



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL ÁREA DE  
ALOJAMIENTO DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL UBICADO EN  
QUITO**

**AUTORA: DAYANA ALEJANDRA SANTANDER ROMERO**

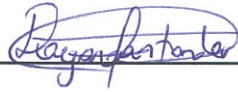
**DIRECTOR: MBA. JOSÉ DAVID ACUÑA ZURITA**

**QUITO – ECUADOR**

**MAYO - 2016**

## AUTORÍA

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza la autora



---

Dayana Alejandra Santander Romero

CI: 1724586787

## CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente tesis cuyo tema es: "Propuesta de mejoramiento del Área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol ubicado en Quito", ha sido elaborada por la Srta. Dayana Alejandra Santander Romero, bajo mi dirección y control.



---

MBA. JOSÉ ACUÑA  
DIRECTOR DE TESIS

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia, a mis tíos, abuelos, primos y hermanos, principalmente a mis padres quienes me han apoyado en todo, me han brindado su confianza y han estado presentes en todo aspecto de mi vida. Gracias por su dedicación y esfuerzo por lo que hacen.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por haberme dado la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y por ser una guía para mí.

A mis profesores por ser fuente de enseñanza y darme su amistad durante mi carrera, gracias por entregarme sus conocimientos y valores que fueron de mucha ayuda para mi desarrollo.

Agradezco a mis compañeros y amigos por ser parte de esta etapa y por haber compartido grandes momentos juntos.

Finalmente, a mi director de tesis MBA. José Acuña por su dirección y apoyo para culminar el presente trabajo de titulación.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, SANTANDER ROMERO DAYANA ALEJANDRA, CI 172458678-7, autora del proyecto titulado Propuesta de mejoramiento del área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol ubicado en Quito, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Hotelera en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 25 de Mayo del 2016

f:  \_\_\_\_\_

SANTANDER ROMERO DAYANA ALEJANDRA

172458678-7

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172458678-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	SANTANDER ROMERO DAYANA ALEJANDRA
DIRECCIÓN:	OBRERO INDEPENDIENTE CALLE E20A N° S6-48
EMAIL:	da_santander24@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	
TELÉFONO MOVIL:	0999917356

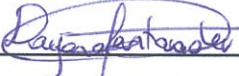
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL UBICADO EN QUITO
AUTOR O AUTORES:	DAYANA SANTANDER
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	25/ 05/ 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	JOSÉ ACUÑA
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA
RESUMEN:	<p>El presente trabajo realiza una propuesta de mejoramiento mediante las bases teóricas que serán de apoyo para la formación del plan, además se determinará un diagnóstico actual mediante técnicas de investigación como encuestas y entrevistas para conocer la satisfacción del cliente en cuanto al servicio que presta el establecimiento. Por último, se analizará los procesos actuales del área de alojamiento del establecimiento y se planteará los procesos en los que se deberían mejorar, mediante la propuesta mejorar la calidad del empleado y ofrecer un servicio óptimo para el cliente. Con el mejoramiento de procesos mediante un</p>

	<p>sistema de control, el establecimiento tendrá estabilidad financiera ya que se elaborará inventarios de los productos de limpieza, blancos, adquiriendo materiales de calidad y de esta manera evitando desperdicios innecesarios.</p> <p>Además, el establecimiento debe analizar estrategias de atención al cliente, mejoramiento del servicio, control de procesos con el propósito de mejorar la calidad de los mismos y entreguen al cliente un valor adicional. Para mantener una posición en el mercado el establecimiento deberá aplicar estas estrategias con el fin de ser competitiva con relación a establecimientos similares.</p>
<b>PALABRAS CLAVES:</b>	MEJORAMIENTO, HOSTAL, ALOJAMIENTO, QUITO
<b>ABSTRACT:</b>	<p>The present work realizes an offer of improvement by means of the theoretical bases that will be of support for the formation of the plan, in addition a current diagnosis will decide by means of technologies of investigation like surveys and interviews to know the satisfaction of the client as for the service that gives the establishment for the service that gives the establishment. Finally, there will be analyzed the current processes of the area of housing of the establishment and one will raise the processes in those who should be improved, by means of the offer to improve the quality of the employee and to offer an ideal service for the client. With the process improvement by means of a system of control, the establishment will have financial stability since there will be elaborated inventories of the products of cleanliness, white, acquiring quality materials and hereby avoiding unnecessary wastes. . In addition, the establishment must analyze strategies of attention to the client, improvement of the service, process control with the intention of improving the quality of</p>



	the same ones and deliver an additional value to the client. To support a position on the market the establishment will have to apply these strategies in order to be competitive with relation to similar establishments.
<b>KEYWORDS</b>	IMPROVEMENT, HOTEL, HOUSING, QUITO

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 

SANTANDER ROMERO DAYANA ALEJANDRA

172458678-7

# ÍNDICE DEL CONTENIDO

## GENERALIDADES

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>VI</b>
1.1. <i>Enunciado del Problema</i> .....	VI
1.2. <i>Formulación del Problema</i> .....	VII
<b>2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>VII</b>
2.1. <i>Objetivo General</i> .....	VII
2.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	VIII
<b>3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>VIII</b>
<b>4. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>IX</b>
<b>5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>XII</b>
5.1. <i>Tipos de Investigación</i> .....	XII
5.2. <i>Métodos de Investigación</i> .....	XIII
5.3. <i>Técnicas de Investigación</i> .....	XIV

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
------------------------	----------

<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>1</b>
-------------------------------	----------

1.1. <i>TURISMO EN EL ECUADOR</i> .....	1
1.2. <i>TURISMO EN QUITO</i> .....	2
1.3. <i>ZONAS TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO</i> .....	3
1.4. <i>REGLAMENTO HOTELERO</i> .....	4
1.5. <i>HOSTAL PUERTA DEL SOL</i> .....	4
1.6. <i>DEFINICIÓN DE MEJORA CONTINUA</i> .....	5
1.7. <i>MÉTODOS PARA LA MEJORA CONTINUA</i> .....	5
1.8. <i>LA REACCIÓN EN CADENA DE DEMING</i> .....	5
1.9. <i>CICLO DE DEMING</i> .....	6
1.9.1. <i>Planear</i> .....	7
1.9.2. <i>Hacer</i> .....	7
1.9.3. <i>Estudiar</i> .....	7
1.9.4. <i>Actuar</i> .....	7
1.10. <i>LA FILOSOFÍA DE JURAN</i> .....	7

1.10.1.	Planificación de la calidad .....	8
1.10.2.	Control de la calidad .....	8
1.10.3.	Mejora de la calidad .....	8
1.11.	<b>DEFINICIÓN DE SERVICIO</b> .....	8
1.11.1.	EXCELENCIA EN EL SERVICIO .....	9
1.12.	<b>LA CALIDAD</b> .....	9
1.13.	<b>DEFINICIÓN DE CLIENTES</b> .....	10
1.13.1.	CLIENTES INTERNOS .....	10
1.13.2.	CLIENTES EXTERNOS .....	10
1.14.	<b>DEFINICIÓN DE PROCESO</b> .....	10
1.15.	<b>TIPOS DE PROCESOS</b> .....	11
<b>CAPÍTULO II</b> .....		<b>12</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL</b> .....		<b>12</b>
2.1.	<b>ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE</b> .....	12
2.1.1.	FACTOR POLÍTICO .....	12
2.1.2.	FACTOR ECONÓMICO .....	13
2.1.3.	FACTOR TECNOLÓGICO .....	15
2.1.4.	FACTOR SOCIAL .....	16
2.2.	<b>ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE</b> .....	16
2.2.1.	COMPETENCIA .....	16
2.2.2.	CLIENTES .....	18
2.2.3.	PROVEEDORES .....	19
2.2.4.	PRECIOS .....	19
2.3.	<b>ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA</b> .....	19
2.4.	<b>LEVANTAMIENTO DE PROCESOS ACTUALES DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL</b> ..	20
2.5.	<b>ENCUESTA AL PERSONAL</b> .....	22
2.5.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO .....	24
2.5.2.	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL .....	28
2.6.	<b>ENTREVISTA</b> .....	28
2.7.	<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b> .....	29
2.8.	<b>ENCUESTA</b> .....	31
2.9.	<b>TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	34
2.10.	<b>CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS HUÉSPEDES</b> .....	45
2.11.	<b>ANÁLISIS FODA</b> .....	45
2.11.1.	MATRIZ FODA .....	46
2.11.1.1.	EVALUACIÓN DE ANÁLISIS INTERNO .....	47
2.11.1.2.	EVALUACIÓN DE ANÁLISIS EXTERNO .....	48
<b>CAPÍTULO III</b> .....		<b>49</b>

<b>PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1. MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO.....</b>	<b>49</b>
<b>3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>49</b>
3.2.1. MISIÓN.....	49
3.2.2. VISIÓN.....	50
3.2.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	50
3.2.4. VALORES CORPORATIVOS.....	50
<b>3.3. PROPUESTA DE ORGANIGRAMA.....</b>	<b>51</b>
<b>3.4. CADENA DE VALOR DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL.....</b>	<b>51</b>
<b>3.5. SIMBOLOGÍA DE PROCESOS.....</b>	<b>52</b>
<b>3.6. PROCESOS DEL ÁREA DE RECEPCIÓN.....</b>	<b>52</b>
3.6.1. PROCESO DE RESERVAS.....	53
3.6.1.1. Pasos de una reserva.....	54
3.6.2. PROCESO DE CHECK IN CON RESERVA Y SIN RESERVA (WALK IN).....	55
3.6.2.1. Pasos para realizar Check in.....	56
3.6.3. PROCESO DE CHECK OUT.....	57
3.6.3.1. Pasos para realizar Check out.....	58
<b>3.7. PROCESOS DEL ÁREA DE AMA DE LLAVES.....</b>	<b>59</b>
3.7.1. PROCESO DE LIMPIEZA DE HABITACIONES.....	59
3.7.1.1. Prioridades en la limpieza.....	60
3.7.2. PROCESO DE SERVICIO DE LAVANDERÍA.....	61
3.7.2.1. Lavado de ropa de los huéspedes.....	62
<b>3.8. PROPUESTA MANUAL DE PUESTOS.....</b>	<b>63</b>
3.8.1. ÍNDICE DE PUESTOS.....	63
3.8.2. HOJAS DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	63
3.8.2.1. Gerente General.....	64
3.8.2.2. Recepcionista.....	65
3.8.2.3. Camarera.....	66
3.8.2.4. Lavandera.....	67
<b>3.9. DOCUMENTACIÓN PARA EL ÁREA DE ALOJAMIENTO.....</b>	<b>68</b>
3.9.1. PAPELERÍA PARA EL ÁREA DE RECEPCIÓN.....	68
3.9.1.1. Tarjeta de registro.....	69
3.9.1.2. Papeleta de reserva.....	70
3.9.2. PAPELERÍA PARA EL ÁREA DE AMA DE LLAVES.....	70
3.9.2.1. Objetos olvidados.....	71
3.9.2.2. Reporte de averías.....	71
3.9.2.3. Formato de Orden de trabajo de camareras.....	72
3.9.2.4. Entrega - Recepción Ropa de Huéspedes a Lavandería.....	73
<b>3.10. NORMAS DEL PERSONAL.....</b>	<b>73</b>
<b>3.11. PRESUPUESTO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>74</b>
<b>3.12. ESTADO DE RESULTADOS.....</b>	<b>77</b>
<b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>79</b>

4.1. CONCLUSIONES.....	79
4.2. RECOMENDACIONES.....	80
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>83</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1.....	13
TABLA N° 2.....	14
TABLA N° 3.....	15
TABLA N° 4.....	24
TABLA N° 5.....	24
TABLA N° 6.....	25
TABLA N° 7.....	25
TABLA N° 8.....	26
TABLA N° 9.....	26
TABLA N° 10.....	27
TABLA N° 11.....	27
TABLA N° 12.....	34
TABLA N° 13.....	35
TABLA N° 14.....	36
TABLA N° 15.....	37
TABLA N° 16.....	38
TABLA N° 17.....	39
TABLA N° 18.....	40
TABLA N° 19.....	41
TABLA N° 20.....	42
TABLA N° 21.....	43
TABLA N° 22.....	44
TABLA N° 23.....	47
TABLA N° 24.....	48
TABLA N° 25.....	63
TABLA N° 26.....	78

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1.....	6
GRÁFICO N° 2.....	6
GRÁFICO N° 3.....	19
GRÁFICO N° 4.....	34
GRÁFICO N° 5.....	35
GRÁFICO N° 6.....	36
GRÁFICO N° 7.....	37
GRÁFICO N° 8.....	38
GRÁFICO N° 9.....	39
GRÁFICO N° 10.....	40
GRÁFICO N° 11.....	41
GRÁFICO N° 12.....	42
GRÁFICO N° 13.....	43
GRÁFICO N° 14.....	44
GRÁFICO N° 15.....	51
GRÁFICO N° 16.....	51
GRÁFICO N° 17.....	52
GRÁFICO N° 18.....	53
GRÁFICO N° 19.....	55
GRÁFICO N° 20.....	57
GRÁFICO N° 21.....	59
GRÁFICO N° 22.....	61
GRÁFICO N° 23.....	62

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1.....	69
CUADRO N° 2.....	70
CUADRO N° 3.....	71
CUADRO N° 4.....	71
CUADRO N° 5.....	72
CUADRO N° 6.....	73
CUADRO N° 7.....	74
CUADRO N° 8.....	74
CUADRO N° 9.....	74
CUADRO N° 10.....	74
CUADRO N° 11.....	75
CUADRO N° 12.....	75
CUADRO N° 13.....	75
CUADRO N° 14.....	75
CUADRO N° 15.....	76
CUADRO N° 16.....	76

## **GENERALIDADES**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Enunciado del Problema**

El Hostal Puerta del Sol se encuentra ubicado en el centro histórico de Quito, es una empresa dedicada al servicio de alojamiento.

El Hostal cuenta con 15 habitaciones distribuidas en simples, dobles y triples, además ofrece los servicios de desayuno incluido, servicio de lavandería, cafetería, wi-fi, teléfono y televisión satelital.

La meta de esta empresa es seguir creciendo, por lo que es necesario solucionar los problemas que existen en la misma como son:

- En la actualidad la empresa cuenta con personal empírico, por lo que no existe la debida importancia a las necesidades y requerimientos de los clientes.
- Mínimo espacio físico para el desarrollo de todos los procesos operativos de la empresa.

Por lo cual se implementará procedimientos en el área de alojamiento ya que son inexistentes, como son: en la limpieza de habitaciones, control de blancos, administración de desechos, disponibilidad de habitaciones, entre otros, por lo que se establecerá parámetros para mejorar el servicio y calidad.

Además, el establecimiento no cuenta con un sistema informático para el control de habitaciones disponibles y ocupadas, un problema que enfrenta el establecimiento es el tiempo de respuesta hacia el requerimiento de los clientes como es en la limpieza de habitaciones, hay demora cuando el cliente lo solicita o el tiempo de servicio en el desayuno, la recepción tiene un espacio mínimo para la llegada del cliente y la realización de la reserva de habitación.

Por todo esto los clientes son los afectados por las quejas que se presentan a menudo en la limpieza de habitaciones y la falta de conocimientos hoteleros por parte del personal que trabaja en el establecimiento ya que no pueden cumplir todos los requerimientos de los huéspedes.

La presente investigación permitirá elaborar un plan de mejoramiento para el área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol, en el cual se tomará en cuenta las necesidades tanto del establecimiento, así como de los clientes, con el objetivo de cambiar y obtener mejores resultados que permitan un mejor funcionamiento del establecimiento.

Para esto, es necesario implementar este plan el cual tiene como fin mejorar la calidad en todos los servicios, satisfaciendo las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores y cumpliendo la estandarización de los procesos.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **Pregunta general**

¿Cuáles son los procesos en el área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol y cómo se van a mejorar?

### **Preguntas específicas**

1. ¿Qué es un proceso de mejoramiento y cómo se aplica en las empresas de alojamiento como un Hostal?
2. ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol y cuál es el nivel de satisfacción de los clientes?
3. ¿Qué procesos se deberían implementar y mejorar en el área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol?

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Objetivo General**

Proponer un plan de mejora del área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol que optimice los procesos y servicios.



## **2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar las bases teóricas que intervienen en la formación de un plan de mejoramiento.
- Determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol y el nivel de satisfacción de los clientes para la identificación de la situación actual.
- Diseñar una propuesta de mejoramiento en el área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol con el fin de que asegure la mejora de los procesos del establecimiento.

## **3. JUSTIFICACIÓN**

La propuesta de un plan de mejoramiento se basa en la necesidad de mejorar la atención al cliente; ofreciendo un adecuado servicio y de mejor calidad que los existentes.

Es necesario prestar un servicio adecuado en el área de alojamiento del Hostal Puerta del Sol para mejorar la calidad de los procesos del establecimiento y mantener una imagen positiva del mismo.

Según el objetivo 10, política 10.3 literal g del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 dice “Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.”

Con la propuesta de este plan lo que se pretende es la aplicación práctica de la teoría sobre los procesos de mejoramiento, para que a largo plazo se logre la satisfacción del cliente y por otra parte incrementar las ventas del establecimiento.

Por lo cual es necesario evaluar los puntos críticos que el establecimiento debe analizar para que la atención y servicio al cliente sea realmente eficiente y pueda llegar a cumplir y exceder las expectativas de los mismos. El plan se dirige a los beneficiarios directos que son los dueños y el personal que trabaja en el establecimiento los que a través del mejoramiento de su hostel tendrán satisfacción personal y económica al realizar un control de procesos adecuado

en el área de alojamiento, y por otra parte los clientes el beneficiario indirecto que podrá disfrutar de los servicios, comodidad y atención que merece por parte del personal que trabaja en el establecimiento.

Con el mejoramiento de procesos mediante un sistema de control, el establecimiento tendrá estabilidad financiera ya que se elaborará inventarios de los productos de limpieza, blancos, adquiriendo materiales de calidad y de esta manera evitando desperdicios innecesarios.

Además, el establecimiento debe analizar estrategias de atención al cliente, mejoramiento del servicio, control de procesos con el propósito de mejorar la calidad de los mismos y entreguen al cliente un valor adicional. Para mantener una posición en el mercado el establecimiento deberá aplicar estas estrategias con el fin de ser competitiva con relación a establecimientos similares.

#### 4. MARCO CONCEPTUAL

- **“Ama de Llaves (Hospitalidad):** Empleada de un hotel que dirige el departamento de camareras. El ama de llaves ejecutiva es miembro del consejo directivo.” (Martínez, 2008, pág. 14)

- **Ambiente (Hospitalidad):**

La apariencia general que da sentido de identidad a un establecimiento, como un hotel o restaurante. Es el entorno o atmósfera que se crea mediante la combinación de luz, colores, muebles, decoración y otros elementos. El término inglés *Ambiance* también se refiere a la apariencia de una persona o cosa. (Martínez, 2008, pág. 14)

- **Amenities (Hospitalidad):**

Término inglés que en general identifica cualquier detalle o servicio que incrementa el atractivo o valor de algo y que lo hace deseable, motivando su adquisición por parte del huésped o usuario. En hotelería “*amenities*” son artículos o servicios que se ofrece adicionalmente a los huéspedes, tales como sistemas de entretenimiento en la habitación, servicios de “*check-out*” automáticos, estacionamiento gratuito, servicios

de mensajería y personal multilingüe. Los *amenities* más comunes son pequeños artículos de aseo personal que se coloca en cuartos de baño. Los términos correspondientes en español pueden ser Artículos de Acogida o Artículos de Bienvenida y están concebidos para añadir atracción al hotel y brindar mejor comodidad. (Martínez, 2008, pág. 15)

- **“Cadena de clientes:** La relación entre clientes internos y externos es lo que constituye la cadena de clientes.” (Sierra, 2007, pág. 25)
- **“Cadena de valor:** La cadena de valor se construye al disgregar a la organización en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes susceptibles de mejores prácticas (actuales y potenciales).” (Garnica & Maubert, 2012, pág. 28)
- **“Calidad total:** Se concibe como una actitud intelectual y vital dirigida a remover todas las energías de la empresa en busca de unos niveles excelentes de respuesta a las necesidades de los clientes.” (Sierra, 2007, pág. 63)
- **“Clientela clave:** Clientela clave es aquella que, por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar.” (Sierra, 2007, pág. 7)
- **“Competitividad:** Capacidad de la empresa para suministrar productos o prestar servicios con la calidad deseada y exigida por sus clientes al coste más bajo posible.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 160)
- **“Estándares de servicio:** Son niveles de desempeño o expectativas medibles que definen la calidad del contacto con el cliente.” (Evans J. , Administración y control de la calidad, 2000, pág. 195)
- **“Estrategia de diferenciación:** La empresa busca ser la única del sector con respecto a algún atributo apreciado por los compradores o a

determinada necesidad que se cree insatisfecha de manera mejorable.”  
(Sierra, 2007, pág. 81)

- “**Gestión:** Hacer adecuadamente las cosas previamente planificadas para conseguir los objetivos.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 83)
  
- “**Mejora continua:** Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 231)
  
- “**Proceso:** Secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para sum usuario o cliente.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 51)
  
- “**Servicio:** Acto social que ocurre en contacto directo entre el cliente y representantes de la empresa de servicio.” (Evans J. , Administración y control de la calidad, 2000, pág. 49)
  
- “**Servicio a la habitación (Hospitalidad):** Servicio de comidas y bebidas a los huéspedes en sus habitaciones. Se conoce también con este nombre al departamento que es responsable de la provisión de tales servicios.” (Martínez, 2008, pág. 204)
  
- “**Sistema:** Conjunto de procesos que tienen por finalidad la consecución de un objetivo.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 52)
  
- “**Valor:** Todo aquello que se aprecia o se estima por el que lo percibe al recibir el producto.” (Pérez Fernández de Velasco, 2010, pág. 51)
  
- “**Valor añadido:** Puede significar rapidez o flexibilidad: rapidez en la entrega o en la fabricación, posibilidad de modificar la demanda en curso.” (Sierra, 2007, pág. 13)

## 5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1. Tipos de Investigación

**“Investigación Bibliográfica:** Es aquella investigación para recoger y analizar información secundaria contenida en diversas fuentes bibliográficas; es decir, se apoya en las consultas, análisis y crítica de documentos.” (Posso Yépez, 2011, pág. 20)

Esta investigación me va a ayudar mediante libros y documentos en los cuales a través de la teoría pueda poner en práctica en el mejoramiento del establecimiento.

#### **Investigación exploratoria:**

Considerada por muchos autores como una investigación de nivel inferior, no en el sentido peyorativo, sino más bien porque estas investigaciones solo ponen en contacto al investigador con la realidad que se va a estudiar, porque solamente se obtienen datos para, sobre la base de estos, recién plantearse problemas o hipótesis, es decir, las investigaciones exploratorias no constituyen un fin en sí mismas, sino que sirven de base para investigaciones profundas y rigurosas. (Posso Yépez, 2011, pág. 20)

A través de esta investigación se podrá conocer la realidad del establecimiento mediante el análisis del FODA en donde se puedan observar las fortalezas y debilidades que tiene la empresa y de esta forma dar solución.

#### **Investigación descriptiva:**

Permite decir cómo es o se manifiesta el objeto, fenómeno o problema motivo de estudio; son investigaciones o estudios que buscan especificar y/o particularizar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Este tipo de investigaciones tiene mucha aplicación en el ámbito educativo. (Posso Yépez, 2011, pág. 20)

Este tipo de investigación se utilizará para describir las características que posee el Hostal Puerta del Sol, observando los procedimientos y detallándolos los cuales serán objeto de estudio para la investigación.

## **5.2. Métodos de Investigación**

**“Método inductivo-deductivo:** Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general).” (Bernal, 2011, pág. 60)

Este método me ayudará a través de encuestas ya que puedo recibir la opinión de los clientes que sería lo particular para llegar a lo general que es el problema que tiene el establecimiento en cuanto a la atención al cliente.

**“Método analítico sintético:** Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).” (Bernal, 2011, pág. 60)

El método será aplicado para analizar los puntos críticos del establecimiento para dar solución y a partir de este análisis elaborar la propuesta de mejoramiento del área de alojamiento.

**“Método analítico:** Este proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separada cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.” (Bernal, 2011, pág. 60)

Con este método el objeto de estudio sería el área de alojamiento del establecimiento, sus partes serían las diferentes formas de contacto que se establece con el cliente.

**Método deductivo:**

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal, 2011, pág. 59)

La propuesta de mejoramiento parte de la observación de hechos y realidades de forma teórica para posteriormente establecer propuestas específicas para el establecimiento.

**Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa:**

Otra forma reciente de caracterizar métodos de investigación es la concepción de métodos cimentada en las distintas concepciones de la realidad social, en el modo de conocerla científicamente y en el uso de herramientas metodológicas que se emplean para analizarlas. (Bernal, 2011, pág. 60)

El método cuantitativo me servirá con la realización de encuestas y el método cualitativo ayudará igualmente con encuestas para conocer los gustos y preferencias de los clientes.

**5.3. Técnicas de Investigación****Encuesta:**

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.

La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (Bernal, 2011, pág. 194)

Esta técnica ayudará al establecimiento a conocer la satisfacción del cliente en cuanto al servicio y observar las falencias a resolverse.

**Entrevista:**

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (Bernal, 2011, pág. 194)

A través de la entrevista se va a realizar esta a los dueños del establecimiento para conocer la realidad del mismo y su funcionamiento.

**“Observación Científica:** La observación, como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada.” (Bernal, 2011)

Mediante esta técnica se podrá observar de forma directa los procedimientos que se realizan en el área de alojamiento del hostel para conocer en cuales se debe mejorar.

**Fuentes Primarias:**

Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera. (Bernal, 2011, pág. 191)

Se obtendrá la información directamente tanto de los empleados operativos y administrativos de la empresa mediante encuestas.

**Fuentes Secundarias:**

Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las



revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información. (Bernal, 2011, pág. 192)

La información que concierne a la investigación se la obtendrá de libros especializados y estudios relacionados con el tema.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1. TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador es un país rico en cultura y naturaleza, mega y biodiverso, con indicadores crecientes de visitantes y turistas nacionales que recorren el país. Su riqueza intercultural y su calidad de gente, hace que cada vez más personas deseen conocer nuevas culturas, enriquecerse con su propia experiencia, sobre el conocer de los demás, dentro de un mismo territorio.

El turismo es una fuente inagotable de crecimiento intercultural, en donde convergen las razas, culturas, dialectos, paisajes, jergas, vestimentas, etc., incluyendo el respeto al entorno social y ambiental.

De acuerdo con la OMT (s.f.), las actividades turísticas son: “Aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (p. 5).

El Turismo como eje de desarrollo de economías emergentes y poblaciones tanto rurales como urbanas, se presenta como una solución ante el índice de la pobreza. Y es que existen poblados, ciudades y países, que basan su economía principalmente en los ingresos por turismo.

Así, el Ecuador tiene una potencialidad única, mega diversa, que permitirá, utilizando los mecanismos adecuados, y respetando la naturaleza, la diversidad de flora y fauna, el medioambiente, propiciar el desarrollo de turismo amigables, actividades de turismo que generen y muevan la economía, y se conviertan en aquel auto sustento de muchas familias, y aquel aporte económico relevante para la economía nacional (Pereyra, 2002).

La tasa de crecimiento anual sobre viajes del país es del 2% (PMTE 2010-2014). Los principales mercados emisores son Quito (23%), Guayaquil (22%), Cuenca (8%), Ambato (4%), Manta y Machala (2% cada uno).

Los productos turísticos de recreación que mayor incidencia tienen en los ecuatorianos es el de sol y playa (20.9%), cultural (18.1%). Los principales destinos que los ecuatorianos visitan son: Guayaquil, Baños, Atacames, Quito, Salinas, Puyo, Playas, Loja, Ambato, Cuenca, Gualaceo, Tonsupa, Machala, Portoviejo y Esmeraldas.

Un dato importante en la parte económica es el nivel de gasto que un turista realiza por viaje es su estadía promedio que es 1.8 días (MINTUR, 2010), es de \$32 (aproximadamente, datos del 2010). Dentro de ese gasto, la estructura lo conforman: 40% en alimentos y bebidas, 16% en alojamientos, 18% en transporte y el resto en complementarios propios de cada viaje. Esto es muy importante, pues los datos muestran la dinamización de la economía por medio del turismo, en sectores clave como la transportación, restauración, estancia, etc. (Barquet, 2014)

## **1.2. TURISMO EN QUITO**

Quito ha tratado por mucho tiempo de posicionarse entre ciudades de importancia turística y con flujos relevantes. Ha tenido algunos reconocimientos como una ciudad a visitar, del New York Times, que apuntan a que el desarrollo turístico en esta ciudad es un factor de desarrollo factible. Al 2012 se postula para ser considerada como una de las 7 ciudades maravillas del mundo. Este preámbulo refuerza la importancia de un sistema turístico saludable y fortalecido en su calidad de servicio. (Cabanilla, 2012)

Quito, la ciudad de los claustros, templos espectaculares y balcones al viento se ha convertido en líder del destino turístico de América del Sur.

Esta ciudad coqueta y traviesa, entre el viejo estilo colonial y el más puro arte arquitectónico de las nuevas metrópolis, abre sus brazos al mundo con nueva infraestructura para recibir a los viajeros, pues cuenta con un moderno aeropuerto y proyecta otras obras de envergadura como el metro y modernas vías de interconexión de la ciudad con valles aledaños.

680.000 turistas no residentes conocieron la belleza natural y arquitectónica de Quito en el 2014, que se traduce en un crecimiento del 8.5% en relación a los

de 628.958 visitantes que llegaron durante el mismo periodo en 2013, de acuerdo a las proyecciones de Quito Turismo. Los meses de mayor afluencia de turistas fueron: julio (71.099), diciembre (60.000) y octubre (59.469).

Se prevé, para este año, un crecimiento de 5%, con respecto al incremento experimentado en el 2014; de mantenerse este incremento, se estima que en 2018 la ciudad recibiría más de 1 millón de turistas. (Quito, 2015)

### **1.3. ZONAS TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO**

El centro histórico, el más grande y mejor conservado del sur del continente, es rico en arte y cultura. Alberga 40 iglesias y capillas de riqueza arquitectónica y pictórica extraordinaria, 16 conventos, monasterios y claustros, 12 museos, 17 plazas y plazoletas, centros turísticos y comerciales, hoteles, parqueaderos, área peatonal.

El centro histórico está vivo, en sus edificios se mantiene la esencia de las tradiciones de la ciudad y la preservación de artes y oficios que dan continuidad a la herencia milenaria de la metrópolis ubicada en la latitud 0° 0' 00''.

Dentro del casco histórico la gastronomía quiteña llena de sabores a la ciudad mientras que los talleres artesanales mantienen sus puertas abiertas utilizando técnicas transmitidas a las nuevas generaciones. El patrimonio es conservado día a día y forma parte de la vida social y económica de la ciudad. Es justamente esta autenticidad la que atrae a los turistas de todo el mundo.

Aprovechando tanto su patrimonio como su excelente posición geográfica, Quito ha apostado por el turismo como la vocación económica principal de la ciudad. Esta estrategia, iniciada en 1978, ya comenzó a cosechar frutos, pues Quito se posiciona hoy como líder turístico en América Latina y a nivel mundial.

El Centro Histórico es el lugar más visitado por turistas del exterior. Según Quito Turismo, a este sector de la urbe llega un aproximado de 61% de visitantes, quienes son atraídos por las iglesias, El Panecillo y La Ronda.

La llegada de turistas a Quito en 2013 (datos finales) tiene un incremento del 18% respecto a 2012. “De mantenerse este porcentaje de crecimiento, se estima que en 2018 llegaríamos a un millón de visitantes a la ciudad”.

Los visitantes de Norte América (EE. UU., Canadá, México) son el principal mercado de turistas de Quito, con un 28% del total de visitantes en 2013, seguidos de sudamericanos y europeos.

De acuerdo a la información de Quito Turismo, el otro atractivo de la capital es La Mariscal con un 22%. Junto con el Centro Histórico son consideradas como las ‘Zonas especiales turísticas de Quito’. (Clemente, 2014)

#### **1.4. REGLAMENTO HOTELERO**

Según el Reglamento de Alojamiento Hotelero 2015, el Hostal Puerta del Sol se encuentra categorizado como 3 estrellas, el establecimiento consta con los requisitos obligatorios citados en dicho reglamento en cuanto a accesibilidad, infraestructura e instalaciones, equipamiento e insumos, señalización, servicios, gestión administrativa y seguridad.

El mejoramiento que se implementará en el establecimiento ayudará a que se cumplan los parámetros establecidos en el reglamento hotelero por lo cual subiría de categoría a 4 estrellas mejorando así sus procesos, infraestructura y servicio que ofrece.

#### **1.5. HOSTAL PUERTA DEL SOL**

Hostal Puerta del Sol cuenta con confortables y modernos espacios diseñados para una práctica estancia en la ciudad de Quito. Ubicado en el corazón del Centro Histórico, a pocos pasos de la Plaza de Santo Domingo.

Puerta del Sol es una propiedad que asegura una estadía cómoda y funcional en un lugar conveniente por su ubicación. Es un hostel que invita a sus huéspedes a aprovechar confortables habitaciones, snack bar, lavandería, sala de lectura y televisión, seguridad y recepción las 24 horas.

Hostal Puerta del Sol ofrece confortables habitaciones, todas ellas agradablemente decoradas, con todas las facilidades para hacer tu estancia de lo más agradable.

## **1.6. DEFINICIÓN DE MEJORA CONTINUA**

Mejora continua son pequeños y permanentes perfeccionamientos de un sistema, proceso o unidad organizacional dentro de la empresa. La mejora continua de procesos productivos o administrativos para obtener productos y servicios flexibles, adaptables, de buena calidad y económicos es una meta deseable para cualquiera empresa. (Bravo, 2009)

Se debe tomar en cuenta que todo proceso debe estar en mejoramiento continuo, en el cual el cambio sirva para perfeccionar un proceso, servicio o producto dentro de una organización. Esta definición será referencia para la mejora continua de los procesos del establecimiento.

## **1.7. MÉTODOS PARA LA MEJORA CONTINUA**

Six Sigma creó un enfoque renovado en la mejora de procesos. Entre las numerosas herramientas que comprende la caja de herramientas de Six Sigma se encuentran siete muy sencillas: diagramas de flujo, hojas de verificación, histogramas, diagramas de Pareto, diagramas de causa y efecto, diagramas de dispersión y diagramas de control. Los japoneses las llaman las Siete herramientas del QC (por sus siglas en inglés; control de calidad [CC]) y se han utilizado durante décadas para apoyar los esfuerzos de solución de problemas para la mejora de la calidad. (Evans & Lindsay, 2008)

## **1.8. LA REACCIÓN EN CADENA DE DEMING**

La filosofía de Deming se centra en la mejora continua en la calidad de productos y servicios reduciendo la incertidumbre y la variabilidad en los procesos de diseño, manufactura y servicio, bajo el liderazgo de los directores. (Evans & Lindsay, 2008)

## GRÁFICO N° 1

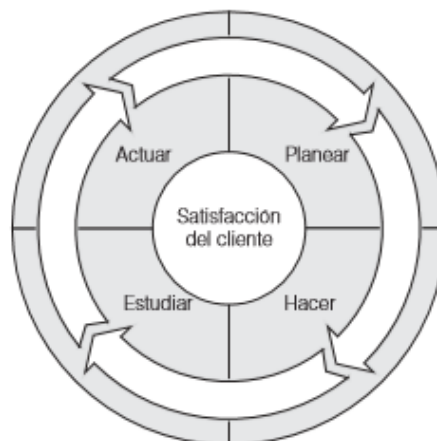


Elaborado por: Dayana Santander

### 1.9. CICLO DE DEMING

El ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act) es un proceso que, junto con el método clásico de resolución de problemas, permite la consecución de la mejora de la calidad en cualquier proceso de la organización. Supone una metodología para mejorar continuamente y su aplicación resulta muy útil en la gestión de los procesos. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

## GRÁFICO N° 2



### **1.9.1. Planear**

La etapa de planeación consiste en estudiar la situación actual y describir el proceso: sus insumos, resultados, clientes y proveedores; entender las expectativas del cliente; recopilar datos; identificar los problemas; probar las teorías sobre las causas y desarrollar soluciones y planes de acción. (Evans & Lindsay, 2008)

### **1.9.2. Hacer**

Para poner en marcha el plan diseñado en la fase anterior, es necesario que las normas establecidas se comprendan y se sepan aplicar. En este paso se proporciona la educación y formación necesaria a todas las personas implicadas, siendo la formación de tres tipos: (1) en grupo; (2) de los superiores a los subordinados en el lugar de trabajo, y (3) individual mediante delegación de autoridad sobre su trabajo. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

### **1.9.3. Estudiar**

La etapa de estudio determina si el plan tentativo funciona en forma correcta mediante la evaluación de los resultados, el registro del aprendizaje y estableciendo si es necesario tomar en cuenta otros aspectos u oportunidades. A menudo es preciso modificar o desechar la primera solución; se proponen nuevas soluciones y se evalúan regresando a la etapa de hacer. (Evans & Lindsay, 2008)

### **1.9.4. Actuar**

En la última etapa, actuar, las mejoras se estandarizan y el plan final se implementa como una "mejor práctica actual" y se comunica a toda la organización. (Evans & Lindsay, 2008)

## **1.10. LA FILOSOFÍA DE JURAN**

Las recomendaciones de Juran se concentran en tres procesos de calidad principales, llamados la Trilogía de calidad: (1) planificación de la calidad, el proceso de preparación para cumplir los objetivos de calidad; (2) control de



calidad, el proceso de satisfacer los objetivos de calidad durante las operaciones, y (3) mejora de la calidad, el proceso de alcanzar niveles de desempeño sin precedentes. (Evans & Lindsay, 2008)

#### **1.10.1. Planificación de la calidad**

La planificación de la calidad empieza al identificar a los clientes, tanto internos como externos; determinar sus necesidades; traducir las necesidades del cliente en especificaciones; desarrollar características de productos que respondan a esas necesidades, y elaborar los procesos capaces de producir el producto o prestar el servicio.

#### **1.10.2. Control de la calidad**

Juran afirmó que el control de calidad requiere determinar qué se va a controlar, establecer las unidades de medición para evaluar la información de manera objetiva, fijar las normas de desempeño, medir el desempeño real, interpretar la diferencia entre el desempeño real y las normas y emprender una acción en cuanto a la diferencia.

#### **1.10.3. Mejora de la calidad**

Juran especificó un programa detallado para el mejoramiento de la calidad. En este tipo de programa se tiene que probar que la mejora es necesaria, identificar proyectos específicos de la mejora, organizar el apoyo para los proyectos, diagnosticar las causas, proporcionar remedios para las causas, probar que los remedios son eficaces en las condiciones operativas actuales y ofrecer el control con el fin de conservar las mejoras.

### **1.11. DEFINICIÓN DE SERVICIO**

El servicio se puede definir como “cualquier actividad primaria o complementaria que no produce directamente un bien físico; es decir, la parte sin producto de la operación entre el comprador (cliente) y el vendedor (proveedor)”. (Evans J. , 2008)

El servicio es un conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. (Sierra, 2007)

El servicio es un factor importante para la atención del cliente, es la actitud que se muestra para satisfacer las necesidades del cliente, para cumplir sus expectativas y lograr su aceptación a través de una sonrisa.

También es importante ofrecer un buen servicio el cual tenga un valor agregado siendo así la ventaja principal de la competencia.

#### **1.11.1. EXCELENCIA EN EL SERVICIO**

La excelencia consiste en conocer, satisfacer y sorprender a los clientes.

La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. Ignorar cuales son los valores de los clientes es una actitud arrogante y descuidada, porque el valor es lo que realmente motivará una transacción y sin embargo es subjetivo. (Tigani, 2006)

Es importante cumplir las expectativas del cliente de manera que sea mayor a la esperada, se debe conocer sus necesidades y deseos con el fin de satisfacerlos ofreciendo un servicio de excelencia y calidad adecuado a la percepción del cliente.

#### **1.12. LA CALIDAD**

Diferentes conceptos definen el término calidad, desde “conformidad con los requisitos”, hasta “la diferencia entre los servicios esperados por el cliente antes de su prestación y los que realmente percibe”.

Podemos entender la calidad como el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. (García, 2007)

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. (Sierra, 2007)

La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, cuando cumple las expectativas del cliente. La calidad significa aportar valor al cliente, el valor de un producto o servicio que supere lo que el cliente esperar recibir.

### **1.13. DEFINICIÓN DE CLIENTES**

Todos los que trabajan en una empresa tienen clientes, bien sea que trabajen con gente de afuera, que paga lo que la compañía ofrece, o bien con gente de adentro, es decir, sus compañeros de trabajo. (Sierra, 2007)

#### **1.13.1. CLIENTES INTERNOS**

Son las personas que trabajan dentro de la empresa y cuentan con el encargado para obtener los servicios, los productos y la información que necesitan para realizar su trabajo.

No son clientes en el sentido tradicional, pero requieren la misma cuidadosa atención que se les da a los clientes externos. Al incluir a sus compañeros de trabajo, da un paso importante hacia el servicio excelente. (Sierra, 2007)

#### **1.13.2. CLIENTES EXTERNOS**

Son las personas que la empresa atiende, personalmente o por teléfono, cuando compran productos o servicios. Son clientes en el sentido tradicional de la palabra. Sin ellos no habría ventas, negocios, salarios. (Sierra, 2007)

Es importante la relación que debe haber entre los clientes internos y externos, es decir si las personas que trabajan en la empresa son motivadas y cumplen satisfactoriamente sus actividades, esto se reflejará para cumplir con las expectativas del cliente externo.

### **1.14. DEFINICIÓN DE PROCESO**

Secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente. (Pérez Fernández de Velasco, 2010)

## **1.15. TIPOS DE PROCESOS**

### **Procesos Operativos**

Combinan y transforman recursos para obtener el producto o proporcionar el servicio conforme a los requisitos del cliente, aportando en consecuencia un alto valor añadido.

### **Procesos de Apoyo**

Proporcionan las personas y los recursos necesarios por el resto de procesos y conforme a los requisitos de sus clientes internos.

### **Procesos de Gestión**

Estos procesos funcionan recogiendo datos del resto de los procesos y procesándolos para convertirlos en información de valor para sus clientes internos; información comprensible, fiable, precisa, oportuna, puntual y, sobre todo, accesible y aplicable para la toma de decisiones.

### **Procesos de Dirección**

Los concebimos con carácter transversal a todo el resto de procesos de empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

#### **2.1. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE**

Grandes fuerzas de la sociedad demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales que afectan al microentorno. (Kotler & Armstrong, 2008)

Los factores que se pueden considerar en el macro ambiente son:

- Factor Político
- Factor Económico
- Factor Tecnológico
- Factor Social

##### **2.1.1. FACTOR POLÍTICO**

Leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad determinada y los limitan. (Kotler & Armstrong, 2008)

Desde el Gobierno del Señor presidente Rafael Correa está centrado en el denominado “Socialismo del siglo XXI”, que redefine el sector público, las políticas y la concentración del poder para la toma de decisiones, de esta manera se centraliza el poder en el ejecutivo con sus diferentes organismos de control.

Es importante mencionar que dentro de la gestión de cambio, el Ministerio de Turismo del Ecuador tiene por objetivo promocionar al país como destino atractivo en otros continentes, basados en el diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible de Ecuador 2020 (PLANDETUR) que presenta una propuesta programática a ser aplicada a nivel nacional, esta propuesta busca potenciar un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida.

Bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR) y con la participación activa de Consejos Provinciales, Municipios, así como de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales lograrán desarrollar el sector. Cabe señalar que todos deben direccionar sus acciones a metas comunes y objetivos específicos, logrando así una alianza pública y privada para fortalecer el rol rector y dinamizador del Estado. (Tourism & Leisure, 2007)

### 2.1.2. FACTOR ECONÓMICO

Factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. (Kotler & Armstrong, 2008)

Las principales fuerzas económicas son:

- **Inflación**

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador, s.f.)

**TABLA N° 1**  
**TASA DE INFLACIÓN 30-JUNIO-2013 AL 31-MAYO-2015**

FECHA	VALOR
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %

- **Tasa de interés**

Para el Hostal Puerta del Sol la tasa de interés activa representa una oportunidad para acceder a préstamos y de esta forma mejorar en el cumplimiento de sus actividades como en la compra de nuevos equipos o renovación de instalaciones.

**TABLA N° 2**  
**TASA DE INTERÉS 31-JULIO-2013 AL 30-JUNIO-2015**

FECHA	VALOR
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales.

**TABLA N° 3**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) 31-ENERO-2013 AL 31-**  
**DICIEMBRE 2014**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	17.40 %
Noviembre-30-2014	16.70 %
Octubre-31-2014	16.60 %
Septiembre-30-2014	16.50 %
Agosto-31-2014	15.20 %
Julio-31-2014	15.10 %
Junio-30-2014	15.00 %
Mayo-31-2014	13.20 %
Abril-30-2014	12.80 %
Marzo-31-2014	12.80 %
Febrero-28-2014	12.90 %
Enero-31-2014	12.80 %
Diciembre-31-2013	13.70 %
Noviembre-30-2013	13.60 %
Octubre-31-2013	13.30 %
Septiembre-30-2013	13.30 %
Agosto-31-2013	13.90 %
Julio-31-2013	13.90 %
Junio-30-2013	13.90 %
Mayo-31-2013	13.70 %
Abril-30-2013	13.60 %
Marzo-31-2013	13.70 %
Febrero-28-2013	13.60 %
Enero-31-2013	12.10 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

### 2.1.3. FACTOR TECNOLÓGICO

Fuerzas que crean nuevas tecnologías, y a su vez generan nuevos productos y oportunidades de mercado. (Kotler & Armstrong, 2008)

La tecnología representa una ventaja competitiva en el desarrollo de las empresas, disminuye costos y mejora la calidad de los procesos.

Hostal Puerta del Sol cuenta con tecnología como el acceso a internet, cable, correo electrónico, telefonía. Los clientes pueden tener comunicación de diferentes formas y facilita la conexión con el establecimiento.

Se implementará en el establecimiento un sistema informático para reservas de habitaciones, para conocer el estado de habitaciones y todo lo relacionado con el alojamiento al fin de tener un control adecuado a las necesidades del cliente.



#### **2.1.4. FACTOR SOCIAL**

Estos factores consisten en las actitudes, los valores y los estilos de vida y cómo influyen en los productos que la gente compra, los precios que paga, la efectividad de la promoción y cómo, dónde y cuándo espera comprarlos. (Garnica & Maubert, 2012)

Hostal Puerta del Sol es una empresa que genera empleo. El factor social es el costo de la mano de obra a los empleados por lo que se debe pagar sueldos y remuneraciones lo que disminuye la rentabilidad del establecimiento.

#### **2.2. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE**

Fuerzas cercanas a la empresa: compañía, proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y públicos que inciden en su capacidad de servir al cliente. (Kotler & Armstrong, 2008)

Dentro del microambiente se encuentra 4 factores:

##### **2.2.1. COMPETENCIA**

Competencia es el conjunto de empresas que se encuentran dentro de un mismo sector en el mercado que ofrecen productos iguales o similares a los de otra empresa o producen bienes sustitutos los cuales pueden llegar a reemplazar el consumo de los bienes o servicios de dicha empresa.

En el sector del Centro Histórico de Quito se determinó empresas que ofrecen el mismo producto o servicio, siendo estos la competencia directa:

- Hostal Quito Cultural: Se encuentra ubicado en la calle Flores N4-160 y Chile.

El Hostal ofrece habitaciones amplias, un solárium y conexión a internet gratuita. Se encuentra en el centro de Quito, a sólo 2 calles de la plaza Grande y el palacio presidencial. Las habitaciones, pintadas en tonos vivos, disponen de ropa de cama colorida. Todas presentan una

decoración exclusiva y ofrecen vistas a la ciudad, suelo de madera y baño privado con ducha. Algunas incluyen balcón privado. Por las mañanas, se sirve un desayuno americano. Se ofrecen servicios de guarda equipaje y de información turística. También hay un servicio de enlace con el aeropuerto.

- Hostal La Casa Toleña: Ubicado en la Av. Chile E4-13 y León (esq.). Infraestructura al estilo colonial. El hostal cuenta con servicios de Restaurante, Mirador, Lavandería, Bar Mirador, Sala de espera, Centro de Información Turístico, Caja fuerte, Teléfono y Wifi.
- Hostal Ecuador: El hostal se encuentra ubicado en la calle Venezuela S-128 y Rocafuerte.

Cuenta con el servicio de Habitaciones para no fumadores, Servicio de lavandería, Almacenamiento para el equipaje, Caja de seguridad, Internet gratis hasta la medianoche, Wi-Fi, Mapas de la ciudad, Servicio de despertador, Servicio de habitaciones, Tours agencia de información, Clases de español, Café y té gratuito, Cafetería, Traslado al aeropuerto.

- Hostal Rincón Familiar: Ubicado en la calle Flores N3-49 entre Sucre y Junín. Las habitaciones cuentan con servicio de agua caliente, teléfono, wi-fi, caja de seguridad, bodega de equipaje, sala de lectura, lavandería y transfer aeropuerto.
- Hostal Flores: Se ubica en la calle Flores N3-51 y Sucre. Cuenta con servicio de Lavandería (con costo adicional), Servicio de despertador, Traslado aeropuerto (con costo adicional), Seguridad 24hs, Guarda equipajes, Servicio de Traslado (con costo adicional), Internet Wi-fi.

#### Competencia indirecta:

- Hotel San Francisco: Cuenta con amplios y modernos espacios, así como sus funcionales instalaciones que incluyen un cuarto de TV y lectura, restaurante 1698 Camino real, mirador Balcón Quiteño, internet/wi-fi, caja de seguridad, servicio de lavandería, bodega de equipaje y servicio de fax.

Todas las habitaciones y suites del Hotel San Francisco están

decoradas en estilo colonial y están equipadas con baño privado, TV cable y teléfono.

Está ubicado en la calle Sucre 217 y Guayaquil.

- Hotel Internacional Plaza del Teatro: Se encuentra ubicado en la calle Guayaquil N8-75 y Esmeraldas.

Las habitaciones del Hotel Internacional Plaza del Teatro están completamente equipadas con modernas amenidades para ofrecerle la más cómoda de las estadías. Cuentan con baño privado, agua caliente, teléfono y TV cable.

- Hotel Catedral Internacional: Esta ubicado en la calle Mejía Oe6-34 y Cuenca. Cada habitación cuenta con ducha de agua caliente, secador de pelo, toallas de baño de lujo y ropa de cama, teléfono con discado directo, TV LCD de 24 " pantalla plana, TV cable internacional. Además, servicio de lavandería, Wi-fi, servicio de transporte y restaurante.

### **2.2.2. CLIENTES**

Cliente es la persona natural o empresa que adquiere el bien, producto o servicio para satisfacer sus necesidades.

Los clientes son el factor más importante para Hostal Puerta del Sol, se busca la satisfacción del cliente conociendo sus gustos, preferencias y expectativas ofreciendo así un servicio de calidad.

Según estadísticas determinadas por el establecimiento, los clientes que atiende Hostal Puerta del Sol son:

- Público en general 35%
- Empresas públicas y privadas 30%
- Agentes de venta 15%
- Familias 20%

### 2.2.3. PROVEEDORES

“Los proveedores son un eslabón importante del sistema total de entrega de valor a los clientes de la empresa. Ellos proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios” (Kotler & Armstrong, 2003)

Hostal Puerta del Sol mantiene relaciones con proveedores por las condiciones de pago, la entrega y calidad.

Los proveedores con los que cuenta la empresa son:

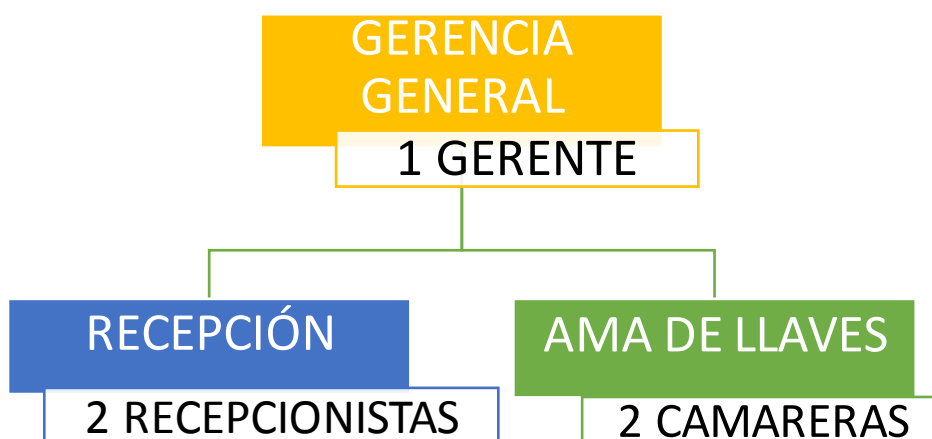
- Santa María
- Unilimpio
- Kiwi
- Juan Marcet
- Chaide y Chaide

### 2.2.4. PRECIOS

Hostal Puerta del Sol se dedica a la actividad de alojamiento. Sus precios se fijan de acuerdo al mercado y empresas que ofrecen el mismo servicio y producto como son habitaciones, servicios complementarios como lavandería, tv cable, internet, además de todos los servicios que ofrece el establecimiento.

## 2.3. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

GRÁFICO N° 3



## **2.4. LEVANTAMIENTO DE PROCESOS ACTUALES DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL**

El establecimiento no cuenta con un manual de procesos, a pesar de eso se maneja de la siguiente manera:

### **Recepción**

#### **Proceso de check in sin reserva**

- Recibir al cliente
- Preguntar si tiene reserva
- Preguntar qué tipo de habitación desea
- Verificar la disponibilidad
- Realizar el registro a mano mediante un formato
- Solicitar el pago total de la habitación
- Entregar la llave de la habitación
- Dar la bienvenida e indicar en que piso es la habitación

#### **Proceso de check in con reserva**

- Recibir al cliente
- Preguntar si tiene reserva
- Buscar si la reserva fue hecha y anotada
- Confirmar nuevamente los datos del cliente
- Realizar el registro a mano mediante un formato
- Solicitar el pago total de la habitación
- Entregar la llave de la habitación
- Dar la bienvenida e indicar en que piso es la habitación

#### **Proceso de check out**

- El huésped solicita el check out
- Se revisa si hizo algún consumo
- Se procede a cobrar los consumos extras

## **Ama de llaves**

### **Proceso de limpieza de habitación ocupada**

- Golpear la puerta
- Anunciarse
- Abrir las ventanas
- Tender la cama
- Limpiar el baño y colocar amenities
- Limpiar polvos
- Cerrar ventanas
- Cerrar la habitación

### **Proceso de limpieza de habitación en check out**

- Golpear la puerta
- Abrir las ventanas
- Tender la cama
- Cambiar blancos y toallas
- Limpiar el baño y colocar amenities
- Limpiar polvos
- Cerrar ventanas
- Cerrar la habitación

### **Proceso de limpieza de baños**

- Recoger las toallas sucias
- Lavar la ducha, inodoro y lavamanos
- Colocar desinfectante
- Colocar toallas limpias
- Trapear y secar el piso

### **Proceso de lavado de ropa**

- Recibir la ropa de huéspedes
- Separar prendas según tipo y color

- Preparar la lavadora
- Lavar la ropa

## **2.5. ENCUESTA AL PERSONAL**

El Focus group se realizará en el área de alojamiento del hostel en el cual intervienen el personal de recepción y ama de llaves siendo 4 personas las participantes.

### **ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL**

**1.- ¿Posee usted conocimientos relacionados con la hotelería?**

Si

No

**2.- ¿Recibió un proceso de inducción al ingresar a trabajar en Hostal Puerta del Sol?**

Si

No

**3.- ¿Recibe capacitación constante por parte del establecimiento?**

Si

No

**4.- ¿Posee un manual de procesos para saber cuáles son sus funciones?**

Si

No

**5.- ¿Se siente motivado con el ambiente laboral y las condiciones físicas dentro de su puesto de trabajo?**

Si

No

**6.- ¿Cuenta con los recursos necesarios para desempeñarse en su área de trabajo?**

Si

No

**7.- ¿Se siente usted satisfecho con la atención que brinda al cliente?**

Si

No  ¿Por qué? .....

**8.- ¿Le gustaría recibir capacitación constante para mejorar sus resultados en el trabajo?**

Si

No



## 2.5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO

### Conocimientos

**TABLA N° 4**

CONOCIMIENTOS	N°	PORCENTAJE
Si	2	50%
No	2	50%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** La tabla muestra que el 50% de los empleados tienen conocimientos empíricos de hotelería, mientras el otro 50% no poseen conocimientos, por lo cual se debe tomar importancia para capacitar a los trabajadores.

### Proceso de inducción

**TABLA N° 5**

INDUCCIÓN	N°	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** El total del personal si recibió un proceso de inducción al ingresar a trabajar en el hostel, se puede notar que la empresa se preocupa por ofrecer a sus empleados la información que necesitan para su área.

## Capacitación

**TABLA N° 6**

CAPACITACIÓN	N°	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** El 100% de los empleados recibe capacitación por parte de establecimiento, pero se puede observar que la capacitación es básica y se realiza cada año, por lo cual el personal necesita una capacitación adecuada sobre todo lo relacionado al hostal.

## Manual de procesos

**TABLA N° 7**

MANUAL DE PROCESOS	N°	PORCENTAJE
Si	0	0
No	4	100%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** Ninguno de los empleados poseen un manual de procesos para conocer el procedimiento de sus funciones, los trabajadores dicen que necesitan saber los procesos correctos para cumplir su trabajo.

## Ambiente laboral y condiciones físicas

**TABLA N° 8**

<b>AMBIENTE LABORAL Y CONDICIONES FÍSICAS</b>	<b>N°</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	3	75%
No	1	25%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** El 75% de los empleados se sienten motivados con el ambiente laboral y las condiciones físicas de su puesto de trabajo, mientras que un trabajador se siente bien en lo que hace en su trabajo sin embargo cree que se necesita el material necesario para su área.

## Recursos

**TABLA N° 9**

<b>RECURSOS</b>	<b>N°</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	2	50%
No	2	50%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** La tabla muestra que la mitad de los empleados cuentan con los recursos necesarios para realizar su trabajo, mientras la otra mitad no cuenta con recursos, por lo cual el personal necesita equipos y papelería necesaria para mejorar sus procesos.

## Satisfacción

**TABLA N° 10**

<b>SATISFACCIÓN</b>	<b>N°</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	3	75%
No	1	25%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El 75% de los empleados se encuentran satisfechos con la atención que brindan al cliente, mientras el 25% no está satisfecho por la falta de tecnología, opinan que se debe brindar un mejor servicio en el cual se cumpla las expectativas del cliente.

## Capacitación constante

**TABLA N° 11**

<b>CAPACITACIÓN CONSTANTE</b>	<b>N°</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	4	100%
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

**Análisis:** El total de los empleados desea recibir una capacitación constante para mejorar sus resultados, creen que es necesario tener conocimientos y aprender el procedimiento correcto de los procesos para que se optimice el tiempo y cumplir con los parámetros establecidos.

## **2.5.2. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL**

- Una parte del personal del área de alojamiento tienen conocimientos de hotelería, sin embargo, son conocimientos empíricos, por lo tanto, es importante capacitar al personal de forma técnica y práctica para que brinden un mejor servicio.
- El personal de recepción no cuenta con equipos de cómputo o software hotelero y papelería necesaria, la cual permita tener procesos y control de las habitaciones, ya que los procesos se realizan en hojas a mano.
- El personal no cuenta con un manual de procesos para conocer sus funciones, por lo que es importante establecer procedimientos para el área.
- Los empleados desearían recibir capacitación constante para mejorar la atención y servicio al cliente.

## **2.6. ENTREVISTA**

### **1.- ¿Cuánto tiempo tiene el Hostal Puerta del Sol en el mercado?**

Hostal Puerta del Sol funciona desde el año 1997, hasta hoy llevan 18 años en el mercado.

### **2.- ¿Usted realizó un estudio de mercado antes de comenzar el negocio?**

No, vieron la llegada de turistas al país y decidieron abrir el negocio.

### **3.- ¿Existe un manual de procesos para cada área de su establecimiento?**

No está establecido un manual de procesos.

### **4.- ¿Cuáles son los factores en qué debería mejorar el hostel?**

En el aspecto tecnológico porque deben estar cambiando siempre, pero tiene un costo alto.

**5.- ¿Cuáles cree usted que son los factores más relevantes de su establecimiento?**

Es un hostel familiar, hacen que el cliente se sienta como en casa con la amabilidad, limpieza que son sus fortalezas.

**6.- ¿Cómo califica la calidad que presta su establecimiento?**

De buena calidad porque hacen bien las cosas y siguen mejorando.

**7.- ¿Cuál es su perspectiva a futuro referente al hostel?**

Esperan cambiar de categoría a futuro para el crecimiento del hostel.

## **2.7. TAMAÑO DE LA MUESTRA**

La muestra se determina mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Donde:

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Universo

**Z** = Nivel de confianza: 1,96 (para un 95% de confiabilidad)

**p** = Variable positiva: 0,5 (50% probabilidad de éxito)

**q** = Variable negativa: 0,5 (50% probabilidad de fracaso)

**e** = Error permitido: 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (1400)}{(1400-1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{1344,56}{4,45}$$

$$n = 300$$

Se obtiene un total de 300 encuestas, es decir el número de personas a las que se va a realizar la encuesta.

## 2.8. ENCUESTA

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES DEL HOSTAL

#### PUERTA DEL SOL

**OBJETIVO:** Conocer las sugerencias y necesidades del cliente con la finalidad de mejorar el servicio y atención hacia el huésped.

#### Género

Masculino       Femenino

**1.- ¿Cuándo usted viaja con cuántas personas suele hacerlo?**

1 – 2

2 – 4

4 – 6

**2.- ¿Con quiénes viaja frecuentemente?**

Solo

Amigos

Familia

Pareja

Compañeros de trabajo

**3.- ¿Cuántas son las noches de permanencia que usted se hospeda en el Hostal?**

1 – 2 noches

1 – 3 noches

2 3 – 4 noches

Más de 4 noches



**4.- ¿Cuáles fueron los factores predominantes para haber elegido el establecimiento?**

- Ubicación
- Infraestructura
- Calidad en el servicio
- Precio
- Otros:

Indique cuales fueron: .....

**5.- ¿Según su vivencia volvería a hospedarse en el establecimiento?**

Si

No

**6.- Califique según su criterio los siguientes aspectos:**

SERVICIOS	CALIFICACIÓN			
	Excelente	Buena	Regular	Mala
Limpieza de habitaciones				
Atención al cliente				
Decoración				
Baños				
Internet				
Guía turística				

**7.- ¿Cuándo usted realiza el check in y check out es atendido?**

Inmediatamente

Después de 5 minutos

Después de 10 minutos

**8.- ¿Recomendaría los servicios de Hostal Puerta del Sol?**

Si

No  ¿Por qué? .....

**9.- ¿De acuerdo a la experiencia vivida en el establecimiento, considera que la tarifa pagada fue?**

Alta

Aceptable

Baja

**10.- ¿Qué sugerencia daría usted al Hostal Puerta del Sol para mejorar sus servicios en cuanto a?**

Tiempos de atención

Calidad de servicio

Costo – beneficio

Limpieza

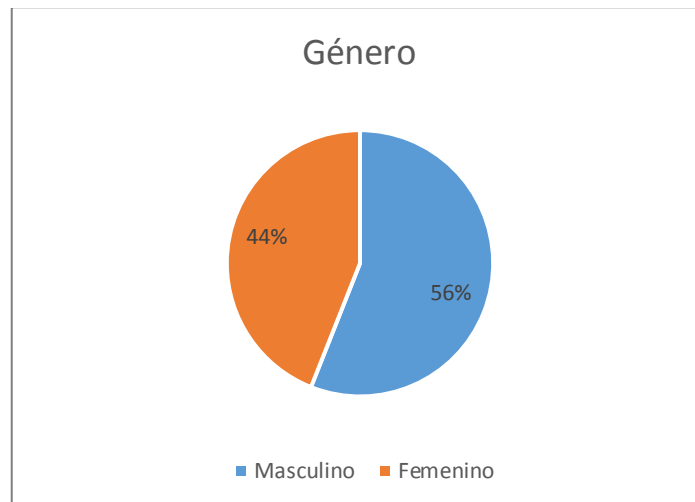
## 2.9. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

### Género

TABLA N° 12

Género	N°	Porcentaje
Masculino	167	56%
Femenino	133	44%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 4



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### Análisis:

Como indica el gráfico anterior el 56% de los clientes encuestados representa el género masculino, equivalente a 167 personas, el dato se debe a que la mayoría de personas se hospedan en grupos de amigos o por parte de la empresa a la que pertenecen, mientras el 44% de las personas son de género femenino.

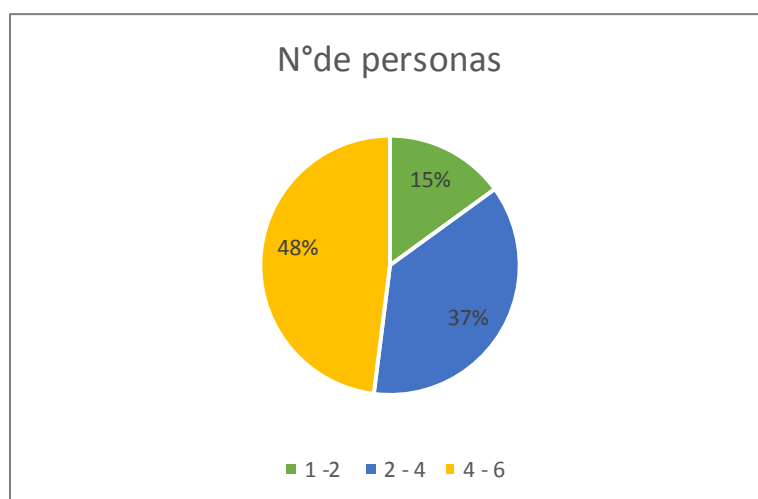
## Pregunta N°1

¿Cuándo usted viaja con cuántas personas suele hacerlo?

**TABLA N° 13**

N°de personas	N°	Porcentaje
1 – 2	45	15%
2 – 4	112	37%
4 – 6	143	48%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 5**



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### **Análisis:**

En el gráfico se puede apreciar que el 48% de las personas viajan entre 4 a 6 personas por lo cual a través de la investigación se observó que los clientes se hospedan en grandes grupos o familias. También el 37% de clientes que se hospedan entre 2 a 4 personas o de 1 a 2 personas que son parejas, son clientes que pasan poco tiempo en el establecimiento.

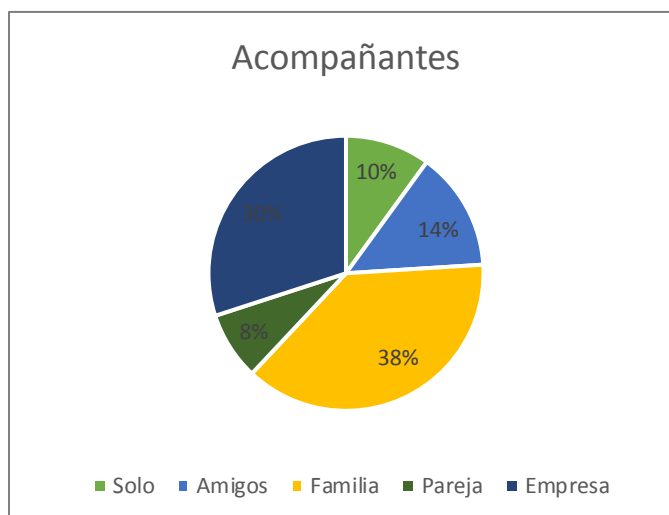
## Pregunta N°2

¿Con quiénes viaja frecuentemente?

Acompañantes	N°	Porcentaje
Solo	29	10%
Amigos	41	14%
Familia	116	38%
Pareja	23	8%
Compañeros de trabajo	91	30%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

TABLA N° 14

## GRÁFICO N° 6



### Análisis:

El 38% de las personas encuestadas que equivale a 116 personas, viajan frecuentemente en familia, por lo que representa el segmento más alto para el hotel, además el 30% de los clientes viajan por trabajo y el 14% viaja con amigos, siendo así porcentajes de huéspedes que son significativos para el establecimiento ya que hay una gran acogida por la gente.

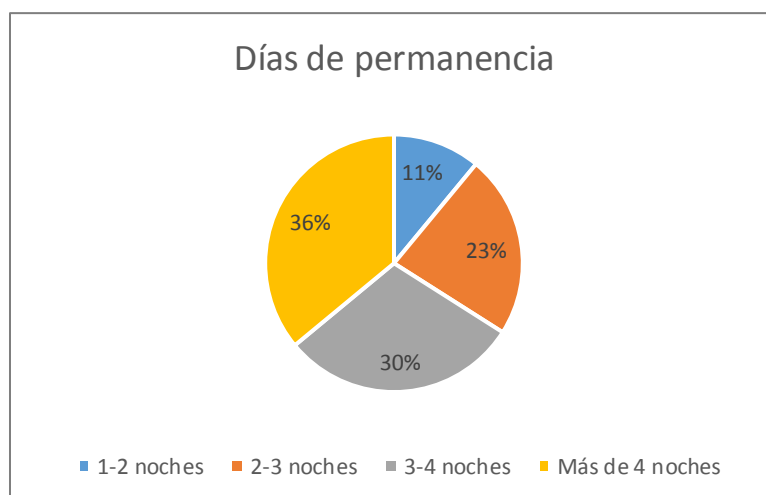
### Pregunta N°3

¿Cuántas son las noches de permanencia que usted se hospeda en el Hostal?

**TABLA N° 15**

Días de permanencia	N°	Porcentaje
1 – 2 noches	33	11%
2 – 3 noches	69	23%
3 – 4 noches	90	30%
Más de 4 noches	108	36%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 7**



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### Análisis:

El gráfico demuestra que el 36% de los encuestados se hospedan en el hostal por más de 4 noches, por lo cual se puede apreciar que los clientes suelen quedarse por varias noches ya que lo hacen por turismo o por la acogida que brinda el establecimiento, además el 30% de los clientes se hospedan de 3 a 4 noches, siendo así que el hostal permanezca ocupado.

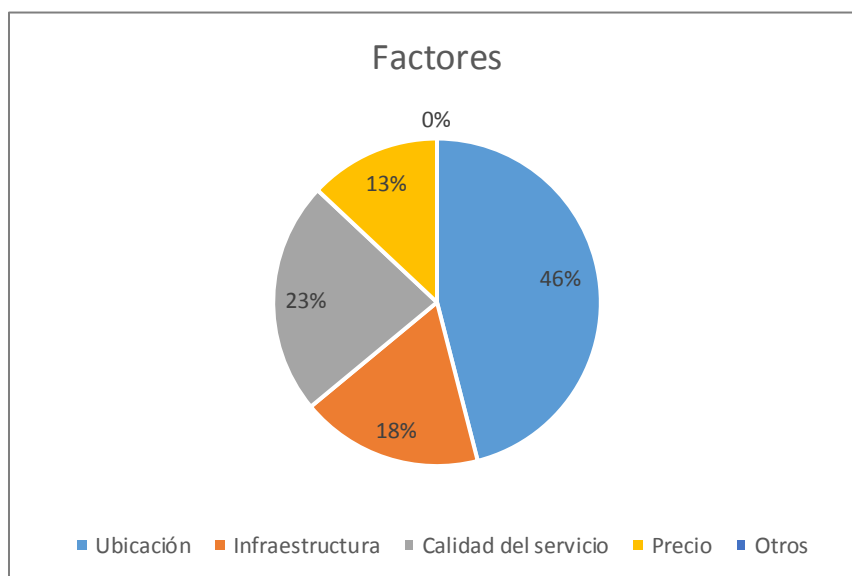
#### Pregunta N°4

¿Cuáles fueron los factores predominantes para haber elegido el establecimiento?

TABLA N° 16

Factores	N°	Porcentaje
Ubicación	138	46%
Infraestructura	55	18%
Calidad en el servicio	68	23%
Precio	39	13%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 8



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

#### Análisis:

Los resultados del gráfico anterior indican que el 46% de los encuestados visitan el establecimiento por su ubicación, esto se debe a que el establecimiento está ubicado en una zona muy visitada como es el Centro Histórico de Quito y pueden acceder fácilmente a los lugares turísticos por la cercanía del lugar. El 23% visita el establecimiento por la calidad del servicio, es decir que las personas se sienten satisfechas con el trato que reciben. El 18% de las personas eligen el hostel por la infraestructura y el 13% por precio.

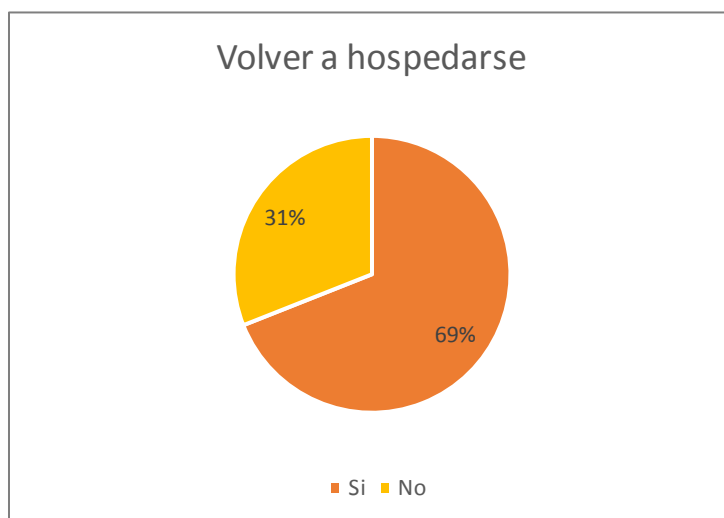
## Pregunta N°5

¿Según su vivencia volvería a hospedarse en el establecimiento?

Respuesta	N°	Porcentaje
Si	207	69%
No	93	31%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**TABLA N° 17**

**GRÁFICO N° 9**



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### **Análisis:**

Según el gráfico, el 69% de encuestados volverían a hospedarse en el establecimiento, por lo cual es una ventaja ya que las personas se sintieron cómodas y a gusto con el servicio, mientras que el 31% no lo haría, este dato determina que se debe mejorar el servicio y conocer los problemas que observo el huésped para que su próxima vivencia sea la correcta.



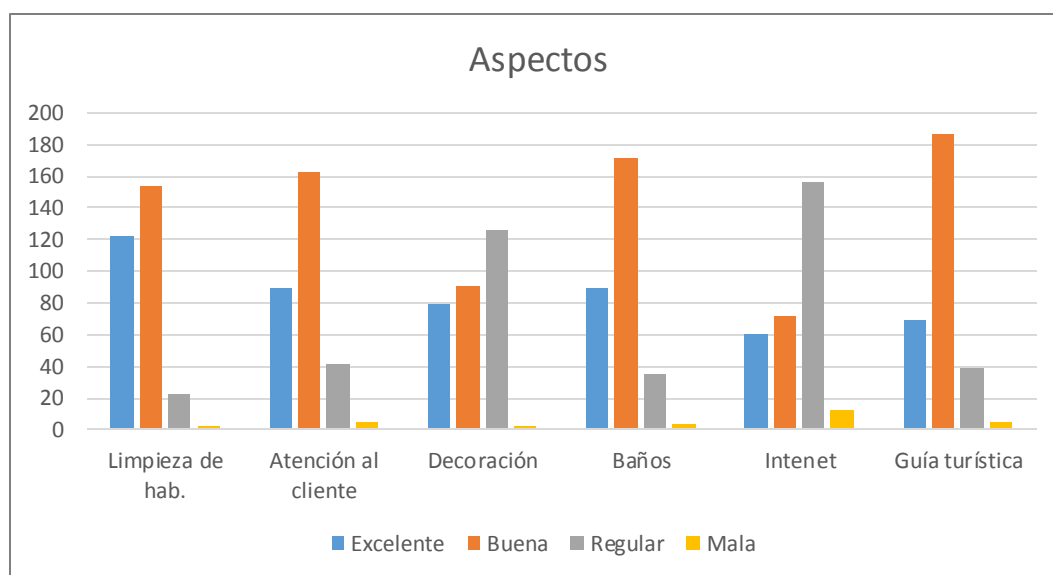
## Pregunta N°6

Califique según su criterio los siguientes aspectos

TABLA N° 18

Calificación	Limpieza de habitaciones	Atención al cliente	Decoración	Baños	Internet	Guía turística	N°	Porcentaje
Excelente	122	90	80	89	60	69	510	28%
Buena	154	163	91	172	72	187	839	47%
Regular	22	42	126	35	156	39	420	23%
Mala	2	5	3	4	12	5	31	2%
<b>TOTAL</b>							<b>1800</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 10



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### Análisis:

Un mayor número de encuestados consideran que los aspectos referentes a limpieza, atención al cliente, decoración, baños, internet y guía turística son buenas y excelente en su mayor porcentaje, esto indica que los clientes tienen una visión buena sobre la calidad del hostel, sin embargo, se debe poner más atención a los aspectos regulares y malos, como son en mejorar el servicio de internet y decoración para ofrecer lo requerido por el huésped.

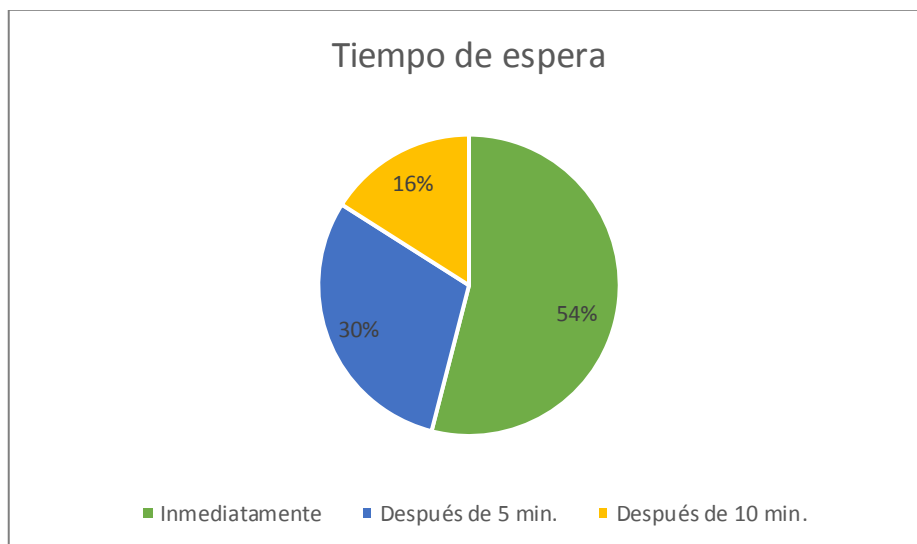
## Pregunta N°7

¿Cuándo usted realiza el check in y check out es atendido?

**TABLA N° 19**

Tiempo de espera	N°	Porcentaje
Inmediatamente	162	54%
Después de 5 minutos	89	30%
Después de 10 minutos	49	16%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 11**



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### **Análisis:**

El 54% de las personas encuestadas realizaron el check in y check out inmediatamente, es decir que el personal se preocupa por atender al cliente lo más rápido posible, mientras que 30 y el 16% esperaron de 5 a 10 minutos para ser atendidos, esto se debe a que el hostel no tiene tiempos de espera estandarizados, por lo que es importante plantear los tiempos adecuados para una mejor atención.

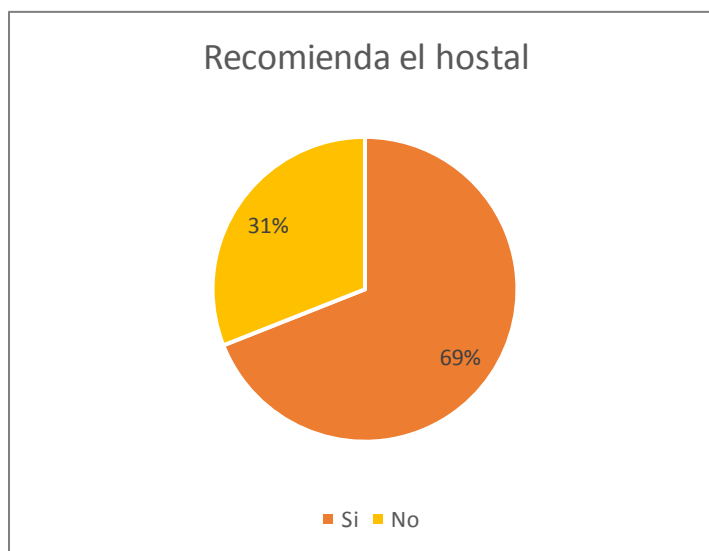
## Pregunta N°8

¿Recomendaría los servicios de Hostal Puerta del Sol?

TABLA N° 20

Respuesta	N°	Porcentaje
Si	206	69%
No	94	31%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 12



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### Análisis:

De las personas encuestadas el 69% recomendaría los servicios del hostel, es decir que los huéspedes están a gusto con los servicios, la atención y la calidad que ofrece el establecimiento, sin embargo, el 31% no recomienda, siendo así necesario que el establecimiento mejore en sus servicios para la satisfacción del huésped.

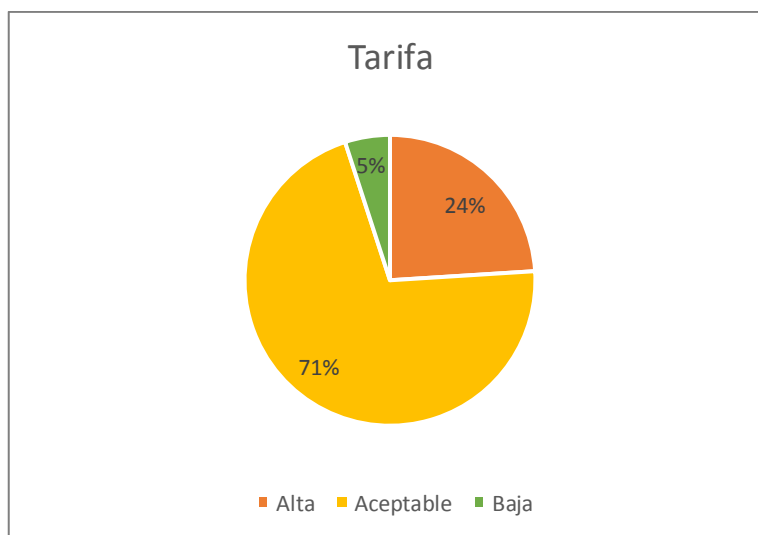
## Pregunta N°9

¿De acuerdo a la experiencia vivida en el establecimiento, considera que la tarifa pagada fue?

**TABLA N° 21**

Tarifa	N°	Porcentaje
Alta	73	24%
Aceptable	213	71%
Baja	14	5%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 13**



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### **Análisis:**

El gráfico demuestra que el 71% de los encuestados considera que la tarifa es aceptable, ya que con relación a los servicios que ofrece la tarifa es adecuada y también acorde a los precios establecidos por establecimientos similares. El 24% opina que es alta y el 5% considera baja.

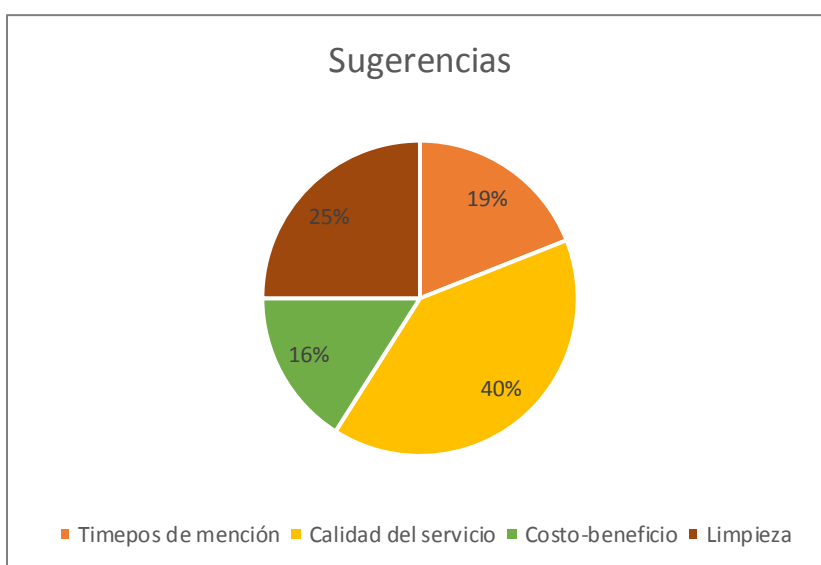
## Pregunta N°10

¿Qué sugerencia daría usted al Hostal Puerta del Sol para mejorar sus servicios en cuanto a?

TABLA N° 22

Sugerencias	N°	Porcentaje
Tiempos de mención	57	19%
Calidad del servicio	119	40%
Costo-beneficio	48	16%
Limpieza	76	25%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 14



Fuente: Encuesta aplicada  
Elaborado por: Dayana Santander

### Análisis:

El 40% de las personas encuestadas sugieren mejorar la calidad del servicio, el 25% sugiere mejorar la limpieza del hostal, son los aspectos más importantes a tomar en cuenta ya que demuestran la imagen del establecimiento. Además, sugieren tomar en cuenta los tiempos de mención y el costo-beneficio, ya que se debe implementar parámetros que agilicen los procesos del área.

## **2.10. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS HUÉSPEDES**

- El mayor número de personas que se hospedan en el hostel son familias, ya que el hostel cuenta con habitaciones amplias que reciben hasta 8 personas y ofrecen comodidad en sus instalaciones.
- La mayoría de gente se hospeda en el hostel por su ubicación ya que se encuentra en el Centro Histórico de Quito donde se puede acceder a varios atractivos turísticos cerca del establecimiento.
- Los clientes se hospedan en el establecimiento por más de 4 noches, lo que representa un gran porcentaje de ocupación para el hostel.
- En cuanto a la limpieza, atención al cliente y los servicios que ofrece el hostel, los clientes dan una buena calificación ya que el establecimiento tiene como ventaja la amabilidad, comodidad y atención al huésped. Se debe plantear estrategias para mejorar en los puntos de calificación regular y mala como es el uso de internet y decoración.
- La mayor parte de personas recomendarían el hostel por los servicios y la calidad que ofrece, el establecimiento tiene una ventaja competitiva y está siendo aceptado por los clientes.
- Es importante tomar en cuenta las sugerencias dadas por el cliente para mejorar el servicio y ofrecer al huésped la atención que se merece, promoviendo un servicio de calidad y acorde a las expectativas del cliente.

## **2.11. ANÁLISIS FODA**

El Análisis FODA toma en cuenta la situación interna de la empresa que se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades; mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

### 2.11.1. MATRIZ FODA

- La calificación de cada factor tendrá una valoración de 1 a 10.  
Siendo de 9-10 cumple totalmente, 8-6 cumple parcialmente, 1-5 no cumple.

- La calificación de la efectividad empresarial será la siguiente para fortalezas y debilidades:

Fortaleza importante 4

Fortaleza menor 3

Debilidad grave 1

Debilidad menor 2

Para oportunidades y amenazas la calificación será:

Amenaza importante 1

Amenaza menor 2

Oportunidad menor 3

Oportunidad importante 4

- Para el resultado ponderado se procede multiplicar la calificación ponderada de cada factor por el dato de la efectividad empresarial. El resultado ponderado puede variar de 1 a 4 puntos.
- Para poder interpretar la matriz de factores internos es necesario tomar en cuenta lo siguiente: El resultado ponderado promedio es de 2.5 puntos. Si el resultado es mayor a 2.5 se obtiene como conclusión que la empresa posee más fortalezas que debilidades y si el valor es menor a 2.5 la empresa posee más debilidades que fortalezas.
- Para la matriz de factores externos el resultado ponderado promedio es de 2.5 puntos. Si el resultado es mayor a 2.5 se obtiene como conclusión que la empresa posee más oportunidades que amenazas y si el valor es menor a 2.5 la empresa posee más amenazas que oportunidades.

## 2.11.1.1. EVALUACIÓN DE ANÁLISIS INTERNO

TABLA N° 23

MATRIZ DE EVALUACION DE ANALISIS INTERNO				
FACTORES INTERNOS	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL	EFFECTIVIDAD PONDERADA
<b>FORTALEZAS</b>				
Ubicación en una zona turística de la ciudad	10	0,09	3	0,27
Disponibilidad de servicios básicos	8	0,07	4	0,28
Instrucción a los empleados en su primer día de ingreso	9	0,08	4	0,32
Calidad en el servicio y atención al cliente	8	0,07	4	0,28
Precios accesibles	8	0,07	3	0,21
Buen ambiente laboral	8	0,07	4	0,28
<b>DEBILIDADES</b>				
Inexistencia de programas hoteleros	10	0,09	1	0,09
Personal sin conocimientos de hotelería	8	0,07	1	0,07
Carece de manual de procesos	10	0,09	1	0,09
Inexistencia de papelería y formatos de control	10	0,09	1	0,09
Personal no capacitado	9	0,08	1	0,08
Poca tecnología	9	0,08	2	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>1</b>		<b>2,22</b>

### Interpretación:

A través de la matriz de análisis interno se puede interpretar que el Hostal Puerta del Sol tiene más debilidades que fortalezas, por lo cual es importante el mejoramiento que se dará a través de la propuesta.



## 2.11.1.2. EVALUACIÓN DE ANÁLISIS EXTERNO

TABLA N° 24

<b>MATRIZ DE EVALUACION DE ANALISIS EXTERNO</b>				
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA</b>	<b>EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL</b>	<b>EFFECTIVIDAD PONDERADA</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>				
Cercanía a lugares turísticos, culturales y religiosos	10	0,12	4	0,48
Ingreso en el sector de turistas nacionales y extranjeros	9	0,11	4	0,44
Acceso a nuevos segmentos de mercado	8	0,10	4	0,40
Crecimiento en el sector hotelero y turístico	8	0,10	4	0,40
Desarrollo económico en el sector	8	0,10	3	0,30
<b>AMENAZAS</b>				
Ingreso de nuevos competidores	8	0,10	1	0,10
Altos costos en impuestos, tasas	7	0,09	2	0,18
Crecimiento del mercado	7	0,09	1	0,09
Ventaja competitiva en empresas similares	8	0,10	1	0,10
Cambios en la política del país	7	0,09	2	0,18
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>1</b>		<b>2,67</b>

### Interpretación:

Se puede observar en la matriz de análisis externo que el establecimiento tiene más oportunidades que amenazas, por lo cual es necesario que siga mejorando para obtener mayor oportunidad en el mercado y pueda lograr la calidad esperada por el cliente.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

#### **3.1. MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO**

La propuesta de mejoramiento en el Área de Alojamiento del hostel está basada en que se cumplan los procesos establecidos para dicha área. Por lo cual se brindará un servicio de calidad y la atención adecuada hacia el huésped. Mediante la propuesta se pretende que el personal cumpla sus funciones mediante estándares y la realización de procesos en cada área de trabajo, además el beneficio será para cliente por lo cual quedará satisfecho por la atención recibida y un servicio que cumpla sus expectativas.

#### **3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

Según Camacho (2002, p. 2), el direccionamiento estratégico “es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección”.

Esto implica que la dirección estratégica va más allá de la simple y tradicional planeación, puesto que trata de dar elementos a los gerentes a fin de que estén preparados para enfrentar los cambios del entorno, y las situaciones complejas y no rutinarias que la actividad gerencial requiere.

Hostal Puerta del Sol no cuenta con un direccionamiento estratégico definido, por lo que en la propuesta de mejoramiento se desarrollará la misión, visión, objetivos y valores con los cuales el establecimiento pueda cumplir sus metas.

##### **3.2.1. MISIÓN**

Ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad, confort y confianza con el objetivo de contribuir con el desarrollo de la ciudad de Quito, así como ser la primera opción en visitar.

### 3.2.2. VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado hotelero, siendo reconocida a nivel nacional e internacional, manteniendo su imagen y garantizando a nuestros clientes excelencia en atención y servicio, siendo así una experiencia inolvidable.

### 3.2.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES

#### Objetivo General

Brindar un ambiente de prestigio y calidad en los servicios de alojamiento, donde el cliente se sienta satisfecho en un entorno confiable y que cumpla sus expectativas.

#### Objetivos específicos

- Mantener la calidad de los servicios, cumpliendo con estándares y procurando ofrecer la mejor atención que merece el cliente.
- Mejorar constantemente los servicios de acuerdo a las nuevas tendencias, brindando una estadía placentera y logrando que el cliente se sienta cómodo.
- Capacitar al personal en cada área del establecimiento para obtener conocimientos adecuados, con el fin de resolver inquietudes y problemas por parte del cliente.

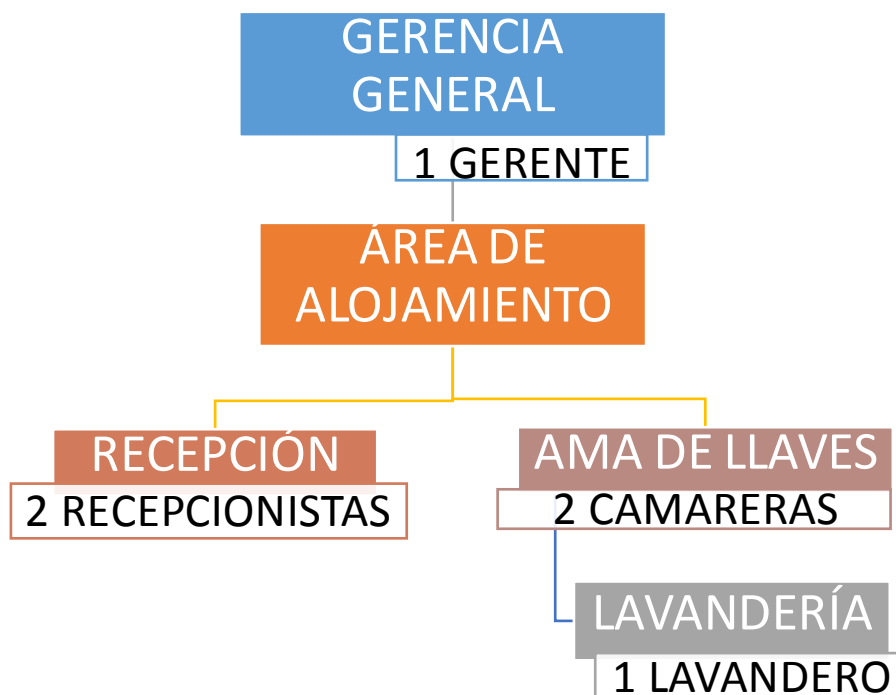
### 3.2.4. VALORES CORPORATIVOS

- **Respeto:** Con actitud de servicio brindar amabilidad, atención y cultura al interactuar con nuestros clientes internos y externos.
- **Honestidad.** La característica principal es realizar todas las acciones bajo los principios y valores.
- **Ética.** Tomar decisiones moralmente válidas procurando beneficiar el mayor número de personas.
- **Servicio.** Poner al servicio de nuestros clientes todos los conocimientos y habilidades con el fin de superar sus expectativas.

- **Profesionalismo.** En el desempeño planeado de las funciones, ofrecer intelecto y experiencia para cumplir con los objetivos y metas propuestas.

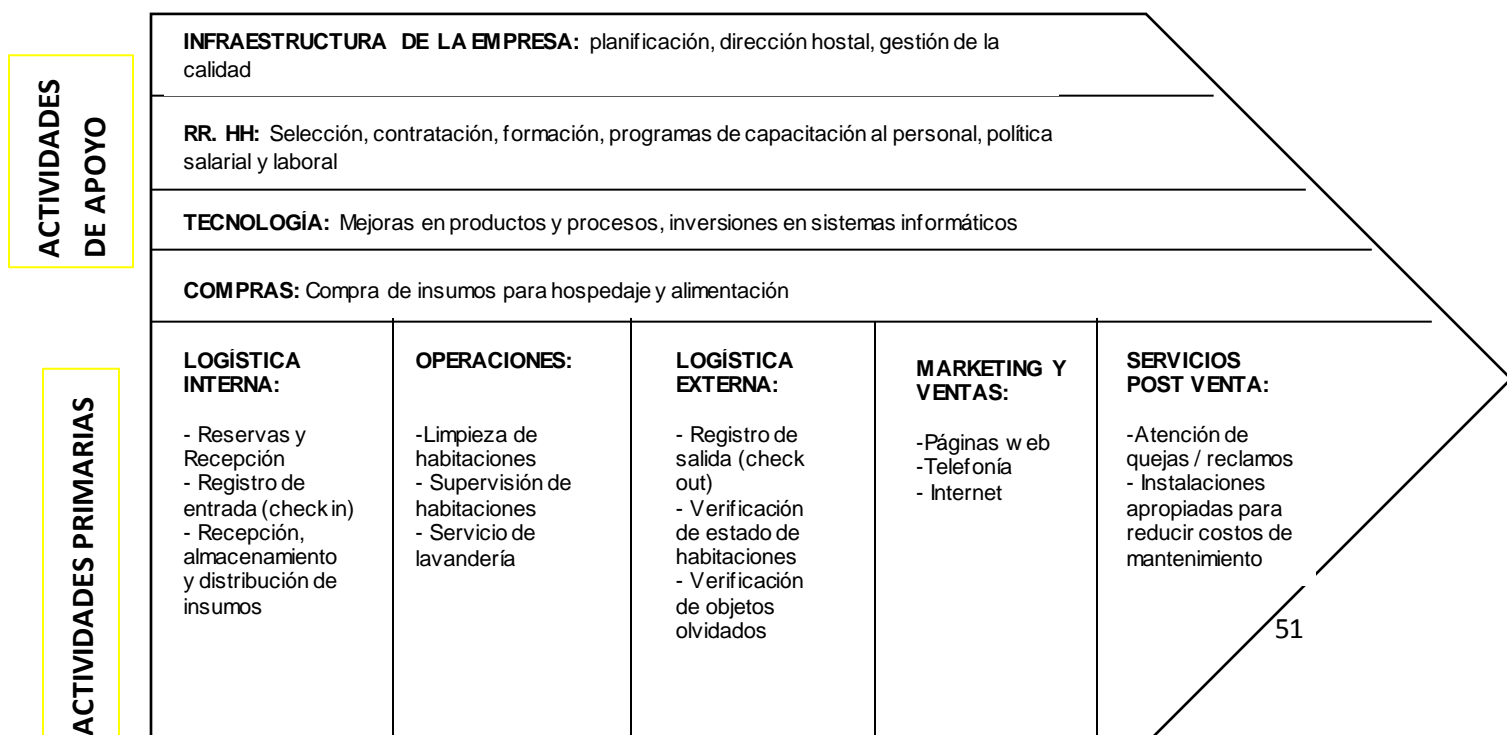
### 3.3. PROPUESTA DE ORGANIGRAMA

GRÁFICO N° 15










### 3.4. CADENA DE VALOR DEL HOSTAL PUERTA DEL SOL

GRÁFICO N° 16



### 3.5. SIMBOLOGÍA DE PROCESOS

GRÁFICO N° 17

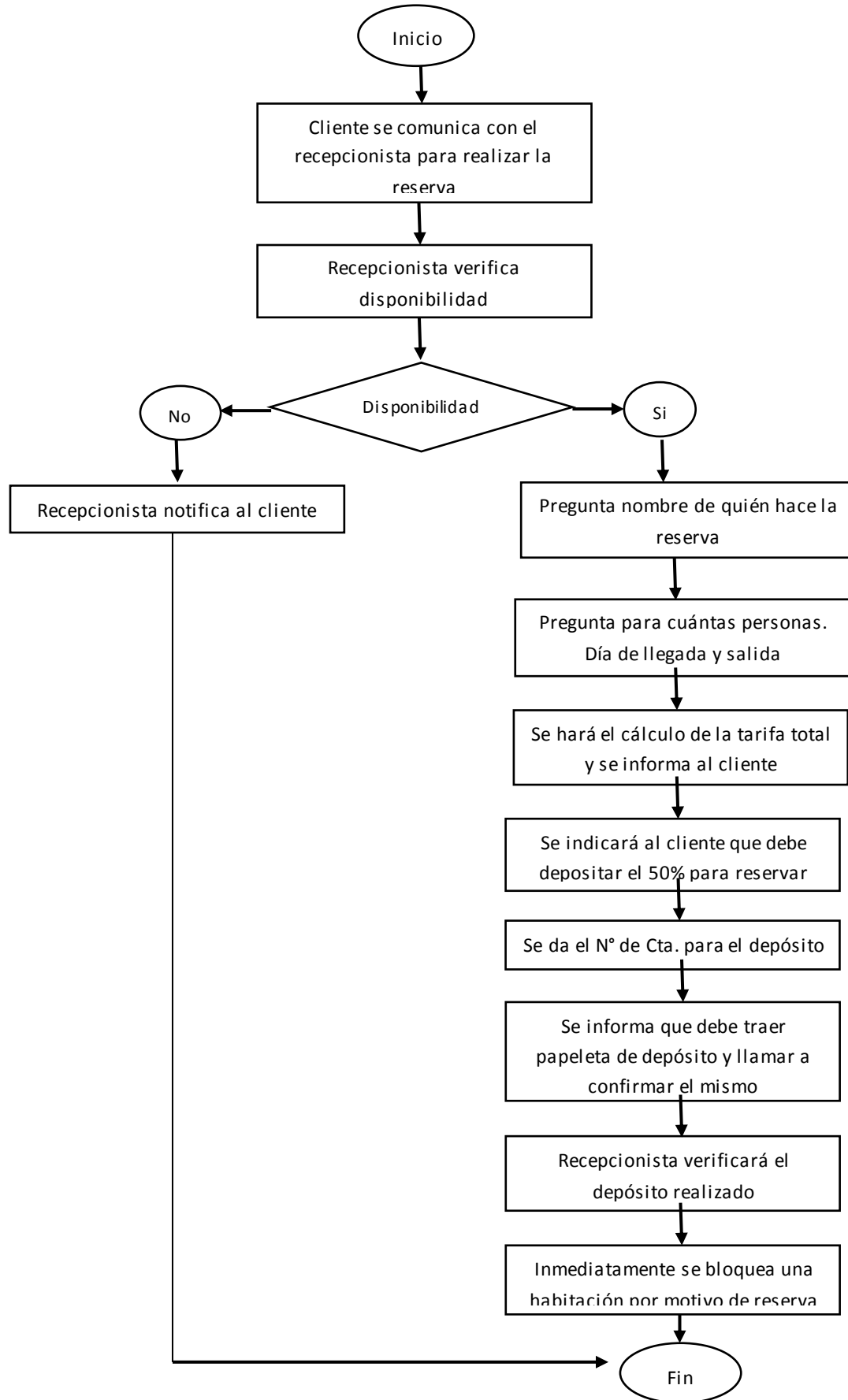
	Inicio	Hay operación cuando algo está siendo creado, cambiado o añadido, es decir, cuando se modifican las características de ese algo.
	Operación	Cuando algo es revisado, verificado o inspeccionado, sin ser alterado en sus características.
	Transporte o traslado	Acto de mover de un lugar a otro.
	Espera o demora	Etapa en que algo permanece ocioso en espera de que algo acontezca. También se le llama almacenamiento o archivo temporal.
	Actividad o proceso	Indica una acción o proceso.
	Decisión	Cuando se toma un curso de acción entre dos o más alternativas.
	Almacenamiento	Cuando se almacena o archiva algo para ser guardado con carácter definitivo.

Fuente: Administración  
Elaborado por: Dayana Santander

### 3.6. PROCESOS DEL ÁREA DE RECEPCIÓN

### 3.6.1. PROCESO DE RESERVAS

GRÁFICO N° 18

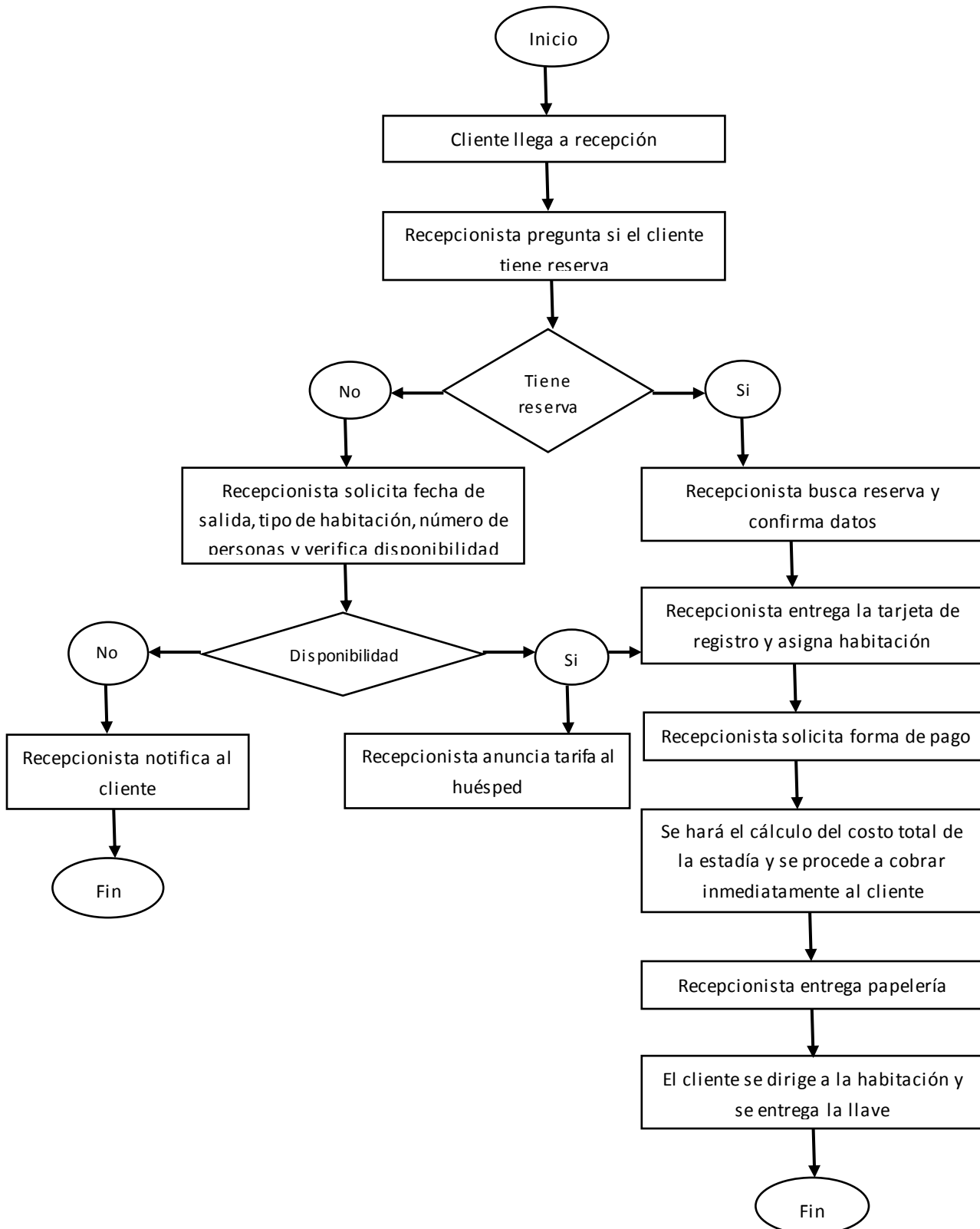


### **3.6.1.1. Pasos de una reserva**

1. Solicitar nombre de quién se hace la reserva
2. Solicitar fecha de salida y llegada del huésped
3. Pedir el tipo y cantidad de habitaciones requeridas
4. Preguntar la forma de pago
5. Confirmar la tarifa que se va a aplicar
6. Bloquear habitación por motivo de reserva

### 3.6.2. PROCESO DE CHECK IN CON RESERVA Y SIN RESERVA (WALK IN)

GRÁFICO N° 19





### **3.6.2.1. Pasos para realizar Check in**

#### **Check in con reserva**

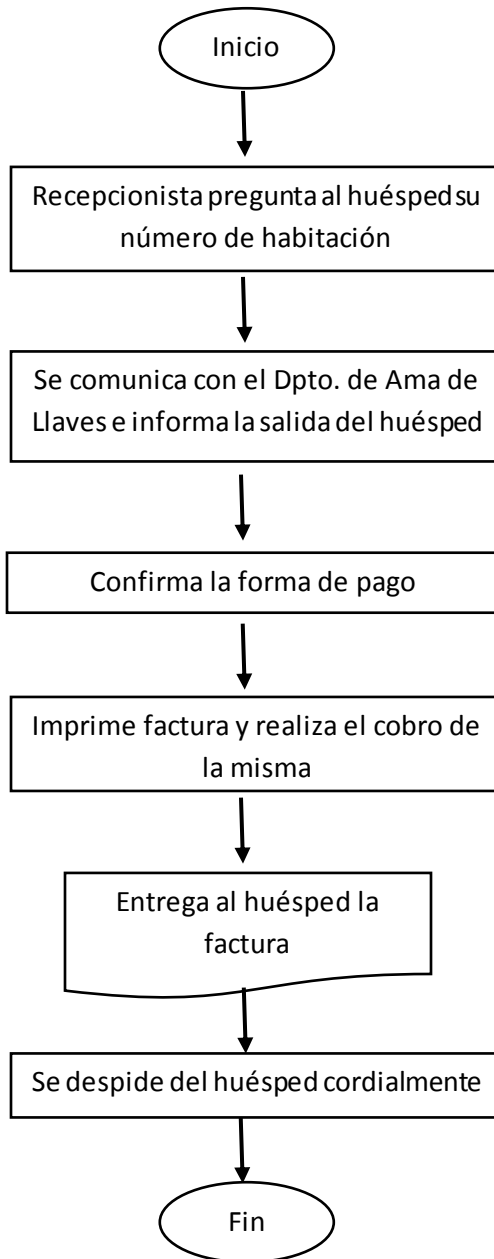
1. Localizar su reserva en el programa informático
2. Verificar número de habitación asignada
3. Verificar nombre del cliente
4. Número de huéspedes
5. Tipo de habitación
6. Fecha de entrada y salida
7. Tarifa aplicada
8. Solicitar forma de pago
9. Entregar papelería
10. Entregarle la llave de su habitación.
11. Por último archivar toda la documentación generada durante el proceso.

#### **Check in sin reserva (Walk in)**

1. Verificar la disponibilidad de habitaciones
2. Requerir tipo de habitación y número de huéspedes
3. Requerir fecha de entrada y salida
4. Asignar una habitación
5. Entregar tarjeta de registro en la cual obtenemos los datos del cliente.
6. Solicitar un documento de identidad.
7. Tarifa aplicada
8. Solicitar forma de pago
9. Entregar papelería
10. Entregarle la llave de su habitación.
11. Por último archivar toda la documentación generada durante el proceso.

### 3.6.3. PROCESO DE CHECK OUT

GRÁFICO N° 20



Elaborado por: Dayana Santander

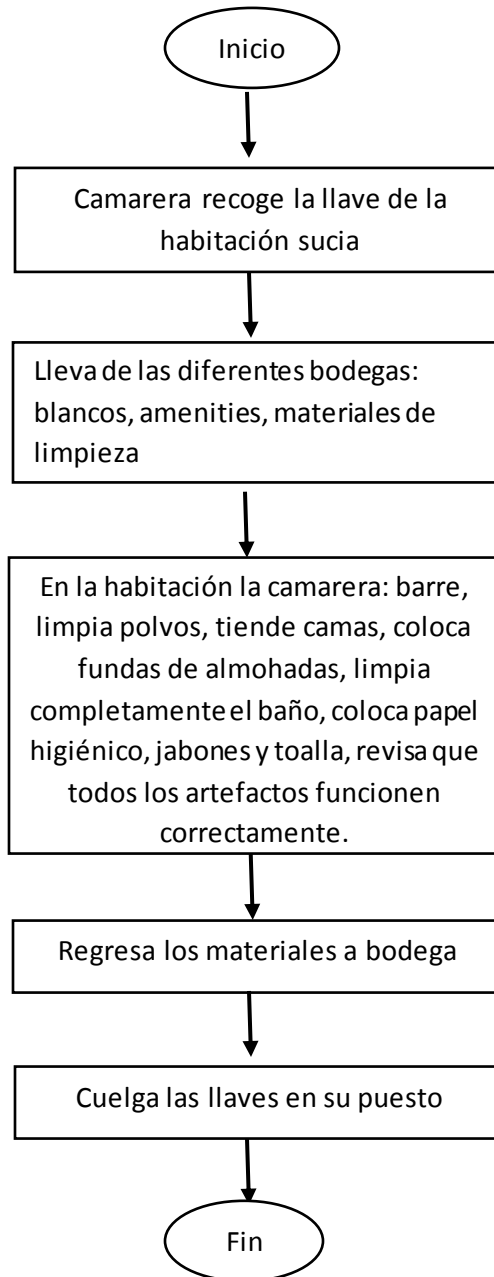
### **3.6.3.1. Pasos para realizar Check out**

1. Verificar número de habitación
2. Solicitar la llave de habitación
3. Llamar al departamento de Ama de llaves para saber si hay consumos de última hora
4. Revisión de la habitación
5. Ingreso a la cuenta de consumos de última hora.
6. Presentación y cobro de la cuenta.
7. Se selecciona en el programa informático el número de habitación y el nombre del cliente y éste genera automáticamente la factura. De dicha factura se imprimen dos copias (una para el cliente y otra para el hotel), y una vez revisada con el cliente, se procede al cobro de la misma.
8. Finalmente se despide al cliente.

### 3.7. PROCESOS DEL ÁREA DE AMA DE LLAVES

#### 3.7.1. PROCESO DE LIMPIEZA DE HABITACIONES

GRÁFICO N° 21



Elaborado por: Dayana Santander

### **3.7.1.1. Prioridades en la limpieza**

El tipo de habitación a la cual le debe dar prioridad la camarista dependerá de la ocupación que tenga el hotel ese día:

a) Hotel con alta ocupación:

1. Las habitaciones vacías y sucias.
2. Las habitaciones ocupadas que tienen preferencia.
3. Habitaciones ocupadas cuyos huéspedes no desocuparán la habitación ese día.
- 4.(Último) las habitaciones ocupadas cuyos huéspedes desocuparán ese día.

Nota importante:

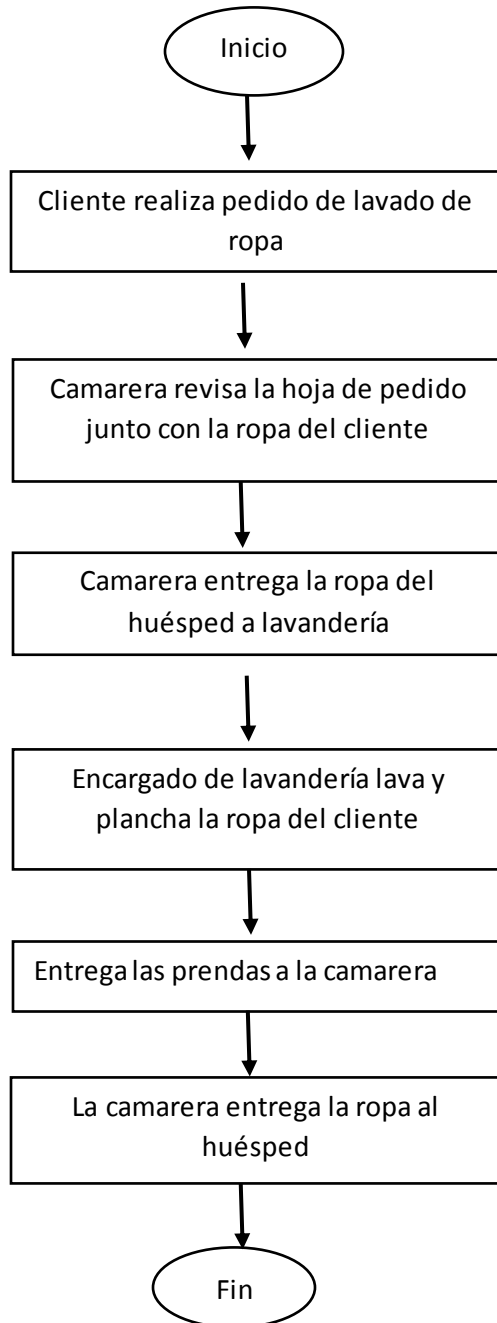
Las habitaciones vacías y sucias se deben limpiar de inmediato e irlas reportando vacías y limpias al departamento de ama de llaves o a recepción.

b) Hotel con baja ocupación:

1. Habitaciones ocupadas con preferencia.
2. Habitaciones ocupadas cuyos huéspedes no las desocupan ese día.
3. Habitaciones vacías y sucias.
4. Habitaciones ocupadas cuyos huéspedes desocuparán ese día

### 3.7.2. PROCESO DE SERVICIO DE LAVANDERÍA

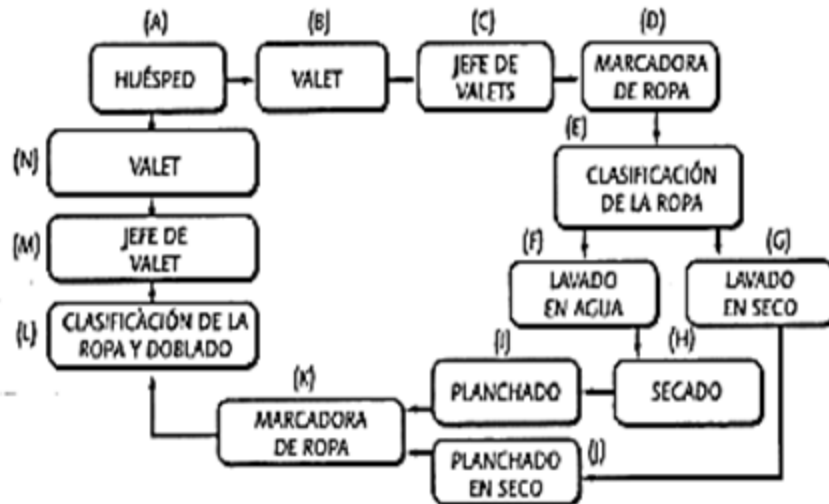
GRÁFICO N° 22



Elaborado por: Dayana Santander

### 3.7.2.1. Lavado de ropa de los huéspedes

GRÁFICO N° 23



Elaborado por: Dayana Santander

Notas importantes:

- En algunos hoteles no existe el puesto de jefe de valets, y el valet se encarga de entregar directamente la ropa a la marcadora de ropa.
- Al recibir la ropa del huésped, el valet deberá verificar las cantidades y revisar la ropa para rechazarla en caso de roturas o decoloramiento.

### 3.8. PROPUESTA MANUAL DE PUESTOS

El manual de puestos es una técnica donde se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

#### 3.8.1. ÍNDICE DE PUESTOS

**TABLA N° 25**

ORD	ÁREA ADMINISTRATIVA	CÓDIGO	PUESTO
1.0	Gerencia General	1.01	Gerente General
2.0	Departamento Recepción	2.01	Recepcionista
3.0	Departamento Ama de llaves	3.01	Camareras
		3.02	Lavanderas

#### 3.8.2. HOJAS DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Las hojas de descripción de puestos es una versión detallada de las funciones, misiones, responsabilidades y requisitos de los diferentes puestos de la organización.



### 3.8.2.1. Gerente General

<b>Puesto:</b>	Gerente General	<b>Código:</b>	1.01
<b>Misión del puesto:</b>	Asegurar la administración, el crecimiento, y la consolidación del hotel		
<b>Reporta a:</b>	Directorio		
<b>Supervisa a:</b>	Todo el establecimiento		
<b>N° de personas:</b>	1		
<b>Funciones del puesto:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento técnico, económico y comercial de la empresa.</li> <li>• Fijación de pautas de coordinación aplicables por las áreas operativas bajo su dependencia, su seguimiento y control.</li> <li>• Mantenimiento de vínculos con organismos gubernamentales, medios, representantes hoteleros.</li> <li>• Asistir a conferencias, banquetes y convenciones donde se requiera la participación del hotel como institución.</li> <li>• Participación en el proceso de definición de políticas generales para la compañía</li> <li>• Vela por un buen funcionamiento del establecimiento y que la calidad de las instalaciones y el servicio lo avalen.</li> <li>• Define los ejes estratégicos de la política comercial, marketing y comunicación en colaboración con la Dirección Comercial.</li> <li>• Desarrollo de las ventas, representa el hotel en las presentaciones relevantes, vela por los huéspedes y su fidelización.</li> </ul>			
<b>Requisitos y competencias del puesto:</b>			
<p>Formación: Estudios especializados en Gestión hotelera y Establecimientos Turísticos.</p> <p>Capacitación: Informática aplicada a la hotelería. Capacitación reafirmada en la gestión hotelera y conocimiento del funcionamiento exhaustivo de cada departamento del mismo.</p> <p>Experiencia: Debe tener como mínimo 5 años de experiencia en gestión hotelera como Gerente de mandos medio o Gerente General</p> <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactivo</li> <li>▪ Excelente dominio verbal.</li> <li>▪ Solución de conflictos</li> <li>▪ Aprendizaje autónomo</li> <li>▪ Creatividad</li> <li>▪ Liderazgo</li> <li>▪ Iniciativa y espíritu emprendedor</li> <li>▪ Capacidad negociadora</li> <li>▪ Dedicación</li> </ul>			

### 3.8.2.2. Recepcionista

<b>Puesto:</b>	Recepcionista	<b>Código:</b>	2.01
<b>Misión del puesto:</b>	Ofrecer al huésped desde su llegada todos los servicios con los que cuenta el hotel , así como satisfacer todo tipo de necesidades de hospedaje del cliente, siendo amable y cortés, para hacer que se sienta confortable		
<b>Reporta a:</b>	Gerente de Alojamiento		
<b>Supervisa a:</b>	Botones		
<b>N° de personas:</b>	2		
<b>Funciones del puesto:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y dar la bienvenida al huésped y/o cliente.</li> <li>• Verificar disponibilidad de habitaciones</li> <li>• Generar y anular reservas</li> <li>• Registrar al huésped</li> <li>• Procesar el check out del huésped</li> <li>• Cobrar la cuenta y despedir al huésped</li> <li>• Realizar auditoria nocturna</li> <li>• Verificar equipos y materiales en el área de trabajo</li> <li>• Verificar las condiciones de presentación e imagen personal</li> <li>• Ejecutar y recibir cambios de turno</li> <li>• Controlar llaves de los cuartos y llave maestra.</li> <li>• Verificar los reportes de ama de llaves.</li> <li>• Manejar paquetes y planes de estancia</li> <li>• Entrega de los recados telefónicos.</li> </ul>			
<b>Requisitos y competencias del puesto:</b>			
<p>Formación: Lic. en Administración, Técnico en Hotelería</p> <p>Capacitación: Mercadotecnia, Administración, Computación, Contabilidad y Relaciones públicas. Idioma inglés</p> <p>Experiencia: Mínimo un año en el puesto</p> <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Extrovertido</li> <li>▪ Iniciativa</li> <li>▪ Con deseos de superación</li> <li>▪ Organizado</li> <li>▪ Facilidad de palabra.</li> </ul>			

### 3.8.2.3. Camarera

<b>Puesto:</b>	Camarera	<b>Código:</b>	3.01
<b>Misión del puesto:</b>	Desempeñar correctamente su trabajo, cumpliendo así con el estándar de calidad en la limpieza de habitaciones.		
<b>Reporta a:</b>	Ama de llaves		
<b>Supervisa a:</b>	/		
<b>N° de personas:</b>	2		
<b>Funciones del puesto:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar, asear y ordenar las habitaciones</li> <li>• Adecuar la habitación para recibir al huésped</li> <li>• Inspeccionar el estado de una habitación</li> <li>• Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación</li> <li>• Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento</li> <li>• Solicita el reporte de limpieza diario antes de iniciar sus labores</li> <li>• Organiza sus actividades de limpieza diaria, dando prioridad a las habitaciones que se encuentran en reserva y el horario de llegada de los huéspedes, de acuerdo al reporte de limpieza, horarios establecidos, políticas del establecimiento.</li> <li>• Constata la existencia de equipos, implementos e insumos de limpieza</li> <li>• Realiza el requerimiento de lencería, amenities, suministros, equipos e insumos de limpieza.</li> <li>• Abastece el carrito, seleccionando la cantidad y calidad de implementos e insumos de limpieza.</li> <li>• Solicita las llaves de las habitaciones a limpiar.</li> </ul>			
<b>Requisitos y competencias del puesto:</b>			
<p>Formación: Primaria terminada</p> <p>Capacitación: Idioma inglés, cursos de atención al cliente</p> <p>Experiencia: No indispensable</p> <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Honrada</li> <li>▪ Sonriente</li> <li>▪ Actitud positiva</li> <li>▪ Entusiasta</li> <li>▪ Iniciativa</li> <li>▪ Limpia</li> <li>▪ Buen comportamiento</li> </ul>			

### 3.8.2.4. Lavandera

<b>Puesto:</b>	Lavandera	<b>Código:</b>	3.02
<b>Misión del puesto:</b>	Dar servicio de lavado y planchado de blancos, para brindar un servicio con calidad y cortesía al cliente interno y externo.		
<b>Reporta a:</b>	Ama de llaves		
<b>Supervisa a:</b>	/		
<b>N° de personas:</b>	1		
<b>Funciones del puesto:</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinar las actividades para a recoger ropa sucia de pisos</li><li>• Separar blancos toallas, sábanas y fundas y pesarla</li><li>• Lavado de blancos, cobertores, cortinas y edredones</li><li>• Planchado y doblado de blancos sábanas, fundas, toallas y mantelería</li><li>• Hacer paquetes de sábanas, toallas, fundas y acomodar</li><li>• Tener limpio y ordenado el departamento</li><li>• Atender al cliente interno y externo</li><li>• Entrega de objetos encontrados en ropa sucia</li><li>• Obtiene inventarios de los productos utilizados</li><li>• Lleva el control de la ropa lavada y elabora un reporte semanal o mensual a Ama de llaves.</li></ul>			
<b>Requisitos y competencias del puesto:</b>			
Formación: Secundaria			
Capacitación: Ninguna			
Experiencia: 1 año			
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Iniciativa</li><li>▪ Toma de decisiones</li><li>▪ Honesto</li><li>▪ Dinámico</li><li>▪ No conflictivo</li><li>▪ Trabajo en equipo</li><li>▪ Cortés</li><li>▪ Optimista</li><li>▪ Amigable</li><li>▪ Responsable</li></ul>			

### **3.9. DOCUMENTACIÓN PARA EL ÁREA DE ALOJAMIENTO**

La documentación que se utilizará en el área de alojamiento permite el control y manejo adecuado de las actividades que se realizan en el establecimiento, además de llevar la información del huésped y ofrecer un mejor servicio. La papelería propuesta facilitará llevar registro de huéspedes, registro para ama de llaves, habitación ocupadas, habitaciones limpias y lavandería.

#### **3.9.1. PAPELERÍA PARA EL ÁREA DE RECEPCIÓN**


3.9.1.1. Tarjeta de registro

CUADRO N° 1

TARJETA DE REGISTRO						
Fecha de entrada	Fecha de salida					
<b>Nombres:</b>				<b>Apellidos:</b>		
<b>Dirección:</b>						<b>Cancelaré mi cuenta con:</b>
<b>Ciudad:</b>		<b>País:</b>		<b>Nacionalidad:</b>		<b>Tarjeta de crédito</b>
<b>C.I. Pasaporte No.</b>		<b>Fecha de nacimiento:</b>				<b>Efectivo</b>
<b>Nombre Empresa:</b>				<b>Cargo:</b>		<b>Cheque</b>
<b>Procedencia:</b>				<b>Destino:</b>		
<hr style="width: 50%; margin: auto;"/> <b>Firma</b>						<b>Otros:</b>
<b>Tarifa</b>	<b>Hora de llegada</b>	<b>No. Pax</b>	<b>Cant. Hab</b>	<b>Hab. No.</b>	<b>Recepcionista</b>	

Elaborado por: Dayana Santander

### 3.9.1.2. Papeleta de reserva

PAPELETA DE RESERVA		
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>Fecha de salida:</b>	<b>Hora de llegada:</b>
<b>Tipo de habitación:</b>		
<b>Cantidad:</b>		
<b>No. Pax:</b>		
<b>Tarifa:</b>		
<b>Nombre:</b>		
<b>Empresa:</b>		
<b>Dirección:</b>		
<b>Teléfono:</b>		
<b>Forma de pago:</b>		
<b>Reservado por:</b>		
<b>Empresa:</b>		
<b>Teléfono:</b>		
<b>Observaciones:</b>		
<b>Reserva tomada por:</b>	<b>Fecha y hora:</b>	


### CUADRO N° 2

Elaborado por: Dayana Santander

### 3.9.2. PAPELERÍA PARA EL ÁREA DE AMA DE LLAVES

### 3.9.2.1. Objetos olvidados


**CUADRO N° 3**

<b>OBJETOS OLVIDADOS</b>			
<b>Fecha:</b>		<b>Hora:</b>	
<b>No. Habitación:</b>			
<b>Nombre del huésped:</b>			
<b>Descripción del objeto:</b>			
<b>Encontrado por:</b>		<b>Firma:</b>	
<b>Ama de llaves:</b>		<b>Firma:</b>	

Elaborado por: Dayana Santander

### 3.9.2.2. Reporte de averías

**CUADRO N° 4**

<b>REPORTE DE AVERÍAS</b>				
<b>Piso</b>				
<b>Habitación</b>	<b>Avería</b>	<b>Hora</b>	<b>Fecha</b>	
<b>Elaborador por:</b>		<b>Recibido por:</b>		


Elaborado por: Dayana Santander





### 3.9.2.4. Entrega - Recepción Ropa de Huéspedes a Lavandería

#### CUADRO N° 6

<b>HOSTAL PUERTA DEL SOL</b>		
<b><u>Entrega - Recepción Ropa de Huéspedes a Lavandería</u></b>		
<b>Fecha:</b>	_____	
<b>No. Habitación:</b>	_____	
<b>Nombre del huésped:</b>	_____	
<b>Entregado por:</b>	_____	
<b>Recibido por:</b>	_____	

Elaborado por: Dayana Santander

### 3.10. NORMAS DEL PERSONAL

- Utilizar el uniforme completo e impecable.
- Realizar el lavado de manos con jabón líquido
- Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte, cabellos recogidos con malla.
- No utilizar accesorios personales (aretes largos, pulseras, collares, anillos).
- Utilizar perfumes, colonias y maquillaje suaves.
- Cuidar de su aseo personal: baño diario, uso desodorante, cuidado dental.
- Utilizar guantes, mascarilla y gafas de protección si es el caso.

### 3.11. PRESUPUESTO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

#### CUADRO N° 7

##### Equipo de computación

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
1	Computadora	\$700,00	\$700,00

Elaborado por: Dayana Santander

#### CUADRO N° 8

##### Muebles de oficina

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
5	Televisores	\$500,00	\$2500,00

Elaborado por: Dayana Santander

#### CUADRO N° 9

##### Plan de capacitación

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
1	Capacitación sobre Atención y servicio al cliente. Dirigida: al personal de Hostal Puerta del Sol. Duración: 5 horas	\$500,00	\$500,00

Elaborado por: Dayana Santander

#### CUADRO N° 10

##### Asesoría Técnica

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
1	Asesoría Técnica	\$1000,00	\$1000,00

### CUADRON N° 11

#### Lencería

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
30	Sábanas	\$13,65	\$409,50
15	Edredones	\$33,40	\$501,00
30	Toallas	\$9,90	\$297,00
<b>Total</b>			<b>\$1207,50</b>

Elaborado por: Dayana Santander

### CUADRON N° 12

#### Papelería área de recepción

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Anual
1	Tarjeta de registro	\$12,00	\$144,00

Elaborado por: Dayana Santander

### CUADRON N° 13

#### Papelería área de Ama de llaves

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Anual
1	Objetos olvidados	\$12,00	\$144,00
1	Orden de trabajo camareras	\$16,00	\$192,00
1	Reporte de averías	\$12,00	\$144,00
1	Entrega-Recepción Ropa de Huéspedes a Lavandería	\$12,00	\$144,00
<b>Total</b>			<b>\$624,00</b>

Elaborado por: Dayana Santander

### CUADRON N° 14

#### Otros Activos

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
4	Uniformes	\$25,00	\$100,00

### CUADRON N° 15

#### Software hotelero

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Anual
1	Software hotelero Practisis	\$150,00	\$1800,00

Elaborado por: Dayana Santander

### CUADRON N° 16

PRESUPUESTO GENERAL	
Equipo de computación	\$700,00
Muebles de oficina	\$2500,00
Plan de capacitación	\$500,00
Asesoría Técnica	\$1000,00
Lencería	\$1207,50
Papelería área de recepción	\$144,00
Papelería área Ama de llaves	\$624,00
Uniformes	\$100,00
Software hotelero	\$1800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$8575,50</b>

Elaborado por: Dayana Santander

**Total Presupuesto General: \$8575,50**

La inversión propuesta pretende incrementar las ventas con la implementación de equipos, sistemas informáticos, materia prima para habitaciones y brindar capacitaciones al personal. Esto permitirá mejorar los procesos del área de alojamiento, además de ofrecer la calidad y preparación técnica y operativa que merece el cliente.

### **3.12. ESTADO DE RESULTADOS**

Para conocer el valor de ventas se determinó mediante la fórmula:

$$\text{CM} = 15\text{hab} \times 365\text{días} = 5475 \text{ hab.}$$

$$\text{Hab. ocupadas} = 5475 \times 60\% / 100 = 3285$$

$$\text{Venta} = 3285 \times \$25$$

$$\text{Venta} = \$82125$$

En donde se conoce el porcentaje de ocupación en el año 2015 como el 60% y la tarifa promedio de \$25.

Para la proyección de ventas de los siguientes años se estableció un porcentaje de incremento del 6% para el año 2016, 8% para el año 2017 y 10% para el 2018 en base a la inflación anual registrada por el Banco Central para el año 2016 de 3,09%, además del porcentaje que se pretende incrementar de acuerdo a estrategias de comercialización y plan de mejoramiento, siendo el 2,91%.

**TABLA N° 26**

**ESTADO DE RESULTADOS**

	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Ventas	\$82.125,00	\$ 87.052,50	\$94.016,70	\$103.418,37
(-)Costo de ventas	\$28.743,75	\$ 30.468,38	\$32.905,85	\$ 36.196,43
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$53.381,25</b>	<b>\$ 56.584,13</b>	<b>\$61.110,86</b>	<b>\$ 67.221,94</b>
(-) Gastos Administrativos	\$21.240,00	\$ 21.960,00	\$22.680,00	\$ 23.400,00
(-) Costos Fijos	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
(-) Gastos Operacionales		\$ 8.575,50	\$ 8.575,50	\$ 8.575,50
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$27.941,25</b>	<b>\$ 21.848,63</b>	<b>\$25.655,36</b>	<b>\$ 31.046,44</b>
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 4.191,19	\$ 3.277,29	\$ 3.848,30	\$ 4.656,97
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$23.750,06</b>	<b>\$ 18.571,33</b>	<b>\$21.807,05</b>	<b>\$ 26.389,47</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 5.937,52	\$ 4.642,83	\$ 5.451,76	\$ 6.597,37
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$17.812,55</b>	<b>\$ 13.928,50</b>	<b>\$16.355,29</b>	<b>\$ 19.792,11</b>

Fuente: Hostal Puerta del Sol

Elaborado por: Dayana Santander

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1. CONCLUSIONES

- Hostal Puerta del Sol es un establecimiento ubicado en una de las zonas estratégicas del Centro Histórico de Quito, por eso es reconocido por turistas nacionales y extranjeros, además de su ubicación y la calidad del servicio se considera una empresa competitiva.
- En base al estudio de mercado realizado se puede considerar que el hostel debe implementar los procesos adecuados para el área de alojamiento, así como tomar en cuenta las debilidades que tiene para mejorar y brindar un mejor servicio al cliente.
- Es importante que el personal conozca sus funciones a través de la capacitación y cumpla los procesos propuestos, además de la ayuda tecnológica lo que permitirá la optimización de tiempo y recursos tanto para empleados como huéspedes.
- Es necesario que los empleados conozcan el lugar donde trabajan, por esta razón a través del direccionamiento estratégico podrán saber cuáles son sus objetivos y su misión dentro de ella, así como mantener un modelo de gestión para la administración en el cual se controlen todos los aspectos del hostel.
- Mediante la propuesta de mejoramiento se establecen los procesos correctos y formatos para que sean utilizados en el área de alojamiento, esto ayudará a llevar un mejor control y registro de las actividades que se realizan, con el fin de ofrecer un servicio óptimo y acorde a las necesidades del cliente.



- Con la aplicación del plan de mejora se espera obtener un mayor incremento en ventas, ya que la atención será mejor y se podrá entregar un servicio de calidad.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que el establecimiento cumpla con los parámetros propuestos en este plan, así como los estándares adecuados para el área.
- Se recomienda que la empresa desarrolle los manuales de procesos para el área de alojamiento, así como utilizar los formatos establecidos con la finalidad de llevar un control sobre los huéspedes en cuanto a sus requerimientos.
- Es recomendable que el personal conozca a través de los flujogramas los procedimientos establecidos para cada actividad, de esta forma brindará una mejor atención.
- Es necesario que los empleados se capaciten continuamente para mejorar sus conocimientos ya que cada vez existen nuevos cambios y además se sientan motivados en su trabajo.
- Se recomienda un seguimiento sobre el nivel de satisfacción de los clientes mediante encuestas, asegurando que los cambios realizados sean efectuados de una forma correcta según la percepción del cliente.
- Es recomendable poner en marcha el plan de mejoramiento ya que será una fuente de bienestar tanto para el personal que trabaja en el establecimiento como para el cliente, además de tener una ventaja competitiva en el mercado y superar las nuevas tendencias que se presentan.

## BIBLIOGRAFÍA

- Báez Casillas, S. (2005). *Hotelería*. México: Continental.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Bravo, J. (2009). *Gestión de Procesos*. Santiago: Evolución S.A.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *GESTIÓN DE LA CALIDAD: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson.
- Evans, J. (2000). *Administración y control de la calidad*. México: Thomson.
- Evans, J. (2008). *Administración y control de la calidad*. México: Thomson.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la calidad*. México: Cengage Learning.
- García, F. (2007). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Garnica, & Maubert. (2012). *Mercadotecnia*. México: Pearson.
- Kotler, & Armstrong. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: Gráficas Cobos.
- Mendez, C. (2001). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw Hill.
- MINTUR. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Ecuador: Registro Oficial.
- Münch, L. (2010). *ADMINISTRACIÓN. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Pérez Fernández de Velasco, J. (2010). *Gestión por procesos*. España: ANORMI.
- Posso Yépez, M. (2011). *Marco Lógico, Tesis y Proyectos - Planes e Informes de Investigación*. Quito: Noción.
- Sierra, R. (2007). *Calidad del Servicio*. Ecuador: CODEU.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*.

## NETGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador.* (s.f.). Recuperado el Octubre de 2015, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Banco Central del Ecuador.* (s.f.). Recuperado el Octubre de 2015, de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=activa](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa)
- Barquet, E. G. (Diciembre de 2014). *EUMED.NET*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.eumed.net/rev/curydes/17/turismo-interno.html>
- Cabanilla. (2012). *Estudio de la satisfacción del turista en Quito*. Recuperado el Marzo de 2015
- Clemente. (2014). *Periódico Sur*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://periodicosur.com/blog/2014/10/25/el-centro-historico-es-el-mas-visitado-por-los-turistas-extranjeros/>
- INEN. (2008). *Turismo. Camarera de pisos. Requisitos de competencia laboral*. Recuperado el Noviembre de 2015, de <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.n.te.2432.2008.pdf>
- Quito. (2015). *Quito*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.quito.com.ec/laciudad/noticias/noticias-actualidad-quito/turismo-2014>
- SECAP. (2012). *Ama de Llaves*. Recuperado el Noviembre de 2015, de [http://www.secap.gob.ec/oferta/archivos/media/alimentacion\\_gastronomia\\_turismo/ama\\_de\\_llaves.pdf](http://www.secap.gob.ec/oferta/archivos/media/alimentacion_gastronomia_turismo/ama_de_llaves.pdf)
- SETEC. (2013). *Perfil de Competencia Laboral*. Recuperado el Noviembre de 2015, de <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/FORMATO-SETEC-RECEPCIONISTA-WEB-.pdf>
- Tourism, & Leisure. (2007). *PLANDETUR 2020*. Recuperado el Abril de 2015

## ANEXOS

### ANEXO 1

Recepcionista del Hostal Puerta del Sol



### ANEXO 2

Área de Recepción del Hostal Puerta del Sol



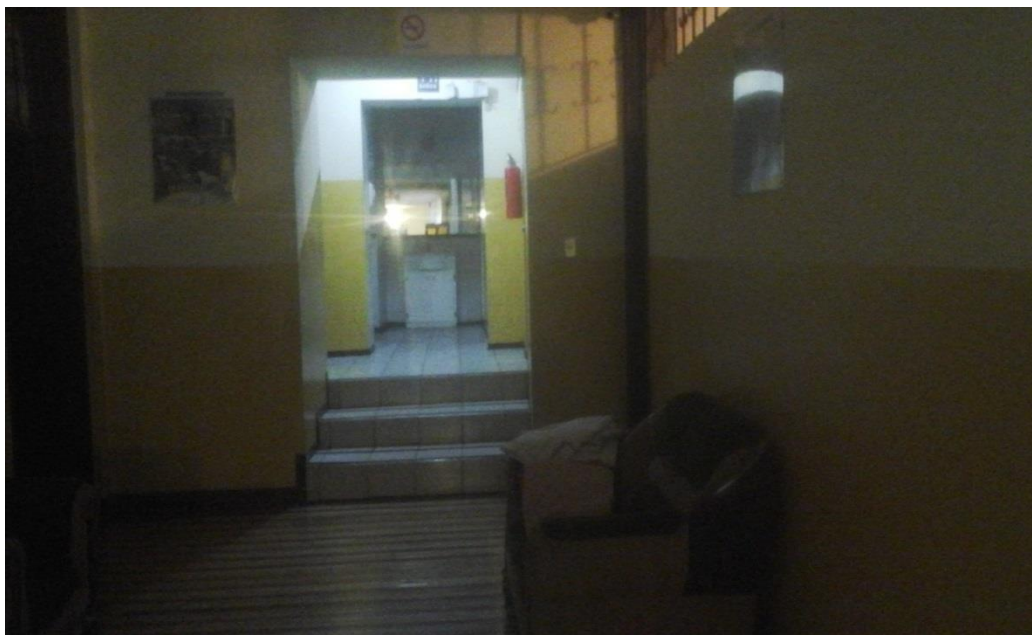
### ANEXO 3

Área donde se preparan desayunos



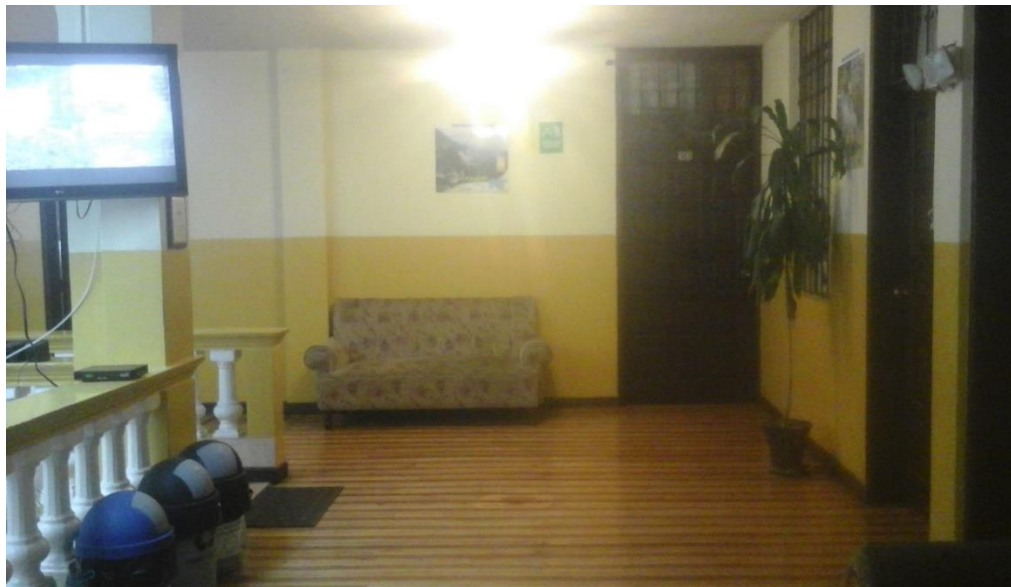
### ANEXO 4

Sala de estar



## ANEXO 5

### Sala de descanso



## ANEXO 6

Proforma



### UNIDAD SABANA AJUSTABLES

Tela 200 Hilos 50 % algodón y 50 % poliéster

Medida	Ancho x largo	Valor Unidad
1 plaza	1,50 x 2,50	10,74
1 ½ plazas	1,65 x 2,50	11,75
2 plazas	1,95 x 2,50	13,65
2 ½ plazas	2,20 x 2,60	15,31
3 plazas	2,60 x 2,60	17,90

Composición : 100% algodón 600 gr/m<sup>2</sup> TEJIDO RIZO

Toalla de Mano	0,75 x 0,45	4,00
Toalla de Baño	1,40 x 0,75	9,90

### EDREDÓN SENSACIÓN HOTELERO

Tela 144 Hilos 50% algodón y 50% poliéster

Medida	Ancho x largo	Precio
1 plazas	1,80 x 2,40	26,14
1 ½ plazas	1,95 x 2,40	28,14
2 plazas	2,35 x 2,40	33,40
2 ½ plazas	2,60 x 2,60	41,78
3 plazas	3,00 x 2,60	47,79

Este modelo es acolchado con plumón T30