



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Tesis de grado previo a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ESTRUCTURA
ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA *HOTEL FARAON* EN SANTO
DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2011.**

Estudiante:

OSWALDO JAVIER BANEGAS CARDOSO.

Director de Tesis:

LIC. PABLO ESTRELLA.

Santo Domingo – Ecuador

FEBRERO, 2013

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA *HOTEL FARAON* EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2011.

Lic. Pablo Estrella
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Eco. Raúl Luna.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Jacinto Vera.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Jorge Tapia.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo.....de.....2012.

Autor: OSWALDO JAVIER BANEGAS CARDOSO

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

Título de Tesis: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA *HOTEL FARAON* EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2011.

Fecha: NOVIEMBRE, 2011

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor/a.

Oswaldo Javier Banegas Cardoso

171218113-8

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Santo Domingo.....de.....del 2013.

Econ. Raúl Luna Benavides

COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.

Presente.

De mis consideraciones.-

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por el señor: **OSWALDO JAVIER BANEGAS CARDOSO**, cuyo tema es: **“PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA HOTEL FARAON EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2011.”**, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes

Atentamente.

Lic. Pablo Estrella

DIRECTOR DE TESIS.

DEDICATORIA

La presente propuesta de tesis está dedicada principalmente a Dios, por guiar mi camino, por brindarme la sabiduría y paciencia necesarias para culminar con éxito esta investigación y sobre todo por llenarme de bendiciones cada día.

A mis padres Oswaldo Alfonso Banegas y Daysi Cardoso por su ayuda y comprensión en los momentos buenos y malos. Esperando compensar de alguna forma la dedicación y sacrificio que han hecho cada día para darme lo mejor y sobre todo formarme como persona y profesional. Son quienes me han enseñado a enfrentar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño; y todo ello con gran dosis de amor sin pedir nada a cambio.

Oswaldo

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principalmente es a Dios por brindarme sus bendiciones que hacen posible mi vida.

A mis padres, mi agradecimiento entero e infinito, por hacer posible que siga esta carrera y pueda ser un profesional, por su apoyo incondicional ya que sin él no lo hubiese logrado, gracias por inculcar en mí valores éticos, morales y espirituales los mismos que han ayudado a formarme como persona de bien.

A mi padre el gerente propietario de Hotel Faraon, por la confianza y apertura que me dio para realizar mi trabajo final de tesis en su empresa.

Al Lcdo. Pablo Estrella, por su tiempo, dedicación en la dirección de esta investigación y por sus valiosos aportes para la realización y culminación exitosa de este trabajo.

A todos ustedes, gracias.

Oswaldo

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	PAG.
Portada	i
Sustentación y Aprobación de los Integrantes del Tribunal	ii
Responsabilidad del Autor	iii
Aprobación del Director de Tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Resumen Ejecutivo	xiv
Executive Summary	xv

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.1.1. Antecedentes históricos de la planificación estratégica.....	2
1.1.2. Antecedentes científicos.....	3
1.1.3. Antecedentes prácticos.	4
1.1.4. Importancia del estudio.	5
1.1.5. Situación actual del tema de investigación.....	5
1.2. Limitantes del estudio.	6
1.3. Alcance del trabajo.	6

1.4. Objeto de estudio.....	6
1.5. Objetivo general de estudio.	6
1.5.1. Objetivo general.	6
1.5.2. Objetivos específicos.....	7
1.6. Justificación.	7
1.6.1. Impacto teórico.....	7
1.6.2. Impacto práctico.	7
1.6.3. Impacto Metodológico.	8
1.6.4. Impacto Económico.....	8
1.7. Hipótesis o idea a defender del estudio.....	8
1.7.1. Hipótesis alternativa.	8
1.7.2. Hipótesis nula.....	8

CAPÍTULO II

MARCO DE REFERENCIA.	9
2.2. Marco teórico.....	9
2.2.1. Revisión literatura.....	9
2.3. Marco conceptual.	22
2.3.1. Revisión de términos conceptuales.....	22
2.3.2. Revisión de términos operativos.	23
2.4. Marco temporal espacial.....	24
2.5. Idea a defender.....	24
2.6. Variable.	25
2.6.1. Variable independiente.....	25
2.6.2. Variable dependiente.....	25
2.7. Indicadores.	25

CAPÍTULO III

METODOLÓGICA	26
3.1. Diseño o tipo de investigación.....	26
3.2. Métodos de investigación.....	26
3.3. Técnicas de investigación.	27
3.4. Población.....	28
3.5. Condiciones de prueba.....	29
3.6. Análisis e interpretación de datos.....	29
3.6.1. Encuesta dirigida al Personal de <i>Hotel Faraon</i>	29
3.6.2. Encuesta dirigida al Gerente Propietario de <i>Hotel Faraon</i>	37

CAPÍTULO IV

PROPUESTA.....	45
4.1. Estructura del Plan Estratégico.....	45
4.1.1. Misión.....	45
4.1.2. Visión.....	45
4.2. Valores Corporativos.	45
4.3. Estructura Administrativa.....	47
4.3.1. Organigrama Estructural.	47
4.3.2. Organigrama Funcional.....	48
4.4. Manuales de Funciones.....	49
4.5. Flujograma de procesos.	57
4.5.1. Flujograma de recepción.	57
4.5.2. Flujograma de restaurante.	58
4.5.3. Flujograma de lavandería.....	59
4.6. Reglamento Interno (Políticas)	60
4.7. FODA.....	66
4.8. Objetivos Estratégicos.....	69

4.9. Presupuesto.....	71
4.9.1. Objetivo N°1.- Establecer una cultura empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa.	71
4.9.1.1. Estrategia N°1.- Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.....	71
4.9.1.2. Estrategia N°2.- Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante el reconocimiento al empleado.	72
4.9.2. Objetivo N°2.- Mejorar el nivel de conocimiento del talento humano. ..	72
4.9.2.1. Estrategia N°1.- Participar periódicamente de las capacitaciones que ofrece el personal directivo de la empresa.....	73
4.9.2.2. Estrategia N°2.- Participar de los programas de capacitación que ofrece la CAPTUR o alguna otra empresa.....	73
4.9.3. Objetivo N°3.- Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa.....	74
4.9.3.1. Estrategia N°1.- Permitir que el personal participe en el aporte de ideas para el mejoramiento administrativo y funcional de Hotel Faraon.	74
4.9.3.2. Estrategia N°2.- Festejar los días claves para el personal de la empresa. Se festejarán los días claves como día del trabajador, cumpleaños de algún colaborador de la empresa y Navidad.....	74
4.9.4. Objetivo N°4.- Mejorar los procesos administrativos y de control de la empresa.	75
4.9.4.1. Estrategia N°1.- Implementar el manual de funciones propuesta por esta planificación.....	75
4.9.4.2. Estrategia N°2.- Implementar el reglamento interno propuesto por esta planificación.	76
4.9.4.3. Estrategia N°3.- Diseñar hojas de control de permisos para el personal.	76
4.9.4.4. Estrategia N°4.- Incrementar un sistema de control de entrada y salida del personal.....	78
4.9.5. Objetivo N°5.- Incrementar equipos de última tecnología.....	79
4.9.5.1. Estrategia N°1.- Actualizar el sistema informático en el departamento de Recepción.	79

4.9.5.2. Estrategia N°2.- Adquisición de planchas industriales.	80
4.9.5.3. Estrategia N°3.- Adquisición de lavavajillas para el departamento de Cocina.	80
4.9.6. Presupuesto consolidado:	81
4.10. Errores a evitar en la Planificación Estratégica.	83

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
5.1. Conclusiones.....	84
5.2. Recomendaciones.....	86
Bibliografía.....	87
Páginas Web.....	88
Anexos.....	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 CAP.2.7 (Cuadro de Indicadores.).....	25
Cuadro N° 2 CAP. 3.4 (Cuadro de la Muestra.)	28
Cuadro N° 3 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	30
Cuadro N° 4 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	31
Cuadro N° 5 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	32
Cuadro N° 6 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	33
Cuadro N° 7 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	34
Cuadro N° 8 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	35
Cuadro N° 9 CAP. 3.6.1 Pregunta a los clientes internos.	36
Cuadro N° 10 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	38
Cuadro N° 11 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	39
Cuadro N° 12 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	40
Cuadro N° 13 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	41

Cuadro N° 14 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	42
Cuadro N° 15 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	43
Cuadro N° 16 CAP. 3.6.2 Encuesta al Propietario.	44
Cuadro N° 17 CAP- 4.7 (Matriz FODA)	66
Cuadro N° 18 CAP- 4.7 Calificación Matriz FODA	67
Cuadro N° 19 CAP- 4.7 Escenarios de Análisis de la Matriz FODA.....	68
Cuadro N° 20 CAP- 4.8 (Objetivos Estratégicos.)	69
Cuadro N° 21 CAP- 4.9.1.2. Gastos por Elaboración de Cuadros.	71
Cuadro N° 22 CAP- 4.9.2.2. Gastos por Elaboración de Afiche M.E.....	72
Cuadro N° 23 CAP- 4.9.3.2. Costo de Afiliación Cámara de Comercio.....	73
Cuadro N° 24 CAP- 4.9.3.2. Gasto Festejo Personal (Tortas Cumpleaños)	74
Cuadro N° 25 CAP- 4.9.3.2. Gasto Festejo Personal Día del Trabajador	74
Cuadro N° 26CAP- 4.9.4.3. Gasto Festejo Personal (Navidad)	75
Cuadro N° 27 CAP- 4.9.4.3. Gasto por hojas de control de permisos para el personal.	77
Cuadro N° 28 CAP- 4.9.4.3. Solicitud de Permiso.....	77
Cuadro N° 29 CAP- 4.9.4.4. Parte de abajo del talonario.....	78
Cuadro N° 30 CAP- 4.9.5.1. Costo de Reloj Biométrico (Anexo #7).....	78
Cuadro N° 31 CAP- 4.9.5.2. Costo de Sistemas Informáticos (Anexos # 7-A) .	79
Cuadro N° 32 CAP- 4.9.5.3. Costo de Plancha Industrial	80
Cuadro N° 33 CAP- 4.9.5.3. Costo Lavavajillas	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pregunta a los clientes internos.....	30
Gráfico N° 2 Pregunta a los clientes internos.....	31
Gráfico N° 3 Pregunta a los clientes internos.....	32
Gráfico N° 4 Pregunta a los clientes internos.....	33
Gráfico N° 5 Pregunta a los clientes internos.....	34
Gráfico N° 6 Pregunta a los clientes internos.....	35
Gráfico N° 7 Pregunta a los clientes internos.....	36
Gráfico N° 8 Encuesta al Propietario.....	38

Gráfico N° 9 Encuesta al Propietario.....	39
Gráfico N° 10 Encuesta al Propietario.....	40
Gráfico N° 11 Encuesta al Propietario.....	41
Gráfico N° 12 Encuesta al Propietario.....	42
Gráfico N° 13 Encuesta al Propietario.....	43
Gráfico N° 14 Encuesta al Propietario.....	44
Gráfico N° 15 CAP. 4.3.1. (Organigrama Estructural.)	47
Gráfico N° 16 Organigrama Funcional.....	48
Gráfico N° 17 Flujograma de recepción.....	57
Gráfico N° 18 Flujograma de restaurante.....	58
Gráfico N° 19 Flujograma de lavandería.....	59

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolló en *Hotel Faraon* donde la ausencia de procesos administrativos han sido los principales factores por los cuales la empresa no ha podido desarrollar estrategias de crecimiento.

Para conocer la situación actual de la empresa, se realizó un diagnóstico describiendo brevemente sus antecedentes, como también identificando sus debilidades mediante matriz FODA, al no poseer la manifestación de procesos administrativos. Además se determinó la falta de conocimiento de actividades del personal, información que se obtuvo mediante aplicación de encuestas a la parte administrativa y operativa de la empresa. De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de la empresa, se propone un “Plan estratégico para el mejoramiento de la estructura administrativa de la empresa *Hotel Faraon* en Santo Domingo de los Tsáchilas, 2011”.

Esta Planificación Estratégica, permitirá proporcionar estrategias que permitan que la empresa mejore y aplique procesos administrativos, por ejemplo implementar puestos de trabajo necesarios para el desenvolvimiento y obtención de información necesaria para la toma de decisiones y seguir creciendo como una empresa competitiva.

Se recomienda la aplicación de un Plan Estratégico desde el punto de vista empresarial, porque la inversión que se va a desarrollar es factible realizarla. Esta propuesta beneficiara a todo *Hotel Faraon* en todo el transcurso del tiempo y a la comunidad de Santo Domingo de los Tsáchilas al contar con mejores procesos administrativos y poder brindar un mejor servicio a sus clientes.

EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation was developed in the *Hotel Faraon* where the absence of administrative processes have been the main factors by which the company has not been able to develop strategies of growth

In order to know the current situation of the company, a diagnostic was accomplished describing briefly its background, as also identifying its weaknesses by means of matrix SWOT, (strengths, weaknesses opportunities and threats) when not having the manifestation of administrative processes. Besides it was determined the lack of knowledge of activities of the staff, information that was obtained by means of application of polls to the administrative and operating part of the company. According to the results obtained in the company investigation, a “Strategic plan for the improvement of the administrative structure of the company “*Hotel Faraon*” in Santo Domingo de los Tsáchilas, 2011 is offered

This strategic planning, will allow providing strategies that allow that the company get better and apply administrative processes, for example implementing necessary positions of work for the development and obtaining of necessary information for making decisions and keeping on growing like a competitive company.

The application of a strategic plan is recommended from an enterprising point of view, because the investment that it is going to be developed is possible to realize it. This proposal will benefit the whole *Hotel Faraon* in all the flow of time and to the community of Santo Domingo de los Tsáchilas when counting up with better administrative processes and to be able to offer a better service to its guests.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

Hotel Faraon surgió de la idea por incurrir en una nueva actividad económica en la familia Banegas Cardoso. Teniendo un edificio con nueve departamentos de alquiler y tres locales comerciales, ubicado en la avenida Chone y Juan Montalvo sector Cooperativa 17 de Diciembre frente al supermercado Akí; estos departamentos en vez de generar ingresos para la familia generaban inconvenientes, por tal motivo el propietario de este bien inmueble Oswaldo Alfonso Banegas Beltrán, decide incurrir en otra actividad económica, remodelando esta infraestructura para poder incursionar en el área de la Hotelería. Una vez remodelado el edificio para el servicio de Hotelería, debían buscar un nombre, una razón social, el cual surgió por gusto de la esposa del propietario Daysi Margot Cardoso Montenegro, quien había leído en una revista hace algún tiempo atrás que al fondo del palacio de los reyes de España tenían una casa hotel la cual la ocupaban para sus huéspedes más apreciados y más allegados a la familia, la casa hotel se llama *la Casa del Faraon*, de ahí nace el nombre de este Hotel. *Hotel Faraon* abre sus puertas al público un 28 de Junio del 2002, dando un toque diferente a la hotelería de ese entonces, creando un ambiente familiar para sus huéspedes (calidez, calidad y seguridad), iniciando con 21 habitaciones entre las cuales contaba con 6 habitaciones dobles, 3 habitaciones triples y 12 habitaciones sencillas o matrimoniales como se las conoce; un salón para eventos sociales, una cafetería, gimnasio y el garaje cubierto. Siendo el primer huésped en hospedarse es Sr. Pablo Novoa, vocalista del grupo musical “LA PANDILLA”. En el año 2004 deciden construir un bloque adyacente a la infraestructura inicial, la misma que tendría 10 habitaciones especiales con aire acondicionado, cinco habitaciones por cada piso. Cabe recalcar que cada piso de *Hotel Faraon* tiene un ambiente distinto, tanto en colores como en acabados. En la actualidad lleva ya 9 años, 5 meses prestando sus servicios a

la comunidad, actualmente cuenta con 1 habitación cuádruple, 1 habitación triple, 6 habitaciones dobles, 13 habitaciones matrimoniales o sencillas, todas estas con ventiladores, también cuenta con 1 habitación doble con aire acondicionado y 9 habitaciones matrimoniales o sencillas con aire acondicionado, cuenta aparte del servicio de hospedaje con el servicio de cafetería, posee garaje cubierto, salón de eventos y recepciones, gimnasio, servicio de lavandería, servicio de planchado y lavado de prendas de vestir, baños privados con agua caliente y fría, teléfonos en las habitaciones, servicio de internet WIFI, atención personalizada, sistema de alarma.

1.1.1. Antecedentes históricos de la planificación estratégica.

Sun Tzu, el más antiguo de los estrategas modernos (siglo IV A.C) y que durante 25 siglos ha influido el pensamiento militar del mundo no conoció el término planeación estratégica, él hablaba de la estrategia ofensiva. En el Capítulo VIII (Las Nueve Variables), versículo 9, de su libro El Arte de la Guerra, dice: "El general (strategos) debe estar seguro de poder explotar la situación en su provecho, según lo exijan las circunstancias. No está vinculado a procedimientos determinados." ¹

"Baidaba, en su texto árabe-hindú Calila y Dimna (versión Antonio Chalita Sfair, 1995) escribía sobre las tres cosas en que debía concentrarse la atención del gobernante:

1) "Analizar cuidadosamente los hechos pasados y las razones de su fracaso, hacer un balance de los beneficios y perjuicios que le han traído".

2) "Otra reside en el estudio cuidadoso de la situación en su hora presente y de sus aspectos buenos y malos, explotar las buenas oportunidades en tanto pueda, y evitar todo lo que pueda causar pérdidas y fracasos"

¹ SUN TZU. El arte de la guerra. Ed. Kier. Buenos Aires. 1990.

3) “La tercera de estas cosas reside en el estudio del futuro y de los éxitos o fracasos que a su juicio le reserva, preparase bien para aprovechar las buenas oportunidades y estar atento contra todo lo que teme”.

Más tarde, Nicolás Maquiavelo en su libro *El Príncipe* también explica la necesidad de la planeación para la realización de un buen gobierno. Aunque hay diversos ejemplos a través de la historia, los precedentes son una muestra representativa acerca de cómo se desarrollaba el pensamiento estratégico.

En la época moderna, al finalizar la segunda guerra mundial, las empresas comenzaron a darse cuenta de algunos aspectos que no eran controlables: la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante. Surgió, entonces, la necesidad de tener control relativo sobre los cambios rápidos. Como respuesta a tales circunstancias los gerentes comienzan a utilizar la planificación (planeación) estratégica”.²

1.1.2. Antecedentes científicos.

En Cuba se realizó una planificación estratégica y un despliegue estratégico en el Hotel Gran Caribe Jagua de Cienfuegos, el autor de este plan estratégico fue el Ingeniero José Fernando Abel Canga y su tutor fue el profesor Yamil Cáravez Santana. Se la elaboró enfocando a hacerla aplicable y como disertación de maestría en cuanto a mención de calidad en el año 2009. Hotel Jagua se considera como una organización clave del Circuito Centro-Sur, y como parte de él, y al igual que en el resto de las organizaciones que forman la red, la falta de colaboración y el fuerte enfoque vertical impiden el diseño de

² BAIDABA. Calila y Dimna, Versión directa del Árabe de Antonio Chalita Sfair. Editorial Panamericana. Santafé de Bogotá. DC. 1995. Pág. 64.

nuevas ofertas atractivas para el cliente. El Hotel Jagua con Domicilio legal en calle 37 #1 e/ 0 y 2, Punta Gorda, Cienfuegos.

La comercialización del Hotel Jagua se dirige al turismo de recorrido, con circuitos con un promedio de estancia de 1,5 días, paquetes turísticos confeccionados por receptivos nacionales, Agencias y Tour operadores, de ahí que se le denomine como un Hotel de Circuito. La capacidad ocupacional sin tener en cuenta las 8 habitaciones, es de 149 habitaciones distribuidas en 13 cabañas, 2 suites y 134 dobles.

Para esta investigación fue necesario la utilización de técnicas de recopilación de información y herramientas tales como: entrevistas, revisión de documentos, observación directa, encuestas, trabajo en grupos, tormentas de ideas, matrices estratégicas, guía de evaluación del Modelo de Excelencia en la Cuestión; matrices de relaciones, diagramas de árbol, diagrama de afinidad, mapa estratégico, desglose de la visión por cada perspectiva entre otras.

1.1.3. Antecedentes prácticos.

Hotel Jagua después de haber aplicado esta planificación estratégica obtuvo una mejor participación en el mercado, sus colaboradores o empleados se comprometieron mejor con la empresa, se logró ser más eficientes y efectivos en cuanto al resto de hoteles. Su promedio de estancia de huéspedes tuvo un incremento notable, pues existe ahora una mejor organización dentro de la empresa. Ahora efectúan cada determinado tiempo por la alta gerencia, despliegue de metas, esta actividad corresponde a relacionar las metas estratégicas acordadas por la alta dirección con los procesos claves y departamentos funcionales implicados en dichos procesos y de esta manera lograr que todos los recursos estén integrados y encausados hacia el cumplimiento de la misión y alcanzar la visión declarada por la organización.

Otro caso notorio en el cual se ha aplicado planificación estratégica es a la Policía Nacional del Ecuador. La policía Judicial considera a la planificación estratégica como un requerimiento ineludible para transitar e integrarse al mundo globalizado que está en una constante evolución, por lo que es necesario que la institución está inmersa en procesos continuos de cambio de satisfacer las nuevas demandas ciudadanas concernientes a vivir en orden, paz y seguridad.

1.1.4. Importancia del estudio.

Este estudio es importante porque si no se lo aplica ocasionará una pérdida de participación en el mercado, pérdida de competitividad en el mercado y por ende graves pérdidas económicas.

Si *Hotel Faraon* continua sin manejar una estructura administrativa, lo más posible es que se pueda afectar a todo el personal, se desconozca las funciones que se tienen que hacer en cada cargo, se desconozca la identidad de la empresa; es decir los colaboradores no cumplan a cabalidad sus labores, no saber cuáles son los niveles jerárquicos, que funciones son las específicas de cada uno, cual es su reglamento interno, cuáles son sus obligaciones como parte de esta empresa.

1.1.5. Situación actual del tema de investigación.

La falta de una estructura administrativa en *Hotel Faraon* afecta a todas las áreas de la misma. Causa desorganización en el personal, falta de conocimiento de sus funciones específicas en cada cargo, no existe una identidad en la empresa, carecen de valores corporativos, bajo rendimiento en productividad. Lo que no permite cumplir con los objetivos de la empresa.

1.2. Limitantes del estudio.

El único limitante existente es el tiempo, de ahí no existe limitante alguno para poder llevar la investigación a cabo, la información es clara y concisa, los recursos son los necesarios, *Hotel Faraon* está colaborando totalmente para el desarrollo de esta investigación.

1.3. Alcance del trabajo.

El alcance de este estudio se traducirá en el mejoramiento administrativo de *Hotel Faraon*, ofreciendo así un mejor servicio a los clientes, aumentando la incursión en el mercado para ser más competitivos.

1.4. Objeto de estudio.

El objeto de estudio va a ser *Hotel Faraon*, se va a analizar su parte administrativa, es decir cómo se encuentra establecida por departamentos; cuáles son sus manuales de funciones existentes; que políticas manejan; como está estructurada la empresa; que valores corporativos están vigentes; que misión, visión está aplicando; que fortalezas posea la empresa; que debilidades; que oportunidad ha tenido y tiene la empresa; que amenazas tiene ahora en la actualidad y cuales ha tenido; en caso de no tener cualquiera de las cosas antes mencionadas, estarán en la obligación de establecerlas.

1.5. Objetivo general de estudio.

1.5.1. Objetivo general.

Realizar una Planificación Estratégica para el mejoramiento de la Estructura administrativa de *Hotel Faraon* en Santo Domingo en el año 2011.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Realizar un análisis FODA para ver el estado actual de la empresa.
- Crear estrategias para el desarrollo del talento humano en la empresa.
- Elaborar un Organigrama Funcional para un funcionamiento óptimo de las actividades.
- Elaborar Manuales de Funciones según las competencias para ver las tareas adecuadas a realizar en cada uno de los departamentos.
- Establecer un reglamento interno y políticas que aseguren el desarrollo normal de actividades y permitan controlar las actividades administrativas y operativas.

1.6. Justificación.

Esta investigación se justifica por la falta de una Estructura Administrativa en *Hotel Faraon*.

1.6.1. Impacto teórico.

La presente investigación desarrolla una planificación estratégica que permitirá implementar y desarrollar planes que ayuden a cumplir con los propósitos y objetivos de *Hotel Faraon*, en estos planes se desarrollarán procesos, un organigrama estructural y funcional, se establecerá una misión, visión y valores corporativos.

1.6.2. Impacto práctico.

La presente investigación se basará en la validación de los métodos administrativos como un análisis situacional que facilitará ver el estado de la empresa para así poder implementar las diferentes estrategias, planes de

acción y una apropiada estructura organizacional, que permitan el mejoramiento administrativo de *Hotel Faraon*.

1.6.3. Impacto Metodológico.

La completa veracidad con la que va a contar el plan estratégico para el mejoramiento de la estructura administrativa de *Hotel Faraon*, se fundamentará en encuestas y entrevistas al personal de la empresa que nos permita identificar las fortalezas y debilidades que se presenten internamente en la empresa, también se realizará un análisis de las oportunidad y amenazas que la empresa puede tener externamente.

1.6.4. Impacto Económico.

La presente investigación pretenderá realizar estrategias que admitan ser más eficientes y eficaces en los procesos que realiza cada departamento, lo que permitirá ser más competitivos en el mercado y obtener una mayor rentabilidad para *Hotel Faraon*.

1.7. Hipótesis o idea a defender del estudio.

1.7.1. Hipótesis alternativa.

La planificación estratégica estará influenciando significativamente en la estructura administrativa de *Hotel Faraon*.

1.7.2. Hipótesis nula.

La planificación estratégica no está influenciando significativamente en la estructura administrativa de *Hotel Faraon*.

Una vez de habernos empapado con el tema de la Empresa, procedemos a seguir empapándonos en base a terminologías, en base a la parte científica del asunto.

CAPÍTULO II

MARCO DE REFERENCIA.

2.2. Marco teórico.

2.2.1. Revisión literatura.

Sobre la **Hotelería** en internet se encontró como **definición** que “La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.”³

La Historia de la Hotelería nos traslada a la prehistoria “desde donde el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero. Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado. A la vez, se les ofrecía servicio de comidas. Pero es a raíz de la Revolución Industrial, cuando los medios de transporte experimentan una vertiginosa evolución, que las personas empiezan a desplazarse masivamente

³ http://www.ofertaformativa.com/manuales/hosteleria-y-turismo-pag_1-cat_80.htm

de un lugar a otro. En un principio, los viajes están destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, que empiezan a salir de vacaciones fuera de sus ciudades y exigen unos establecimientos de acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto sea posible, es necesario el surgimiento de una serie de establecimientos donde los viajeros puedan comer y pernoctar, es el nacimiento de la hostelería propiamente dicha. En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos. La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería. Hay podemos encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población.”⁴

“**Un Hotel es** un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según la ley y el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen. En cada país pueden encontrarse las categorías siguientes:

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>

Estrellas (de 0 a 5)

Letras (de E a A)

Clases (de la cuarta a la primera)

Diamantes y “World Tourism”.

Estas clasificaciones son exclusivamente de cada país, el confort y el nivel de servicio pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, etc. A nivel empresarial, al hotel se le puede considerar una empresa tradicional, se utiliza a menudo el término “industria hotelera” para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costes de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones) disponibles, así como en una adecuada gestión de las tarifas, muchas veces basadas en cambios de temporada (alta, media y baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos de gente en oposición al alojamiento individual. En los últimos años están apareciendo nuevas formas de gestionar hoteles basadas en técnicas conocidas en otros ámbitos como el condominio o el time sharing, pero no es, todavía, un sistema generalizado. Hay que añadir que en muchos países se consideran hoteles a los balnearios, hoteles resort y los llamados hoteles hospital, y se les aplican las clasificaciones anteriores de calidad, confort y servicios.”⁵

“La Organización de los hoteles.- Los hoteles ofrecen servicios de alojamiento y restaurante básicamente, aunque dependiendo del tipo de hotel pueden ofertar también alquiler de sala de reuniones, banquetes o servicios de animación, siempre remunerado. La organización suele estar constituida por:

Equipo directivo.- Formado por el director, subdirector y ayudante de dirección. Su misión es definir políticas de empresa y objetivos. También se

⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>

suelen encargarse de la gestión de Recursos Humanos, comercialización, control de sistemas de seguridad y calidad y en general de organizar y coordinar la actividad del hotel.

Equipo de pisos.- Está formado por la gobernanta/e y las camareras/os de piso. La gobernanta se encarga de organizar y repartir tareas, controlar los pedidos y existencias (lencería), planificar los horarios del personal a su cargo, recogida de datos estadísticos y comunicación. Las camareras de piso se encargan de las tareas de limpieza, control de las habitaciones y mini bares comunicando las incidencias encontradas.

Equipo de recepción.- El Jefe de recepción en ocasiones en funciones de subdirector, se encarga de organizar y controlar las tareas propias del departamento, elaborando el horario del personal a su cargo. También es el encargado de gestionar las quejas, de la comunicación con otros departamentos organizando las reuniones que sean precisas.

Los Recepcionistas son los encargados de la atención al cliente gestionando la recepción (Check in – Check out) y salida de los clientes y resolviendo las dudas que pudieran presentarse durante la estancia.

En el caso de no existir un servicio de reservas propio también se encargan de la gestión de reservas y cancelaciones. Es un área muy importante, es el principal contacto con el cliente.

Equipo de mantenimiento.- Especialistas en mantenimiento. Incluye tanto las reparaciones de las instalaciones comunes como de las habitaciones por lo que en ocasiones requiere un servicio permanente. También suele incluir el mantenimiento de jardines, piscinas y otras instalaciones deportivas.

Restaurante.- Jefe de alimentos y bebidas supervisa al personal a su cargo y tiene a su mando a cocineros, ayudantes de cocina, barman, asistente de bar, maitre, sommelier, capitán de mozos, hoster, mozos, camareros etc. Se organiza como un restaurante normal aunque puede tener un servicio de cocina más o menos permanente.

Convenciones.- En ciertos hoteles estos actos requieren personal especializado que se encarga de reservar y organizar, todo lo relacionado con la utilización de salones para convenciones y material a subcontratar.

En Hoteles de capacidad alojativa reducida, suele existir una figura profesional denominada Responsable de Grupos y convenciones, que se encarga de la gestión de las reservas de Grupos (puede considerarse como grupo, un mínimo de 6 habitaciones en un Hotel de 50 habitaciones) y de la cotización, seguimiento, venta y organización de los diferentes eventos que se pueden desarrollar en un establecimiento hotelero, pudiendo ser un Congreso, una Convención, un Seminario, un Show Room, etc.

En la mayoría de los casos esta persona suele pertenecer al departamento comercial de la empresa, pero existen empresas en las que pertenecen al departamento de recepción ya que la venta del evento la realizan ejecutivos de ventas. En este caso el responsable de grupos y convenciones, se encarga de la organización del evento una vez la venta está cerrada.

Animación.- Los animadores se encargan de organizar las actividades necesarias para el entretenimiento de los huéspedes. Esto incluye la organización de actividades y fiestas encargándose del acondicionamiento de las instalaciones y la gestión de la subcontratación otras empresas si es necesario o no sea necesario puesto que los animadores no debes de saber lo que hacen.

Departamento comercial.- Desarrolla mecanismos y políticas de comercialización en todas las áreas del hotel para tener un mayor ingreso. Conjunto de personas que conforman un equipo de trabajo cuya misión es definir la estrategia comercial con el fin de optimizar las ventas y en consecuencia la producción del Hotel (búsqueda de la mayor rentabilidad). El Departamento Comercial está dirigido por el Director Comercial, que es el máximo responsable de la empresa en términos comerciales ya que será el encargado de:

- Fijar los precios según las diferentes temporadas. (Tratará de evitar la estacionalidad con políticas de desestacionalización que deriven en una ocupación mayor y más repartida)
- Contratar y formar al equipo de ventas (Ejecutivos de Ventas). El Director Comercial pondrá a disposición de sus comerciales una gran variedad de Técnicas de Venta que utilizadas de forma adecuada, ayudarán notablemente a la consecución de los objetivos marcados por Dirección General y Dirección Comercial.
- Negociar y firmar acuerdos de colaboración y contratación con Agencias de Viajes, Tour Operadores, Empresas (Viajes de Incentivos), etc.
- Acudir a las diferentes Ferias, Congresos u otro tipo de reunión. El equipo comercial tiene la misión de promocionar la marca a la que representa, tratando de ampliar la cartera de negocios con los clientes potenciales que vaya conociendo durante la Feria, Congreso, etc... Las Ferias (ejemplo: Fitur o Feria Internación de Turismo) son el marco ideal para la captación de nueva clientela, para la fidelización de la ya existente y también para estudiar y valorar las diversas Políticas de Empresa de la Competencia.

- Del diseño de la imagen corporativa de la empresa (Logo / Slogans, etc.) Una vez diseñada la “marca” se encargará de su posicionamiento en el Mercado Turístico, realizando para ello Estudios de la Competencia que nos ayudarán a conocer el estado del mercado en el que deseamos introducirnos y a perfilar nuestra futura estrategia. Se debe realizar un Análisis DAFO,

para así descubrir sus virtudes / fortalezas / oportunidades y sus debilidades / amenazas. Debido a la amplia variedad tipológica de establecimientos hoteleros, es preciso realizar una Segmentación de Mercado, con el objetivo de delimitar el tipo de cliente que deseamos para nuestro establecimiento. De este modo, se pueden realizar diferentes tipos de promociones adecuadas al tipo de cliente (ejemplo: Hotel de Negocios = Hotel no apto para Viajes de Fin de Curso).”⁶

“La Organización Mundial de Turismo es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuando a **la clasificación hotelera**, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los hoteles y hospedajes para alcanzar las estrellas que se pueden ver en casi todas las entradas de los hoteles. La calificación clásica y más conocida para saber qué servicios tiene cada hotel está determinada por la cantidad de estrellas que tenga. Las estrellas pueden ir de una a cinco, aunque generalmente los sitios de una y dos estrellas no muestran su calificación, pero se sabe que son los más económicos y los que menos comodidades tienen. El tipo de hotel que cada viajero elige depende exclusivamente de las necesidades y gustos que tenga, pero siempre es bueno estar informado sobre lo que te puedes encontrar en un hotel dependiendo de sus estrellas. Con pequeñas variaciones según la región y país en que realices tu viaje, la clasificación de los hoteles es la siguiente:

Hoteles de una estrella.- Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. Tendrás una habitación privada, algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales – sólo para dormir y seguir viaje– y no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla, y a veces puedes llegar a encontrar un ropero y una mesa de luz. Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares, pero donde podrás asegurarte

⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>

un descanso. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el hall central del edificio. Gran parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio. Finalmente, suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o casco urbano de la ciudad, pero el costo por estar allí justifica la distancia muchas veces.

Hoteles de dos estrellas.- Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos. Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo. Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una caja de seguridad para que guardes tus pertenencias y datos e información turística de la región en la que te halles.

Hoteles de tres estrellas.- Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Algunos incluso poseen una pequeña heladera que ya viene con bebidas que se pagan al final de la estadía en caso de que las consumas. Siempre están bien ubicados, sea porque están en el casco céntrico de la ciudad o por encontrarse en lugares turísticos cerca de grandes atracciones. Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde puedes quedarte a disfrutar de un descanso extra gracias a sus comodidades.

Hoteles de cuatro estrellas.- Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas. Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y parqueadores plurilingües y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la región. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra allí.

Hoteles de cinco estrellas.- Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región. Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas, además de ofrecerte ubicaciones inmejorables con vistas increíbles. Suelen incluir un servicio de cóctel gratuito y entradas con descuentos especiales para los eventos de la región. En estos hoteles suelen organizarse congresos y reuniones especiales dadas su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrece.

Las habitaciones.- Casi todos los hoteles tienen más de una clase de cuarto. Normalmente están denominados como:

- Estándar: la categoría más sencilla.
- Superior: con más prestaciones y comodidades.
- Deluxe: posee todas las comodidades que puedas imaginar.

La diferencia entre los tipos de habitaciones está determinada básicamente por el espacio que ocupan, la decoración, los equipamientos y comodidades con las que cuenta y los paisajes que se pueden ver por sus ventanas.

Otras clasificaciones.- Pero a la hora de buscar un lugar donde descansar, los hoteles no son los únicos en ofrecer un descanso al viajero. Además de las tan mentadas “estrellas”, existen otro tipo de establecimientos que alojan y dan servicios a los viajeros. Dependiendo de la zona y la economía de cada región, podrás encontrar algunos de los que listamos a continuación:

Bed and Breakfast.- Estos hospedajes, conocidos como “B&B” son alojamientos que ofrecen “cama y desayuno” por una tarifa muy conveniente. Básicamente se trata de un alojamiento sencillo en cuanto a su tamaño y comodidades, que se halla en un edificio o casa grande y antigua que ha sido restaurada y acondicionada para transformarse en un hospedaje. Generalmente cuentan con un ambiente familiar y cálido, ya que los dueños mismos se encargan de atender a los huéspedes y ofrecer lo mejor del lugar. Por eso son tan buscados: son atendidos con cordialidad. Además, como los dueños suelen vivir en el mismo lugar, casi siempre son impecables. Los Bed and Breakfast son frecuentados mayoritariamente por viajeros que desean viajar de manera sencilla y permanecer unos pocos días en el lugar, pero al mismo tiempo buscan conocer más viajeros con los que compartir sus experiencias. Dado que son económicos, suelen estar llenos y hay que pensar siempre en hacer una reserva previa.

Hostales o Hostels.- Generalmente son alojamientos donde encontrarás a viajeros o mochileros, particularmente alentando las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de todas partes del mundo. El servicio que ofrece un hostel es el de renta de una cama en un dormitorio donde compartes baño, cocina y salón con el resto de los huéspedes. En la gran mayoría de los casos las personas que se alojan tienen entre 18 y 26 años de edad, por lo que el clima siempre es jovial y alegre. Los hostales proporcionan la oportunidad de un aprendizaje multicultural, y es por esto que se han vuelto tan populares entre los jóvenes viajeros. Sin embargo hay algunas desventajas estando en un hostel: los robos pueden ser un problema, ya que se encuentran en espacios comunes o compartidos. Claro que esto se puede prevenir dejando bajo llave las pertenencias personales. La mayoría de los hostales te ofrecen una caja de seguridad para almacenar sin problemas las pertenencias valiosas que puedas llevar contigo. Otra desventaja en un hostel es la dificultad para dormir a causa de ruidos, como ronquidos o pasos de alguien que llega a la habitación a altas horas de la noche. Todo dependerá de cuánto estás dispuesto a tolerar a cambio de una compañía alegre y entretenida. La gran mayoría de los hostales cuentan con habitaciones que tienen camas cuchetas, simples o matrimoniales. Algunos poseen habitaciones con baño privado, aunque a un costo mayor que los cuartos comunitarios. Otros poseen duchas compartidas, que normalmente no se encuentran muy lejos de la habitación, en el mismo pasillo. Muchos hostales poseen cocinas propias, donde los huéspedes pueden cocinar a su gusto; otros tienen sus propios cafés o pequeños bares, siempre llenos de jóvenes dispuestos a disfrutar del viaje y compartir sus experiencias con otros viajeros.

Departamentos.- En la mayoría de las grandes urbes este servicio se encuentra en boga por su sencillez y precios. El servicio ofrece la renta por un tiempo determinado de un apartamento amueblado y completamente equipado, generalmente pensado para un grupo familiar, que por el costo final es más barato que un hotel de calidad alta. Son ideales para compartir gastos con

otras personas. Además, la estadía en un apartamento nos permite ahorrar cierto dinero al tener la posibilidad de cocinar allí mismo, sin tener que comer en restaurantes. Se genera un ambiente familiar. Esta modalidad es muy común en ciudades balnearias donde varios amigos deciden compartir gastos rentando una casa para pasar juntos las vacaciones.”⁷

“**El plan estratégico** es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental, deportiva, etc.) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años.”⁸

“**Un manual de funciones** o manual de organización comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa, por ejemplo gerencia, producción, ventas, etc. Describiendo como se intervienen en el funcionamiento general de la empresa, contiene la visión, misión, los objetivos, metas y la descripción de cada área así como sus responsabilidades.”⁹

EI FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos. El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables. Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas. Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia,

⁷ <http://www.viajeros.com/articulos/clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas>

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_estrat%C3%A9gico

⁹ <http://www.eumed.net/cursecon/medir/introd.htm>

pueden y deben eliminarse. Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atacar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla. En síntesis: las fortalezas deben utilizarse, las oportunidades deben provecharse, las debilidades deben eliminarse y las amenazas deben sortearse.”¹⁰

“**El organigrama** es una representación gráfica de la estructura organizativa de una organización. Es un instrumento de análisis que permite visualizar en forma rápida los órganos que componen la estructura, las relaciones formales que existen entre ellos y los niveles jerárquicos.

Los organigramas estructurales son los más frecuentemente utilizados en la administración pública y en las organizaciones medianas y grandes. Permiten una rápida visualización de los órganos, las relaciones de autoridad que los vinculan y las distintas jerarquías. Mediante los mismos se aprecia rápidamente el ámbito de control de cada unidad, las relaciones formales y la cantidad de niveles jerárquicos que componen la estructura de la organización.”¹¹

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Foda>

¹¹ http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html

2.3. Marco conceptual.

2.3.1. Revisión de términos conceptuales.

- **Dirección.-** Es guiar a un grupo de trabajo para lograr los objetivos de la Empresa.
- **Organización.-** Es un sistema de actividades coordinadas por varias personas para el cumplimiento de los objetivos y las metas.
- **Organigrama.-** Esquema de la Organización de una entidad, en el cual se visualiza las líneas de mando y de responsabilidad.
- **Ejecución.-** Es un proceso en el cual se convierte en realidad las acciones planificadas por la empresa.
- **Eficiencia.-** Es la realización de un trabajo, optimizando tiempo y recursos.
- **Eficacia.-** Es la realización de un trabajo, en el cual se optimiza el tiempo pero no los recursos.
- **Productividad.-** Es el resultado de la Eficiencia y la Eficacia.
- **Visión.-** Es a donde queremos llegar en un futuro.
- **Misión.-** Es la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.
- **Administración.-** Es un proceso en el cual se planifica, organiza, dirige y controla un conjunto de actividades para el logro de objetivos.
- **Rentabilidad.-** Es generar más ganancia que pérdida en un periodo determinado.
- **Reglamento interno (políticas).-** Son normas que rigen internamente las actividades de trabajo.
- **Check in.-** Proceso de inscripción en un Hotel.
- **Check out.-** Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la presente liquidación de la cuenta de gastos.

2.3.2. Revisión de términos operativos.

- **Dirección.-** Se dirigirá a la Empresa comunicando a todo su personal la Planificación Estratégica planteada por los directivos.
- **Organización.-** Se organiza de manera ordenada las estrategias a cumplir a lo largo de la Planificación Estratégica.
- **Organigrama.-** Se realizará un organigrama Estructural donde se diferencien las líneas de mando, los niveles de responsabilidad y exista una equidad de remuneración.
- **Ejecución.-** Se pondrá en marcha las estrategias a realizar en la Empresa.
- **Eficiencia.-** Se realizará un análisis de la prestación total de servicios de hospedaje para la optimización de los recursos.
- **Eficacia.-** Se motiva al personal para que aumente su rendimiento y brinden un mejor servicio.
- **Productividad.-** Se optimizará recursos en los materiales de limpieza, en el menaje del hotel y se incrementara la calidad del servicio.
- **Visión.-** Se aplicará esta planificación para conseguir lo que deseamos ser en un futuro.
- **Misión.-** Se incentivará al personal para que se identifiquen con la razón de ser de la Empresa.
- **Administración.-** La toma de decisiones
- **Rentabilidad.-** Se realizarán estrategias para una mejor prestación de servicios con el fin de obtener una mayor rentabilidad tomando en cuenta la optimización de recursos.
- **Reglamento interno (políticas).-** Se fortalecerá el trabajo y compromiso con la empresa de cada uno de los colaboradores. Políticas.
- **Check in.-** Se realizará al ingreso del huésped al hotel.
- **Check out.-** Se efectuará a la retirada o salida del huésped del Hotel, con su respectiva factura y liquidación de la cuenta.

2.4. Marco temporal espacial.

La presente investigación se realizará en el año 2011 en la Provincia Tsáchila, Cantón Santo Domingo en *Hotel Faraon* ubicado en la Cooperativa 17 de Diciembre, Avenida Chone s/n y Juan Montalvo, frente a supermercados Akí; su actividad principal es el servicio de hospedaje.

2.5. Idea a defender.

La planificación estratégica estará influenciando significativamente en la estructura administrativa de *Hotel Faraon*. Al carecer de ciertos elementos básicos de una estructura administrativa, es necesario e indispensable adjuntar o modificar ciertos elementos con la finalidad de establecer dicha estructura tal cual debe de ser. Al realizar la planificación estratégica a *Hotel Faraon*, influyen directamente en la estructura administrativa, por cuanto la misión, visión, valores corporativos, reglamento interno, manuales de funciones, organigramas estructurales, etc.

Son indispensables en una estructura administrativa. Cabe recalcar que la empresa ya posee una estructura administrativa (empírica) pero es necesario realizar un análisis de cada uno de sus departamentos, revisar sus políticas, crear un reglamento que regularice las funciones y operaciones del personal; es decir efectuar un plan estratégico completo, crear una visión, una misión, valores corporativos entre otras cosas indispensables en el cual apoyará al mejoramiento de la estructura administrativa de la empresa, para así poder obtener un mejor funcionamiento tanto interno como externo y así obtener un mejor posicionamiento en el mercado y a su vez mejor rentabilidad.

2.6. Variable.

2.6.1. Variable independiente.

Planificación Estratégica.

2.6.2. Variable dependiente.

Estructura Administrativa

2.7. Indicadores.

Cuadro N° 1
CAP.2.7 (Cuadro de Indicadores.)

Objetivo Específico	Variabes	Unidad de Medición	Método, Técnica o Instrum. de medición	Tiempo de Medición
Realizar un analisis FODA para ver el estado actual de la Empresa.	Estado Actual de la Empresa	Actividades realizadas	Matríz de doble entrada (matríz FODA)	al inicio
Crear nuevas estrategias para el desarrollo del Talento Humano en la Empresa.	Desarrollo del Talento Humano	Actividades realizadas	Encuestas	al final
Elaborar un Organ. Funcional para mejorar el funcionamiento de las actividades.	Mejor funcionamiento de actividades	%	Encuestas	al final
Elaborar Manuales de Funciones para determinar las tareas a realizar en cada uno de los departamentos.	Determinar Tareas a cada uno de los Departamentos	%	Encuestas	al final
Establecer un Reglam. Interno y Políticas para asegurar el desarrollo normal de actividades y permitir controlar las activ. administrativas y operativas.	Asegurar el desarrollo de actividades y controlar activ. adm. y operativas	%	Encuestas	al final

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Hemos obtenido toda la información referente a la empresa, ahora vamos a proceder a ver la metodología que vamos a aplicar en esta investigación.

CAPÍTULO III

METODOLÓGICA

3.1. Diseño o tipo de investigación.

El tipo de investigación que se aplicará será predictiva porque establecerá la conducta de las variables a futuro una vez implementada la propuesta. De acuerdo a la intervención en la investigación será observacional porque solo se va a mirar las variables, sin llegar a manipular ni cambiar dichas variables para ver resultados. Y de acuerdo a la conducta de las variables entre si será correlacional porque la variable independiente se correlaciona con la variable dependiente que permite solucionar los problemas que se presenten en Hotel Faraon y permitirá desarrollar una investigación con datos reales que permita la toma de decisiones por parte de la gerencia.

En el diseño estadístico para la prueba de hipótesis se aplicará el análisis estadístico de correlación, distribución normal, límite de confianza (95%) y la regresión lineal con la finalidad de ver si tenemos un efecto positivo en la empresa Hotel Faraon.

3.2. Métodos de investigación.

En esta investigación se va a tomar en cuenta diversos métodos de estudio, para de esta manera poder recopilar la mayor información necesaria para llevar a cabo esta investigación y poder obtener por ende mayores resultados.

Se aplicarán los siguientes métodos de estudio:

➤ **Método de observación.-** Es el proceso que servirá para darse cuenta de ciertas fisonomías en el objetivo de estudio que permitan identificar de ciertas maneras el problema de investigación.

- **Método deductivo.-** Permitirá observar las actividades de toda la empresa y determinar las áreas y unidades administrativas que requieren cambios para un mejor desempeño.

- **Método descriptivo.-** Permite obtener una descripción exacta del fenómeno que se está estudiando, se trabaja con tamaño de la población que en este caso sería los trabajadores de *Hotel Faraon* ya que esto permitirá tener una descripción más exacta de los problemas de objeto de estudio.

- **Métodos estadísticos.-** Este método cuantitativo permitirá expresar los resultados de la investigación y que estos sirvan de información para la formulación de conclusiones y recomendaciones.

- **Método comparativo o de simulación.-** Se les permitirá observar otras tesis relacionadas con el tema de investigación para poder guiarlos ante algún percance o falta de información.

3.3. Técnicas de investigación.

La técnica a utilizar en esta investigación por poseer una población pequeña es la entrevista; instrumento de recolección de datos mediante un informante. Se puede ocupar tres tipos de entrevistas para esta investigación:

- Estructurada.- se ciñe a una cédula elaborada, se aplica siempre del mismo modo.
- Focalizada.- se desarrolla alrededor de un tema que interesa al investigador, es más flexible.
- Libre.- sin dirección rígida.

Para la entrevista se puede usar instrumentos como:

- Guía de entrevista, cuando ésta no es estructurada.
- Cédulas, cuando es estructurada.
- Listas y cuadros de control.
- Grabadoras, si la situación lo permite.

Se utilizan algunos tipos de preguntas como:

- De hechos: interrogan sobre algo existente consumado.
- De acción: tratan sobre la intervención del informante en un hecho determinado.
- De intención: buscan encontrar la actitud del individuo ante un acontecimiento imaginado.
- De opinión: busca conocer lo que el interrogado piensa acerca de algo.
- De índice: se formulan para interrogar indirectamente acerca de algo que crearía problema o desconfianza si se preguntara directamente.

3.4. Población.

El siguiente estudio estará conformado por todos los empleados y directivos de Hotel Faraon.

Cuadro Nº 2
CAP. 3.4 (Cuadro de la Muestra.)

Detalle	N
Empleados	8
Directivos	2
TOTAL	10

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Es decir N=10 personas.

El tamaño de la población a investigar será de 10 personas que entre los cuales están empleados y directivos que trabajan en *Hotel Faraon*, por lo tanto se realizará un muestreo a cada una de estas personas.

Se realizará dos tipos de encuestas, una dirigida al personal y otra dirigida a los directivos o gerentes.

En este caso no aplicaremos un muestreo simple por cuanto el número de personas a encuestar es menor a 30.

3.5. Condiciones de prueba.

Las encuestas se realizarán de modo anónimo, se dejará las hojas en recepción, se les explicará el motivo por el cual se va a llevar a cabo la investigación, se les dará la información necesaria para poder llenar las encuestas y cada colaborador pasará cogiendo un cuestionario y llenándolo.

En caso de desconocimiento de alguna pregunta se la pueden hacer al recepcionista, luego de realizar las encuestas se realizará una charla en grupo para sustentar la información impartida en las encuestas, con la finalidad de tener una información de calidad y basada en la realidad.

3.6. Análisis e interpretación de datos.

3.6.1. Encuesta dirigida al Personal de *Hotel Faraon*.

La encuesta fue dirigida al personal de *Hotel Faraon* con el fin de conocer como se está llevando a cabo desde la parte operativa del hotel, poder observar cuales son las inquietudes del personal, la encuesta se llevara a cabo de forma ordenada, las encuestas se dejarán en recepción y cada colaborador se acercara a efectuar su encuesta, con la finalidad de que la información recolectada, sea lo más honesta posible el encuestador no estará presente en el momento del llenado de las encuestas. (Ver anexo N°1)

1. ¿Conoce los objetivos y metas que desea alcanzar *Hotel Faraon*?

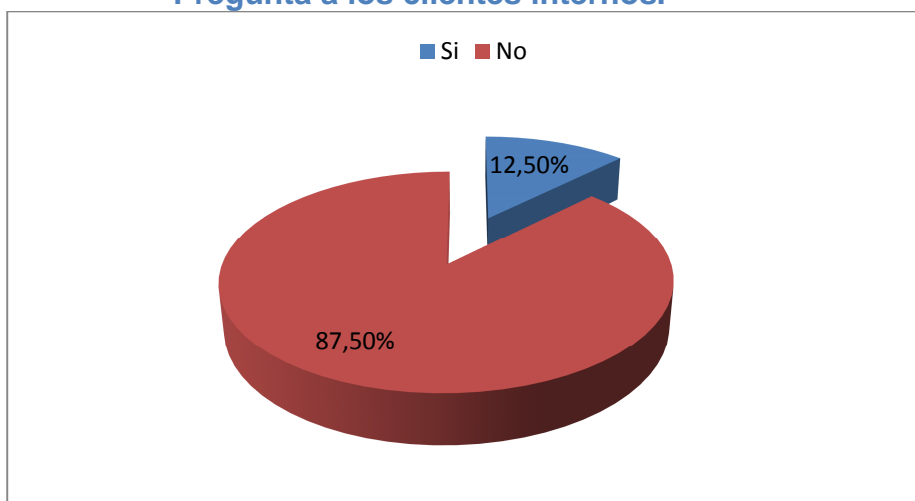
Cuadro N° 3
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	12,50%
No	7	87,50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 1
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Según la encuesta realizada, el 12,50% de los colaboradores de *Hotel Faraon* conocen los objetivos y metas que desea alcanzar la empresa, el 87,50% desconoce de esto, en parte charlando con los colaboradores se llega a la conclusión que desconocen por cuanto no se encuentra escrito en ningún lado la información y los que están al tanto lo saben por qué alguna vez lo escucharon en gerencia.

2. ¿Existe una comunicación efectiva entre el propietario de la empresa y sus empleados?

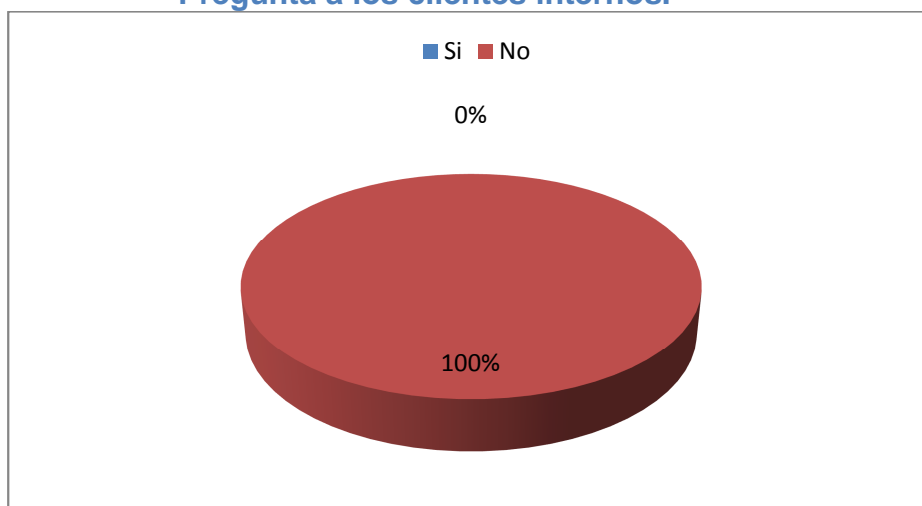
Cuadro N° 4
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	8	100,00%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 2
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Es muy notorio este resultado, en su totalidad en un 100% los colaboradores afirman que no existe una comunicación efectiva entre el propietario y los colaboradores. Afirman que en ciertas cosas si tienen comunicación con gerencia, pero que no existe la confianza necesaria para entablar una conversación sobre lo que está aconteciendo. Afirman que tienen comunicación con el encargado del personal en el transcurso del día, el recepcionista.

3. ¿Están definidas las funciones y responsabilidades laborales?

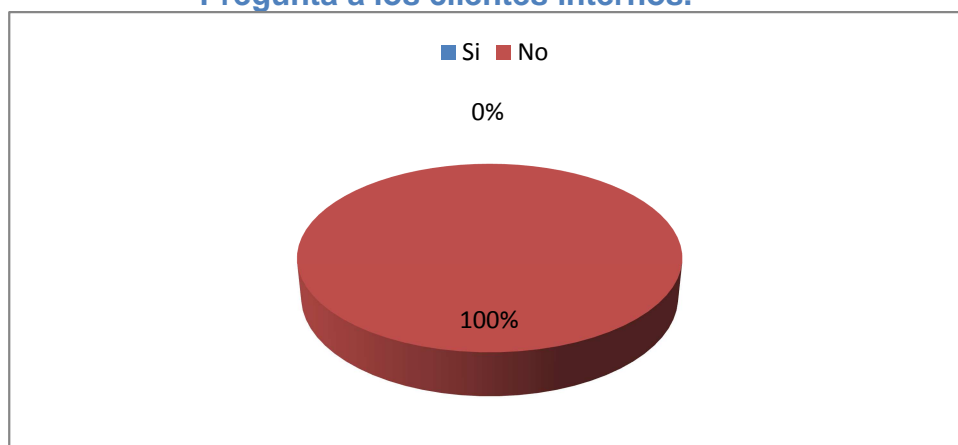
Cuadro N° 5
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	8	100,00%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 3
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

El 100% del personal de la empresa está de acuerdo en que no están bien definidas las funciones y las responsabilidades laborales, es decir, no tienen un manual de funciones en el cual guiarse para poder saber cuáles son sus funciones específicas, que responsabilidades tienen, cual es el perfil de los puestos pues si desean ascender o trabajar en otra área. Muchas veces realizan trabajos que no están en sus áreas por desconocimiento de tareas.

4. ¿Cuenta la empresa con un reglamento interno para el manejo del personal?

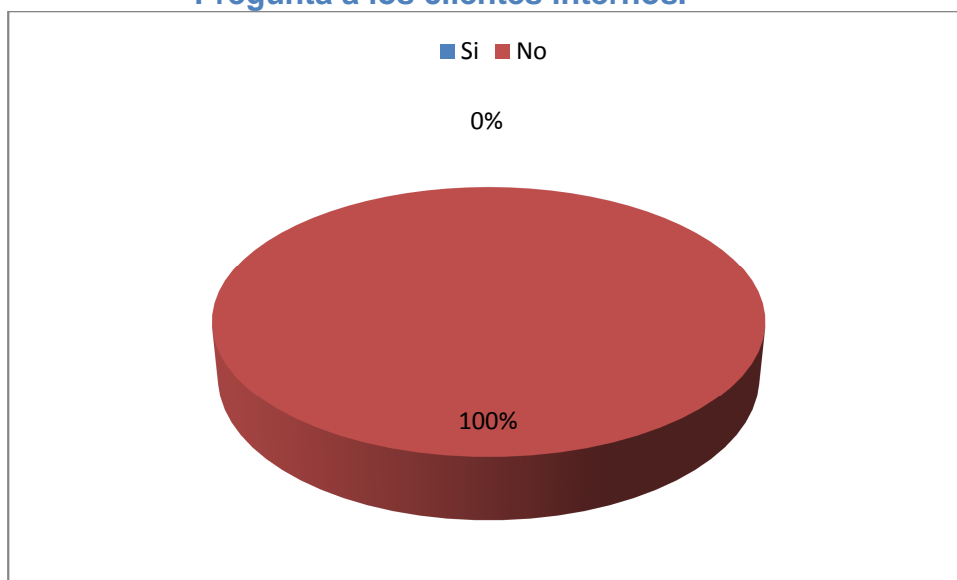
Cuadro N° 6
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	8	100,00%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 4
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

De acuerdo con las respuestas del personal, la empresa no cuenta con un reglamento interno para el manejo del personal, por lo cual se debería elaborar un reglamento interno de acuerdo a las necesidades de *Hotel Faraon* enfocándose en la ley de turismo, en el reglamento Hotelero y en el reglamento del trabajador.

5. ¿Alguna vez ha recibido una capacitación para el mejoramiento de su desempeño?

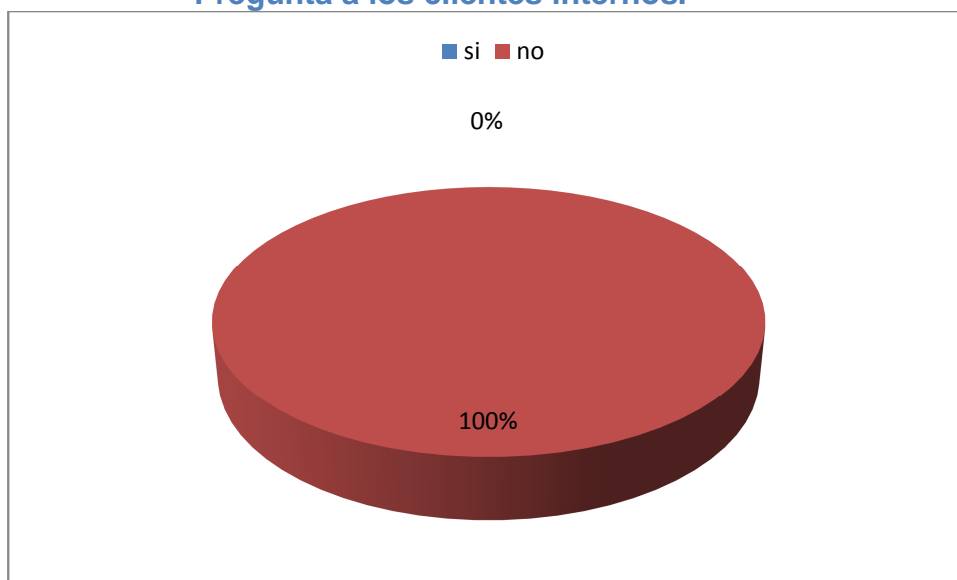
Cuadro N° 7
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	8	100,00%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 5
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

El personal actual informa que hasta el momento no han recibido capacitación alguna, cuando la CACTUR les han informado de alguna capacitación son los gerentes quienes asisten a estos, más no el personal operativo. Se necesita capacitar al personal para que puedan mejorar en cuanto a servicio se trata, en cuanto a trabajo, etc. Mejora su incursión operativa en la empresa.

6. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la empresa?

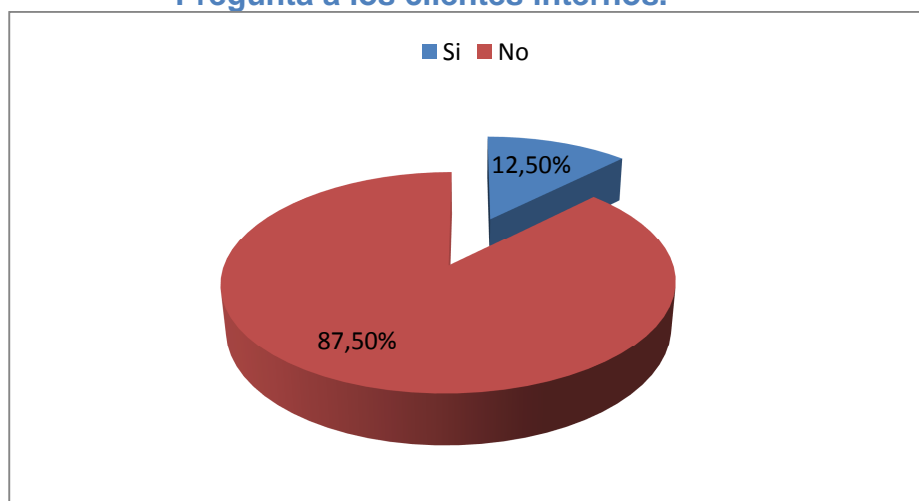
Cuadro N° 8
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	12,50%
No	7	87,50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 6
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

El 12,50% de la empresa informó que si recibe incentivos por parte de la empresa, ellos afirman que esos incentivos son los decimos que reciben, están confundidos, no saben que eso es de por ley que tienen que recibir, de ahí el 87,50% afirman no recibir incentivos algunos por logros alcanzados, o de ninguna índole.

7. ¿En qué debería mejorar *Hotel Faraon*?

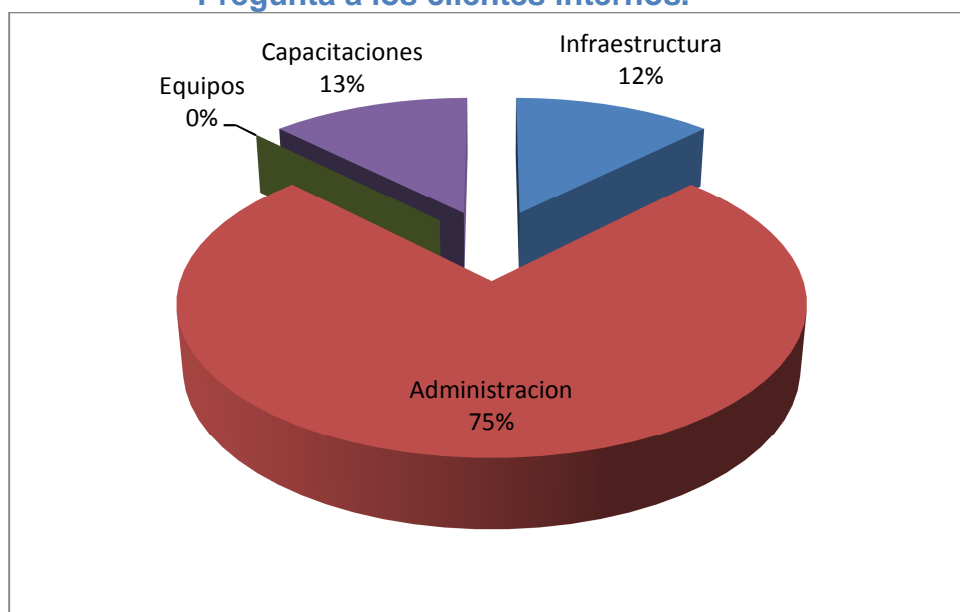
Cuadro N° 9
CAP. 3.6.1 (Pregunta a los clientes internos).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Infraestructura	1	12,50%
Administración	6	75,00%
Equipos	0	0,00%
Capacitaciones	1	12,50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 7
Pregunta a los clientes internos.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

En esta pregunta tuvieron mucha confusión, por cuanto tenían que escoger solo una, pero no se dejó la parte en que el personal ponga en qué áreas se

debería mejorar, al final obtuvimos doble información, partiendo de que un 75% está de acuerdo en que se debería mejorar la parte administrativa de *Hotel Faraon*, para así poder establecer manuales de funciones, crear políticas, tener una cultura empresarial; el otro 12% afirman en que se debería mejorar la infraestructura del hotel, quieren tener más espacio para laborar; un 13% del personal pide capacitaciones, afirman que quieren seguir haciendo cursos y obteniendo conocimientos en sus áreas y a su vez conocer otras áreas para ir avanzando profesionalmente. Por otro lado se puede dar cuenta que lo que más énfasis o en lo que todos coinciden es en mejorar la parte administrativa del hotel, necesitan organigramas de funciones, manuales de funciones, he ahí la necesidad de implementar un plan estratégico para el mejoramiento administrativo de *Hotel Faraon*.

3.6.2. Encuesta dirigida al Gerente Propietario de *Hotel Faraon*.

La encuesta fue dirigida a los propietarios de *Hotel Faraon* con el fin de conocer como se está dirigiendo al hotel y mejorar los aspectos administrativos. (Ver anexo N°2)

1. En que departamentos se presentan los mayores inconvenientes?

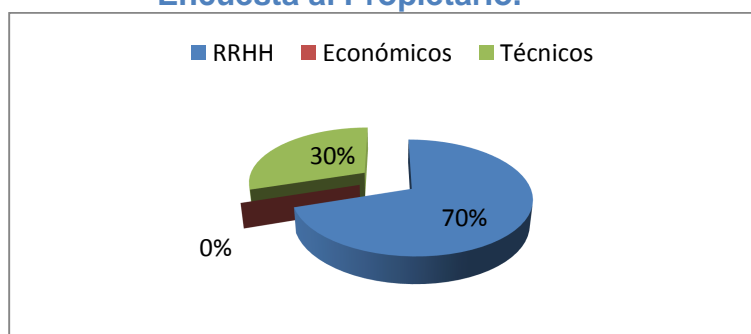
Cuadro N° 10
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
RRHH	7	70,00%
Económicos	0	0,00%
Técnicos	3	30,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 8
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Esta pregunta es clave para la investigación, pues con el resto de preguntas lo único que queremos es confirmar la información y determinar detalladamente los problemas administrativos. Como se pudo observar un 70% de los problemas se encuentran en la parte administrativa, por desconocimiento de sus labores, de responsabilidades, etc. Un 30% se asume que son factores técnicos, por falta de capacitación o por la elección de personal no idóneo para cada área. Descartan la idea de entrar en la parte contable, financiera de la empresa.

2. Usted ha utilizado manuales de funciones para su empresa?

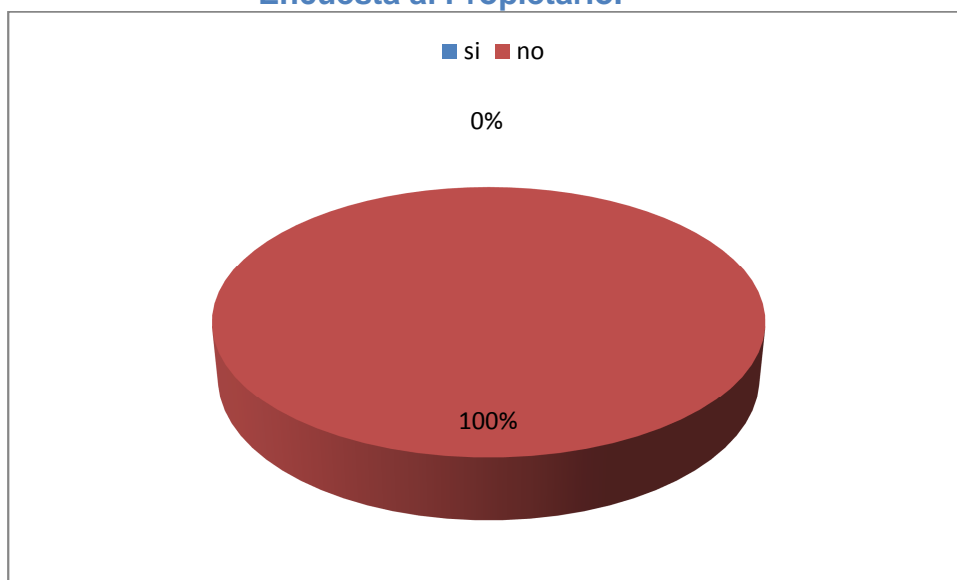
Cuadro N° 11
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	2	100,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 9
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

El gerente propietario y su esposa que conforman la cabeza administrativa de *Hotel Faraon* no han utilizado manuales de funciones para ningún cargo del Hotel, han manejado empíricamente las actividades laborales de la empresa. Es necesaria la creación de manuales de funciones para cada cargo.

3. El personal de *Hotel Faraon* ha sido capacitado?

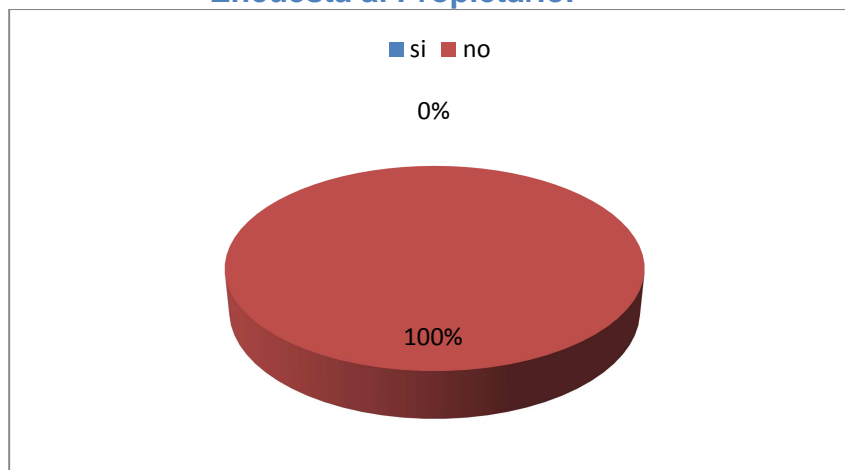
Cuadro N° 12
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	2	100,00%
No	0	0,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 10
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

El personal como se pudo observar en la encuesta nunca ha asistido a capacitaciones, solo los propietarios han sido partícipes de dichas capacitaciones por parte de la CACTUR y la CAMARA DE COMERCIO, luego de las capacitaciones ellos han impartido los conocimientos obtenidos en dichas capacitaciones a una parte de sus empleados cuando así lo han requerido, es decir ante algún inconveniente laboral. Se debe tener muy en cuenta esto de las capacitaciones.

4. *Hotel Faraon* cuenta con personal calificado dentro de cada área?

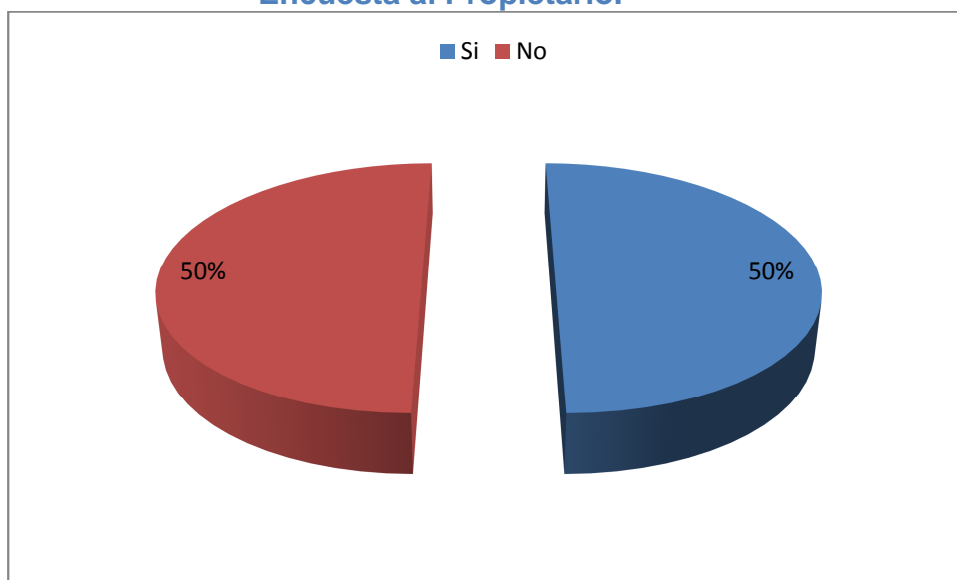
Cuadro N° 13
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	50,00%
No	1	50,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 11
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Los propietarios no coincidieron en la información impartida, pues a su manera el uno opina que si se ha elegido bien al personal y la otra parte no está de acuerdo, en conclusión se podría afirmar que no se ha tomado o no se ha hecho una buena selección del personal por cuanto carecen de manuales de funciones y esto a su vez no permite tener un perfil del puesto.

5. La empresa cuenta con un Organigrama Estructural?

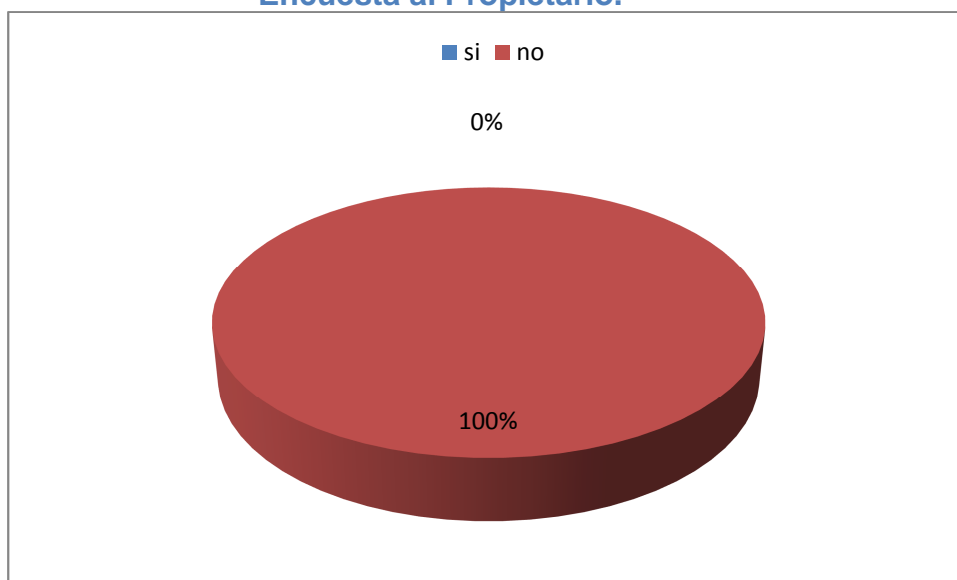
Cuadro N° 14
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	2	100,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 12
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Es notorio darse cuenta que la empresa es manejada de forma empírica, por ende no poseen un organigrama estructural, es necesario establecer un organigrama de acuerdo a las necesidades de la empresa. Se tomará en cuenta las áreas en las cual incurren y los departamentos necesarios para *Hotel Faraon*.

6. La empresa realiza Planificación Estratégica?

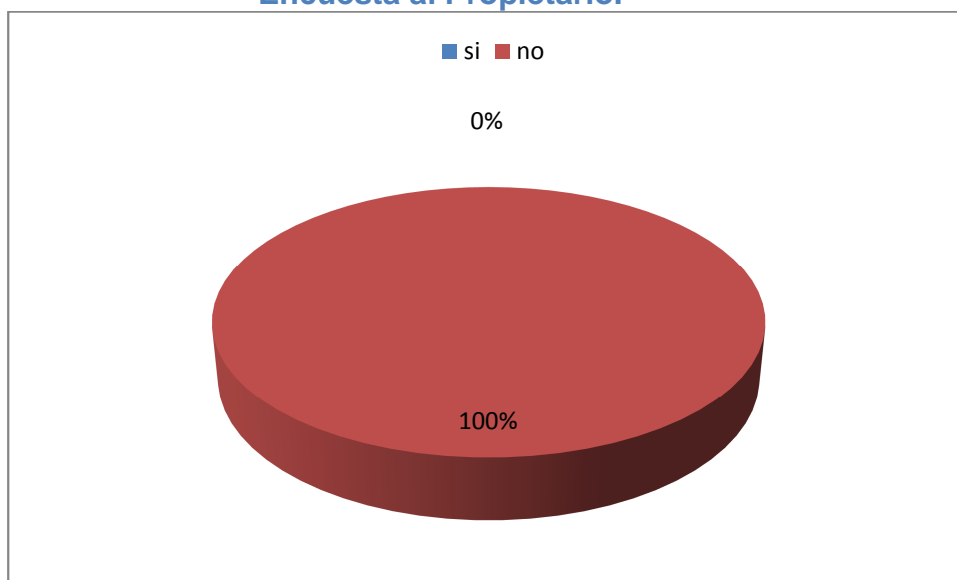
Cuadro N° 15
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	2	100,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 13
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

Jamás se han aplicado planes estratégicos en la empresa, como se puede observar en la encuesta realizada a la gerencia, tanto por desconocimiento como por falta de interés. Es indispensable y viable aplicar un plan estratégico para el mejoramiento administrativo del Hotel.

7. Hotel Faraon cuenta con una cultura empresarial con la cual se identifiquen sus colaboradores ?

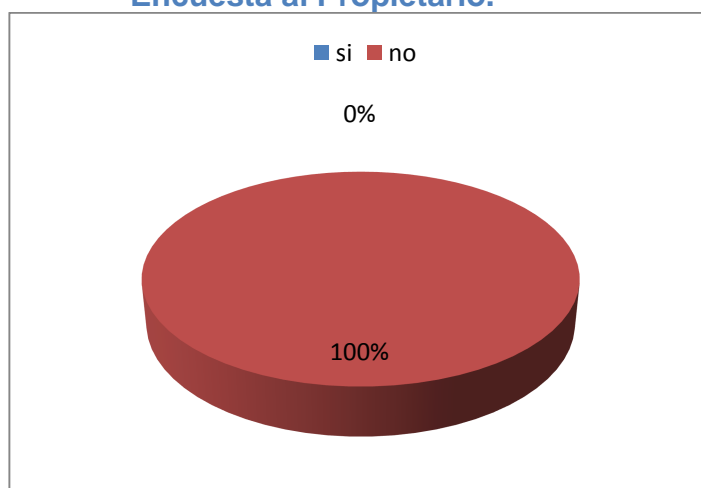
Cuadro N° 16
CAP. 3.6.2 (Encuesta al Propietario).

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	2	100,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Gráfico N° 14
Encuesta al Propietario.



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Análisis:

La empresa carece de una cultura empresarial, es decir carece de misión, visión, valores corporativos, es indispensable implementar esta cultura para el mejor funcionamiento de la empresa. Por esta razón los colaboradores no conocen la identidad de la empresa, ni sus objetivos a futuro.

En este capítulo ya hemos obtenido la información necesaria en base a las encuestas al personal, ahora procedemos aplicar los correctivos.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Estructura del Plan Estratégico.

Se reunión en Gerencia a los propietarios de *Hotel Faraon* para elaborar la Misión y la Visión de la empresa, reunión que sirvió para determinar los valores corporativos y otros puntos a tratar en este capítulo.

4.1.1. Misión.

Satisfacer las necesidades del mercado turístico nacional e internacional, mediante una atención hotelera de primera, asegurándoles a los clientes de *Hotel Faraon* confort, comodidad y seguridad a través de nuestros productos y servicios integrales.

4.1.2. Visión.

Consolidar a *Hotel Faraon*, como una empresa turística comprometida con el servicio al cliente, la formación integral de su recurso humano, la protección del medio ambiente y el desarrollo económico nacional.

4.2. Valores Corporativos.

➤ Honradez.- Respetar el derecho y bienes de la Empresa y de los demás, así como a la integridad moral y física de las personas, procurar que cada quien tenga lo que le pertenece.

- Respeto.- Consideración de que alguien o incluso algo tiene un valor por sí mismo y se establece como reciprocidad, respeto mutuo, reconocimiento mutuo.

- Puntualidad.- Obligación para terminar una tarea requerida o satisfacer una obligación antes o en un plazo anteriormente señalado. Consideración hacia las personas que están esperando.

- Compromiso.- Se refiere a la responsabilidad. Es el grado en que un colaborador se identifica con la empresa en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella.

- Integridad.- La capacidad del ser humano para decidir sobre su comportamiento por sí mismo.

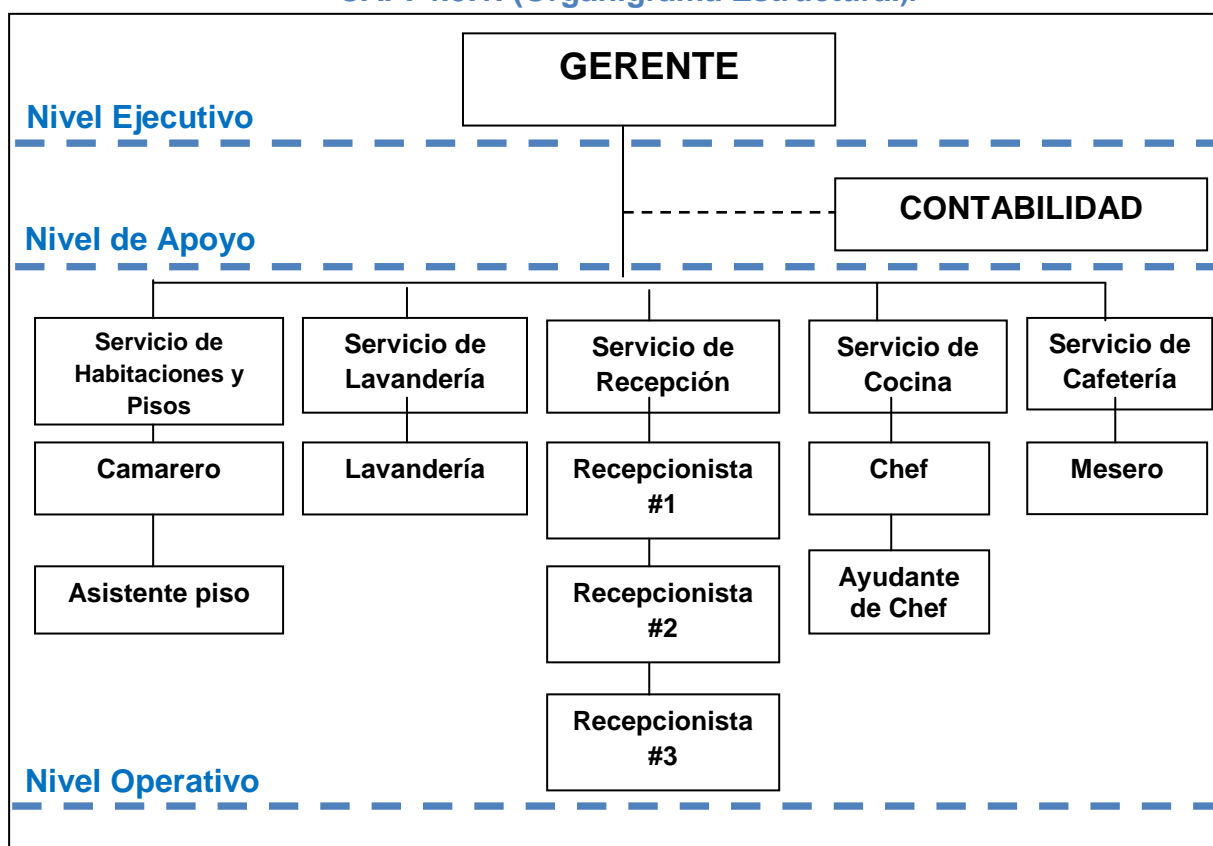
- Trabajo en Equipo.- Va de la mano con el Compañerismo, porque el trabajo en equipo puede dar muy buenos resultados; ya que normalmente genera el entusiasmo para que el resultado sea satisfactorio en las tareas encomendadas.

- Servicio.- Dedicación esmerada a satisfacer y exceder constantemente las expectativas de nuestros clientes.

4.3. Estructura Administrativa.

4.3.1. Organigrama Estructural.

Gráfico N° 15
CAP. 4.3.1. (Organigrama Estructural).

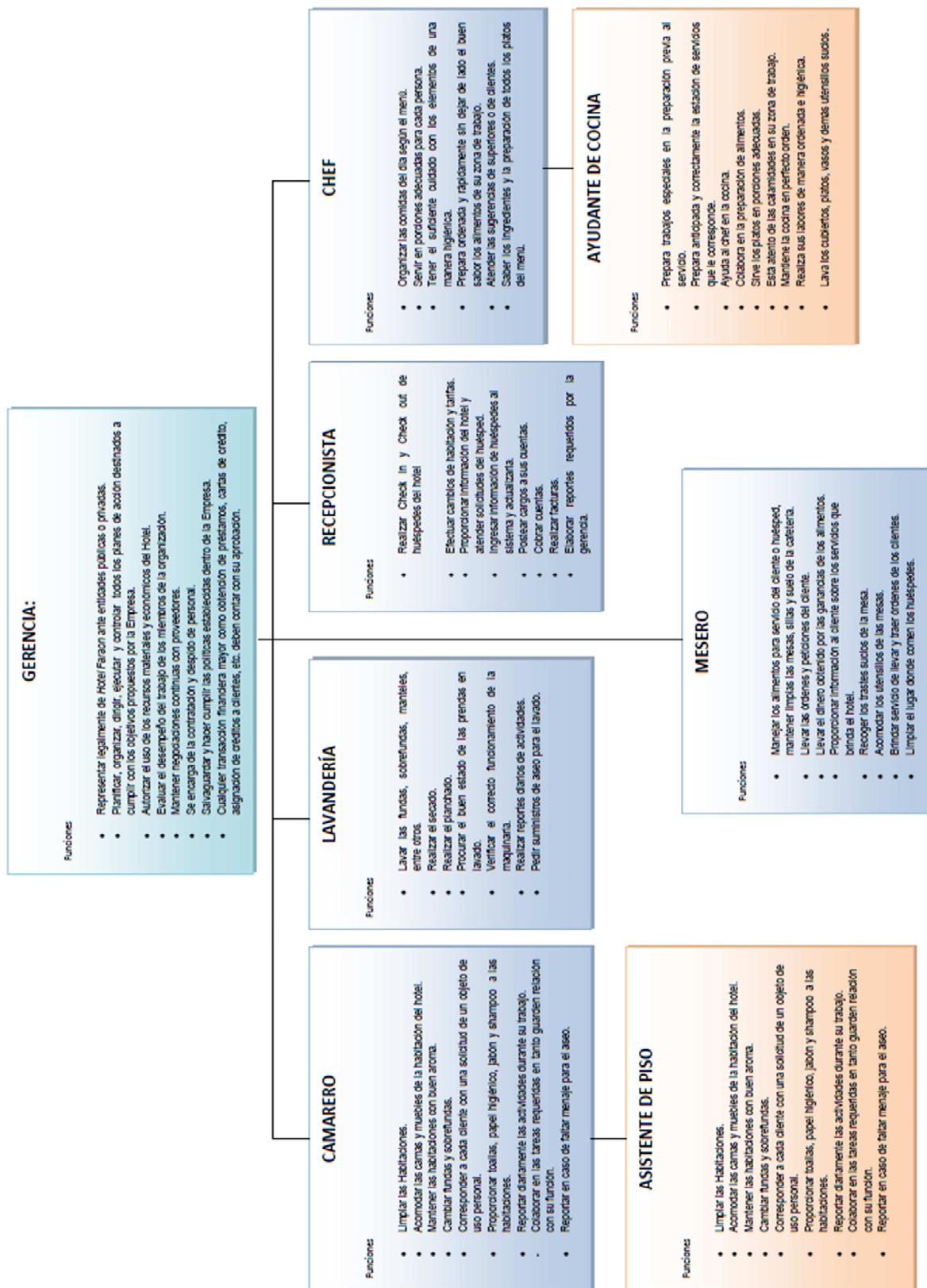


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C./2012

4.3.2. Organigrama Funcional.

Gráfico N° 16
Organigrama Funcional.



4.4. Manuales de Funciones.

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Administrativa Cargo: Gerente
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Dirigir a <i>Hotel Faraon</i> con eficiencia y responsabilidad administrando los recursos para cumplir los planes propuestos.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente de <i>Hotel Faraon</i> ante entidades públicas o privadas. • Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todos los planes de acción destinados a cumplir con los objetivos propuestos por la Empresa. • Autorizar el uso de los recursos materiales y económicos del Hotel. • Evaluar el desempeño del trabajo de los miembros de la organización. • Mantener negociaciones continuas con proveedores. • Realizar la contratación y despido de personal. • Salvaguardar y hacer cumplir las políticas establecidas dentro de la Empresa. • Realizar transacciones financieras mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Ing. Empresas y negocios, marketing, finanzas o afines</p> <p>Edad: 30 a 55.</p> <p>Experiencia: mínimo cuatro años en cargos similares.</p> <p>Actitud: ética y profesional, capacidad de liderazgo y criterio definido.</p> <p>Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.</p>	
RESPONSABILIDAD	
El ejecutivo deberá demostrar experiencia en el manejo del personal, analizar la información necesaria para tomar los riesgos que se le presentan, tener conocimiento de todos los procesos dentro de la Empresa y resolver problemas presentes.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Camarero
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Es el responsable de garantizar el mantenimiento y la impecabilidad de las habitaciones, se encarga de realizar la limpieza y mantener el orden en las habitaciones.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar las Habitaciones. • Acomodar las camas y muebles de la habitación del hotel. • Mantener las habitaciones con buen aroma. • Cambiar fundas y sobrefundas. • Corresponder a cada cliente con una solicitud de un objeto de uso personal. • Proporcionar toallas, papel higiénico, jabón y shampoo a las habitaciones. • Reportar diariamente las actividades durante su trabajo. • Colaborar en las tareas requeridas en tanto guarden relación con su función. • Reportar en caso de faltar menaje para el aseo. 	
REQUISITOS	
Estudios: Secundarios. Edad: 18 a 30 años. Experiencia: mínimo un año en cargos similares. Actitud: ética, moral, responsable y criterio definido. Aptitud: Solucionar problemas, eficiente.	
RESPONSABILIDAD	
Siempre mantener los pisos y cuartos impecables y con buen aroma, hacer los requerimientos de menaje para el hotel, productos de limpieza, etc. Enviar la ropa a lavandería para su lavado respectivo, tener pendiente la rotación de habitaciones con la finalidad de utilizar de manera ordenada todas las habitaciones. Reportar en recepción los artículos olvidados por los huéspedes. Estar al tanto de cualquier anomalía en las habitaciones, llamar a recepción al momento de hacer el Check out, para evitar inconvenientes en las habitaciones.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Asistente de Piso
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<p>Es el responsable del mantenimiento y se encarga de realizar la limpieza y mantener el orden en las habitaciones, bajo la supervisión del camarero.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar las Habitaciones. • Acomodar las camas y muebles de la habitación del hotel. • Mantener las habitaciones con buen aroma. • Cambiar fundas y sobrefundas. • Corresponder a cada cliente con una solicitud de un objeto de uso personal. • Proporcionar toallas, papel higiénico, jabón y shampoo a las habitaciones. • Reportar diariamente las actividades durante su trabajo. • Colaborar en las tareas requeridas en tanto guarden relación con su función. Reportar en caso de faltar menaje para el aseo. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Superiores. Edad: 20 a 35 años. Experiencia: mínimo un año en cargos similares. Actitud: ética y profesional, y criterio definido. Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.</p>	
RESPONSABILIDAD	
<p>Siempre mantener los pisos y cuartos impecables y con buen aroma, hacer los requerimientos de menaje para el hotel, productos de limpieza, etc. Enviar la ropa a lavandería para su lavado respectivo. Reportar al camarero los artículos olvidados por los huéspedes. Estar al tanto de cualquier anomalía en las habitaciones, comunicar al camarero el momento de hacer el Check out, para evitar inconvenientes en las habitaciones.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Lavandería
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Realiza el proceso de lavado, secado y planchado de las fundas, sobrefundas, manteles, ropa de los huéspedes, entre otros.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Lavar las fundas, sobrefundas, manteles, entre otros. • Realizar el secado. • Realizar el planchado. • Procurar el buen estado de las prendas en lavado. • Verificar el correcto funcionamiento de la maquinaria. • Realizar reportes diarios de actividades. • Pedir suministros de aseo para el lavado. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Secundaria Edad: 20 a 35 años. Experiencia: mínimo un año en cargos similares. Actitud: ética y profesional, capacidad de liderazgo y criterio definido. Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.</p>	
RESPONSABILIDAD	
<p>Recibir la ropa que envía el camarero, realizar su aseo debido al igual que secado y planchado, reportar a recepción del servicio que se realizó, detallando si existen prendas de los huéspedes, revisar las etiquetas en prendas delicadas, etc. Hacer requerimientos de material a recepción, estar pendiente de las máquinas, comunicar cualquier anomalía en ellas a recepción o a gerencia en caso de necesitarlo.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Recepcionista
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Realizar el registro de huéspedes, controlar la asignación de habitaciones así como la entrada y salida de huéspedes (Check in y Check out).	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar Check in y Check out de huéspedes del hotel • Efectuar cambios de habitación y tarifas. • Proporcionar información del hotel y atender solicitudes del huésped. • Ingresar información de huéspedes al sistema y actualizarla. • Postear cargos a sus cuentas. • Cobrar cuentas. • Realizar facturas. • Elaborar reportes requeridos por la gerencia. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Licenciatura en Turismo o afines.</p> <p>Edad: 20 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Manejo de sistema hotelero, 1 año en el área de recepción o similar.</p> <p>Actitud: ética y profesional, capacidad de liderazgo y criterio definido.</p> <p>Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.</p>	
RESPONSABILIDAD	
El recepcionista es responsable de registrar a las personas que se hospedarán en el hotel, ya sea de manera individual o en grupo, con reservación o sin ella, efectuar los cambios que le soliciten los huéspedes, así como la información y atenciones especiales que se le demanden, y registrar las entradas y salidas de los huéspedes del hotel.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Chef
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<p>Es un cargo importante dentro de la organización ya que es el encargado de crear alimentos para el consumo de los huéspedes, empleados del hotel. Crea la receta estándar, los menús de cada día.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar las comidas del día según el menú. • Servir en porciones adecuadas para cada persona. • Tener el suficiente cuidado con los elementos de una manera higiénica. • Prepara ordenada y rápidamente sin dejar de lado el buen sabor los alimentos de su zona de trabajo. • Atender las sugerencias de superiores o de clientes. • Saber los ingredientes y la preparación de todos los platos del menú. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Profesional o Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, Chef profesional.</p> <p>Edad: 27 a 55.</p> <p>Experiencia: mínimo tres años en cargos similares.</p> <p>Actitud: ética y profesional, capacidad de liderazgo y criterio definido.</p> <p>Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de trabajo en grupo.</p>	
RESPONSABILIDAD	
<p>Manejar al personal de la cocina, participar en los comités de requisición de suministros para el hotel, anotas y cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, estar pendiente en el tratamiento de los alimentos que son suministrados por almacén, mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía y elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Ayudante de Cocina
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Auxiliar al chef en la preparación y distribución de los alimentos, así como mantener en orden y limpio todo el equipo de cocina.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Prepara trabajos especiales en la preparación previa al servicio. • Prepara anticipada y correctamente la estación de servicios que le corresponde. • Ayuda al chef en la cocina. • Colabora en la preparación de alimentos. • Sirve los platos en porciones adecuadas. • Está atento de las calamidades en su zona de trabajo. • Mantiene la cocina en perfecto orden. • Realiza sus labores de manera ordenada e higiénica. • Lava los cubiertos, platos, vasos y demás utensilios sucios. 	
REQUISITOS	
Estudios: Estudiante en Administración Turística y Hotelera o afines. Edad: 20 a 26 años. Experiencia: mínimo un año en cargos similares. Actitud: ética y profesional y criterio definido. Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.	
RESPONSABILIDAD	
Encargarse de que los utensilios siempre estén limpios y que no falte nada en la cocina, anotar y cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, estar pendiente en el tratamiento de los alimentos que son suministrados por almacén, reportar cualquier anomalía al chef y estar pendiente de todas las actividades encomendadas por el chef.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

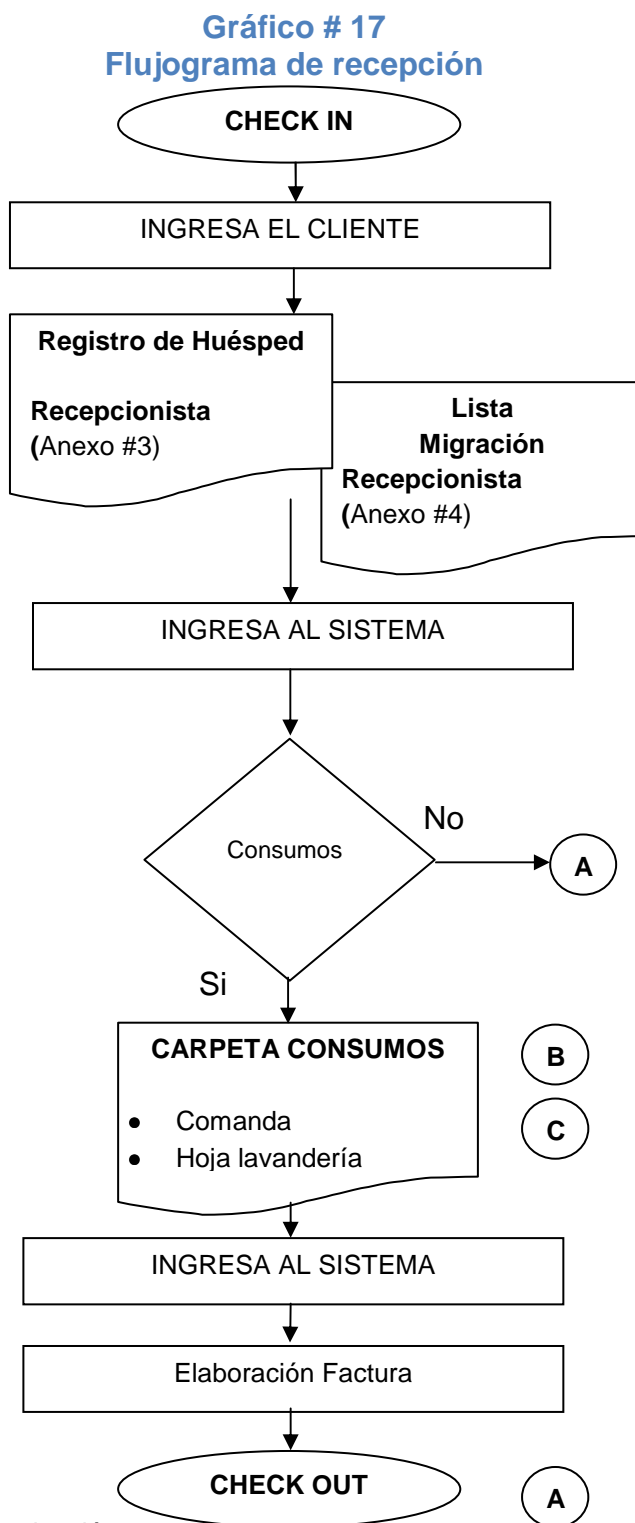
ANÁLISIS DE FUNCIONES	
<i>Hotel Faraon</i>	Area: Operativa Cargo: Mesero
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<p>Es la persona encargada de atender a los clientes en la cafetería, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar los alimentos para servicio del cliente o huésped, mantener limpias las mesas, sillas y suelo de la cafetería. • Llevar las órdenes y peticiones del cliente. • Llevar el dinero obtenido por las ganancias de los alimentos. • Proporcionar información al cliente sobre los servicios que brinda el hotel. • Recoger los trastes sucios de la mesa. • Acomodar los utensilios de las mesas. • Brindar servicio de llevar y traer órdenes de los clientes. • Limpiar el lugar donde comen los huéspedes. 	
REQUISITOS	
<p>Estudios: Educación Secundaria o Superior. Edad: 18 a 25 años. Experiencia: mínimo un año en cargos similares. Actitud: Confiabilidad, actitud positiva, responsabilidad y discreción.. Aptitud: Solucionar problemas, capacidad de negociación y Relaciones Humanas.</p>	
RESPONSABILIDAD	
<p>Otorgar el servicio de mesero con calidad, informar oportunamente al chef sobre los requerimientos, colaborar en el mantenimiento de los utensilios que se utilizan para la preparación y servicio de alimentos.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.5. Flujograma de procesos.

4.5.1. Flujograma de recepción.

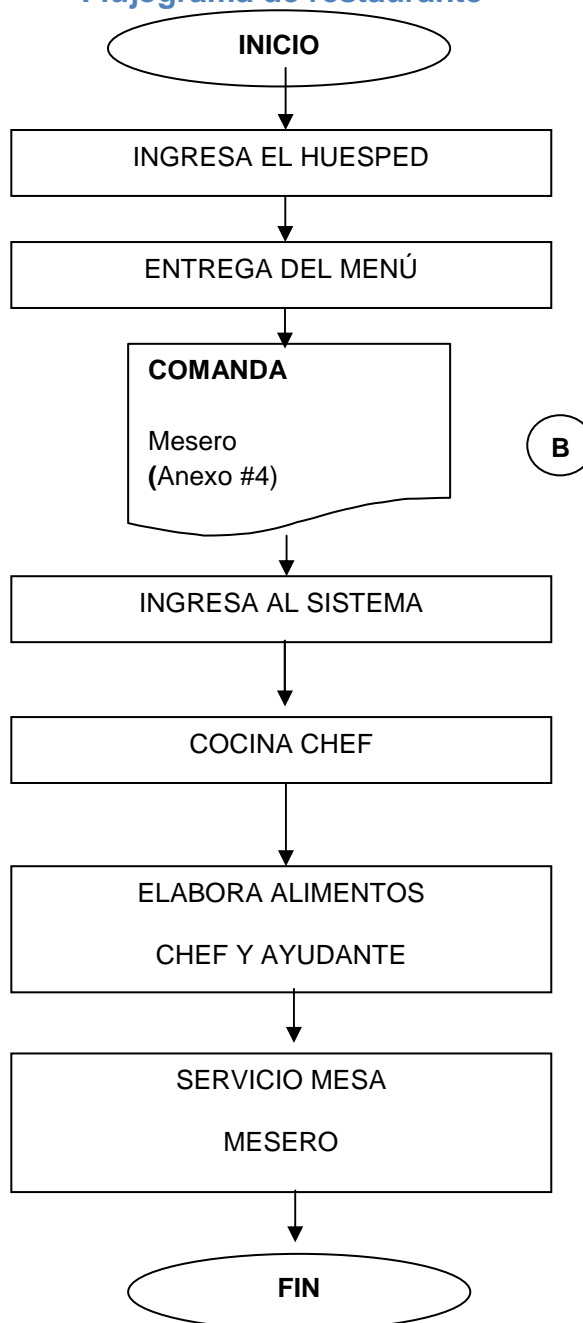


Fuente: La Investigación

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.5.2. Flujograma de restaurante.

Gráfico # 18
Flujograma de restaurante

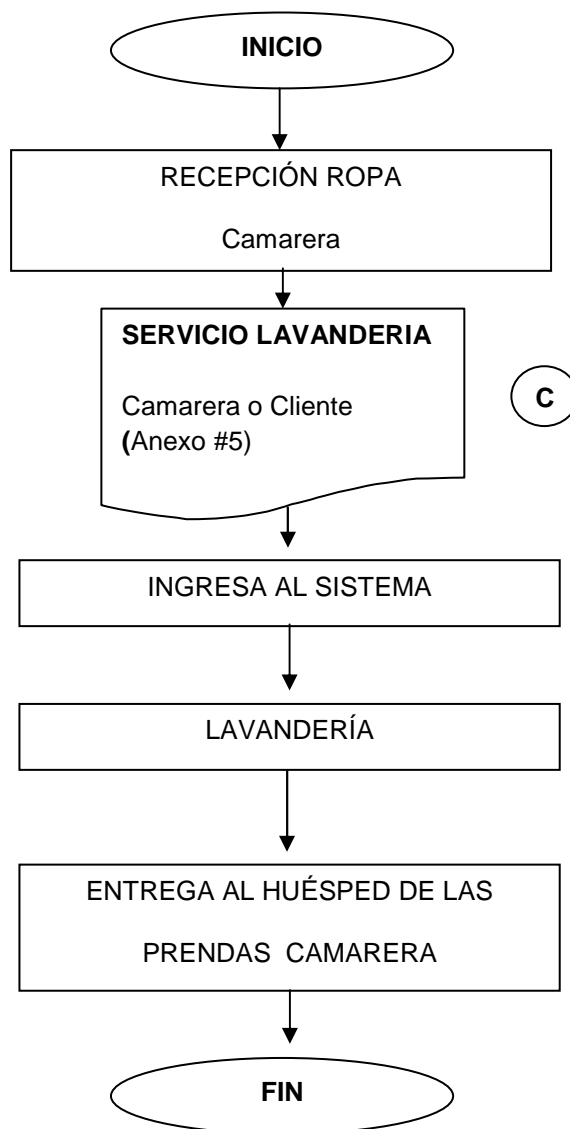


Fuente: La Investigación

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.5.3. Flujograma de lavandería

Gráfico # 19
Flujograma de lavandería.



Fuente: La Investigación
Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.6. Reglamento Interno (Políticas)

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 1. El personal administrativo de *Hotel Faraon*, está integrado por todas aquellas personas físicas que presentan sus servicios de forma personal y subordinada al Hotel.

Capítulo II

Derechos y Obligaciones del Hotel

Artículo 2. El Hotel seleccionara y contratara libremente a su personal general, procurando el mejor desarrollo y servicio hotelero.

Artículo 3. El Hotel tendrá que cumplir las siguientes obligaciones:

- A. Evaluar a cada empleado antes de entrar a formar parte del hotel, para conocer sus habilidades y emplearlo en el departamento correspondiente de acuerdo a sus conocimientos, luego continuar con capacitaciones continuas y motivarlos verbalmente por logros alcanzados en su desempeño de lograr el objetivo colectivo “La satisfacción del cliente”.
- B. Poner a disposición de los empleados, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
- C. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.

- D. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
- E. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y respeto.
- F. Promover activamente la continua comunicación entre colaboradores y jefes.

Capítulo III

Derechos y Obligaciones de los trabajadores

Artículo 4. El manual interno de funciones asegura el bienestar humano y la justicia social del colaborador, como consecuencia el colaborador es protegido y amparado por este manual.

Artículo 5. En ningún caso los derechos de los trabajadores serán inferiores a los que concede las normas del hotel, en lo que conduce:

- A. Desempeñar las funciones específicas o que sean inherentes al puesto que ocupan y ser consultados para el desempeño de otras funciones o actividades que estén capacitados para realizar y el Hotel requiera.
- B. Disfrutar del descanso y las vacaciones que se les otorguen.
- C. Asistir a los cursos de capacitación que promueva el Hotel cuando sea designado para ello, dentro de su horario de labores.
- D. Recibir de sus superiores el respeto y consideración debido en sus relaciones de trabajo.
- E. Que le sean proporcionados los materiales, herramientas, útiles y equipos necesarios para el desempeño de su trabajo.
- F. Recibir un aguinaldo.
- G. Asistir a las reuniones del personal siempre que se hayan solicitado previamente.

Artículo 6. Son obligaciones de los colaboradores:

- A. Desempeñar el servicio bajo la dirección del representante del Hotel a quien está subordinado en todo lo concerniente al trabajo contratado, desarrollar las funciones que para sus puestos de trabajo señale el presente reglamento.
- B. Ejecutar el trabajo con intensidad y esmero apropiado, cuidado, forma, tiempo, lugar convenientes, así como no perturbar el trabajo de los demás.
- C. Comunicar al representante del Hotel dentro de su área de adscripción las deficiencias que con motivo de su trabajo o en relación a este advierta, a fin de evitar daños y perjuicios a los intereses y vidas de sus compañeros de trabajo, o del Hotel.
- D. Asistir puntualmente a sus labores, exceptuando los casos justificados.
- E. Dar aviso al jefe inmediato, salvo caso fortuito o de fuerza mayor, de las causas justificadas que le impidan acudir a su trabajo.
- F. Restituir al Hotel los materiales no usados y conservar un buen estado el equipo, instrumentos y útiles que se le hayan dado para el trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso de estos objetos, ni el ocasionado por caso fortuito fuerza mayor o mala calidad defectuosa construcción.
- G. Guardar escrupulosamente los secretos técnicos y de realización de los productos a cuya elaboración concurren directa o indirectamente, o de los cuales tengan conocimientos por razón del trabajo que desempeñan así como los asuntos administrativos reservados cuya divulgación puede causar perjuicios al Hotel.
- H. Cuando por cualquier causa se termine su relación de trabajo, entregar previamente a su superior jerárquico, los expedientes, documentos, fondos, valores o de cuya atención, administración o custodia estén a su cuidado de conformidad con lo que disponga las leyes jurídicas aplicables.
- I. Comunicar inmediatamente a su superior cuando sufran accidentes de trabajo o de los que sufran sus compañeros.

- J. Estar dispuesto para laboral el siguiente turno en caso de que el colaborador a seguir no asista al punto de trabajo, por alguna razón.
- K. Utilizar el teléfono del Hotel únicamente para asunto laborales, en caso de necesitar el teléfono para un asunto personal, recurrir a su inmediato mayor en jerarquía.
- L. Mantener la puerta cerrada durante el día, no permitir la entrada a personas desconocidas.
- M. Trabajar a puerta cerrada en el turno de la noche a partir de las 11pm.
- N. La limpieza del estacionamiento se realizara cada fin de semana.
- O. No se lavaran los carros en el estacionamiento, bajo ningún motivo.
- P. Se mantendrá con candado la puerta de la azotea al igual que cada habitación del Hotel.
- Q. Las mascotas no pueden merodear las instalaciones si no poseen su respectiva cadena.

Capítulo IV

Horarios de trabajo

Artículo 7. Para los efectos del presente reglamento, se entiende por jornada de trabajo diario que el empleado está a disposición del Hotel para prestar su servicio.

Artículo 8. La jornada de trabajo dentro del Hotel es diurna, vespertina y nocturna.

Artículo 9. La jornada diurna está comprendida entre las 7:00 am y las 3:00 pm.

Artículo 10. La jornada vespertina está comprendida entre las 3:00 pm y las 11:00 pm.

Artículo 11. La jornada nocturna está comprendida entre las 11:00 pm y las 7:00 am.

Artículo 12. Los trabajadores prestaran sus servicios de lunes a domingo en horarios ya establecida, cuando las características del servicio así lo determinen, el Hotel y el colaborador acordarán en forma transitoria o definitiva, cualquier otro horario que cubran las necesidades del servicio.

Artículo 13. Los colaboradores registraran también su hora de salida y esta no podrá ser antes de la hora que concluya su jornada.

Capítulo V

Sueldos.

Artículo 14. A todo trabajo igual, desempeñado en puesto, jornada y condiciones de eficiencia también iguales, corresponderá un sueldo igual, que no podrá ser reducido ni modificado por razones de edad o sexo.

Artículo 15. El sueldo se pagará mensualmente o quincenal al área administrativa y el sueldo en forma mensual a los obrero.

Artículo 16. Si la fecha coincide con fin de semana o día festivo, se pagará igual.

Artículo 17. Los colaboradores solo podrán pedir anticipos hasta de la mitad del sueldo, en el transcurso del mes.

Artículo 18. Solo podrán hacerse retenciones, descuentos o deducciones del salario de los trabajadores en los siguientes casos:

- A. Cuando el empleado contraiga deudas con el Hotel por cualquier concepto.
- B. Para cubrir las cantidades que por error hayan sido pagadas en exceso.
- C. Por concepto del impuesto sobre el producto del trabajo.
- D. Para cubrir cualquier aportación que el empleado, voluntariamente y por escrito acceda realizar a favor de terceros o en casos judiciales.

Capítulo VI

Sanciones del Personal.

Artículo 23. Las sanciones que a continuación se detallan, serán aplicadas en los casos en que el personal incumpla el reglamento del Hotel, irán en el orden establecido de acuerdo a cada llamada de atención.

- A. A la primera llamada de atención se le hará una amonestación verbal.
- B. A la segunda llamada de atención se le hará una amonestación escrita.
- C. Al tercer llamado de atención se le solicitará un visto bueno por parte de la inspección de trabajo.

4.7. FODA.

Cuadro N° 17
CAP- 4.7 (Matriz FODA)

<u>FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura propia. • Buen ambiente laboral. • Ubicación Geográfica. • Conocimiento del mercado. • Calidez. • Comodidad. • Servicios variados. • Personal calificado en atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza Estratégicas. • Expansión. • Incremento de Huéspedes. • Liderar el mercado. • Capacidad de créditos.
<u>DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Carencia de una Cultura Empresarial. ➤ No tiene un Reglamento Interno. ➤ Falta de Recursos Tecnológicos. ➤ Existe poca comunicación entre empleado y empleador. ➤ Escasa Capacitación. ➤ Deficiente motivación al personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con tecnología de punta. ➤ Incremento en el precio del gas. ➤ Inestabilidad económica del país. ➤ Factores del medio ambiente. ➤ Incremento de competencia.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Cuadro N° 18
CAP- 4.7 (Calificación Matriz FODA)

FORTALEZAS:	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
Infraestructura propia. Buen ambiente laboral. Ubicación Geográfica. Conocimiento del mercado. Calidez. Comodidad. Servicios variados. Personal calificado en atención al cliente.										
OPORTUNIDADES:										
Alianza Estratégicas. Expansión. Incremento de Huéspedes. Liderar el mercado. Capacidad de créditos.										
DEBILIDADES:										
Carencia de una Cultura Empresarial. No tiene un Reglamento Interno. Falta de Recursos Tecnológicos. Existe poca comunicación entre empleado y empleador. Escasa Capacitación. Deficiente motivación al personal.										
AMENAZAS:										
Competencia con tecnología de punta. Incremento en el precio del gas. Inestabilidad económica del país. Factores del medio ambiente. Incremento de competencia.										

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

Cuadro N° 19
CAP- 4.7 (Escenarios de Análisis de la Matriz FODA)

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Infraestructura propia. ✓ Buen ambiente de trabajo. ✓ Ubicación Geográfica. ✓ Conocimiento del mercado. ✓ Calidez. ✓ Comodidad. ✓ Servicios variados. ✓ Personal calificado en atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carencia de una Cultura Empresarial. ✓ No tiene un Reglamento Interno. ✓ Falta de Recursos Tecnológicos. ✓ Existe poca comunicación entre Empleado y Empleador. ✓ Escasa Capacitación. ✓ Deficiente motivación al personal.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianzas Estratégicas. ✓ Expansión. ✓ Incremento de Huéspedes. ✓ Liderar el mercado. ✓ Capacidad de Créditos. 	<p>Obj. 4 (F2;F7;F8;O4)</p>	<p>Obj. 1 (D1;D6;O2;O4) Obj. 2 (D5;O1;O2;O3) Obj. 3 (D6;D3;O4;O5)</p>
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia con Tecnología de punta. ✓ Incremento en el precio del gas. ✓ Inestabilidad Económica del país. ✓ Factores del medio ambiente. ✓ Incremento de competencia. 	<p>Obj. 5 (F2;F5;F6;F7;A1;A5)</p>	<p>Obj. 5 (A1;A5;D3)</p>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.8. Objetivos Estratégicos.

Cuadro Nº 20
CAP- 4.8 (Objetivos Estratégicos.)

Nº	Objetivos	Metas	Estrategias	Políticas
1	Establecer una cultura empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa. (D1;D6;O2;O4)	1. Contar con el 100% del personal identificado y comprometido con la cultura empresarial de <i>Hotel Faraon</i> .	1. Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.	1. El personal deberá conocer de la cultura organizacional de la empresa para la realización de su trabajo.
		2. Comprometer al personal a alcanzar los objetivos y metas de la empresa en un 100%.	2. Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante el reconocimiento al empleado del mes.	2. El personal deberá mostrar un compromiso ideal con la cultura empresarial y con su trabajo para ser reconocido.
2	Mejorar el nivel de conocimientos del talento humano. (D5;O1;O2;O3)	1. Alcanzar el 80% del personal con un perfil acorde a las funciones que desempeñan.	1. Participar periódicamente de las capacitaciones que ofrece el personal directivo de la empresa.	1. El personal deberá mostrar un compromiso ideal con los programas de capacitación.
			2. Participar de los programas de capacitaciones que ofrece la "CAPTUR" o alguna otra empresa.	2. El personal deberá ser partícipe de los programas de capacitación previa convocatoria.
3	Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa. (D6;D3;O4;O5)	1. Motivar el 100% del personal.	1. Permitir que el personal participe en el aporte de ideas para el mejoramiento administrativo y funcional de <i>Hotel Faraon</i> .	1. Realización de reuniones periódicas con todo el personal, a fin de conocer sus ideas.
			2. Festejar los días claves para el personal de la empresa.	2. Realización de un cronograma de festejos de tal manera que no sea de mayor incidencia para la empresa.

4	Mejorar los procesos administrativos y de control de personal. (F2;F7;F8;O4)	1. Mejorar en un 100% la eficiencia de los procesos de la empresa.	1. Implementar el manual de funciones propuesto por esta planificación.	1. Poner en práctica los manuales de funciones entregados al personal de acuerdo al cargo que desempeñe.
			2. Implementar el reglamento interno propuesto en esta planificación.	2. Todo el personal esta obligado a cumplir con las políticas establecidas por la empresa.
	2. Mejorar el control del personal en un 100%.	3. Diseñar hojas de control de permisos para el personal.	3. Todo el personal estará obligado a llenar las hojas de permisos y fechas de recuperación de tiempo.	
		4. Implementar un sistema de control de entrada y salida de personal.	4. Todo el personal deberá registrar su hora de entrada y de salida de la empresa.	
5	Incrementar equipos de última tecnología. (F2;F5;F6;F7;A1;A5) (A1;A5;D3)	1. Mejorar en un 100% la eficiencia del personal en sus labores.	1. Actualizar el sistema informático en el departamento de Recepción.	1. El personal deberá manejar a la perfección el programa informático.
			2. Adquisición de planchas industriales.	2. Conocer del funcionamiento y mantenimiento de la plancha industrial.
			3. Adquisición de lavavajillas para el departamento de Cocina.	3. Conocer del funcionamiento y mantenimiento de la plancha industrial.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. /2012

4.9. Presupuesto.

A continuación se explica cómo se llevará a cabo las estrategias establecidas para el logro de cada objetivo estratégico.

4.9.1. Objetivo N°1.- Establecer una cultura empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa.

Se la realizara en el mes de Enero del 2013.

4.9.1.1. Estrategia N°1.- Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.

Hotel Faraon deberá aplicar la misión, visión y valores corporativos propuestos en esta planificación estratégica creando así un mayor compromiso de parte de los miembros de la empresa y que estos se sientan comprometidos con el cumplimiento de los mismos y por ende los objetivos que se ha planteado.

Cuadro N° 21
CAP- 4.9.1.1. (Gastos por Elaboración de Cuadros).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Impresión de 1,00 x 1,20 vinyl sobre PVC para: Misión, Visión y Valores Corporativos.	35	\$ 35,00
		Sub. Total	\$ 35,00
		IVA 12%	\$ 4,20
		Total a Pagar	\$ 39,20

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Estos cuadros se colocaran en recepción y en la oficina de Gerencia. Con la finalidad de que todo el personal y los clientes puedan familiarizarse con la empresa.

4.9.1.2. Estrategia N°2.- Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante el reconocimiento al empleado.

De forma semestral la empresa incentivará el cumplimiento de objetivos mediante reconocimiento al colaborador que consiga cumplir las metas y objetivos organizacionales; para el merecimiento de dicho reconocimiento se deberá hacer informes mensuales para verificar el cumplimiento de los objetivos.

Cuadro N° 22
CAP- 4.9.1.2. (Gastos por Elaboración de Afiche M.E.)

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Impresión de fotos de los colaboradores (10 personas) y cuadro de mejor empleado de 1,50 x 1,20 en vidrio con marco dorado.	42,86	\$ 42,86
		Sub. Total	\$ 42,86
		IVA 12%	\$ 5,14
		Total a Pagar	\$ 48,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Este cuadro se ubicará en el lobby de recepción.

4.9.2. Objetivo N°2.- Mejorar el nivel de conocimiento del talento humano.

Se la realizara en el transcurso del año 2013.

4.9.2.1. Estrategia N°1.- Participar periódicamente de las capacitaciones que ofrece el personal directivo de la empresa.

El personal directivo de *Hotel Faraon* se compromete a capacitar periódicamente a sus colaboradores, definiendo fechas para estas capacitaciones, se puede capacitar mensualmente o trimestralmente, dependiendo de la parte directiva de la empresa. Estas capacitaciones se efectuarán en las instalaciones de la empresa.

4.9.2.2. Estrategia N°2.- Participar de los programas de capacitación que ofrece la CAPTUR o alguna otra empresa.

Hotel Faraon se encuentra afiliado a la CAPTUR Santo Domingo de los Tsáchilas, por ende las capacitaciones en muchas de las ocasiones son gratuitas, aunque dependiendo del tiempo y el tema de la capacitación es el valor; otra entidad que presta este servicio de capacitaciones gratuitas por afiliación es la Cámara de Turismo.

Cuadro N° 23
CAP- 4.9.2.2. (Costo de Afiliación Cámara de Comercio)

Valor de afiliación			
Institución	Inscripción	Valor Mensual	Total Afiliación
Persona Natural	\$ 40,00	\$ 10,00	\$ 50,00
Persona Jurídica	\$ 60,00	\$ 20,00	\$ 80,00
Entidades Financieras	\$ 80,00	\$ 60,00	\$ 130,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

4.9.3. Objetivo N°3.- Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa.

Se lo realizara en el transcurso del año 2013.

4.9.3.1. Estrategia N°1.- Permitir que el personal participe en el aporte de ideas para el mejoramiento administrativo y funcional de Hotel Faraon.

4.9.3.2. Estrategia N°2.- Festejar los días claves para el personal de la empresa. Se festejarán los días claves como día del trabajador, cumpleaños de algún colaborador de la empresa y Navidad.

Cuadro N° 24
CAP- 4.9.3.2. (Gasto Festejo Personal (Tortas Cumpleaños)).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
12	Tortas Selva Negra....	\$ 19,65	\$ 235,80
		Sub. Total	\$ 235,80
		IVA 12%	\$ 28,30
		Total a Pagar	\$ 264,10

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Cuadro N° 25
CAP- 4.9.3.2. (Gasto Festejo Personal Día del Trabajador).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
2	Tortas Selva Negra....	\$ 19,65	\$ 39,30
		Sub. Total	\$ 39,30
		IVA 12%	\$ 4,72
		Total a Pagar	\$ 44,02

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Estas tortas las consiguen en el Supermaxi.

Cuadro N° 26
CAP- 4.9.3.2. (Gasto Festejo Personal (Navidad)).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Chancho (Almuerzo Navideño)	\$ 250,00	\$ 250,00
10	8 Colas de 3lts. Y 2 botellones de agua	\$ 2,10	\$ 21,00
10	Canastas Navideñas	\$ 25,00	\$ 250,00
2	Tortas Selva Negra....	\$ 19,65	\$ 39,30
			Sub. Total
			\$ 560,30
			IVA 12%
			\$ 67,24
			Total a Pagar
			\$ 627,54

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Dependiendo la temporada estos precios pueden tender a variar.

4.9.4. Objetivo N°4.- Mejorar los procesos administrativos y de control de la empresa.

Este objetivo se lo llevara a cabo en el mes de Enero conjuntamente con el objetivo N.-1 y se lo concluirá en su totalidad para Febrero.

4.9.4.1. Estrategia N°1.- Implementar el manual de funciones propuesta por esta planificación.

Hotel Faraon para el mejoramiento de los procesos administrativos y de control de personal deberá implementar el manual de funciones establecido en esta planificación estratégica para lo cual se les deberá entregar a los colaboradores copias de dichos manuales de funciones los cuales no se establece el precio de copia porque se lo realizará dentro de la empresa.

4.9.4.2. Estrategia N2.- Implementar el reglamento interno propuesto por esta planificación.

Hotel Faraon para el mejoramiento de los procesos administrativos y de control de personal deberá implementar el reglamento interno establecido en esta planificación estratégica para lo cual se les deberá entregar a los colaboradores copias de dicho reglamento el cual no se establece el precio de copia porque se lo realizará dentro de la empresa.

4.9.4.3. Estrategia N3.- Diseñar hojas de control de permisos para el personal.

Hotel Faraon implementará un formato de solicitudes de permiso para que los colaboradores de la empresa puedan acceder a permisos de ausentismo o de salida cuando sea necesario para el colaborador siempre y cuando estén debidamente justificadas su ausencia o salida a las horas de trabajo de la empresa.

De igual manera el miembro de la empresa que haga una solicitud de permiso tendrá que llenar un formato de las fechas de recuperación de tiempo incluyendo las horas a recuperar.

Los formatos de solicitud de permisos se los realizará en libretines.

Cuadro Nº27
CAP- 4.9.4.3. (Gasto por hojas de control de permisos para el personal).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Talonarios formato normal con copia	\$ 8,00	\$ 8,00
		Sub. Total	\$ 8,00
		IVA 12%	\$ 0,96
		Total a Pagar	\$ 8,96

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Estos talonarios se los elaborarán en la misma empresa que elabora las facturas y retenciones para el Hotel.

Cuadro Nº 28
CAP- 4.9.4.3. (Solicitud de Permiso).

<u>SOLICITUD DE PERMISO</u>			
Nombre del Empleado: _____		Fecha: _____	
MOTIVOS:			
Accidentes de trabajo	<input type="checkbox"/>	Capacitación	<input type="checkbox"/>
Accidente fuera del trabajo	<input type="checkbox"/>	Calamidad Domestica	<input type="checkbox"/>
Enfermedad no profesional	<input type="checkbox"/>	Otros motivos	<input type="checkbox"/>
DÍAS:		HORAS:	
Desde: _____		Desde: _____	
Hasta: _____		Hasta: _____	
Total días: _____		Total Horas: _____	
TIEMPO DE PERMISO:			
Recuperación de tiempo	<input type="checkbox"/>	Descuento a Rol	<input type="checkbox"/>
Cargo a vacaciones	<input type="checkbox"/>	Permiso Justificado	<input type="checkbox"/>
<i>Autorizado:</i>			
_____ Firma del Empleado		_____ Gerente General	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

Cuadro N° 29
CAP- 4.9.4.3. (Parte de abajo del talonario).

<u>FECHA DE RECUPERACIÓN DE TIEMPO</u>		
Fecha de Permiso: _____.		
FECHA	DETALLE	HORAS
TOTAL HORAS		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012.

4.9.4.4. Estrategia N°4.- Incrementar un sistema de control de entrada y salida del personal.

Con la finalidad de realizar un mejor control de los horarios de ingreso y salida del personal así como la asistencia, la empresa implementará un reloj biométrico de personal, para el registro de la entrada, salida y asistencia de cada uno de los miembros de la empresa.

Para lo cual se destinará un espacio en el área de Recepción para la colocación del registrador de huellas digitales

Cuadro N°30
CAP- 4.9.4.4. (Costo de Reloj Biométrico). (Anexo #7)

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Lector Biométrico	\$ 464,29	\$ 464,29
		Sub. Total	\$ 464,29
		IVA 12%	\$ 55,71
		Total a pagar	\$ 520,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012

4.9.5. Objetivo N°5.- Incrementar equipos de última tecnología.

Este Objetivo se lo realizara en el mes de Febrero, se puede extender hasta el mes de Abril, hasta conseguir todos los implementos necesarios.

4.9.5.1. Estrategia N°1.- Actualizar el sistema informático en el departamento de Recepción.

Se implementará un sistema informático de mejor calidad, moderno, en el cual le permita al colaborador de dicha área realizar mejor su trabajo, esta herramienta será instalada por la empresa a la cual se le va a adquirir este sistema informático. En este punto se cotizará dos programas uno para la recepción y otro para efectuar la agilización en el área de cafetería.

Cuadro N° 31
CAP- 4.9.5.1. (Costo de Sistemas Informáticos). (Anexos # 7-A)

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Sistema Informático de Cafetería	\$ 625,00	\$ 625,00
1	Sistema Informático de Recepción	\$ 1.339,29	\$ 1.339,29
		Sub. Total	\$ 1.964,29
		IVA 12%	\$ 235,71
		Total a Pagar	\$ 2.200,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012

4.9.5.2. Estrategia N2.- Adquisición de planchas i industriales.

Con la finalidad de realizar un mejor trabajo en el Departamento de Lavandería, se implementarán planchas mucho más grandes que agilizarán el planchado y ahorrarán luz.

Cuadro N° 32
CAP- 4.9.5.2. (Costo de Plancha Industrial)

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Plancha Industrial	\$ 500,00	\$ 500,00
		Sub. Total	\$ 500,00
		IVA 12%	\$ 60,00
		Total a Pagar	\$ 560,00

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012

4.9.5.3. Estrategia N3.- Adquisición de lavavajillas para el departamento de Cocina.

Cuadro N° 213
CAP- 4.9.5.3. (Costo Lavavajillas).

Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
1	Lavavajillas	\$ 300,00	\$ 300,00
		Sub. Total	\$ 300,00
		IVA 12%	\$ 36,00
		Total a Pagar	\$ 336,00

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: Oswaldo J. Banegas C. / 2012

Este equipo se lo puede adquirir en cualquier almacén de venta de línea blanca, sea para el hogar o industrial.

4.9.6. Presupuesto consolidado:

Objetivo N°1.- Establecer una cultura empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa.

Estrategia N°1.- Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.

➤ Gastos por Elaboración de cuadros \$39.20

Estrategia N°2.- Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante el reconocimiento al empleado.

➤ Gastos por Elaboración de afiches. \$48.00

Objetivo N°2.- Mejorar el nivel de conocimiento del talento humano.

Estrategia N°2.- Participar de los programas de capacitación que ofrece la CAPTUR o alguna otra empresa.

➤ Persona jurídica Inscripción más valor mensual \$50.00

Objetivo N°3.- Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa.

Estrategia N°2.- Festejar los días claves para el personal de la empresa. Se festejarán los días claves como día del trabajador, cumpleaños de algún colaborador de la empresa y Navidad.

➤ Gasto festejo personal (tortas y cumpleaños)	\$264.10
➤ Gasto festejo personal Día el Trabajador.	\$ 44.02
➤ Gasto Festejo Personal (Navidad)	\$ 627.54

Objetivo N°4.- Mejorar los procesos administrativos y de control de la empresa.

Estrategia N°3.- Diseñar hojas de control de permisos para el personal.

➤ Gasto por hojas de control de permisos para el personal	\$ 8.96
---	---------

Estrategia N°4.- Incrementar un sistema de control de entrada y salida del personal.

➤ Costo de Reloj Biométrico	\$ 520.00
-----------------------------	-----------

Objetivo N°5.- Incrementar equipos de última tecnología.

Estrategia N°1.- Actualizar el sistema informático en el departamento de Recepción

➤ Costo de Sistema Informáticos	\$2200.00
---------------------------------	-----------

Estrategia N°2.- Adquisición de planchas industrial es.

➤ Costo de Plancha Industrial \$ 560.00

Estrategia N°3.- Adquisición de lavavajillas para e l departamento de Cocina.

➤ Costo Lavavajillas \$ 336.00

TOTAL DEL PRESUPUESTO \$ 4697.82

4.10. Errores a evitar en la Planificación Estratégica.

En esta investigación se sabe que se maneja cierto margen de error, uno de esos es al momento de obtener la información, se debe tener presente que tienen errores que evitar en esta Planificación Estratégica, uno de estos es no dejar de lado la fase de análisis riguroso, es decir no perder de vista el proceso de desarrollo del plan, tener presente que no podrán en un día construir la estrategia, no dejarlos llevar de omitir la relación entre planificación y ejecución, muchas veces se deja de lado esta parte, se cree que solo planificando ya se tendrá la solución a los problemas y se olvidan de ejecutar esta planificación para poder ver los resultados previstos. No se debe olvidar un error muy importante a evitar en la planificación estratégica, no tienen que huir de las reuniones de revisión de las estrategias, para así poderle dar el seguimiento necesario al plan.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones.

- La creación y gestión de una cultura empresarial (misión, visión, valores corporativos y las políticas) que permitirá al personal de *Hotel Faraon* identificarse con su razón de ser y las expectativas que tiene como empresa.
- El mejoramiento de los conocimientos del talento humano se lo logrará participando de capacitaciones de otras empresas y de las capacitaciones brindadas por gerencia, las cuales ayudarán a transferir los conocimientos al personal y de esta manera mejorar productivamente dentro de la empresa.
- *Hotel Faraon* al no cumplir con una planificación estratégica no ha podido lograr con los objetivos y metas deseados y ha dado lugar a la toma de decisiones ineficientes y empíricas la cual ha llevado al *Hotel Faraon* a detener su crecimiento en cada una de las actividades de la gestión empresarial.
- La motivación al personal tendrá mucho que ver con la productividad.
- Se implementará un control de personal para disminuir los atrasos, el ausentismo laboral y sobre todo controlar el cumplimiento de las actividades designadas en cada área.
- La falta de una estructura organizacional enmarcada a definir niveles de autoridad, funciones y obligaciones; ha provocado que en *Hotel Faraon* no exista un marco referencial que norme el comportamiento y la ejecución de las tareas de todo el personal.

- La implementación de manuales de funciones para el personal ayudará a enmarcar las tareas asignadas a cada cargo, se tendrá en cuenta que perfil se necesita para cada área y que tiene que hacer en cada área.

5.2. Recomendaciones.

- Difundir y llevar a cabo la propuesta de planificación estratégica para motivar y hacerles partícipes de las decisiones de *Hotel Faraon* en beneficio de la misma.
- Afiliarse a la CACTUR y a la Cámara de Comercio de Santo Domingo para poder acceder a los beneficios que brindan estas instituciones y poder capacitar a todo el personal de *Hotel Faraon* y mejorar las actividades dentro de la empresa.
- Aplicar la estructura organizacional propuesta a *Hotel Faraon* ya que se determinan diferentes departamentos para mejorar la productividad.
- Permitir la participación del personal en la toma de decisiones importantes ya que esto motivará positivamente dentro de la empresa y se logrará un mayor compromiso dentro de la misma.
- Aplicar una frecuencia de capacitación al personal del *Hotel Faraon* de cada 2 meses.
- Realizar el programa para el manejo administrativo del Hotel en base a las necesidades del área de: Habitaciones y Pisos, Lavandería, Recepción, Cocina y Cafetería a la estructura y funcionamiento de cada una de las áreas.

Bibliografía

LIBROS:

1. ALCINO BERVIAN, LUIS SERVO, AMADO PEDRO: **Metodología Científica, @ 1980 ISBN 968-451-003-9.**
2. ANALUISA, PATRICIO: **Folleto “Planificación y Desarrollo” (2006-2007)**
3. BOLTEN, E. STEVEN, **Administración Financiera.**
4. CHIAVENATO, IDALBERTO, **Introducción a la teoría general de la administración**
5. DOUGLAS R. EMERY; **Administración Financiera**
6. FREUD – WILLIAMS PERLES. **Estadística para la Administración con Enfoque Moderno.**
7. GOODSTEIN, D LEONARD – TIMOTHY M. NOLAN J. WILLIAM P FEIFFER: **Planificación.**
8. GOODSTEIN, LEONARD, D: **Planificación estratégica aplicada**
9. HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: **Administración: Un Enfoque basado en competencias.**
10. JAMES A. F. STONER / R. EDGARD FREEMAN, **Administración 6ta edición.**
11. KOONTZ, HAROLD, **Administración**
12. KOONTZ, HAROLD, **Administración una perspectiva global**
13. KOTLER – ARMSTRONG: **Marketing, Décima Edición**
14. KOTLER, PHILIP: **Dirección de Mercadotecnia.**
15. LAMBIN, JEAN – JAQUES: **Marketing Estratégico**
16. MENDEZ ALVARES CARLOS EDUARDO: **metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación, tercera edición.**
17. MOLINA, ANTONI: **Contabilidad de Costos, Cuarta Edición 2007**

PAGINAS WEB:

18. www.mitecnologico.com/Main/ObjetivosAdministracionFinanciera
19. <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/No10/plani-ficacionestrat%C3%A9gica.htm>.
20. <http://www.wikinlarning.com/Procesoestrategias>
21. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/laestructorguc-h.htm>
22. <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoDefinicionFuncionFinanciera>
23. <http://www.slideshare.net/Papme/tecnicas-de-investigacion-1472346>
24. <http://www.slideshare.net/anajuli/la-entrevista>
25. <http://www.viajeros.com/articulos/clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas>
26. <http://www.eumed.net/cursecon/medir/introd.htm>
27. <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>
28. http://www.ofertaformativa.com/manuales/hosteleria-y-turismo-pag_1-cat_80.htm
29. <http://www.monografias.com/trabajos-pdf3/planificacion-despliegue-estrategico-circuito-turistico/planificacion-despliegue-estrategico-circuito-turistico.pdf>
30. <http://hotelportobello.blogspot.com/2009/03/reglamento-interno.htm>
31. <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Especial%3ABuscar&profile=default&search=respeto+&fulltext=Search&searchengineselect=mediawiki>
32. <http://es.wikipedia.org/w/index.php?search=respeto+como+valor&title=Especial%3ABuscar>
33. http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_en_equipo
34. <http://es.wikipedia.org/wiki/Integridad>
35. http://es.wikipedia.org/wiki/Compromiso_organizacional
36. <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Especial:Buscar&search=compromiso+con+la+empresa&redirs=1&profile=default>
37. <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/financiero>

38. <http://es.wikipedia.org/wiki/Foda>
39. <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/financiero>
40. http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html
41. <http://es.wikipedia.org/wiki/Foda>
42. http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html
43. http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_estrat%C3%A9gico
44. <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>
45. <http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso>
46. <http://dnpj.policiaecuador.gob.ec/index.php?id=494>

ANEXOS

Anexo #1

Encuesta dirigida al Personal de

Hotel Faraon



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Facultad de Ciencias Económicas y Negocios
Campus Santo Domingo

Encuesta dirigida al Personal de *Hotel Faraon*.

Objetivo: Mejorar la gestión administrativa de *Hotel Faraon*.

1. ¿Conoce los objetivos y metas que desea alcanzar *Hotel Faraon*?

Si

No

2. ¿Existe una comunicación efectiva entre el propietario de la empresa y sus empleados?

Si

No

3. ¿Están definidas las funciones y responsabilidades laborales?

Si

No

4. ¿Cuenta la empresa con un reglamento interno para el manejo del personal?

Si

No

5. ¿Alguna vez ha recibido una capacitación para el mejoramiento de su desempeño?

Si

No

6. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la empresa?Si No

¿Cuáles? _____

7. ¿En que debería mejorar *Hotel Faraon*?Infraestructura Administración Equipos Capacitaciones Otros

Anexo # 2

**Encuesta dirigida al Gerente Propietario
de *Hotel Faraon*.**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Facultad de Ciencias Económicas y Negocios
Campus Santo Domingo

Encuesta dirigida al Gerente Propietario de *Hotel Faraon*.

Objetivo: Mejorar la gestión administrativa de *Hotel Faraon*.

1. ¿En qué departamento se presentan los mayores inconvenientes?

	RRHH	Económicos	Técnicos
Lavandería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recepción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Habitaciones y Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cocina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Usted ha utilizado manuales de funciones para su empresa?

Si

No

3. ¿El personal de *Hotel Faraon* ha sido capacitado?

Si

No

¿Con que frecuencia? _____.

4. ¿*Hotel Faraon* cuenta con personal calificado dentro de cada área?

Si

No

5. ¿La empresa cuenta con una Organigrama Estructural?

Si

No

6. ¿La empresa realiza Planificación estratégica?

Si

No

7. ¿Hotel Faraon cuenta con una cultura empresarial con la cual se identifiquen sus colaboradores?

Si

No

Anexo #3

REGISTRO DE HUÉSPED

Registro de Huespedes

No. 0000473



HOTEL FARAON

Nombre: _____ No. de personas: _____
 Name: _____ Pax Number: _____

Cédula/Pasaporte: _____ Teléfono: _____ Nacionalidad: _____
 Passport Number: _____ Phone: _____ Nationality: _____

Estado Civil: _____ Profesión: _____ Procedencia: _____
 (Civil) Status: _____ Profession: _____ Coming - From: _____

Fecha de Ingreso: _____ Fecha de Salida: _____ Hora: _____
 Check In: _____ Check Out: _____ Hour: _____

Placa vehículo: _____ Habitación No. _____ Firma: _____
 Room: _____ Signature: _____

Hora de salida del hotel (Check out): 12h00

NOTA: El hotel no se hará responsable por objetos de valor o dinero que no hayan sido entregados a recepción:

Anexo #4

LISTA

Anexo #5

COMANDA



HOTEL FARAON

Comanda Restaurante

No. 0000473

Mesa No. _____

Fecha: _____

_____ **Firma**

Anexo #6

SERVICIO LAVANDERÍA

**HOTEL FARAON**

Servicio de Lavandería

No. 0000473

CANT.	PRENDA	OBSERVACIONES

NOTA: El hotel no se hace responsable por daños en prendas no especificadas en observaciones.

Firma

Anexo #7

PROFORMAS



3ap Sistemas

INGENIERIA DE SISTEMAS, COMPUTACION E INFORMATICA
 Dir: AV. QUITO 878 Y SAN MIGUEL
 Telf: 02-2752526 - Cel: 09-8747199
 webmaster@3apsistemas.com
 SANTO DOMINGO

Cotizacion

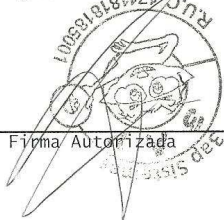
001-001-000000170
 RUC: 1711818185001

Nombre: ALFONSO BANEGAS BELTRAN
 UC: 1704315975001
 Dirección: VIA CHONE Y JUAN MONTALVO

Fecha: 24-may-2012
 Telf: 02-3700900
 Atendido: ff10

Código:	Cantidad:	Descripción:	V. Unit:	Total:
0030633	1.00	LECTOR BIOMETRICO ANVIZ D200	464.2857	464.29

SON: QUINIENTOS VEINTE con 00/100



Firma Autorizada

Recibido

SubTotal:	464.29
Descuento:	0.00
Parcial:	464.29
IVA 0%:	0.00
Base 12%:	464.29
IVA 12%:	55.71
Total:	\$ 520.00



3ap Sistemas

INGENIERIA DE SISTEMAS, COMPUTACION E INFORMATICA
 Dir: AV. QUITO 878 Y SAN MIGUEL
 Telf: 02-2752526 - Cel: 09-8747199
 webmaster@3apsistemas.com
 SANTO DOMINGO

Cotizacion

001-001-000000171
 RUC: 1711818185001

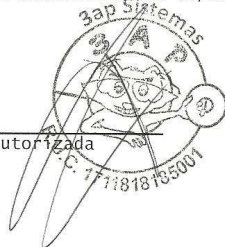
Nombre: ALFONSO BANEGAS BELTRAN
 UC: 1704315975001
 Dirección: VIA CHONE Y JUAN MONTALVO

Fecha: 24-may-2012
 Telf: 02-3700900
 Atendido: ff10

Código:	Cantidad:	Descripción:	V. Unit:	Total:
W002	1.00	SISTEMA 3AP HOTSYS	625.0000	625.00
0019925	1.00	SISTEMA 3AP FACTIN v. ESTANDAR	1330.2856	1,339.29

SON: DOS MIL DOSCIENTOS con 00/100

Firma Autorizada



Recibido

SubTotal:	1,964.29
Descuento:	0.00
Parcial:	1,964.29
IVA 0%:	0.00
Base 12%:	1,964.29
IVA 12%:	235.71
Total:	\$ 2,200.00