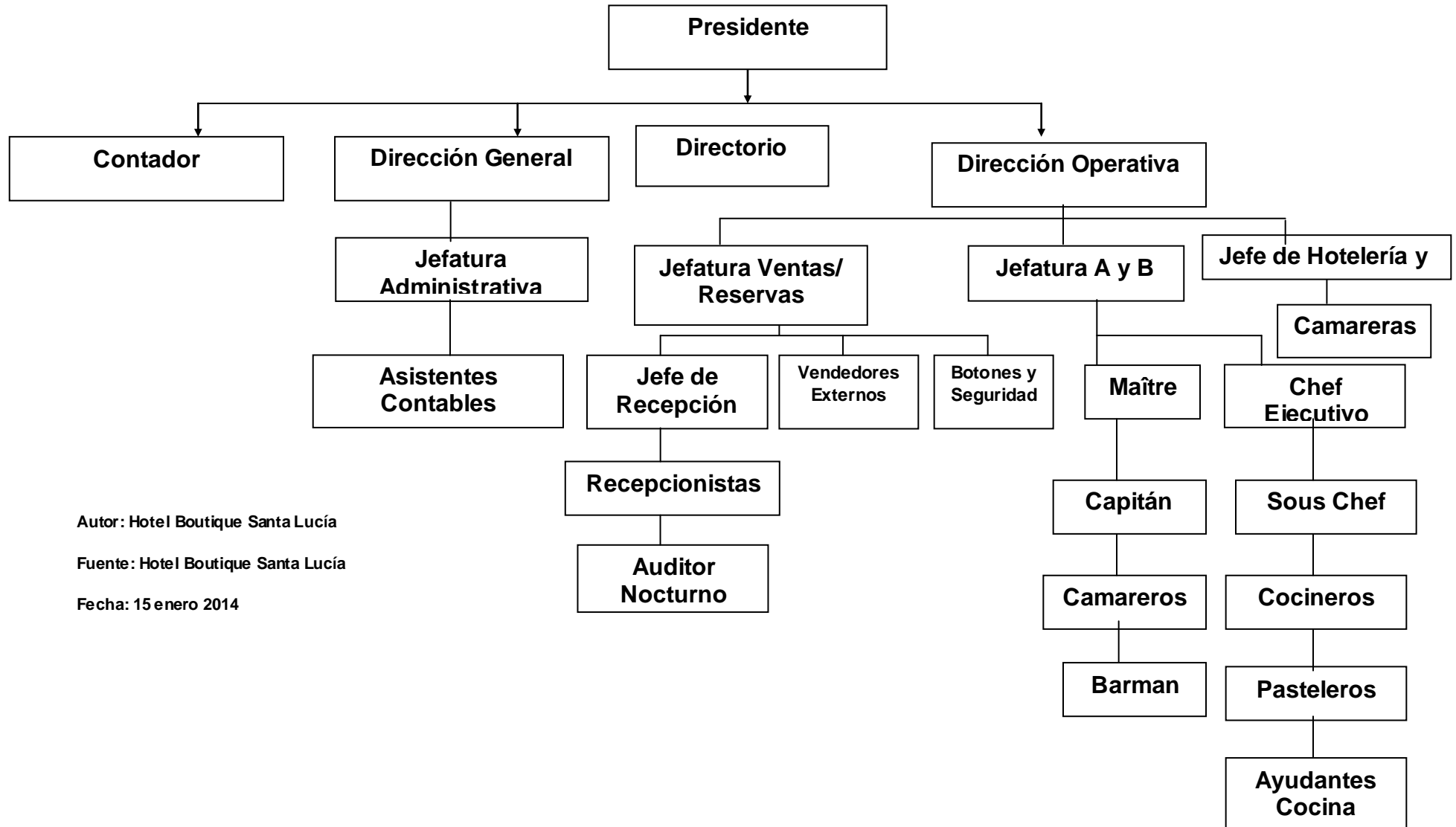
ANEXO 10

Imagen 11: pasillo restaurant hotel boutique Mansión Alcázar
Fuente: Melisa Rodríguez (2013).

ANEXO 11

Organigrama del Hotel Santa Lucia



Autor: Hotel Boutique Santa Lucía

Fuente: Hotel Boutique Santa Lucía

Fecha: 15 enero 2014

ANEXO 12



Imagen 12: bar del hotel boutique Santa Lucia
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 13



Imagen 14 Imágenes bar y cafetería del hotel boutique Santa Lucia

Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 14



Imagen 13: Habitaciones del Hotel Boutique Santa Lucia

Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 15

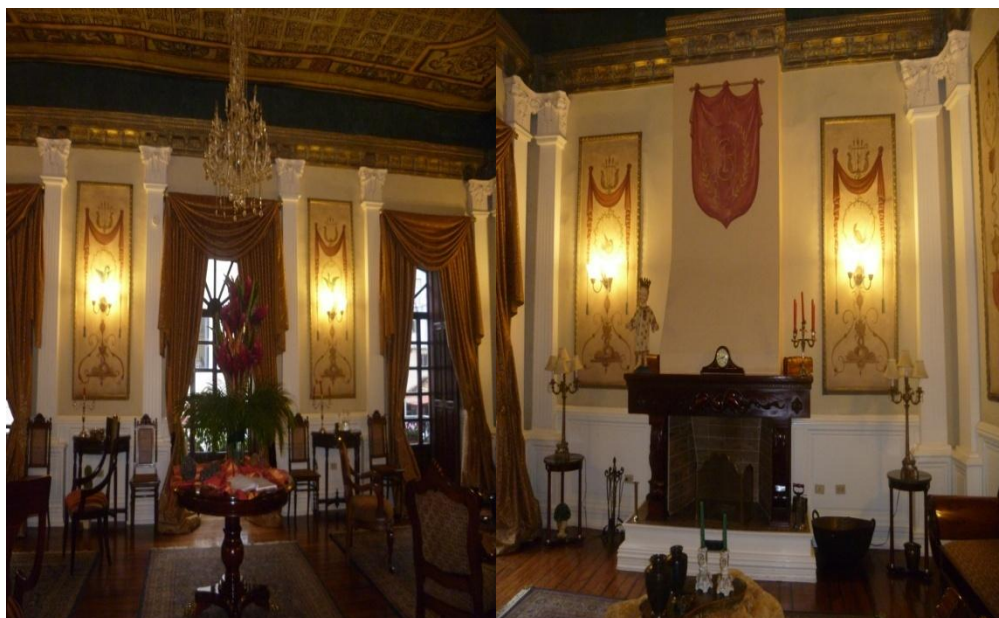


Imagen 14: Servicios complementarios del Hotel Boutique Santa Lucia

Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 16



Imagen 15: Certificados otorgados al Hotel Santa Lucia
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 17



Imagen 16: Restauración del hotel Carvallo
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 18



Imagen 17: Habitaciones Hotel Carvalho
Fuente: Travelhouse (2013).

ANEXO 19

Gestión de presupuesto y resultados realizados en el hotel Santa Lucia.

Para conceptuar sobre la gestión y resultados obtenidos por la administración se examinaron procesos misionales empresariales relacionados con las unidades de negocio, mercadeo y ventas; así como los procesos de apoyo en los aspectos financiero, talento humano y gestión ambiental.

Asociado a lo anterior, se evaluó el cumplimiento de los planes de acción y proyectos estratégicos vigencia 2014. Así mismo, se analizó la relación existente.

Entre el plan estratégico de la sociedad y los objetivos del plan nacional de Desarrollo de las unidades de negocio señaladas, se evaluó lo relacionado a la formulación de las estrategias de comercialización y divulgación de los productos y servicios a cargo; el cumplimiento de las metas y objetivos, así como los mecanismos de seguimiento y control implícitos en el mismo.

En los procesos de apoyo se consideró:

Contable: Las cuentas examinadas de acuerdo con su representatividad fueron tomadas del Balance General que hace parte de la cuenta fiscal 2013, estas son:

Cuentas del Activo

Efectivo-Bancos. Con un saldo por USD\$3.498 millones representa el 2.5%, del Activo.

Inversiones. De la parte corriente y no corriente que suman 17.921,4 millones que representan el 13% del total del Activo.

Propiedad Planta y Equipo con un saldo de USD\$41.104,2 millones que representa el 29.5%.

Otros activos con un saldo USD\$70.906,2 millones que representa el 50.9%. Las cuentas seleccionadas por USD\$133.429,8 millones corresponden al 95.8% del total del Activo.

Cuentas del Pasivo

Se verificó de pasivos estimados la provisión para pensiones de jubilación cuyo saldo fue de USD\$17.520,6 millones que representa el 66.36% del pasivo.

Cuentas de Resultado

Ingresos Operacionales USD\$51.555,3 millones que representa el 100%. Gastos Operacionales USD\$21.179,8 millones que representa 41.1% del total de los ingresos.

Presupuestal: El componente Presupuestal, se orientó a determinar el cumplimiento de sus disposiciones incluidas en el marco normativo mencionado, en el manejo de los recursos del Presupuesto de Ingresos y Gastos para la vigencia 2014.

Talento Humano, Se evaluó la existencia y debida preparación de programas de: bienestar social, capacitación y seguridad industrial para el personal, la observación y acatamiento de las normas que al área atañen, y el establecimiento de programas de educación formal y no formal.

Gestión presupuestal o financiera

Al final de la vigencia se registraron compromisos por USD\$51.544 millones y pagos consolidados por USD\$51,144 millones; con unos recursos por ejecutar al final del periodo de USD\$7.794 millones, con una disponibilidad final de USD\$14.788 millones, con un porcentaje de ejecución de lo presupuestado frente a lo comprometido del 86,51%; cálculo que incluye la disponibilidad inicial.

Concepto	Valor (en millones)
Disponibilidad Inicial 2014	USD\$ 21.083
Recursos 2014	USD\$ 59.338
Total	USD\$ 80.421

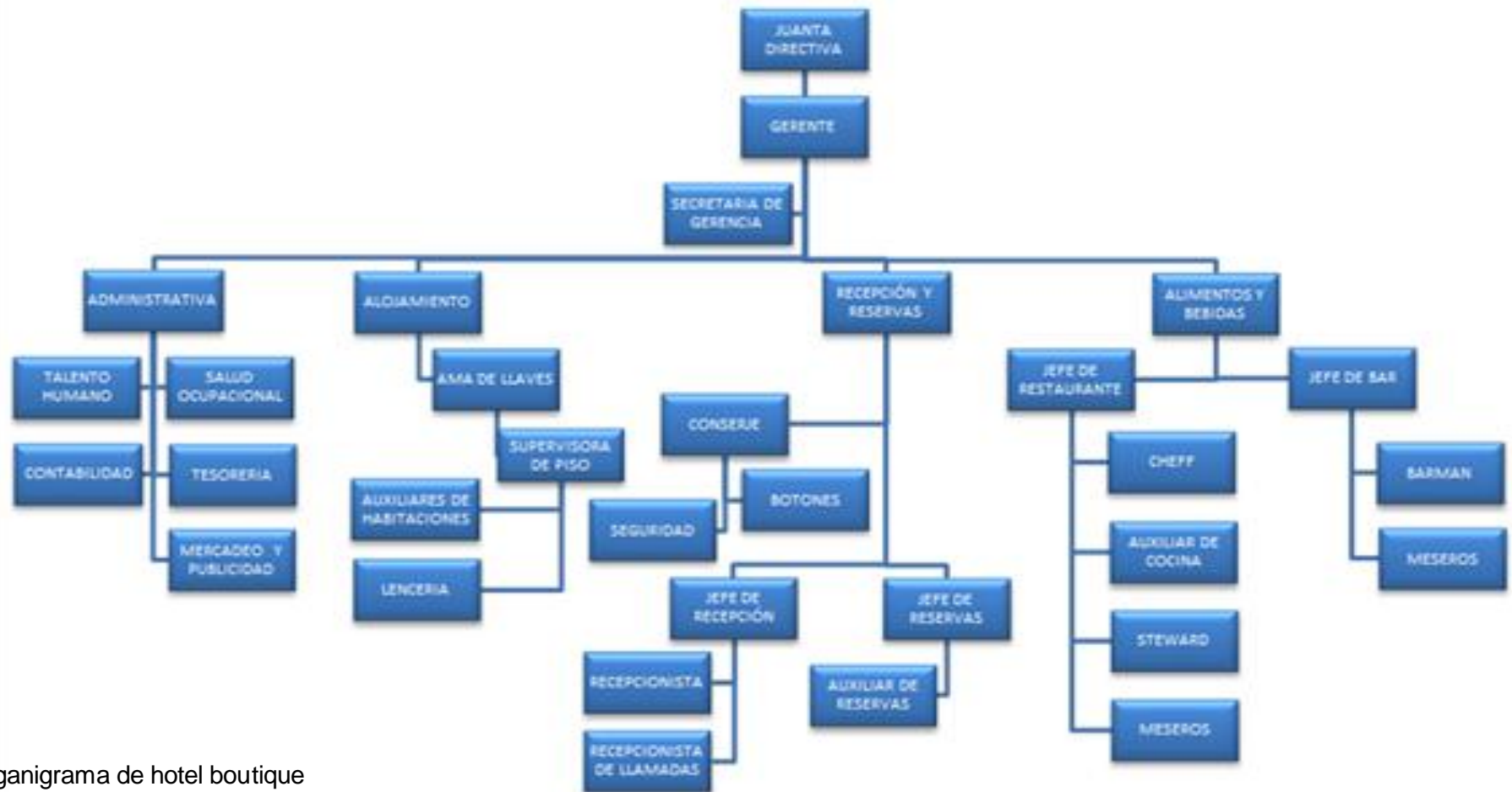
ANEXO 20

Imagen 18: Hotel boutique en Quito Plaza Sucre
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 21

Imagen 19: Hotel boutique en Quito Plaza Sucre
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 22



Organigrama de hotel boutique

Fuente: Melisa Rodríguez

Fecha: 10 de agosto 2014

ANEXO 23

PROCEDIMIENTO PARA LA EMISIÓN DE LICENCIAS AMBIENTALES PARA HOTELES BOUTIQUE

LICENCIA AMBIENTAL

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Procedimiento

El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección
- Ciudad
- Calle No.
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto

en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TdR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia

Razón Social del Proponente

Nombre del Proyecto

Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección

Términos de Referencia (TdR) (documento escrito y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

Constancia debidamente documentada de que los TdR fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TdR y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA), para proyectos nuevos, para el caso de actividades en funcionamiento la Auditoría Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental

Razón Social del Proponente

Nombre del Proyecto

Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección

EIA y PMA (documento escrito y en medio magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

Constancia debidamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

Copia de la Factura que certifique el costo del EIA y PMA

Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10% del costo del EIA y PMA, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. Esta solicitud debe contener:

Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental

Razón Social del Proponente

Nombre del Proyecto

Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.

Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (En caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)

Certificación del costo total del Proyecto

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.

El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.

Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente

Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia

El Proponente deberá tomar en consideración lo dispuesto en el Libro IX del TULAS, referente a Servicios Forestales y de Áreas Naturales Protegidas y Biodiversidad Silvestre (Licencias Forestales, Permisos de Investigación, etc.



Imagen 20: Hotel NU HOUSE habitación
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

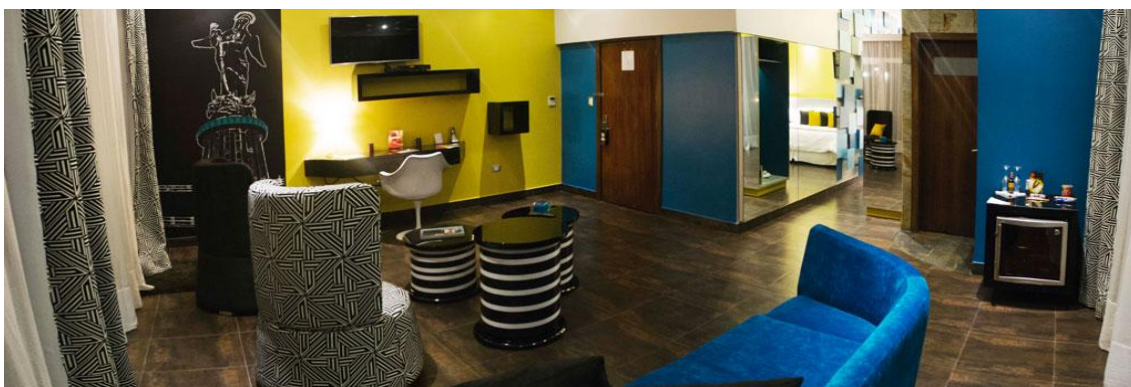


Imagen 21: Hotel NU HOUSE habitación
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

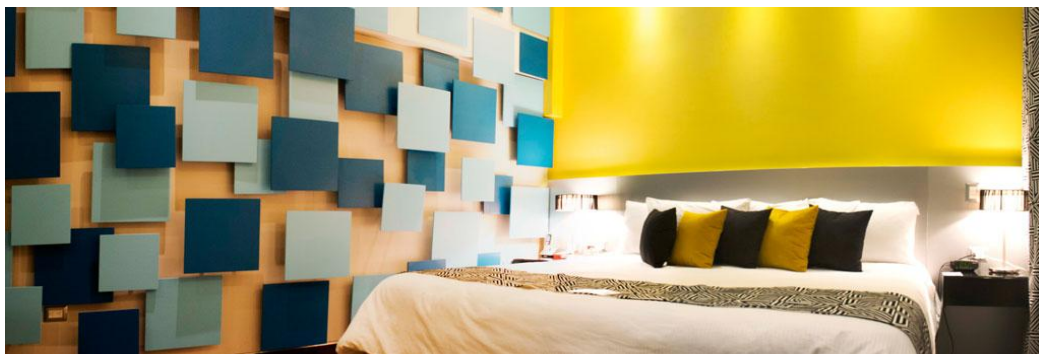


Imagen 22: Hotel NU HOUSE habitación
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).



Imagen 23: Hotel NU HOUSE PARTE FRONTAL
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).



Imagen 24: Hotel NU HOUSE SALA DE ESTAR
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

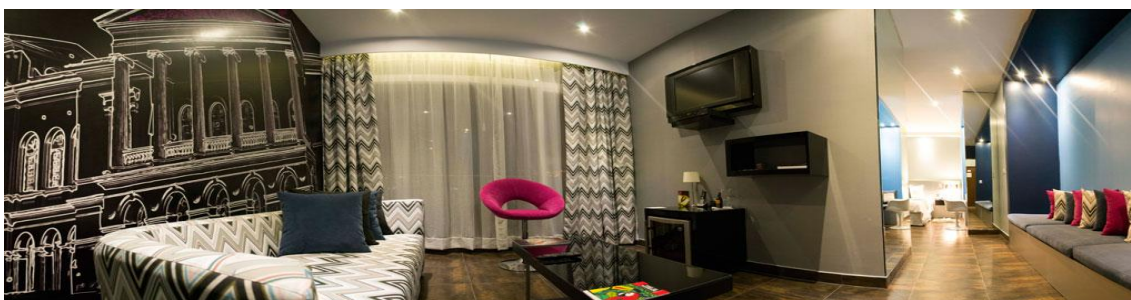


Imagen 25: Hotel NU HOUSE habitación
Fuente: Melisa Rodríguez (2014).

ANEXO 24
CHECKLIST DE ASPECTOS AMBIENTALES AL SECTOR DE HOSTELERÍA Y
TURISMO¹

DIRIGIDO A:

OBJETIVO: Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos sobre la metodología de evaluación de impactos ambientales en un “caso éxito” de una hotelera nacional.

MOTIVACIÓN: Saludos cordiales, le invitamos a colaborar con la mejor predisposición y mayor seriedad en el llenado de la siguiente “lista de control ambiental” a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso académico y de máxima confidencialidad, como insumos de evaluación y valoración de impactos ambientales.

INSTRUCCIONES: La lista se presenta a título de ejemplo, y no pretende ser exhaustiva. No todos los aspectos considerados pueden afectar a un establecimiento; del mismo modo, el establecimiento podría poseer algunos aspectos medioambientales no considerados aquí.

El tipo define si el aspecto es consecuencia de:

- condiciones normales de operación: CN
- condiciones anormales: CA
- incidentes: I
- accidentes/emergencias medioambientales: AE
- no presenta: NP
- no aplica: NA

¹ Adaptado por Víctor Hugo Abril, Ph.D. en base al “Borrador de Propuestas de Buenas Prácticas Medioambientales al Sector Hostelero”. Ayuntamiento de Gozón, Principado de Asturias - España, 2001.

COMPONENTE 1. EMISIONES		
Aspecto	Actividad	Tipo
Emisiones de caldera de agua caliente sanitaria	Saneamiento / calefacción	
Emisiones de caldera de calefacción	Saneamiento / calefacción	
Humos de cocina	Cocina	
Emisiones que puedan causar olores molestos	Cocina	
Emisiones de vehículos	Transporte	
Emisiones COVs (compuestos volátiles orgánicos) de tintorería (percloroetileno)	Lavandería / tintorería	
Emisiones de grupos electrógenos	General	
Fugas de CFC / HCFC (clorofluorocarburos / hidroclorofluorocarburos)	Climatización / cámaras frigoríficas / congeladores	
Otro (especificar)		

COMPONENTE 2. VERTIDOS		
Aspecto	Actividad	Tipo
Vertido de aguas residuales sanitarias	Cocina / habitaciones / lavandería / resto de instalaciones	
Vertido de agua con cloro (Cl) a red de saneamiento (lavado de filtros)	Piscina	
Vertido accidental de agua con cloro (Cl)	Piscina	

Fugas de combustibles o aceites industriales al agua / suelo	Mantenimiento	
Fugas de productos químicos al agua / suelo	Mantenimiento / limpieza	
Vertido accidental de pesticidas / fertilizantes al agua / suelo	Mantenimiento de jardines	
Vertido de residuos peligrosos en caso de incendio	General	
Aguas pluviales contaminadas por manchas de hidrocarburos / aceites del aparcamiento	Aparcamiento	
Otro (especificar)		

COMPONENTE 3. RESIDUOS URBANOS

<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Papel / cartón	Administración / habitaciones / resto de instalaciones	
Tóner y cartuchos de tinta	Administración	
Otras basuras	Habitaciones / zonas comunes	
Plásticos	General	
Embalajes de madera	Mantenimiento / cocina / administración	
Restos metal / chatarra	Mantenimiento	
Mobiliario / electrodomésticos usados	Mantenimiento	

Residuos orgánicos (restos verdes)	Mantenimiento de jardines	
Otros envases y embalajes	Cocina / bar / restaurante	
Residuos orgánicos (restos comidas)	Cocina / bar / restaurante	
Envases de vidrio	Cocina / bar / restaurante	
Aceites / grasas de alimentación residuales	Cocina	
Envases detergentes / suavizantes	Lavandería / cocina	
Residuos inertes	Construcción / reforma	
Lodos de depuradora	Depuradora	
Otro (especificar)		

COMPONENTE 4. RESIDUOS PELIGROSOS

Aspecto	Actividad	Tipo
Pilas (normales y botón)	Administración / habitaciones	
Fluorescentes y bombillas de bajo consumo	Mantenimiento / iluminación	
Envases de productos químicos, entre otros: Pesticidas / fertilizantes Raticidas / desinsectantes Productos de limpieza (amoníaco – NH ₃ , lejía - NaClO , desengrasantes, agua fuerte – HCl, etc.) Cloro (Cl), alguicidas, reguladores de pH Aceites industriales usados Pinturas y barnices Percloroetileno – C ₂ Cl ₄ (lavandería) Disolventes	Mantenimiento / limpieza / lavandería / piscinas	
Aceites industriales usados	Mantenimiento	
Disolventes usados	Mantenimiento	

Trapos / serrín impregnado con aceites o disolventes	Mantenimiento	
Material sanitario: Residual (apósitos, gasas, etc.) Punzantes (jeringuillas usadas) Medicamentos caducados	Servicio médico	
Baterías	Transporte	
Filtros de sistema de ventilación	Ventilación	
Residuos de incendios	General	
Aceites de transformadores con bifenilospoliclorados (PCBs)	General	
Transformadores (por sustitución)	General	
Fuentes radioactivas directores de humo	General	
Otro (especificar)		

COMPONENTE 5. CONSUMOS

<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Gasóleo (diesel)	Calefacción / grupos electrógenos	
Gas (natural, etc.)	Calefacción / cocina / otras actividades	
Propano (C_3H_8)	Calefacción / cocina / otras actividades	
Alimentos y bebidas	Cocina / bar / restaurante	
Gasolina	Transporte y mantenimiento de jardines	
Consumo de plaguicidas y fertilizantes	Mantenimiento de jardines	

Consumo de aceites industriales	Mantenimiento	
Consumo de disolventes	Mantenimiento	
Consumo / emisiones de cloro – Cl	Mantenimiento de piscina	
Agua de red municipal	Servicios sanitarios / piscina	
Consumibles de oficina	Administración	
Energía eléctrica	General	
Consumo de otras sustancias peligrosas	General	
Otro (especificar)		

COMPONENTE 6. RUIDOS Y VIBRACIONES

<i>Aspecto</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tipo</i>
Instalación aire acondicionado	Climatización	
Bombas de agua / depuradora	Piscina	
Cortacésped, segadoras, etc.	Mantenimiento de jardines	
Electrodomésticos	Cocina	
Ruido salas de fiesta	Salas de fiesta	
Ascensores	Funcionamiento	
Construcciones y reformas	Mantenimiento	
Otro (especificar)		

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ESPACIO RESERVADO PARA SEGUIMIENTO Y CONTROL

ENCUESTA

Nombre y Apellido del encuestador:			
Fecha (día / mes / año)			
Ubicación (regional / provincia / cantón / parroquia / calles / teléfono)			
Hora inicio y término (hora / minutos)			
Observaciones y/o sugerencias:			
<p>SUPERVISIÓN: Visita conjunta <input type="radio"/> Control telefónico <input type="radio"/> Revisión <input type="radio"/> cuestionario</p>			
FIRMA ENCUESTADOR		FIRMA SUPERVISOR	