



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE
SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLAS,
UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO
MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE
BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERÍA PARA UN
MEJOR SERVICIO AL CLIENTE.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Turística y Hotelera

AUTOR: ESTEFANY VILLAVICENCIO

TUTOR: Ing. Jorge Leonidas Vizquete Apunte

Quito, Junio de 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta) VILLAVICENCIO ARROYO ESTEFANY MISHELLE, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRACTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERIA TERRANOBLES UBICADA EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO AL CLIENTE.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Jorge Vizquete
Tutor del Proyecto



Mcs. Esteban Campos
Lector del Proyecto



Ing. Frikzia Mendoza.
Director de Escuela



Ing. Galo Cisneros
Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Estefani Mishelle Villavicencio Arroyo

C.C: 175501058-2

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Estefani Mishelle Villavicencio Arroyo** portadora de la cédula de ciudadanía asignada con el No. **175501058-2** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Elaboración de una ruta turística gastronómica de la provincia de Chimborazo...con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA

NOMBRE

CEDULA

Estefany Mishelle Villavicencio Arroyo
175501058-2

Quito, a los 30 días del mes de abril de 2018

AGRADECIMIENTO

De ante mano agradezco a dios por un día más de vida y por haberme dado el mejor regalo y la bendición más preciada que es mi hija Charlotte Catalina también agradezco mis padres por ser la fuente de inspiración en mi vida, por apoyarme y estar conmigo en todo momento a pesar de mis errores, a mi madre por enseñarme a no rendirme a pesar de las adversidades, a mi padre por ser un hombre ejemplar y enseñarme que con trabajo y dedicación se puede conseguir lo que uno anhela, que todo esfuerzo tiene su recompensa. A mi hermana, quien es mi mejor amiga por estar incondicionalmente a mi lado y por nunca dejarme sola.

DEDICATORIA

A Dios, por bendecirme y guiarme por el camino del bien.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida les dedico todo mi esfuerzo.

A mi hermana, por su apoyo incondicional.

A mi hija, por ser la mayor motivación en mi vida.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	xxii
CAPÍTULO I.....	1
1.00 Antecedentes	1
1.01 Contexto.....	3
Historia de la hostelería en el Ecuador.....	3
Historia de la Atención al Cliente	4
1.01.02.01 El servicio como factor clave del Éxito.....	4
1.01.02.02 ¿Quién es el cliente?.....	5
1.01.02.03 Expectativas del cliente con respecto al servicio	5

1.01.02.04 Capacitación del servicio al cliente	5
Cliente	6
1.01.03.01 Importancia del cliente	6
1.01.03.02 Principio	6
1.01.03.03 Clases de clientes y como ser tratados	7
1.02 Justificación	8
1.03 Definición del problema central (matriz T)	9
1.03.01 Problema Central:	9
1.03.02 Matriz T:	9
CAPITULO II	12
2.00 Análisis Involucrados	12
2.01 Mapeo de involucrados	12
2.02 Matriz de Análisis de Involucrados	13
CAPÍTULO III	19
3.0 Problemas y Objetivos	19
3.01 Árbol de problemas	19
3.02 Árbol de Objetivos	20
CAPÍTULO IV	22
4.00 Análisis de alternativa	22
4.01 Matriz de análisis de alternativa	22

4.02 Matriz de análisis de impactos de objetivos	25
4.03 Diagrama de estrategias	28
4.04 Matriz de Marco Lógico	29
CAPÍTULO V	31
5.00 Propuesta	31
5.01 Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución. 31	
5.01.01 Marco lógico	31
5.01.01.02. Administración	31
5.01.01.03. Manual de servicios.....	32
5.01.01.04 Manual.....	32
5.01.01.05 Servicio.....	32
5.01.01.06 Cliente	32
5.01.01.07 Capacitación	33
5.01.01.08. Prácticas de servicio	33
5.01.01.09. Hostería	33
5.01.01.10. Gestión del talento humano.....	34
5.01.01.11. Eficiencia.....	34
5.01.01.12. Eficiencia.....	34
5.01.02 Investigación de Mercado	38
5.01.03 Población y muestra	38

5.01.04 Instrumento de investigación:	41
5.01.05 Análisis de la información	42
5.02. Descripción de la herramienta o metodología que se propone como solución	56
5.02.01. Introducción	56
5.02.02. Objetivos	57
5.02.03. Establecimiento de Hospedaje como Sistema.....	57
5.02.03.01. Identificación y análisis del cliente	58
5.02.04. Calidad para la optimización del servicio	59
5.02.04.1. Principios básicos de un sistema de calidad.....	60
5.02.04.2. Beneficios para la organización al aplicar un sistema de calidad	61
5.02.05. Buenas Prácticas para la gestión de calidad	62
5.02.05 Tips para la Gestión Integral de Calidad.....	62
5.02.05.1. Estructura y organización	63
5.02.05.02 Diseño del servicio	64
5.02.05.03. Recomendaciones de buenas prácticas	65
5.02.06 Proceso principal.....	67
5.02.06.01. Gestión del servicio Reservas y Recepción.....	68
5.02.06.02 Recepción	70
5.02.06.03 Habitaciones	75

5.02.06.04 Lavandería y Ropería	78
5.02.06.05 Proceso de soporte	78
5.02.06.06 Alimentos y Bebidas.....	79
5.02.06.07 Mantenimiento y Seguridad	80
5.02.07. Competencias de los colaboradores internos	81
5.02.08 Medición de calidad	83
5.02.09. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	90
CAPÍTULO VI.....	92
6.00 Aspectos Administrativos.....	92
6.01 Recursos.....	92
6.01.02 Recursos Tecnológicos.....	93
6.01.03 Recursos Humanos.....	94
6.02 Presupuesto	94
6.02.01 Presupuesto de Formulación	94
6.02.02 Presupuesto de Aplicación	95
6.03 Cronograma de Actividades.....	96
CAPÍTULO VII	98
7.00 Conclusiones y Recomendaciones	98
7.01 Conclusiones.....	98
7.02 Recomendaciones	98

ANEXOS	100
BIBLIOGRAFÍA	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Escalas	9
Tabla N° 2	Matriz de análisis de fuerzas T	10
Tabla N° 3	Matriz de análisis de involucrados	13
Tabla N° 4	Matriz de Análisis de Involucrados	15
Tabla N° 5	Categorías	23
Tabla N° 6	Matriz de Análisis de alternativa	23
Tabla N° 7	Matriz de análisis de impactos de objetivos	25
Tabla N° 8	Matriz de marco lógico	29
Tabla N° 9	Planta hotelera	35
Tabla N° 10	Entretenimiento	36
Tabla N° 11	Análisis Foda	37
Tabla N° 12	Descripción de formula	39
Tabla N° 13	Conversión estadística	39
Tabla N° 14	Desarrollo de formula	39
Tabla N° 15	Género	42
Tabla N° 16	Edad	43
Tabla N° 17	Nacionalidad	44
Tabla N° 18	Nivel de Estudios	45
Tabla N° 19	Pregunta Uno	46
Tabla N° 20	Pregunta Dos	47
Tabla N° 21	Pregunta Tres	48
Tabla N° 22	Pregunta Cuatro	49

Tabla N° 23 Pregunta Cuatro	50
Tabla N° 24 Pregunta Seis	51
Tabla N° 25 Pregunta Siete	52
Tabla N° 26 Pregunta Ocho	53
Tabla N° 27 Pregunta Nueve	54
Tabla N° 28 Pregunta Nueve	55
Tabla N°29 Administración	65
Tabla N° 30 Marketing y ventas	66
Tabla N° 31 Logística	67
Tabla N° 32 Infraestructura y Equipamiento	67
Tabla N° 33 Reservas y Disponibilidad.....	69
Tabla N° 34 Atención telefónica.....	70
Tabla N°35 Registro de entrada	70
Tabla N° 36 Atención durante la estadía.....	71
Tabla N° 37 Facturación y Despedida	72
Tabla N° 38 Lobby.....	73
Tabla N° 39 Áreas comunes.....	74
Tabla N° 40 Habitaciones	75
Tabla N° 41 Baños	76
Tabla N° 42 Almacén de pisos.....	77
Tabla N° 43 Lavandería y Ropería.....	78
Tabla N° 44 Alimentos y bebidas	79
Tabla N° 45 Mantenimiento y Seguridad.....	80

Tabla N° 46 Colaboradores internos	81
Tabla 47 Recursos Materiales	92
Tabla 48 Recursos Tecnológicos	93
Tabla 49 Talento humano.....	94
Tabla 50 Presupuesto de Elaboración de la propuesta	95
Tabla 51 Presupuesto de elaboración de la tesis	95
Tabla 52 Cronograma de Actividades.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapa de involucrados	12
Figura Nª 2 Árbol de problemas.....	19
Figura N° 3 Árbol de problemas	21
Figura Nª 4 Diagrama de estrategias	28
Figura 5 Género.....	42
Figura 6 Edad	43
Figura 7 Nacionalidad	44
Figura 8 Nivel de Estudios	45
Figura 9 Pregunta Uno	46
Figura 10 Pregunta Dos.....	47
Figura 11 Pregunta Tres	48
Figura 12 Pregunta Cuatro	49
Figura 13 Pregunta Cinco.....	50
Figura 14 Pregunta Seis	51
Figura 15 Pregunta Siete	52
Figura 16 Pregunta Ocho	53
Figura 17 Pregunta Nueve.....	54
Figura 18 Pregunta Nueve.....	55
Figura 19 Establecimiento de hospedaje como sistema.....	57
Figura 20 Establecimiento de hospedaje como sistema.....	58
Figura 21 Beneficios de sistema de calidad	62
Figura 22	62

Figura 23 Organigrama general de un establecimiento de hospedaje.....	64	
Figura 24 Matriz Blueprint.....	65	
Figura 25	Figura 26	84
Figura 27		84
Figura 28		85
Figura 29		85
Figura 30		86
Figura 31		86
Figura 32		87
Figura 33		87
Figura 34		88
Figura 35		88
Figura 36		89
Figura 37		89
Figura 38		90

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N.1 Carta de Auspicio de la hostería TerraNobles.....	100
Anexo N.2 Encuesta	101
Anexo N° 3 Senderos.....	108
Anexo N° 4 Áreas verdes	109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación sobre la elaboración de un manual de buenas prácticas de servicio al cliente, se llevará a cabo en la hostería TerraNobles, ubicado en la parroquia Tabacundo, cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha con el objetivo de brindar una herramienta a la hostería para un mejor manejo de servicio al cliente y así capacitar al personal para brindar un servicio de calidad.

Se realizará una investigación directa para verificar las falencias técnicas que existe con el personal y el principal problema que identifico es el déficit conocimiento de parte de los empleados sobre las buenas prácticas de servicio al cliente.

Con los conocimientos que he ido adquiriendo a lo largo de mi formación académica podemos lograr los objetivos planteados y dar solución a los problemas que se han encontrado a lo largo de esta investigación.

Mediante el uso de técnicas de investigación como son: la observación directa, la entrevista y las encuestas, se logrará determinar y enfocar los puntos críticos de los que se inició este manual de buenas prácticas de servicio para los empleados de la hostería TerraNobles.

En este contexto, la calidad de los servicios está siendo primordial en la actualidad, convirtiéndose en un factor clave, volviendo competitiva a cualquier empresa.

Actualmente las empresas líderes hoteleras ecuatorianas se basan en varios puntos y una de ellas es la gestión de calidad, la cual marca el norte de la demanda turística, destacando a unas empresas más que otras.

El diseño final del plan de capacitación para los empleados de la hostería TerraNobles será una guía para apoyar el cambio de desarrollo empresarial, para convertirse en un establecimiento con prestigio a nivel nacional.

ABSTRACT

The present research project on the elaboration of a manual of good practices of customer service was carried out in TerraNobles Inn, located in the parish of Tabacundo, Pedro Moncayo canton, province of Pichincha with the objective of providing a tool to the inn for better management of customer service and thus train staff to provide quality service. A direct investigation was made to verify the technical flaws that exist with the personnel and the main problem that I identify is the deficit of knowledge on the part of the employees about good practices of customer service.

With the knowledge acquired throughout my academic training I can achieve the objectives and solve the problems that have been found throughout this investigation.

Through the use of research techniques such as son: direct observation, interview and surveys, achieve and focus on the critical points of those found in this manual of good service practices for the employees of TerraNobles Hostel.

In this context, the quality of the services is being paramount nowadays, becoming a key factor, making any company competitive.

Currently the leading hotel companies in Ecuador are based on several points and one of them is quality management, which marks the north of the tourist demand, highlighting some companies more than others. The final design of the training plan for the employees of TerraNobles Hostel is not a guide to support the change of business development, to become a prestigious establishment at national level.

INTRODUCCIÓN

En el cantón Pedro Moncayo podemos encontrar varios lugares turísticos, dedicados a exponer la cultura y costumbres del sector, uno de ellos es la hostería TerraNobles, que hace muy poco tiempo abrió las puertas al público, habiendo dificultades para ser mejoradas con este proyecto y así poder cumplir con las expectativas de los visitantes y brindar un mejor servicio.

El principal problema es la falta de experiencia y conocimiento del personal sobre calidad en atención al servicio al cliente.

El proyecto se centra en brindar al personal los conocimientos necesarios para que se pueda desarrollar de la mejor manera tanto en el ámbito profesional como personal y así pueda seguir superando sus expectativas.

A lo largo de la aplicación del proyecto le puede ayudar al personal a crecer como persona y sentirse motivado, ya que una de las finalidades de la elaboración del manual de buenas prácticas es brindar una herramienta a la hostería para su mejor desempeño laboral.

Se espera alcanzar varios objetivos con la aplicación de la presente propuesta ya que el personal es el que tiene contacto directo con el cliente y el encargado de satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta que gracias a los clientes existen estos establecimientos.

CAPÍTULO I

1.00 Antecedentes

Desarrollo de un plan de capacitación para el servicio al cliente para la Hostería Terra Nobles, con la finalidad de mejorar la atención de servicio en el lugar.

Tema: Plan de Capacitación de servicio al cliente al personal del Restaurante “Yaraví” Ubicado en la Mitad de Mundo.

Autor: Torres Salazar Katherine Estefanía

Institución: Instituto Tecnológico Cordillera

Año: 2015

Conclusión: De la presente tesis se tomará en cuenta la estructura técnica de los programas de capacitación.

Tema: Plan de capacitación para mejorar el servicio que brinda el personal del restaurante “Diosolopay” ubicado en el centro histórico de Quito, provincia de pichincha con la finalidad de fortalecer la atención hacia sus visitantes.

Autor: Roberto Molina

Institución: Instituto Tecnológico Cordillera

Año: 2016

Conclusión: El proyecto está orientado en técnicas de mejoramiento para el servicio al cliente.

Tema: Plan de capacitación para el personal de hostel la carolina, ubicado en el cantón Quito provincia de Pichincha, con el fin de mejorar la calidad de servicio para los visitantes.

Autor: José Xavier Maggi Arias

Institución: Instituto Tecnológico Cordillera

Año: 2016

Conclusión: El presente tema está enfocado en un plan de capacitación para el personal que servirá para poder guiarse de una mejor manera.

Tema: Manual de Atención al Cliente

Autor: Pontificia Universidad Católica Sede en Esmeraldas - PUCESE

Institución: Pontificia Universidad Católica Sede en Esmeraldas - PUCESE

Año: 2013

Conclusión: Este manual contiene técnicas para dar brindar un mejor servicio al cliente.

Tema: Plan estratégico para renovar la calidad de atención al cliente en el área pensionado del Hospital Leon Becerra

Autor: Lilian Rogel Quezada

Institución: Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil

Año: 2012

Conclusión: De la presente tesis se tomará en cuenta las técnicas de renovación para el servicio al cliente.

1.01 Contexto

Historia de la hostelería en el Ecuador

La industria se caracteriza por que hace algunos años empezó con el crecimiento sostenido basado en planes promovidos por el Gobierno enfocados en la diversidad cultural y ecosistemas que ofrece nuestro hermoso país.

También nos podemos enfocar que en el Ecuador habido un incremento de turistas por lo cual se ha incrementado la oferta del sector.

(Quisiguiña, 2016)

“La ventaja que ofrece el sector permite albergar a la mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros para que obtengan el mayor descanso, disfrute y esparcimiento.” (Criollo & Elisa, 2008)

Historia de la Atención al Cliente

Los propietarios que poseen empresas relacionadas al turismo no entienden que el servicio al cliente es una acción para ganar clientela.

Según estudios realizados por American Management Association demuestra que las compras o reservas realizadas por clientes leales son mucho más frecuentes ya que conseguir o atrapar a nuevos clientes es más difícil porque ellos no conocen el servicio que se les brinda o la calidad del mismo.

El área de atención al cliente en la actualidad es una estrategia de marketing con la finalidad de ir ganando clientes nacionales e internacionales que serán de gran aporte económico para el país.

El compromiso de las autoridades es crucial para un programa de éxito en la atención al cliente cada una de las autoridades deben difundir a sus empleados valores morales que deben ser ejecutados dentro de las instalaciones como fuera de las mismas.

Los recursos son importantes porque sin ello no podemos dar una capacitación apropiada a todo el talento humano que exista dentro de la empresa encargada de dar servicios. (Tschohl, 2008)

1.01.02.01 El servicio como factor clave del Éxito

La calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización.

El servicio y la atención de calidad son el reflejo de compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general (Estrada, 2007 pág. 9,10)

1.01.02.02 ¿Quién es el cliente?

Una persona que es impulsada por un interés personal que busca un producto, servicio o bien para satisfacer sus necesidades.

A este tipo de personas la encontramos en todo campo comercial, empresarial e industrial. (Estrada, 2007 pag.10)

1.01.02.03 Expectativas del cliente con respecto al servicio

Son actitudes que este asume para satisfacer las necesidades y expectativas para brindar una adecuada atención al cliente (Estrada, 2007 pag.10)

1.01.02.04 Capacitación del servicio al cliente

El proceso de capacitación profesional que se desarrolla en las instituciones que forman parte del sistema nacional de educación superior requiere de una cuidadosa planificación que se concreta específicamente en el currículo de estudio. La formación de profesionales debe desarrollarse en correspondencia con las necesidades de la región que evolucionan y se modifican por el tiempo, por la modernización, tecnificación, organización o por diferentes factores que inciden directamente en el ejercicio de la profesión. (Álaba, 2013)

Cliente

Es una persona que tiene necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero como empresa debemos ponerle en primer lugar si queremos ser reconocidos por una excelente atención al cliente. (Carrasco, 2010 pág. 10)

1.01.03.01 Importancia del cliente

El cliente es una pieza muy importante en cualquier empresa u organización para su funcionamiento, porque el pago que realiza el cliente contamos con un trabajo seguro. (Carrasco, 2010 pág. 10)

1.01.03.02 Principio

El cliente es la persona más importante en cualquier negocio.

Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.

Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.

Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es ningún extraño

Un cliente no es solo dinero en caja. Es un ser humano con sentimientos y

merece un tratamiento con respeto (Carrasco, 2010 pág. 10-11)

1.01.03.03 Clases de clientes y como ser tratados

Cliente silencioso: Esta clase de cliente es aquel que es indiferente con lo que se le está vendiendo y presta poco nivel de importancia.

La forma correcta para tratarlo es rompiendo el hielo iniciando conversaciones distintas al objetivo, para esta clase de clientes debemos tener mucha paciencia (Carrasco, 2010 pág. 12)

Cliente lento: Esta clase de cliente es aquel con personalidad de indeciso, toman mucho más tiempo en decidir ya que ellos prefieren examinar todas las alternativas antes de arriesgarse por la primera que le ofrecen.

Para tratar este tipo de clientes debemos ser muy optimistas y estar seguros de sí mismo, eso transmitimos al cliente para que puede realizar una decisión apropiada. (Carrasco, 2010 pág. 12-13)

Cliente desconfiado: Este tipo de cliente es inseguro y siempre está buscando la opinión de familiares o colegas que saben del tema para evitar una responsabilidad y caer en el fracaso.

La manera correcta de tratar a este cliente es dándole la seguridad que requiere. (Carrasco, 2010 pág. 14)

Cliente Obstinado: El cree conocer todo lo que se refiere a la empresa u organización pretende controlar la entrevista. Cree que sus opiniones son las únicas que valen ese

momento. (Carrasco, 2010 pág. 14-15)

Ciente aséptico: Este tipo de clientes tiene una actitud negativa para todo lo que se le ofrece y mantiene una desconfianza hacia el vendedor.

Para mantener a este cliente debemos tener confianza y ser muy claros y precisos en lo que decimos para mantener la credibilidad de la venta. (Carrasco, 2010 pág. 15)

1.02 Justificación

La gestión de calidad de una empresa de servicios turísticos y hoteleros, se ha convertido más que en una estrategia para mejorar los servicios ofertados para obtener clientes satisfechos con su servicio.

El presente trabajo se lo realizará con el fin de dar una herramienta a la Hostería y así capacitar a los empleados de cada área de la hostería TerraNobles, para el mejoramiento del servicio al cliente y así aumentar la afluencia y el desarrollo económico de este lugar.

En este contexto, la calidad de los servicios está siendo de primordial importancia en los tiempos actuales, convirtiéndose en un factor clave, volviendo competitiva a cualquier empresa grande, media o pequeña dependiendo de la segmentación.

Al finalizar, la presente disertación arrojará instrumentos y herramientas que garanticen llegar a la calidad que se desea obtener de forma estable y regular.

Actualmente las empresas líderes en la hotelería se basan en dar el mejor servicio al cliente ya que por ello siempre tratan de hacer lo mejor para que el cliente se sienta

satisfecho y pueda dar una buena referencia acerca del lugar.

1.03 Definición del problema central (matriz T)

1.03.01 Problema Central: Un problema es todo aquello que amerita ser resuelto. Es una pregunta o interrogante de algo que no se conoce o se desconoce, la respuesta al problema es el conocimiento obtenido mediante el proceso de investigación. (Cornones. 2013)

1.03.02 Matriz T: Es una técnica que se utiliza para desarrollar situaciones, fue desarrollada por Kurt Lewin, la matriz de fuerzas T nos proporciona un marco para poder observar las fuerzas que afectan al problema central. Las fuerzas impulsadoras, fuerzas represoras, las fuerzas positivas o conocidas como impulsadoras son las que van a traer cambios a la situación actual y las fuerzas represoras o negativas evitan que el cambio ocurra. (Moreno, 2012)

Tabla N° 1
Escalas

1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio Alto
5	Alto

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

Esta tabla explica las escalas que se va utilizar en la siguiente tabla de Matriz T, teniendo una escala del 1 siendo la más baja, 2 medio baja, 3 medio , 4 medio alto y 5 que es la más alta.

Tabla N° 2
Matriz de análisis de fuerzas T

Problema Agravado	Problema Central				Problema Resuelto
Desinterés por parte del propietario en implementar el manual de buenas prácticas de servicio	Inexistencia de Manual de buenas prácticas, para el mejoramiento de servicio al cliente.				Implementación del manual de buenas prácticas de servicio
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Apoyo de los propietarios de la hostería para la elaboración del manual	1	5	4	2	Desinterés de los propietarios de la hostería en implementar el manual
Levantamiento de información sobre la capacitación de servicio al cliente	2	5	4	3	Escasa información sobre capacitación de servicio al cliente
Recursos para el manual de buenas practicas	2	5	4	5	Limitada asignación de recursos para el manual de buenas practicas
Interés del personal	3	5	4	2	Desinterés del personal

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La tabla N° 2, muestra el análisis de fuerzas T, aquí encontramos el problema central de nuestro proyecto, que es la inexistencia de manual de buenas prácticas, para el mejoramiento de servicio al cliente. El problema agravado es el desinterés por parte del propietario en implementar el manual de buenas prácticas de servicio y el problema resuelto es la implementación del manual de buenas prácticas de servicio para la

hostería TerraNobles, también proponemos 5 fuerzas bloqueadoras, desinterés de los propietarios de la hostería en implementar el manual, escasa información sobre capacitación de servicio al cliente, inexistencia de manuales de buenas prácticas, limitada asignación de recursos para el manual de buenas prácticas, desinterés del personal y 5 fuerzas impulsadoras, apoyo de los propietarios de la hostería para la elaboración del manual, levantamiento de información sobre la capacitación de servicio al cliente, manuales informativos, recursos para el manual de buenas prácticas, interés del personal, cada una calificada de forma cuantitativa, aleatoria y coherente que determine el nivel de incidencia del proyecto con todos los intervinientes analizados en la mencionada matriz.

CAPITULO II

2.00 Análisis Involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

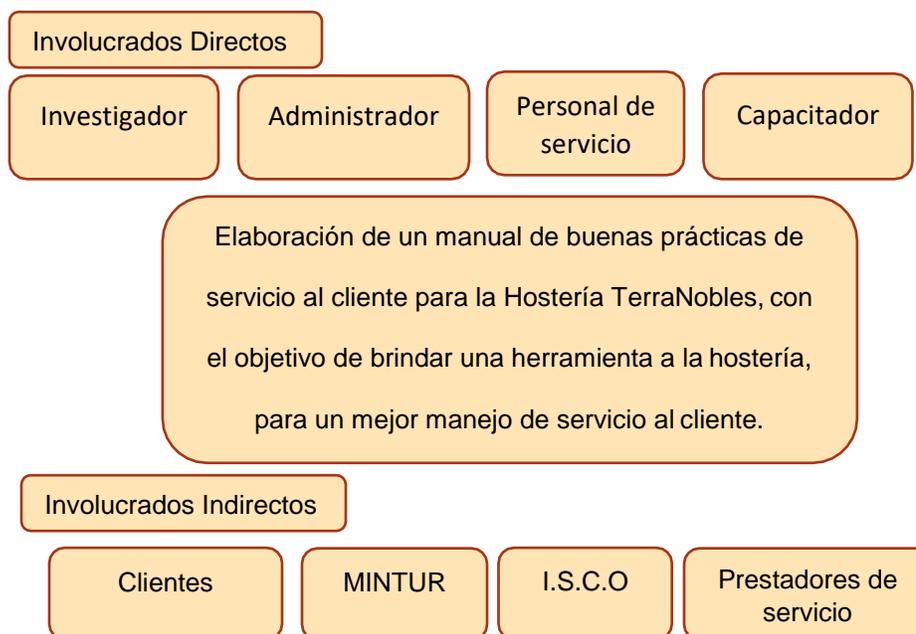


Figura N° 1
Mapa de involucrados
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En La figura N°. 1, podemos observar el objetivo principal de nuestro proyecto que es la elaboración de un manual de buenas prácticas de servicio al cliente para la hostería

TerraNobles, con el objetivo de brindar una herramienta a la hostería, para un mejor manejo de servicio al cliente. Y a los involucrados directos que son el investigador, administrador, personal de servicio y capacitador e involucrados indirectos que son los clientes, MINTUR, Instituto Tecnológico Cordillera y prestadores de servicios, los cuales fueron detallados por el grado de incidencia tanto directa como indirecta en la elaboración del proyecto, en un análisis introspectivo, todos los intervinientes aportaran de una manera activa en diseño y aplicación del manual, la cual represente una herramienta útil para el desarrollo personal y represente un avance cuantitativo para la empresa.

2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla N° 3
Matriz de análisis de involucrados

Involucrados	Directos	Indirectos	%
Administrador	X		35
Investigador	X		25
Personal de servicio	X		12
Capacitador	X		10
Clientes		X	8
MINTUR		X	4
I.S.C.O		X	3

Prestadores de servicios	X	3
--------------------------	---	---

Total		100
-------	--	-----

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la tabla N° 3, podemos observar la segmentación de los involucrados directos e indirectos, que aportaran para la elaboración del proyecto, todos ellos están calificados del 1 al 10, con un porcentaje cuantitativo equivalente al 100% de beneficio.

En base la distribución asignada, se proyectó los valores de forma lógica dependiendo la incidencia que tiene con el proyecto, como un 35% como beneficiario al administrador ya que con la capacitación de los colaboradores internos se mejorara el servicio que da como resultado el incremento de clientes para el hostel, en el caso del investigador se asignó un 25% ya que con la elaboración del manual, se proyecta la capacitación al personal, el personal de servicio con un 12% ya que mediante el manual el personal tendrá conocimientos sobre técnicas de servicio al cliente, capacitador con un 10% el impartirá sus conocimiento para la elaboración del manual , con un 8% se lograra que los clientes queden satisfechos con el buen servicio que brindan los empleados de la Hostería TerraNobles.

Tabla N° 4
Matriz de Análisis de Involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERÉS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTO POTENCIAL
Administrador	Promocionar la Hostería para tener un mejor desarrollo económico.	Desinterés del propietario en la implementación del manual de buenas practicas	El departamento de RRHH Capacitara a los empleados de la Hostería baso en el manual.	Con la elaboración del manual brindaremos un mejor servicio al cliente	Falta de interés del propietario o en la atención que brinda a sus clientes
Empleados	Incentivar el mejoramiento del servicio al cliente	Desinterés de los empleados, por alta rotación de los puestos.	Motivación y competencia para mejores cargos	Incentivar a los empleados para mejorar el trato con los clientes	Desinterés de los empleados
Clientes	Incrementar la demanda turística en la Hostería	Información deficiente acerca de la Hostería	Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes. - c) Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promovido por el establecimiento de Alojamiento.	Percibir una mejor atención y servicio en la hostería	Obtener un servicio inadecuado y de baja calidad
Investigador	Gestionar la implementación del manual en la hostería	Desinterés del propietario de la hostería en la implementación del	Presentar la propuesta del manual de buenas prácticas de servicio.	Capacitar a los colaboradores internos en técnicas	Inconformidad de los colaboradores de la hostería en la capacitación

		Manual de buenas prácticas.		de servicio	
Capacitador	Capacitación a los empleados de la Hostería	Bajos ingresos económicos y desinterés de los clientes	Desarrollo del proyecto	Culminar con éxito y mejorar el servicio	Asignación de instalaciones la capacitación deficientes
MINTUR	Contar con herramientas que genere una mejor atención al cliente	Tramitología extensa para obtener capacitadores del ministerio	Capítulo 4 Artículo 15 ley de turismo El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones	Cumplir con los requerimientos solicitados	Escaso apoyo para la publicación del manual
I.T.S.C.O	Dar a conocer el nivel académico mediante el proyecto planteado	El capacitador no cumple con los requisitos necesarios para la defensa de su tesis	Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística	Difundir el alto nivel de logros académicos del I.T.S.C.O	El capacitador no asiste con puntualidad a las tutorías

			corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo ;		
Prestadores de servicio	Incrementar los servicios prestados a la hostería	Disminución de eventos en los que brindaban apoyo logístico	ARTÍCULO 5.- ley del turismo	Abastecer del personal capacitado o e insumos requeridos por la hostería	Que la hostería cuente con todos los implementos e insumos para su funcionamiento

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La matriz de análisis de involucrados, podemos analizar los actores involucrados, el interés sobre el problema central, los problemas percibidos, los recursos, capacidades y mandatos, el interés sobre el proyecto y el conflicto potencial.

Cada uno de los involucrados tanto directos o indirectos se rigen mediante una ley o mandato que entregan empresas superiores o socios de la misma empresa y eso nos ayuda a tener un mejor seguimiento de cada involucrado y hasta donde puede aportar

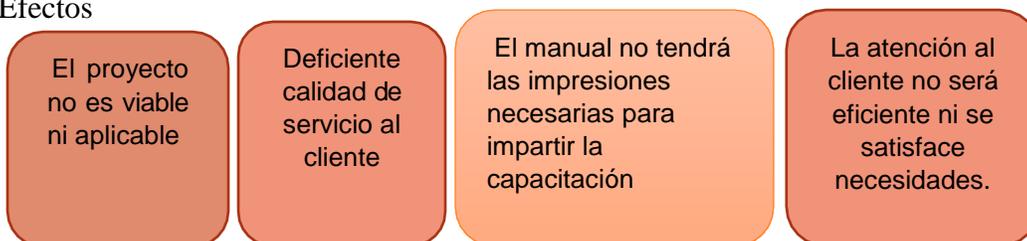
para la culminación del proyecto, a la vez analizar todos los factores que puedan afectar al desarrollo del mismo, los intereses que conlleva el diseño e implementación del manual es un aporte sustancial para la tecnificación de procesos en hostales.

CAPÍTULO III

3.0 Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de problemas

Efectos



Causas

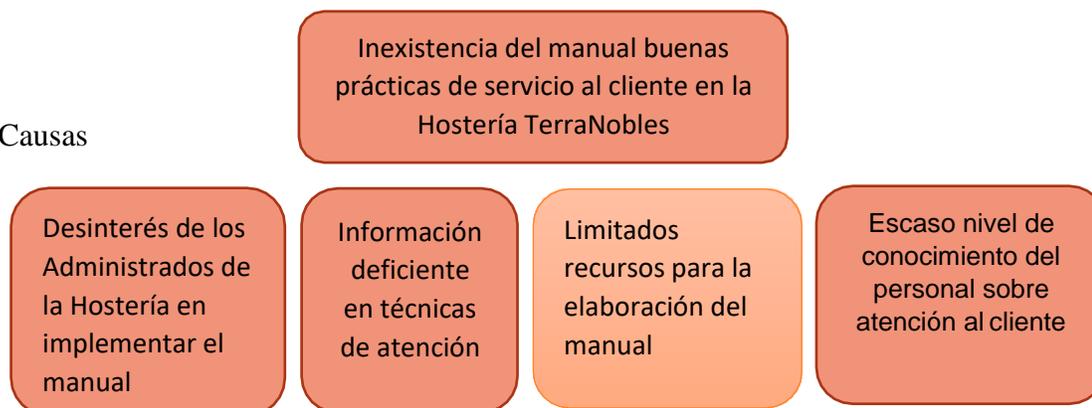


Figura N^o 2

Árbol de problemas

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La figura N^o. 2, demuestra el problema central al proyecto que se está realizando, de los cuales nacen las respectivas causas con sus efectos, es decir de las acciones que se propone como causas, tendrá su respectiva reacción como efecto, es un sistema de doble

vía que facilita la comparación entre si y ayuda a la propuesta de las posibles soluciones a la necesidad principal, si hay desinterés de los administradores en implementar el manual de buenas prácticas para el servicio al cliente, el proyecto no será aplicable ni viable ya que no se solucionara el problema detectado, la información deficiente de atención al cliente por parte de los empleados hace que la calidad de servicio que brinda a sus clientes sea deficiente y no cumple con las expectativas esperadas.

3.02 Árbol de Objetivos

Análisis:

La figura N°. 3, despliega la información positiva con respecto a la figura anterior. El problema resuelto es el conocimiento sobre buenas prácticas de servicio al cliente en la hostería TerraNobles. Las alternativas de mejoramiento tiene como fin gestionar la implementación y desarrollo del manual de buenas prácticas de servicio en la hostería así brindaremos una herramienta técnica a la hostería TerraNobles con esto actualizaremos los conocimientos a los colaboradores internos en buenas técnicas de servicio al cliente para mejorar el servicio a los clientes satisfaciendo necesidades e incrementando la demanda turística. Proponemos al administrador, difundir el manual de manera electrónica e impresa a sus colaboradores utilizaremos los medios tecnológicos para la capacitación del personal, también Investigaremos la información pertinente sobre las técnicas de buenas prácticas de servicio así obtendremos información actualizada acerca del tema. (Revisar figura 3).

Medios

Brindar una herramienta técnica para el hostel.

Mejorar el servicio a los clientes satisfaciendo necesidades e incrementando la demanda turística.

Utilizar las herramientas tecnológicas para la capacitación del personal.

Obtener la información relevante actualizada pertinente al tema propuesto

Conocimiento sobre buenas prácticas de servicio al cliente en la Hostería TerraNobles.

Fines

Gestionar la implementación y desarrollo del manual de buenas prácticas de servicio en el hostel

Actualizar conocimientos a los colaboradores internos en buenas prácticas de servicio

Proponer al administrador difundir el manual de manera electrónica e impresa a sus colaboradores

Investigar la información pertinente sobre las técnicas de buenas prácticas de servicio

Figura N° 3
Árbol de problemas
Elaborado por: Estefany Villavicencio

CAPÍTULO IV

4.00 Análisis de alternativa

4.01 Matriz de análisis de alternativa

El análisis de alternativas permite establecer el objetivo principal del proyecto, así como identificar los medios posibles para alcanzarlo y seleccionar aquellos que resulten más adecuados, desde los puntos de vista técnico y económico. El objetivo principal del proyecto representa un cambio social, cuyo logro es en sí mismo la solución al problema central que afecta a la población potencialmente beneficiaria. Debe ser mensurable en tiempo y esfuerzo razonables, y debe ser redactado usando verbos que denoten acción. El objetivo principal es la misión del proyecto. Un proyecto es lo que está establecido en su objetivo principal (Sanchez0, 2015)

Análisis

En la matriz de análisis de alternativa se puede identificar sobre el desarrollo de cada uno de los objetivos, se medirá mediante categorías de 1-5 Baja; 6-11 Media Baja; 12-17 Media alta; 18 en adelante Alta. (Revisar tabla 5).

Tabla N° 5
Categorías

1-5 Baja
6- 11 Media Baja
12-17 Media Alta
18 en adelante Alta

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 6
Matriz de Análisis de alternativa

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Gestionar la implementación y desarrollo del manual de buenas prácticas de servicio en el hostel, de esta manera se tecnificará los conocimientos a los colaboradores internos	5	2	5	3	4	19	Alta
Actualizar conocimientos a los colaboradores internos en buenas prácticas de servicio, que conozcan nuevas técnicas de servicio.	4	3	2	5	4	19	Alta
Proponer al administrador	4	3	5	3	4	19	Alta

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERÍA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.

difundir el manual de manera electrónica e impresa a sus colaboradores, para la auto capacitación.							
Investigar la información pertinente sobre las técnicas de buenas prácticas de servicio, así se maneje las tendencias actuales en buenas prácticas de servicio	4	5	5	4	4	22	Alta
TOTAL	17	13	17	15	16	79	

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la matriz de análisis de alternativas, se medirá según la Tabla N°5 de categorías, del 1-5 baja, 6-11 media baja, 12-17 media alta, 18 en adelante alta. Los objetivos que analizamos es la gestión de la implementación y desarrollo del manual de buenas prácticas de servicio en el hostel, de esta manera se tecnificará los conocimientos a los colaboradores internos, será de gran ayuda la actualización de conocimientos a los colaboradores internos en buenas prácticas de servicio para que brinden un mejor servicio, como objetivo se investigará la información pertinente sobre las técnicas de buenas prácticas de servicio que contendrá el manual, así se maneje las tendencias actuales en buenas prácticas de servicio todos estos se propondrá al administrador que

difunda el manual de manera electrónica e impresa a sus colaboradores, para la auto capacitación.

4.02 Matriz de análisis de impactos de objetivos

Tabla N° 7

Matriz de análisis de impactos de objetivos

	Factibilidad a lograrse (alto-medio-bajo) 4-2-1	Impacto en genero (alto-medio-bajo) 4-2-1	Impacto ambiental (alto-medio-bajo) 4-2-1	Relevancia (alto-medio-bajo) 4-2-1	Sostenibilidad (alto-medio-bajo) 4-2-1	Total
O B J E T I V O S	Inversión más baja que los beneficiarios	Participación en la capacitación de todo personal	Minimizar el uso de manuales impresos para capacitación utilizar el correo para su difusión	Se aporta a la conservación del Ambiente	Se cumple con un eje primordial que es el ser ambientalmente amigables	22 a 32 BAJA
	Utilización de la tecnología para el levantamiento de la información	Contar Apoyo técnico para la elaboración del manual tanto de hombre y mujeres	Se utilizara el internet y redes sociales para la difusión del manual	La hostería minimizar a los gastos en impresión de los manuales	Se cumple con el eje económicamente rentable	33 a 44 MEDI A BAJA
	Implementación del manual de buenas practicas	Brindar una herramienta accesible a todo el personal de la hostería	Se contribuirá a la minimización de impacto ambiental al difundir el manual de forma electrónica.	Contribuir con el cuidado del ambiente.	Se cumple con el eje de la sostenibilidad que se ambientalmente amigable.	45 A 66 MEDI A ALTA
	Aceptación del personal en la difusión	La capacitación tendrá apertura y	Se capacitara al personal sobre el buen manejo	Por medio de la herramienta	Cumple con el eje de la sostenibilidad que es	67 a? ALTA

	nuevas tendencias en buenas prácticas en servicio.	será inclusivo.	de los desechos producidos en la hostería.	proporcionada incrementara la competencia de los colaboradores dando como resultado la afluencia de clientes.	socialmente inclusivo	
Elaboración de un manual de buenas prácticas para el servicio al cliente	16	16	16	16	16	80

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la tabla N° 7, el total de la valoración de la tabla es 80 lo cual nos indica que el proyecto cumple con los estándares para que sea una propuesta sostenible y perdurable en el tiempo, ya que se mencionaron todos los factores que intervienen en el análisis de valoración de cada objetivo fijado, por lo que, el objetivo principal es la elaboración de un manual de buenas prácticas para el servicio al cliente, la factibilidad a lograrse es la inversión más baja que los beneficiarios que tiene como impacto en género la participación de todo el personal en la capacitación, ambientalmente se contribuye a la

minimización la impresión de los manuales para difundirlos de forma electrónica y se aporta con el ambiente. Se cumple con un eje primordial de la sostenibilidad que es el ser ambientalmente amigable. Otra factibilidad a lograrse es la utilización de medios tecnológicos para el levantamiento de información ya que contamos con apoyo técnico para la elaboración del manual, se utilizará el internet y redes sociales para la difusión del manual así la hostería minimizará los gastos en impresión de los manuales y se cumplirá con el eje económicamente rentable. También se implementará el manual de buenas prácticas de servicio al cliente para brindar una herramienta accesible a todo el personal de la hostería TerraNobles, así se contribuirá a la minimización de impacto ambiental al difundir el manual de forma electrónica y se cumplirá con el eje de la sostenibilidad ambientalmente amigable. La última factibilidad a lograrse es la aceptación del personal en la difusión nuevas tendencias en buenas prácticas en servicio, el impacto en género es que la capacitación tendrá apertura y será inclusivo, ambientalmente se capacitará al personal sobre el buen manejo de los desechos producidos en el hostería por medio de la herramienta proporcionada se incrementará la competencia de los colaboradores dando como resultado la afluencia de clientes así cumplirá con el eje de sostenibilidad socialmente inclusivo.

4.03 Diagrama de estrategias

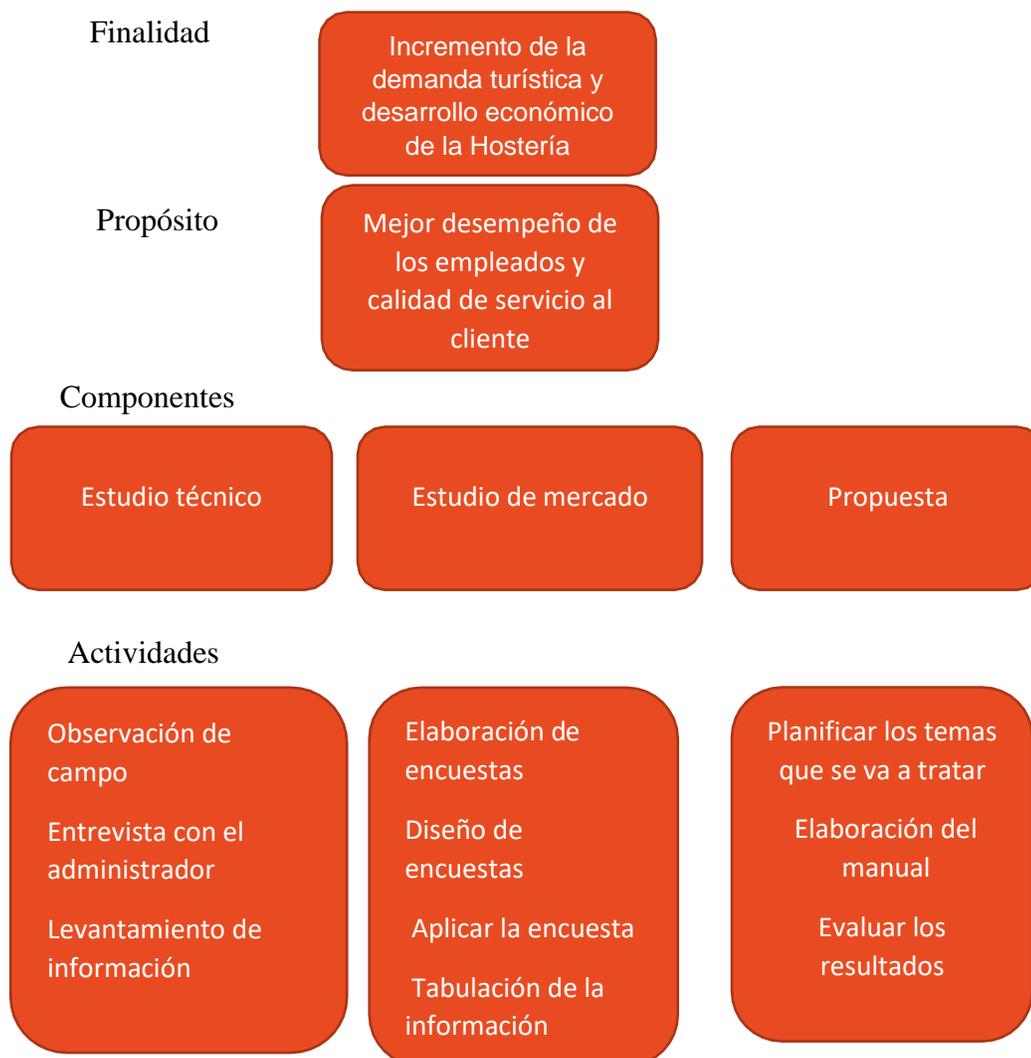


Figura N° 4
Diagrama de estrategias
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la figura N° 4, podemos observar que el propósito de nuestro proyecto es mejorar el desempeño de los empleados en la Hostería TerraNobles y así poder brindar a sus clientes un servicio de calidad, con la finalidad de incrementar la demanda turística y el desarrollo económico en la Hostería, con los componentes de estudio técnico las

actividades a realizar son: la observación de campo, entrevista con el administrador y el levantamiento de información. El Estudio de mercado está basado en elaboración, diseño, aplicación y tabulación de encuestas. Para la elaboración de la propuesta, planificaremos los temas que se va a tratar en la capacitación, elaboraremos el manual de buenas prácticas de servicio al cliente y evaluaremos los resultados obtenidos.

4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla N°8
Matriz de marco lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<p>Finalidad Afluencia de clientes y desarrollo económico de la Hostería</p>	Se verificara por medio de los indicadores y el registro de ingreso de turistas a la hostería	Visitas al sitio de investigación Verificación de los registros de los turistas Entrevista al administrador	Gestionar el apoyo para la implementación del manual para la capacitación del colaborador interno
<p>Propósito Mejor desempeño de los empleados y calidad de servicio al cliente</p>	Medir las competencias por medio de evaluaciones	Encuestas y entrevistas a los clientes	Contar con el interés de los colaboradores para recibir la capacitación
<p>Componentes Estudio técnico Estudio de mercado Propuesta</p>	Culminar el 100% de la tesis para abril del 2018	Culminación e impresión de tesis	Desarrollo y aplicación de la propuesta
<p>Actividades Observación de campo Entrevistas al administrador Tabulación de la información recibida Implementación de técnicas Elaboración del manual Elaboración de encuestas Diseño de encuestas Evaluar los resultados</p>	Encuestas digitales Levantamiento de información \$ 60 Material impreso \$254.75 Material digital \$ 50	Proformas Fotos Documentos legales Facturas Notas de venta	Diseño y aplicación del manual de buenas prácticas en la hostería TerraNobles.

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

Se analizará en el marco lógico el objetivo que tenemos como finalidad la afluencia de clientes y el desarrollo económico de la hostería, por medio de los indicadores se verificara el registro de ingreso y visita de los turistas a la hostería, se gestionara el apoyo para la implementación del manual para la capacitación de los colaboradores internos.

El propósito es mejorar el desempeño de los empleados y la calidad de servicio al cliente se medirá las competencias de los colaboradores por medio de evaluaciones, los medios de verificación serán las encuestas y entrevistas a los clientes, el supuesto es contar con el interés de los colaboradores para ser capacitados.

Tenemos como componentes el estudio técnico, estudio de mercado y la propuesta el indicador es culminar el 100% de la tesis para el 2018, como medio de verificación es la culminación e impresión de la tesis y el supuesto es el desarrollo de la propuesta.

Las actividades que se realizaran es la observación de campo, entrevistas al administrador, tabulación de la información recibida, implementación de técnicas, elaboración del manual, elaboración de encuestas, diseño de encuestas, evaluar los resultados, tenemos un estimado de encuestas \$ 20, levantamiento de información \$ 60, material impreso \$600 y material digital \$ 50, los medios de verificación son las proformas, fotos, documentos legales, facturas, notas de venta y como supuestos será el diseño y aplicación del manual de buenas prácticas en la hostería TerraNobles.

CAPÍTULO V

5.00 Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución.

Elaboración de un manual de buenas prácticas de servicio al cliente para la hostería TerraNobles, ubicado en la parroquia Tabacundo, cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, con el objetivo de brindar una herramienta a la hostería TerraNobles para un mejor manejo de servicio al cliente, y el manejo integral de la institución así aportara para su desarrollo y manejo de buenas prácticas.

5.01.01 Marco lógico

“Herramienta analítica para la planificación y gestión de proyectos orientada por objetivos. Constituye un método con distintos pasos que van desde la identificación hasta la formulación y su resultado final debe ser la elaboración de una matriz de planificación del proyecto”. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), 1999.

5.01.01.02. Administración

La administración puede ser entendida como la disciplina que se encarga de realizar una gestión de los recursos (ya sean materiales o humanos) en base a criterios científicos y orientada a satisfacer un objetivo concreto. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2008)

5.01.01.03. Manual de servicios

“Un manual es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa. Un usuario es, por otra parte, la persona que usa ordinariamente algo o que es destinataria de un producto o de un servicio”. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2010)

5.01.01.04 Manual

El manual es según Julián Pérez “una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa. Un usuario es, por otra parte, la persona que usa ordinariamente algo o que es destinataria de un producto o de un servicio”. (Gardey, 2010)

5.01.01.05 Servicio

Un concepto de servicio muy común es que “son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos”. (Venemedia, 2013)

5.01.01.06 Cliente

Cliente según el sitio web de consultas dice que “Un Cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto.

Del latín “Cliens” nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra”. (Venemedia, 2013)

5.01.01.07 Capacitación

“La capacitación se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa. La capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno”. (Venemedia, 2013)

5.01.01.08. Prácticas de servicio

“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing”. (Desconocido, 2013)

5.01.01.09. Hostería

Según un diccionario de definiciones es “Un establecimiento que ofrece servicios de hospedaje y alimentación a viajeros o turistas, en especial aquél de carácter rural o tradicional”. (Busca Palabras, 2017)

5.01.01.10. Gestión del talento humano

Define la Gestión del talento humano como: “el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño”. (Chiavenato., 2009)

5.01.01.11. Eficiencia

La eficiencia es una parte vital de la administración que se refiere a “la relación entre insumos y productos: Si se obtiene más producto con una cantidad dada de insumos, habrá incrementado la eficiencia y si logra obtener el mismo producto con menos insumos, habrá incrementado también la eficiencia”. (Auditool, 2011)

5.01.01.12. Eficiencia

Según el grupo Auditool eficacia es “Es hacer lo que es apropiado, es decir, las actividades de trabajo que ayudan a la organización a alcanzar sus metas”. (Auditool, 2011)

Tabla N° 9
Planta hotelera

Hotel	Dirección	Categoría
Hostería San Luis	Tupigachi, Panamericana norte Km 4 y 1/2 vía Tabacundo - Cajas, Tabacundo	3 estrellas
Hostería Rancho Manabita	Panamericana Norte km 1 1/2 vía a otavalo, Tabacundo	1 estrella
Hostería TerraNobles	Víctor Manuel Mantilla sector Tupigachi Teniente Hugo Ortiz, Tabacundo	1 estrellas
Mountain Chalet El Capuli	Faldas de las Lagunas del Mojanda, San Juan Loma, Calle el capuli, Tabacundo	3 estrellas
Hotel Emperatriz	Calle isidro ayora - barrio la banda	2 estrellas
Hotel Las palmeras	Calle sucre y Rocafuerte Barrio la sucre	1 estrella
Hostería Intiraymi	Panamericana norte y Vicente estrella	1 estrella

Fuente: Municipio de Tabacundo
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 10
Restaurantes

Restaurantes	Dirección	Categoría
Rancho Manabita	Panamericana Norte km 1 1/2 vía a otavalo, Tabacundo	1 estrella
Intiraymi	Panamericana norte y Vicente estrella	1 estrella
Parador Cochasquí	Panamericana norte y av. Quito	1 estrella
Mojanda	Panamericana norte	1 estrella

Fuente: Municipio de Tabacundo
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 10
Entretenimiento

Bares	Dirección	Categoría
Martin-s bar	Rocafuerte y pasaje 2	1 estrella

Fuente: Municipio de Tabacundo
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 11
Análisis Foda

	Fortalezas	Debilidades
Factor In. Factor Ex.	- Contar con el talento humano para ser capacitado - Contar con el interés de implementación del manual.	Desinterés del administrador en implementar el manual.
Oportunidades	Estrategia (Fo)	Estrategia (Do)
Avances tecnológicos. Contar con el conocimiento técnico.	Con los avances tecnológicos podríamos capacitar el talento humano para la utilización de las nuevas técnicas.	Con la implementación de del manual de buenas prácticas se optimizarán los recursos para la hostería.
Amenazas	Estrategia (Fa)	Estrategia (Da)
No contar con las herramientas como tecnologías verdes para la implementación en la hostería.	Con el apoyo de las autoridades se capacitará al personal de talento humano en servicio y herramientas de sostenibilidad.	Elaboración de manuales para la capacitación, con el visto bueno de las autoridades.

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.01.02 Investigación de Mercado

Investigación de mercado se define como “es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, dando a conocer qué necesidades o deseos existen en un determinado mercado, quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, cuáles son sus características (qué hacen, dónde compran, porqué, dónde están localizados, cuáles son sus ingresos, etc...), cuál es su grado de predisposición para satisfacer sus necesidades o deseos, entre otros”. (Paso, 2016)

5.01.03 Población y muestra:

Población

La población se refieren a “un grupo de personas que coexisten en un ambiente que les permite satisfacer sus necesidades, pero en ninguna, por lo menos de las citadas, se observa la interacción del territorio con el grupo de personas que lo habita”. (Enciclopedia Virtual)

Muestra

La muestra “es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella, concepto al que volveremos más adelante”. (AZORIN, 1970)

Tabla N° 12
Descripción de formula

LETRA	SIGNIFICADO
N	Tamaño de la población
Z	Nivel de confianza
E	Margen de error
Q	Probabilidad de éxito
Q	Probabilidad de fracaso
N	tamaño de la muestra

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 13
Conversión estadística

Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,95	2,24	2,58

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 14
Desarrollo de formula

N	Z	E	P	q	N
Población	90%	7%	50%	50%	
16403	1,65	0,07	0,5	0,5	

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Fórmula:

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

$$N = \frac{16.403 \times 0,5 \times 0,5 (1,65)^2}{(16.403 - 1) (0,07)^2 + 0,5 \times 0,5 (1,65)^2}$$

$$N = \frac{16.403 \times 0,25 (2.7225)}{(16.402) (0,0049) + 0,25 (2.7225)}$$

$$N = \frac{11164.29188}{81.05042}$$

81.05042

$$N = 137$$

Análisis:

El enfoque que se maneja es de acuerdo al marco lógico, ya que como son proyectos con fin social e inversión de entes gubernamentales, se justifica la modificación del margen de error de la fórmula finita para el cálculo de la muestra en un 7%, la extracción de la muestra fue referenciada del último censo en el país del 2010, la propuesta se la socializara con la comunidad de la parroquia de Tabacundo, con el objetivo de medir el grado de aceptación de la propuesta.

Se hizo una encuesta digitalmente para economizar recursos y contribuir con el medio, utilizamos la base de datos de la hostería para enviar las encuestas a los clientes por correo electrónico y por whatsapp.

El presente dato estadístico de los habitantes de la parroquia de Tabacundo, es el que se va a utilizar para obtener la muestra, con este resultado se realizará las encuestas para saber las falencias en el servicio que se está prestando por parte de los empleados de la hostería y dar una solución al problema que en este caso sería la elaboración de un manual de buenas prácticas de servicio al cliente y así poder satisfacer las expectativas de los clientes.

Para lo cual se aplica esta fórmula establecida mediante leyes estudiadas para obtención de la muestra cada sector del país según los habitantes registrados en el INEC.

5.01.04 Instrumento de investigación:

Investigación de campo: La investigación de campo es una de las técnicas de investigación su finalidad es recolectar y registrar ordenadamente datos de un tema escogido como objeto de estudio. En este tipo de investigación se puede apreciar dos técnicas de campo importantes. La primera técnica es la observación y exploración del terreno y principalmente se detecta el contacto directo del tema investigado, la segunda técnica es la interrogación que consiste en registrar testimonios, escritos, pensamientos, etc... de personas. (Baena, 2003)

Encuesta

“Una encuesta permite recopilar datos a través de un cuestionario. Por lo general las mismas preguntas son realizadas a individuos de distintas clases sociales para que el resultado de la pesquisa resulte representativo de toda la sociedad. Una vez recolectada la información, suelen calcularse porcentajes que se presentan en tablas o en gráficos”.

(Julián Pérez Porto, 2017)

5.01.05 Análisis de la información

Género del encuestado

Tabla N° 15
Género

Genero	Datos	%
Masculino	94	68.6
Femenino	43	31.4
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Genero

137 respuestas

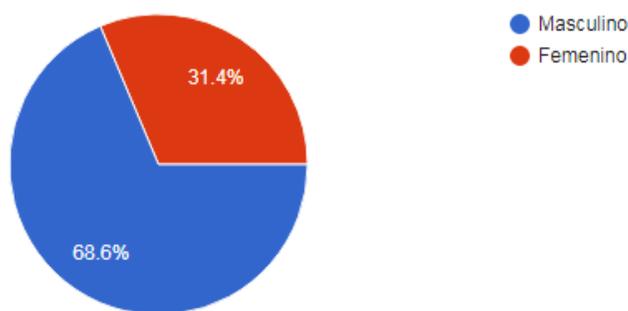


Figura 5

Género

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La muestra tomada en cuenta fue la población de la parroquia de Tabacundo, el total de encuestados 137 personas. Se ha denotado que 94 pertenecían al género masculino es decir el 68.6% siendo el mayor y por otro lado 43 pertenecían al género femenino con el 31.4%.

Edad del encuestado

Tabla N° 16
Edad

Opciones	Datos	%
16-19	5	4
20-35	71	52
36-65	65	45
66 en adelante	0	0
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

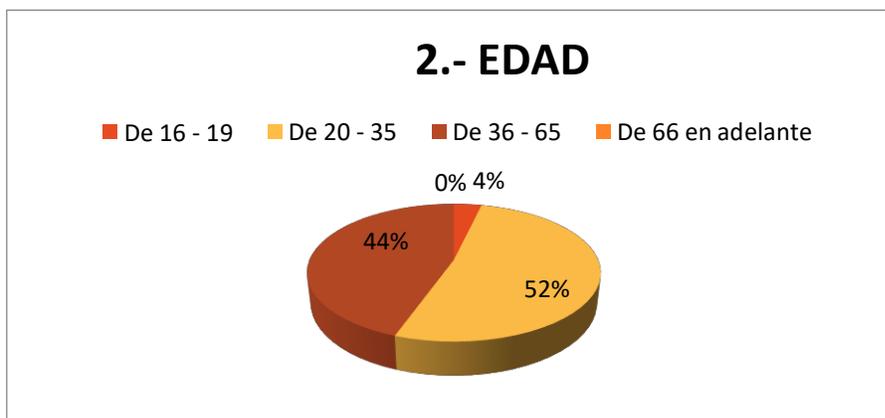


Figura 6
Edad

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

Podemos ver que las edades están por rangos, de 16- 19 con un 4%, 5 persona tiene estas edades, de 20-35 con un 52%, 71 personas tienen estas edades, de 36-65 un 45%, 65 personas tienen estas edades, de 66 en adelante no hay encuestados con esta edad.

Nacionalidad del encuestado

Tabla N° 17
Nacionalidad

Opciones	Datos	%
Ecuatoriana	122	89
Colombiana	3	2
Canadiense	2	1
Hondureña	1	1
Peruana	1	1
Venezolana	1	1
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

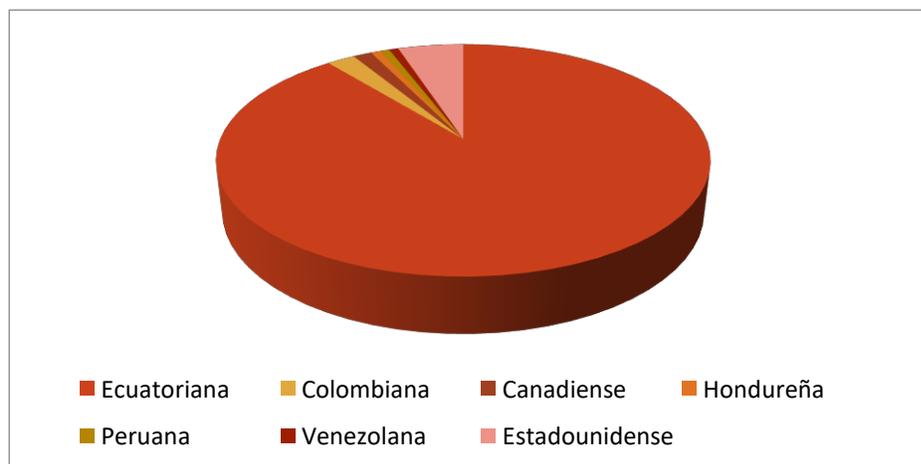


Figura 7
Nacionalidad
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La mayoría de personas encuestadas es de nacionalidad Ecuatoriana con un 89%, el 2% es de nacionalidad Colombiana, el 1% es de nacionalidad Canadiense, Hondureña, Peruana y Venezolana.

Nivel de estudios

Tabla N° 18
Nivel de Estudios

Opciones	Datos	%
Primaria	3	2.2
Secundaria	47	34.3
Estudios Superiores	77	56.2
Otros	10	7.3
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

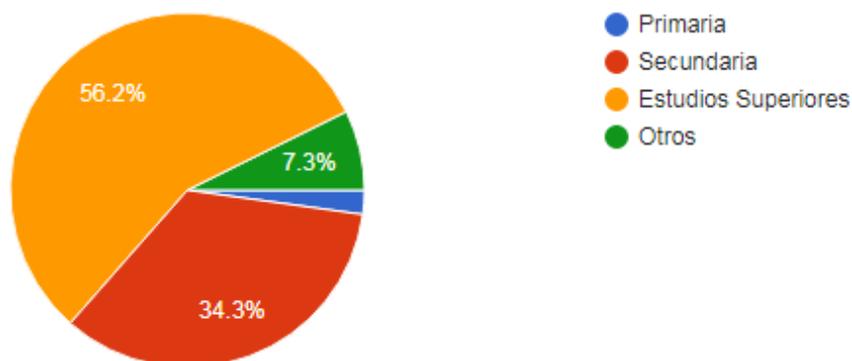


Figura 8
Nivel de Estudios
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

El nivel de estudios de los encuestados tiene un 2.2% que está en primaria el 34.3% en secundaria el 56.2% tiene estudios superiores y el 7.3% tiene otro tipo de estudios.

1.- ¿Tiene conocimiento de donde se encuentra ubicada la hostería TerraNobles?

Tabla N° 19
Pregunta Uno

Opciones	Datos	%
Si	107	78.1
No	30	21.9
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

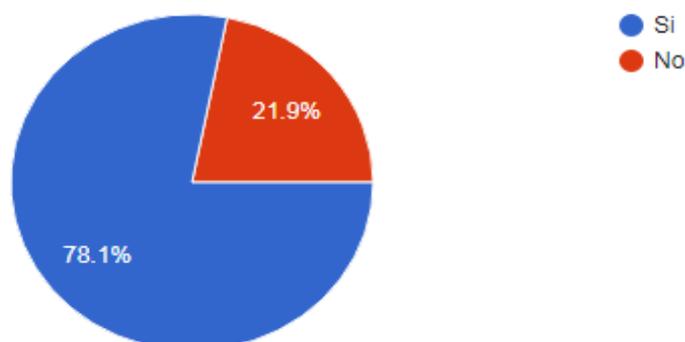


Figura 9
Pregunta Uno
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

La pregunta numero 1 muestra que el 78.1% tiene conocimiento de donde se encuentra ubicada la hostería TerraNobles y el 21.9% no tiene conocimiento de donde se encuentra ubicada la hostería TerraNobles.

2.- ¿Con que frecuencia usted ha ocupado los servicios de la hostería TerraNobles?

Tabla N° 20
Pregunta Dos

Opciones	Datos	%
Semanal	5	3.6
Diario	5	3.6
Mensual	21	15.3
Semestral	32	23.4
Anual	74	54
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

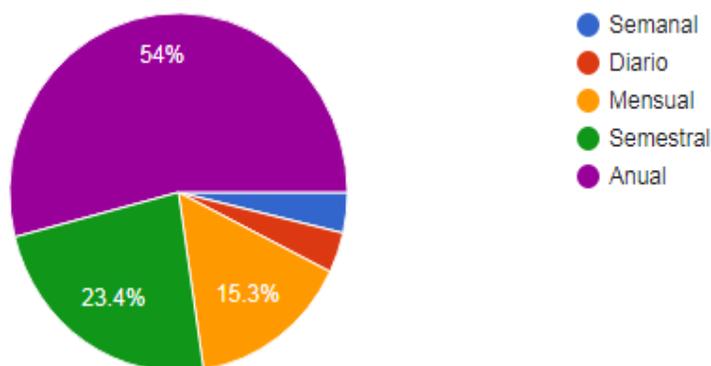


Figura 10
Pregunta Dos
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta dos, muestra que el 3.6 % visita la hostería diaria y semanalmente, el 15.3% visita la hostería mensualmente, el 23.4% visita la hostería semestralmente y por último el 54% visita la hostería anualmente.

3.- ¿Cuál fue su nivel de satisfacción al usar los servicios de la hostería

TerraNobles?

Tabla N° 21
Pregunta Tres

Opciones	Datos	%
Insatisfactorio	6	4.4
Medianamente insatisfactorio	14	10.2
Satisfactorio	79	57.7
Altamente satisfactorio	38	27.7
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

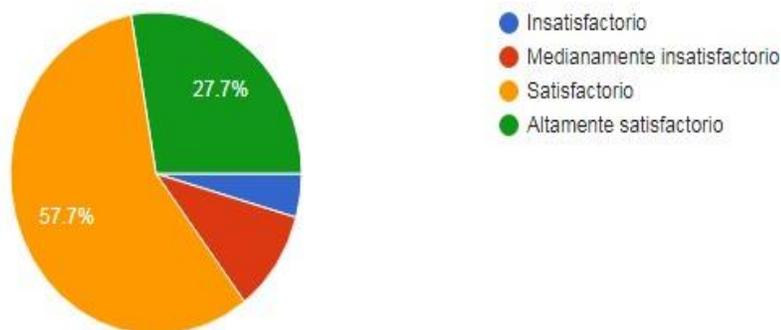


Figura 11
Pregunta Tres
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 3, el 4.4% está insatisfecho al usar los servicios de la hostería, el 10.2% está medianamente satisfecho, el 57.7% está satisfecho y el 27.7% está altamente satisfecho por los servicios brindados en la hostería.

4.- ¿Cree usted que el personal de la hostería TerraNobles está capacitado correctamente y le brinda un servicio de calidad?

Tabla N° 22
Pregunta Cuatro

Opciones	Datos	%
Si	119	86.9
No	18	13.1
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

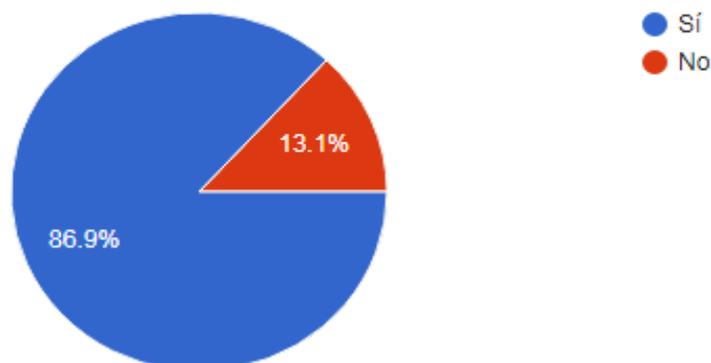


Figura 12
Pregunta Cuatro
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 4, el 86.9% cree que el personal está bien capacitado y le brinda un servicio de calidad y el 13.1 % no está satisfecho y cree que el personal necesita ser capacitado para brindar un mejor servicio.

5.- ¿Cree que es necesario que los colaboradores internos necesiten capacitarse en nuevas tendencias de servicio al cliente?

Tabla N° 23
Pregunta Cuatro

Opciones	Datos	%
Si	121	88.3
No	16	11.7
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

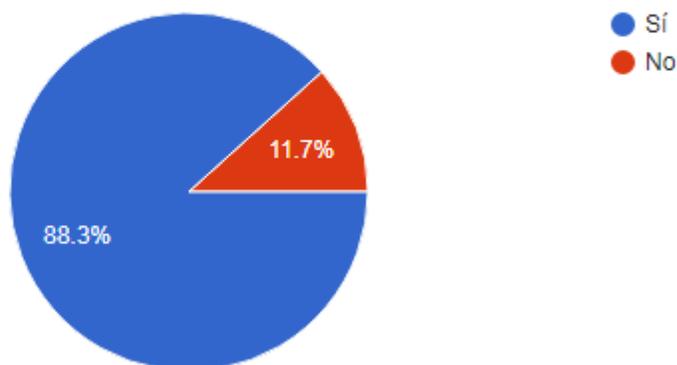


Figura 13
Pregunta Cinco
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 5, el 88.3% cree que los colaboradores internos necesitan ser capacitados en nuevas técnicas de servicio al cliente y el 11.7% cree que los colaboradores internos no necesitan ser capacitados.

**6.- ¿Con la capacitación a los colaboradores cree que la hostería incrementaría la
afluencia de clientes?**

Tabla N° 24
Pregunta Seis

Opciones	Datos	%
Si	127	92.7
No	10	7.3
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

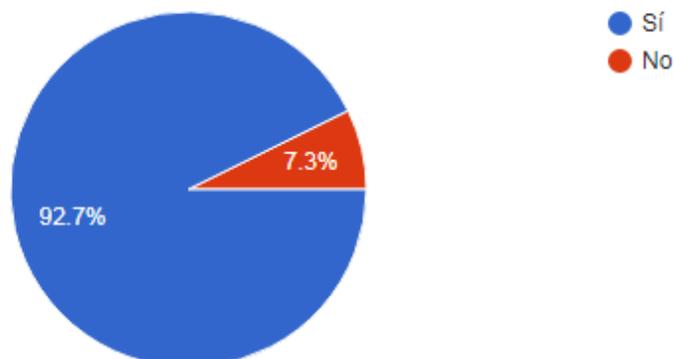


Figura 14
Pregunta Seis
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 5, el 92.7% cree que con la capacitación a los colaboradores aumentará la afluencia de los clientes y el 7.3% cree que no aumentará la afluencia de los clientes con la capacitación.

7.- ¿Estaría de acuerdo que se implementara un registro de satisfacción para evaluación del servicio brindado en la hostería?

Tabla N° 25
Pregunta Siete

Opciones	Datos	%
Si	122	89.1
No	15	10.9
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

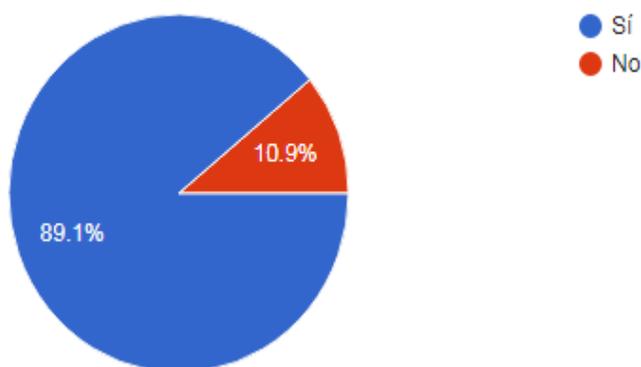


Figura 15
Pregunta Siete
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 7, el 89.1% está de acuerdo en que se implemente un registro de satisfacción para evaluar los servicios brindados en la hostería y el 10.9 % no está de acuerdo en que se implemente cuyo registro.

8.- ¿En qué aspectos cree que se debería capacitar al personal?

Tabla N° 26
Pregunta Ocho

Opciones	Datos	%
Servicio	22	16.1
Imagen	15	10.9
Nuevas tendencias en atención al cliente	89	65
Inteligencia emocional	11	8
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

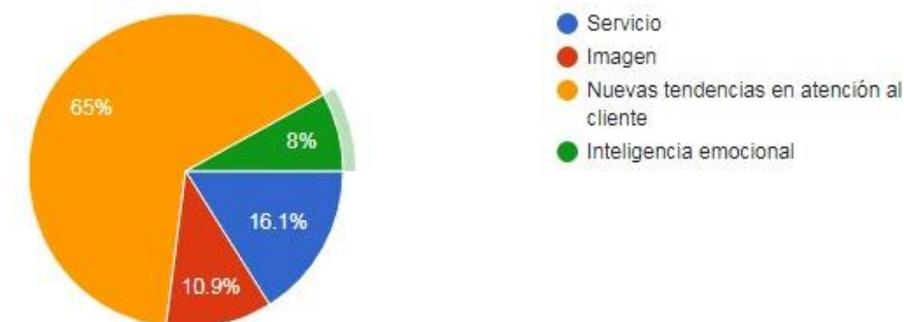


Figura 16
Pregunta Ocho
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 8, el 8% cree que el personal debería ser capacitado en inteligencia emocional, el 10.9% en imagen, el 16.1% en servicio y con mayor porcentaje el 65% cree que el personal debería ser capacitado en nuevas tendencias de atención al cliente.

9.- ¿Si los servicios de la hostería mejorarían considerablemente estaría dispuesto a recomendar este lugar?

Tabla N° 27
Pregunta Nueve

Opciones	Datos	%
Si	130	94.9
No	7	5.1
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

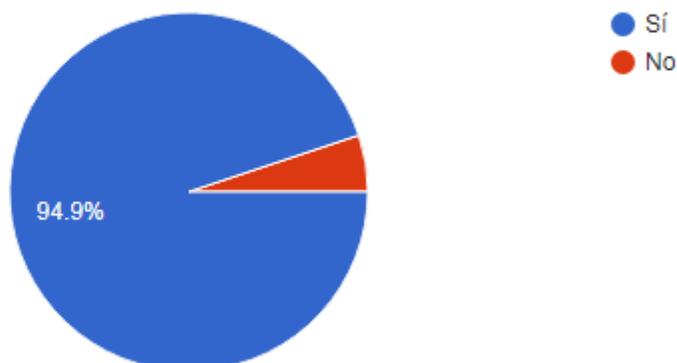


Figura 17
Pregunta Nueve
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 9, el 94.4% cree que si los servicios de la hostería mejoran estarían dispuestos a recomendar este lugar y el 5.1% cree que si no mejoran los servicios no estarían dispuestos a recomendar la hostería.

10.- ¿Cree que es importante crear una herramienta como manual de buenas prácticas de servicio para que sea difundido al colaborador interno de la hostería o en un futuro replicar la información a otras hosterías?

Tabla N° 28
Pregunta Nueve

Opciones	Datos	%
Si	129	94.2
No	8	5.8
EX	137	100%

Elaborado por: Estefany Villavicencio

137 respuestas

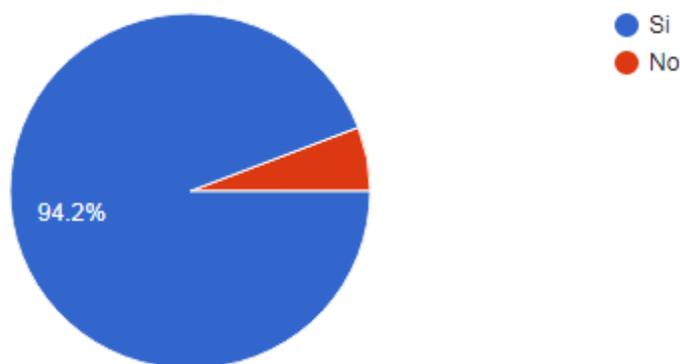


Figura 18
Pregunta Nueve
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En la pregunta 10, el 94.2% cree que es importante crear una herramienta como manual de buenas prácticas de servicio para que sea difundido al colaborador interno de la hostería o en un futuro replicar la información a otras hosterías y el 5.8% no está de acuerdo en que se cree una herramienta para la hostería.

5.02. Descripción de la herramienta o metodología que se propone como solución

Después de haber observado las actitudes que tiene el talento humano hacia los turistas y la desconformidad que tienen, se llegó a la conclusión de elaborar un manual de buenas prácticas de servicio al cliente con el objetivo de brindar una herramienta a la hostería TerraNobles para un mejor manejo de servicio al cliente, que será difundido a todos los colaboradores de la hostería.

MANUAL DE BUENAS PRACTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERIA TERRANOBLES

5.02.01. Introducción

El manual de buenas prácticas de servicio al cliente para la hostería TerraNobles, surge como una herramienta para el mejoramiento del servicio y así atender efectivamente las exigencias requeridas por los mismos. El presente manual proporcionará una guía para los colaboradores internos mediante la implementación de las recomendaciones de buenas prácticas en las diferentes áreas de la Hostería. Enfocándose principalmente en la amabilidad, buena disposición y presentación del personal.

Poniendo en práctica los conceptos, técnicas y procedimientos sugeridos, la Hostería fortalecerá el servicio y competitividad en el mercado. Reduciendo costos innecesarios generados por los errores cometidos, brindando un servicio de calidad, aumentando la productividad y mejorando la experiencia de los turistas durante la estadía en la hostería.

5.02.02. *Objetivos*

- Orientar a la hostería en las buenas prácticas de servicio al cliente que contribuye a la mejora continua, aplicando parámetros de calidad en cuanto a la prestación de servicio.
- Sugerir la aplicación del manual a los colaboradores internos para mejorar la atención al cliente y fortalecer la imagen de la hostería.

5.02.03. *Establecimiento de Hospedaje como Sistema*



Figura 19
Establecimiento de hospedaje como sistema
Fuente: Manual de Buenas Prácticas para Establecimientos
De Hospedaje (Personal Administrativo y Posiciones Operativas)
- MINCETUR
Elaborado por: Estefany Villavicencio

El hospedaje es un sistema estructurado y funcional donde cada una de sus áreas se interrelacionan con un mismo objetivo que es la satisfacción de huésped, el aporte de cada una de las áreas es igual de relevante, genera parámetros para los demás procesos, permite realizar estrategias que deben ser implementadas por parte de los colaboradores internos

para tener un impacto directo en el cliente, generando un valor agregado a la hora de la prestación de servicios.

5.02.03.01. Identificación y análisis del cliente

El cliente es la razón de ser de toda empresa; por ello, es fundamental identificarlo y analizarlo. El establecimiento de hospedaje debe saber complacer a sus clientes brindándoles lo mejor de lo que ellos quieren y esperan, excediendo sus expectativas en la medida de lo posible. A mayor conocimiento del cliente, mejor focalización de esfuerzos en la prestación de servicios. (Supervisión, 2012)

Cliente directo

En función al perfil determinado del cliente se pueden examinar sus necesidades y sus expectativas respecto al servicio para luego proyectar las medidas que el alojamiento debe tomar. Por ejemplo:



Figura 20

Establecimiento de hospedaje como sistema

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.04. Calidad para la optimización del servicio

La calidad es el conjunto de propiedades de un servicio ya sean conductuales (presentación personal, cortesía, actitudes) o técnicas (infraestructura, sistema de trabajo, procedimientos) (Baez, 2005) las cuales le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades de un cliente o un grupo de ellos. Por ende, para determinar si un servicio es o no de calidad es necesario conocer y/o contar tres elementos:

- Clientes
- Sus necesidades
- Aptitud de servicio para que las necesidades sean satisfechas.

Como se explicó anteriormente, los servicios hosteleros gozan de rasgos particulares al depender directamente del componente humano. Por ello, la calidad entre la prestación de un servicio y otro varía. Un sistema de calidad, se formula e implementa con el objetivo de alcanzar la estandarización de los servicios y por consiguiente, optimizarlos. El sistema de calidad debe desarrollarse en función a la tipología de la empresa, la naturaleza de los servicios/productos y las características del cliente. Se refleja en la identificación de procesos y creación o uso de manuales de procedimientos como la presente publicación, que contribuye a mantener un orden y organización en las diferentes actividades de la empresa. Además, los manuales suelen concretar y sistematizar normas informales (no escritas) y promueven la documentación, al igual que, el registro de toda información. (Arenas, 2009)

5.02.04.1. Principios básicos de un sistema de calidad

Los principios centrales de un sistema de calidad son:

- **Enfoque al cliente** dado que es él quien califica los servicios recibidos. Resulta relevante conocer aquello que más valora y le produce satisfacción para focalizar esfuerzos. Asimismo, determinar aquello que no es de su agrado para modificarlo o adaptarlo. El desarrollo de la sensibilidad ante las necesidades de los clientes es fundamental en la empresa. (Evans & Lindsay, 2000)
- **Liderazgo**, ya que los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían lograr y mantener un ambiente interno en el cual los colaboradores puedan llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- **Participación y trabajo en equipo** buscando la cooperación y aporte de todas las áreas en la empresa. La importancia del sistema de calidad y sus implicaciones deben ser comprendidas por cada miembro de la empresa mediante un proceso de capacitación. Es esencial lograr motivar a los colaboradores e incentivarlos a expresar sus sugerencias respecto al servicio premiándolos; puesto que son ellos quienes en la práctica observan las deficiencias o errores del mismo. (Evans & Lindsay, 2000) Muchas empresas han descubierto que se puede alcanzar un efecto coordinado de todo el personal de una unidad operativa si no se dan recompensas a las personas individualmente sino a las áreas de trabajo.

- **Enfoque del sistema para la Gestión;** Identificar, entender y gestionar los procesos identificados como un sistema que contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- **Mejora y aprendizaje continuo** son interdependientes pues uno se halla en función del otro y viceversa. La búsqueda de reducir los problemas o incidencias durante la prestación de servicios junto a su constante evaluación conlleva a ser flexibles y adaptarse a la necesidad de cambios en todos los niveles. Es decir, aprender y desaprender procesos con miras a mejorar los servicios. (Evans & Lindsay, 2000)

5.02.04.2. Beneficios para la organización al aplicar un sistema de calidad

La organización consigue reducir los errores o defectos durante el proceso de prestación de servicios, lo cual genera una disminución de los costos y a su vez, el incremento de la productividad. En consecuencia, se obtiene la satisfacción de los clientes, así como, la elevación moral de los colaboradores. El resultado final es el fortalecimiento de la competitividad de la empresa mediante el aumento de las utilidades en un corto plazo y un mayor posicionamiento, así como, participación en el mercado en un largo plazo. (Gomez, 2002) Por lo expuesto, se afirma que la calidad es un instrumento clave para la rentabilidad del negocio.

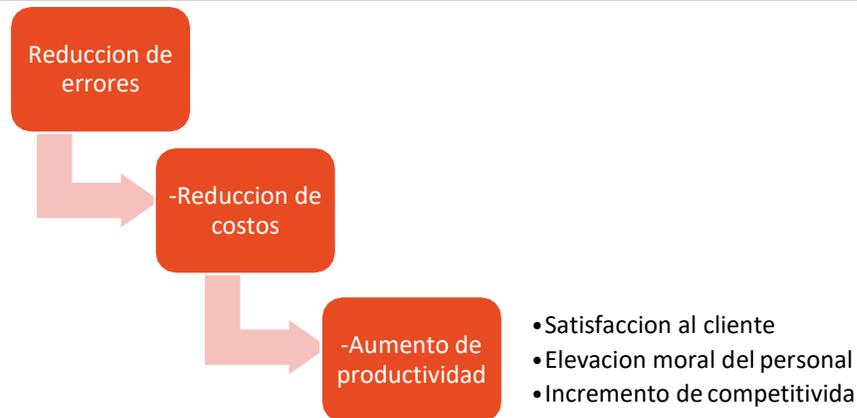


Figura 21
Beneficios de sistema de calidad
Fuente: Seis Sigma. Gómez, F., 2002
Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.05. Buenas Prácticas para la gestión de calidad

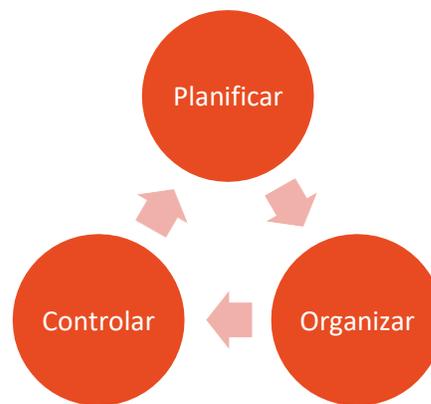


Figura 22
Gestión integral de calidad
Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS
DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.05 Tips para la Gestión Integral de Calidad

- Desarrollar la política de calidad de la empresa.
- Elaborar el manual de procedimientos por áreas y/o tareas.
- Establecer la calidad como un valor corporativo

- Capacitar y concientizar a los colaboradores sobre la calidad en los servicios turísticos.
- Asignar una persona responsable de la supervisión del cumplimiento las Buenas prácticas en las diferentes áreas y niveles.

Para que este sistema de calidad funcione a su totalidad cada persona y área o unidad de trabajo debe involucrarse en el mismo, entendiendo que dentro de la empresa todos son clientes y proveedores de servicios o productos, a la vez. (Pola, 2009)

A continuación, se detallarán cada uno de los componentes de la gestión integral de calidad aplicados al establecimiento de hospedaje:

5.02.05.1. Estructura y organización

La estructura del establecimiento de hospedaje permite su organización formal; es decir, establecer las funciones y responsabilidades desde el nivel gerencial hasta los más operativos.

Asimismo, determina las interrelaciones de las unidades o áreas para alcanzar los objetivos deseados. Dicha estructura se representa gráficamente en un organigrama (Figura N°5) facilitando la visualización de las relaciones o líneas y los niveles de autoridad. (Franklin, 2009)

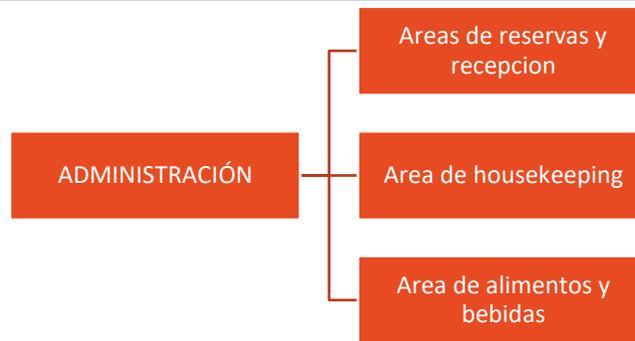


Figura 23

Organigrama general de un establecimiento de hospedaje

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Cabe mencionar que el organigrama es un instrumento de análisis que permite detectar las fallas en la estructura de la empresa tales como la duplicidad o sobrecarga de funciones en las determinadas áreas o unidades. (Ambrioso, 2009)

5.02.05.02 Diseño del servicio

A partir de la identificación y análisis de los clientes, se debe diseñar el servicio mediante un diagrama de flujo de la prestación del servicio, en el cual se muestra paso a paso la naturaleza y secuencia de dicho proceso. Tiene como objetivo la comprensión holística de la experiencia que el cliente recibe mediante el servicio proporcionado. (Lovelock & Wirtz, 2004)

Se sugiere el uso de la matriz “Blueprint”

Evidencia física:	Evidencias físicas que rodean la prestación del soporte
Acciones del cliente:	Todo aquello que hace el cliente
Acciones visibles del empleado:	Puntos de contacto entre nuestro equipo y el cliente

Acciones invisibles del empleado	Acciones que realiza nuestro equipo, no visibles por el cliente
Procesos de soporte	Herramientas necesarias no visibles para la prestación del soporte.

Figura 24

Matriz Blueprint

Fuente: Service Marketing: people, technology, strategy. Lovelock, C. y Wirtz, J., 2004

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Este diagrama permite distinguir y analizar las acciones visibles que el cliente experimenta, así como aquellas invisibles; considerando que ambas son relevantes para definir la calidad del servicio. Asimismo, facilita la visualización de los momentos cuando el huésped usa el servicio principal y los complementarios. A partir de ello, se pueden detectar los posibles problemas y tomar medidas preventivas.

5.02.05.03. Recomendaciones de buenas prácticas

Proceso estratégico

En el área administrativa se engloba múltiples funciones de marketing, ventas y logística. A continuación están enunciadas las buenas prácticas que la hostería debe tener para garantizar un servicio de calidad.

Administración

Tabla N°29

Administración

Buenas practicas	Si	No
Define objetivos y metas hacia el futuro		
Desarrolla un organigrama en función a las necesidades de la Hostería		

Fomentar un buen ambiente entre los colaboradores internos inculcando los valores del respeto, solidaridad, tolerancia.	
Identifica las falencias de los prestadores de servicios y capacita para mejorarlos.	
Supervisa el cumplimiento de las funciones de los colaboradores internos en cada una de las áreas de la Hostería	
Incentiva a los colaboradores internos, mediante escritos o documentos felicitándolo por ser el mejor colaborador.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Marketing y ventas

Tabla N° 30

Marketing y ventas

Buenas practicas	Si	No
Recopila información para determinar el perfil del cliente y conocer sus expectativas del servicio		
Cuenta con material publicitario, folletos y difusión en las redes sociales para promocionar la hostería y así los clientes conozcan del lugar		
Cuenta con una base de datos de los clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Logística

Tabla N° 31
Logística

Buenas Practicas	Si	No
Organiza y clasifica los insumos, mercadería y suministros que la Hostería requiere		
Lleva un control de los proveedores que brindan servicio a la Hostería		
Identifica, analiza y elabora de forma mensual una lista de insumos, mercadería y suministros que le permite detectar cuando es necesario realizar una reposición en todas las áreas.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06 Proceso principal

Infraestructura y Equipamiento

Tabla N° 32
Infraestructura y Equipamiento

Buenas practicas	Si	No
Cuenta con un ambiente exclusivo para recepción y reservas		
La recepción cuenta con insumos para el registro de entrada y salida del huésped Ingreso: fichas o registro de huéspedes. Salida: boletas y facturas.		
Cuenta con lo necesario para realizar un correcto registro de huéspedes.		

La recepción cuenta con suficiente espacio para interactuar de forma activa con los huéspedes, cumpliendo con la capacidad de aforo establecida por la autoridad competente.	
En su publicidad, indica si las tarifas incluyen el desayuno y los impuestos establecidos.	
Los colaboradores están capacitados para brindar todo tipo de información que el huésped requiera	
Si el establecimiento se encuentra en la sierra cuenta con un balón de oxígeno a disposición del huésped por la altura	
Muestra el libro de reclamaciones en un lugar visible, cumpliendo con las normas legales vigentes.	
Cuentan con caja de seguridad, por lo menos en recepción.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.01. Gestión del servicio Reservas y Recepción

Es un área de suma relevancia para el establecimiento de hospedaje, pues se halla en continuo contacto con el huésped desde la reservación hasta la despedida y facturación. De tal manera, que tienen una serie de moments of truth (momentos de la verdad) frente al mismo. Es importante mencionar que el “Manual de Buenas Prácticas para la atención de Clientes dirigido al personal de contacto” brinda conceptos y herramientas fundamentales para esta área (Micentur, 2011)

Tabla N° 33
Reservas y Disponibilidad

Buenas Practicas	Si	No
Cuentan con un folder del cliente, donde se documenta su solicitud.		
<p>Ha implementado las formas siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de reservación: formulario completo y conciso para obtener información uniforme de cualquier cliente. Realizado el pago del primer día, se le colocará el visto de “Reserva confirmada”. • Cambio de reservación: formulario donde se especifica cuál es el cambio y observaciones. • Reservación cancelada: formulario en el cual se registra la cancelación y observaciones. 		
Revisa las reservas, verificando la disponibilidad de la fecha solicitada en el cuadro o registro correspondiente, llenando dichos formularios y bloqueando la(s) habitación(es).		
Ha establecido el tiempo de respuesta a cualquier solicitud (se recomienda que no sea mayor a las 24 horas).		
La confirmación y/o cambio de reserva es comunicada inmediatamente al cliente		
Las reservas canceladas se registran en el formulario, se archivan y se desbloquea la habitación.		
Comunica al cliente cuando desee modificar su reserva, la cual estará sujeta a la disponibilidad de habitaciones.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.02 Recepción

Tabla N° 34
Atención telefónica

Buenas Practicas	Si	No
Brinda atención telefónica las 24 horas al día en recepción. Considere que es una herramienta de información y de venta relevante.		
Responde el teléfono máximo al tercer timbre, iniciando con un saludo e indicando el nombre de la Hostería y de la persona. Por ejemplo: "Buenos días, Hostería TerraNobles. Lo atiende Luis". En caso de no contar con personal durante la madrugada, programa el sistema de contestador automático.		
Registra y anota cada llamada, detalla la solicitud u observación, lo cual permite que siempre informado sobre lo acontecido en recepción.		
Cuenta con los datos generales del establecimiento a disposición del responsable de la recepción: Ficha técnica, N° Cuenta Corriente; un directorio de atractivos y proveedores de otros servicios turísticos (restaurantes, cafés, agencias de viajes y turismo, entre otros).		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N°35
Registro de entrada

Buenas Practicas	Si	No
Invita amablemente al huésped que llene el Registro con sus datos personales. El recepcionista observa cuidadosamente		

que haya completado la información correspondiente en el registro.	
Facilita el proceso de check-in (Ingreso) usando pre-registros los cuales incluyen la información del huésped ya proporciona, siempre y cuando el huésped haya hecho la reservación con antelación. A la llegada del huésped, solamente se le solicita la verificación de sus datos y su respectiva firma.	
Registrar el ingreso de cada huésped	
Comunica al huésped sobre horarios de atención de los servicios del hospedaje y si está ocurriendo alguna circunstancia inhabitual como remodelaciones, limitaciones de servicios, entre otros	
Contar con una persona responsable , que se encargue del equipaje y llevar a la habitación al huésped	
El acompañante está entrenado y capacitado para abrir la puerta, verificar que todo se encuentre en orden, mostrar la ubicación y funcionamiento de los equipos y entregar la llave de la habitación.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 36

Atención durante la estadía

Buenas Practicas	Si	No
Los colaboradores están entrenados para atender al huésped, brindándole asesoramiento, recomendaciones y ayudándolo a resolverlos problemas e inquietudes que tenga		

<p>Cuenta con información actualizada sobre atractivos o lugares de interés sobre la localidad o destino turístico, actividades culturales, entretenimiento, al igual que, servicios adicionales tales como: envío postal, alquiler de carros, centros de salud cercanos, entre otros</p>	
<p>Los colaboradores que tienen contacto con el huésped, están capacitados para un manejo adecuado de quejas y/o reclamos según las normas establecidas por la administración. Saben cómo actuar en tal caso o a quién derivarla atención.</p>	
<p>Se motiva al huésped para que complete las cartillas de sugerencias y/o encuestas de satisfacción destacando su importancia para mejorar el servicio</p>	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 37
Facturación y Despedida

Buenas Practicas	Si	No
<p>Los comprobantes de pago cuentan con un diseño de fácil comprensión para el huésped, donde se identifica a simple vista el nombre de la empresa, el número de su estadía y los consumos adicionales. Se recomienda que en la parte inferior se agradezca al huésped por su visita y se le invite a retornar cuando desee.</p>		
<p>Se prepara la facturación con la debida anticipación y preferentemente una noche antes de la salida del huésped para evitar demoras</p>		

Consulta con anticipación cuál será la forma de pago del huésped (en efectivo o con tarjeta de crédito).	
Cuentan con un responsable para revisar la habitación, mientras el huésped verifica su factura, de tal manera que si el huésped ha olvidado algún objeto, éste puede ser entregado antes de su partida.	
Se agradece al huésped su preferencia y se le desea una feliz estancia o buen viaje de retorno.	
Desbloquea en forma inmediata la habitación, mediante el sistema informático o en forma manual y se coordina con Housekeeping para la limpieza y arreglo de la misma.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 38
Lobby

Buenas Practicas	Si	No
Cuenta con sillas/muebles y una mesa central para el descanso del huésped.		
La decoración y confort general, guarda coherencia con el estilo decorativo del hospedaje. Preocúpese por los detalles como contar con bebidas o pequeños dulces tradicionales con una breve explicación a disposición del huésped.		
Cuenta con buena iluminación. Se recomienda utilizar lámparas o focos que brinden una iluminación cálida		
El aroma es agradable, sin evidenciar olores que molesten al huésped. Se recomienda comprar ambientadores.		

Coloca revistas/periódicos del día en la mesa de centro del lobby para que los huéspedes puedan mantenerse informados sobre los acontecimientos de la localidad	
Cuenta con señaléticas de ruta de evacuación y equipos para garantizar la seguridad del huésped, cumpliendo con las disposiciones legales vigentes	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 39
Áreas comunes

Buenas Practicas	Si	No
Las áreas se encuentran decoradas manteniendo un mismo estilo decorativo. Se recomienda colocar cuadros pequeños, tal vez espejos para una mejor iluminación de los ambientes, muebles y objetos decorativos, de acuerdo al contexto del establecimiento, evitando siempre sobrecargarlos.		
Las áreas se hallan libres de ruido, transmiten tranquilidad al huésped en toda la edificación		
Si cuenta con azotea o patios, áreas verdes dispuestas para el huésped, están acondicionadas para satisfacer sus necesidades.		
Los baños de uso público se encuentran limpios, desinfectados, ventilados, y en buen estado.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.03 Habitaciones

Tabla N° 40
Habitaciones

Buenas Practicas	SI	No
Las habitaciones están señalizadas. Cuenta con letreros que permitan ubicarlas fácilmente desde la recepción.		
La señalización guarda concordancia con el estilo decorativo del hospedaje.		
Las cerraduras brindan seguridad. Se debe tener presente que la seguridad del huésped y de sus pertenencias es uno de los principales motivos por los cuales lo seleccionarán.		
Las camas son confortables y resistentes. Cuide que al ser usados no produzcan ruidos.		
Mantiene un patrón común en los blancos. Se recomienda sábanas blancas		
Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del huésped, tales como closet o guardarropas con colgadores, tomacorrientes, velador, lámpara de noche, una mesita que sirva como escritorio/desayunador.		
Cuenta con buena iluminación, genera un ambiente cálido		
La decoración es agradable, cálida, con personalidad. Trate de usar material de la zona. No sobrecargue las paredes.		
Cuenta con un reglamento interno actualizado en cada habitación. Colóquelo siempre detrás de la puerta de la habitación.		

Las ventanas son herméticas. Recuerden que existen productos económicos que impiden la filtración de aire, el polvo y ruido, ejemplo: silicona, caucho, etc	
Cuentan con cortinas que cumplan su función: impedir el paso de luz	
Se cuenta con agua caliente en ducha las 24 horas. Recuerde que éste es un estándar internacional exigido por el turista aún en zonas muy cálida	
Cuenta con cartilla informativa de los servicios del establecimiento, en la que se indican las instrucciones de uso y seguridad de la habitación, así como, los horarios de alimentación, precios de servicios adicionales, entre otros	
En general las habitaciones se mantienen limpias y en perfecto estado de conservación y mantenimiento.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 41
Baños

Buenas Practicas	Si	No
Cuenta con implementos básicos: ducha o tina, inodoro, lavatorio, cortina, espejo, toma corriente, toallas (de baño grande y pequeño), jabón, papel higiénico, porta toallas, vaso higienizado y con bolsa plástica, papelera, piso de baño, en buen estado de funcionamiento y conservación.		
Se ofrecen amenities. Considérelo como un valor agregado; utiliza productos como, shampoo, acondicionador, jabón, botellas de agua. Incluye embaces el logo de la empresa.		

No existe olor desagradable, invierta en productos aromáticos.	
En general los baños se mantienen limpios y en perfecto estado de conservación y mantenimiento.	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Tabla N° 42
Almacén de pisos

Buenas practicas	Si	No
Cuenta con almacén destinado para blancos e insumos de limpieza, el cual dispone de equipamiento básico (estantes y kardex), y se encuentra ordenado y limpio.		
Mantiene un orden en el almacén a través del uso de kardex.		
Monitorea el estado de su almacén, lo cual le permite calcular el momento de reposición de los utensilios e insumos de limpieza.		
Los equipos, máquinas y utensilios de limpieza están ordenados y limpios. Mantiene el buen estado de los mismos después de cada uso.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.04 Lavandería y Ropería

Área del lavado y planchado de la ropa del establecimiento y del huésped.

Tabla N° 43
Lavandería y Ropería

Buenas Prácticas	Si	No
Se efectúa el cuidado, lavado, planchado y doblado de la ropa del establecimiento y de los Huéspedes.		
Se lleva un control permanente del proceso de lavado de ropa del huésped y ropa de la Hostería		
Se almacena toda la ropa del establecimiento de manera correcta, ubicándola con el lomo hacia afuera para facilitar su conteo y manipulación. Se sugiere realizar un control periódico de la calidad de todas las prendas.		
Cuenta con un inventario de toda la ropa que se tenga en ropería, debiéndose anotar ropa que Ingresas y ropa que sale.		
Toda la ropa se encuentra en buenas condiciones y cuando está muy maltratada se da de baja, previa autorización de la administración.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.05 Proceso de soporte

El proceso de soporte es el encargado de los alimentos y bebidas, mantenimiento y seguridad de la Hostería.

5.02.06.06 Alimentos y Bebidas

En los establecimientos de hospedaje, por lo general, el área de Alimentos y Bebidas suele centrarse básicamente en la preparación del desayuno, ya que eso está incluido en la tarifa de alojamiento en la mayoría de los casos. Por ello, deben de considerar las siguientes recomendaciones:

Tabla N° 44
Alimentos y bebidas

Buenas Prácticas	Si	No
Cuenta con un inventario de insumos, el cual es actualizado y revisado constantemente.		
Se incentiva el uso de platos tradicionales.		
La preparación de alimentos cumple los requisitos de sanidad vigentes.		
En general se ha identificado y establecido procesos para la gestión y organización del servicio del desayuno o de las comidas.		
Se organiza oportunamente el montaje que incluye : mantelería, menaje y otros elementos de soporte		
El mozo o azafata se encuentra a disposición de los comensales. Está muy atento a cualquier solicitud y detecta anticipadamente las posibles necesidades de los mismos.		
Se realiza un apropiado lavado y desinfección de equipos estacionarios, y vajilla tales como, Cubiertos y vasos		
El horario de finalización de atención y prestación de los servicios de alimentación es flexible para satisfacer al huésped. Una vez cerrada la cocina, se levanta la vajilla utilizada para proceder a su lavado y despejar el área.		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.06.07 Mantenimiento y Seguridad

Tabla N° 45
Mantenimiento y Seguridad

Buenas Prácticas	Si	No
Se efectúa un mantenimiento preventivo y correctivo de todas las máquinas, equipos e infraestructura del establecimiento.		
Al observar cualquier desperfecto, se comunica efectivamente al personal de las distintas áreas.		
Cuenta con un registro actualizado de las averías o incidencias especificando fecha de Detección y de reparación.		
Cuenta con un plan de evacuación y emergencias que considera la organización de los materiales y equipos disponibles		
Se ha difundido y concientizado a los colaboradores sobre las normas legales de Defensa Civil y de seguridad tanto interna como externa del establecimiento.		
Cuenta con un manual informativo que contiene en forma gráfica el circuito de seguridad, las entradas y salidas de emergencia		
Registra los objetos olvidados por los huéspedes		
Se comunica directamente con los huéspedes para la devolución de objetos		

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.07. Competencias de los colaboradores internos

Son la imagen del establecimiento, por ello deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

Tabla N° 46
Colaboradores
internos

Buenas Prácticas	Si	No
<p>Los colaboradores se encuentran uniformados, bien presentados y correctamente aseados, recuerde que el aseo personal va acompañado de vestir perfectamente el uniforme, el cual debe de estar siempre limpio y planchado. En el caso de las damas, llevan el cabello recogido y usan maquillaje discreto, mínimas joyas (solo aretes y reloj) y perfume (se recomienda las colonias cítricas). Los caballeros están bien peinados y afeitados. Se sugiere proporcionar una placa, o distribuir a cada colaborador su nombre, como parte del uniforme buscando crear una relación más cercana con el huésped.</p>		
<p>Los colaboradores guardan perfecta compostura durante la jornada laboral, lo que significa: no fumar, no comer, no masticar chicle, no gritar, no tocarse el rostro, no comerse las uñas, ni consumir alimentos o bebidas frente a los huéspedes, conservar una postura corporal apropiada, entre otros.</p>		

<p>Los colaboradores demuestran una actitud positiva siempre y ante toda situación. Están capacitados para ayudar al huésped, mostrando una excelente predisposición, proporcionan respuestas con amabilidad utilizando: palabras de cortesía y evitando monosílabos (sí, no sé, no hay, etc.), un tono de voz más adecuado y sonriendo. Los colaboradores tienen conocimiento no sólo de la empresa sino también de los servicios que se ofrecen en el destino, como atractivos turísticos, horario de apertura de los bancos, eventos sociales, etc.</p>	
<p>Se ha establecido como política del establecimiento, el trabajo en equipo, lo que permite que cada colaborador conozca y valore su trabajo y el de sus compañeros.</p>	
<p>Se han identificado las funciones de cada puesto de trabajo. El personal es capacitado para desarrollar su función por lo menos una vez al año. Por ejemplo si el establecimiento tiene como cliente principal al turista extranjero, es fundamental el dominio del idioma inglés en nivel intermedio como requisito mínimo.</p>	
<p>Los colaboradores están comprometidos con su trabajo y con el establecimiento. Buscan mejorar sus labores constantemente, informan a sus colegas sobre cualquier incidencia o tarea pendiente.</p>	
<p>Los colaboradores son puntuales y respetan los horarios de entrada, salida y refrigerio establecidos.</p>	
<p>Conocen los ambientes y servicios que brinda el establecimiento. Al ser cada uno representantes de la empresa, conocen la información general del hospedaje: el número de habitaciones, los servicios adicionales, horarios de servicio, etc. estando siempre dispuestos proporcionársela al huésped si la solicita; sin embargo recordando que en caso de tarifas, es información</p>	

<p>confidencial que maneja sólo Administración y Reservas.</p>	
<p>Cada colaborador planifica y prioriza el cumplimiento de sus obligaciones. Trabaja con orden para facilitar a su emplazo, según turno, la continuidad a las labores del área.</p>	

Fuente: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.08 Medición de calidad

Es importante medir la calidad del servicio que están prestando los colaboradores internos hacia los clientes, para verificar las falencias y tomar las medidas correctivas necesarias. Mediante las buenas prácticas de servicio se verificará si los estándares planteados se están alcanzando.

Se recomienda al administrador que realice una evaluación interna de buenas prácticas por cada área de la hostería, esta auditoría interna facilita conocer las áreas que necesitan atender.

Medir la calidad de servicio, mediante encuestas a los clientes para saber el nivel de satisfacción o insatisfacción por el servicio prestado en el establecimiento.

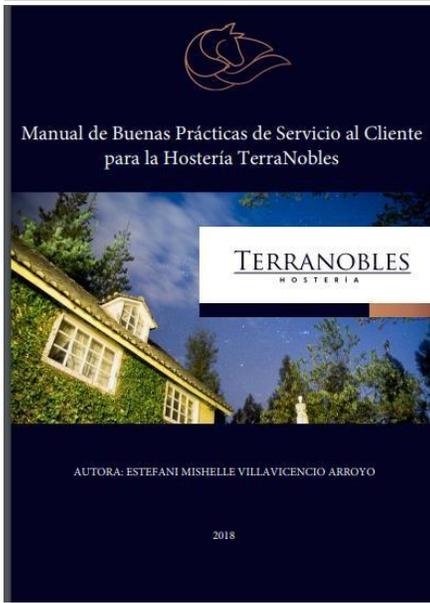


Figura 25

Elaborado por: Estefany Villavicencio

MANUAL DE BUENAS PRACTICAS DE SERVICIO

Contenido

1. Introducción	3
MISION	4
VISION	4
Objetivo General	4
Objetivos Especificos	4
3. Establecimiento de Hospedaje como Sistema	5
3.1. Identificación y análisis del cliente	6
3.1.1. Cliente directo	6
4. Calidad para la optimización del servicio	7
4.1. Principios básicos de un sistema de calidad	8
4.2. Beneficios para la organización al aplicar un sistema de calidad	11
5. Buenas Prácticas para la gestión de calidad	12
5.1. Estructura y organización	13
5.2. Diseño del servicio	14
5.3. Recomendaciones de buenas prácticas	15
5.3.1 Proceso estratégico	15
5.3.2 Proceso principal	17
5.3.3 Proceso de soporte	31
5.3.4 Competencias de los colaboradores internos	33
5.4. Medición de calidad	35
Conclusiones	36
Recomendaciones	36

Autora: Estefani Villavicencio A. 2

Figura 26

Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 27

Elaborado por: Estefany Villavicencio



ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.



Figura 28

Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 29

Elaborado por: Estefany Villavicencio

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.

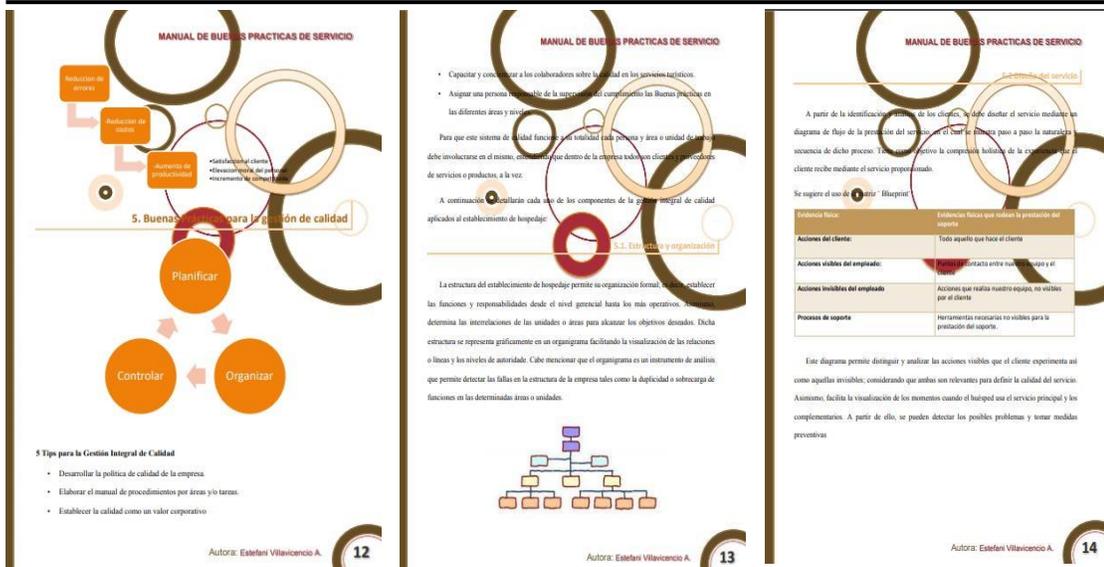


Figura 30

Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 31

Elaborado por: Estefany Villavicencio

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.



Figura 32

Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 33

Elaborado por: Estefany Villavicencio

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.



Figura 34

Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 35

Elaborado por: Estefany Villavicencio

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.



Figura 36
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Figura 37
Elaborado por: Estefany Villavicencio

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.

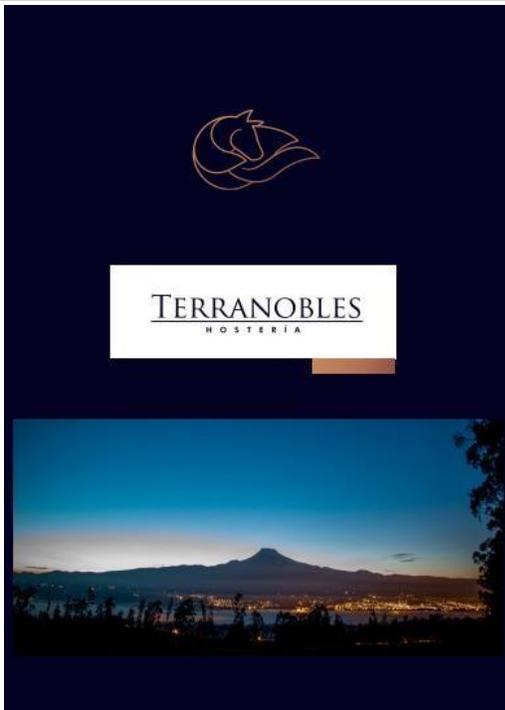


Figura 38
Elaborado por: Estefany Villavicencio

5.02.09. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.

MISIÓN

Capacitar a los colaboradores internos de la hostería para brindar un servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes con el fin de llegar a ser una de las mejores hosterías a nivel regional con la mejor atención al cliente.

VISIÓN

Con la implementación y aplicación del manual de buenas prácticas de servicios, en la hostería TerraNobles se pretende elevar los estándares de calidad, estandarizar procesos

administrativos y operativos y de esta manera resultare un incremento de demanda turística.

Objetivo General

El objetivo general del manual de buenas prácticas es que conozcan y apliquen esta herramienta que les permitan a los colaboradores internos establecer un programa de calidad en la hostería, conociendo nuevas técnicas de servicio, medir su desempeño y buscar la mejora continua en sus procesos de atención al cliente. Contribuyendo a que los clientes queden satisfechos con el servicio brindado y puedan recomendar a sus conocidos sobre la hostería y que en su mente quede impregnada una buena imagen sobre el lugar en el que se hospedaron.

Objetivos Específicos

- Orientar a la hostería en las buenas prácticas de servicio al cliente que contribuye a la mejora continua, aplicando parámetros de calidad en cuanto a la prestación de servicio.
- Sugerir la aplicación del manual a los colaboradores internos para mejorar la atención al cliente y contar con la fidelización de los clientes.
- Crear un producto turístico que contribuya a satisfacer las necesidades insatisfechas de los turistas que visitan la hostería.

CAPÍTULO VI

6.00 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Tabla 47
Recursos Materiales

Libros
Computadora
Encuestas
Manuales
Oficios
Facturas
Proformas

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

Los recursos materiales que fueron utilizados para el desarrollo del proyecto fueron libros, revistas, manuales que nos sirvió para recopilar información acerca del tema propuesto, la computadora para la elaboración del manual y las encuestas que se les hizo a los clientes para saber el grado de insatisfacción por el servicio que brinda la hostería.

6.01.02 Recursos Tecnológicos

Tabla 48
Recursos Tecnológicos

Laptop
Impresora
Copiadora
Flash memory
Cámara digital
Escaneadora
Internet

Elaborado por Estefany Villavicencio

Análisis:

Se utilizó la tecnología para recopilar información sobre el tema. El desarrollo del manual se realizó en laptop, la flash memory, la impresora, sirvió para guardar e imprimir la tesis, el internet sirvió para la recopilación de información y la elaboración y difusión de las encuestas mediante los correos electrónicos y whatsapp, la cámara para tomar fotografías de la hostería, el infocus y el cable hdmi servirá para la defensa de la tesis. La tecnología es la base fundamental en la elaboración de un proyecto investigativo ya que es un medio del cual se obtiene información compleja.

6.01.03 Recursos Humanos

Tabla 49
Talento humano

Talento Humano	
Nombre	Función
Srta. Estefany Villavicencio	Investigador
Ing. Jorge Vizuite	Tutor
MSC. Esteban Campos	Lector
Sr. Luis Farinango	Administrador

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

En esta tabla podemos observar el talento humano que colaboro para la elaboración del presente proyecto, el investigador que realiza el proyecto, el tutor quien guía al investigador, el lector quien revisará el proyecto y dará su opinión y el administrador quien ayudo con la información acerca del lugar. Todos estos recursos humanos son muy importantes para la obtención de una buena investigación.

6.02 Presupuesto

6.02.01 Presupuesto de Formulación

Análisis:

Esta tabla muestra los gastos que se realizaron para la elaboración del manual, aquí se puede apreciar detalladamente. El empastado, impresiones y anillados de los dos borradores, la cantidad de hojas que se utilizó, el CD personalizado con el nombre del instituto, el tema del proyecto y el nombre del investigador para la presentación de la tesis.

Un gasto indispensable fue la movilización y alimentación para hacer la investigación de campo de la hostería y para realizar las encuestas. (Revisar tabla 51).

Tabla 50
Presupuesto de Elaboración de la propuesta

Presupuesto de elaboración del proyecto	
Gastos	Total en \$
Impresión de tesis	\$ 26.75
Empastado	\$ 10.00
Impresión de los dos borradores	\$ 20.00
Anillados de los dos borradores	\$ 6.00
CD' S Video	\$ 2.00
Movilización	\$20.00
Alimentación	\$10.00
TOTAL	\$94.75

Elaborado por: Estefany Villavicencio

6.02.02 Presupuesto de Aplicación

Tabla 51
Presupuesto de elaboración de la tesis

Presupuesto de aplicación de la propuesta	
Gastos	Total en \$
Diseño de manual	\$50
Impresión del manual	\$52
Anillado del manual	\$18
Subtotal	\$160

Elaborado por: Estefany Villavicencio

Análisis:

Para que se realice la aplicación de la propuesta se requiere de varios gastos que son \$50 por el diseño del manual \$52 para la impresión del manual y \$18 en anillado del manual, con un total de \$160.

6.03 Cronograma de Actividades

Tabla 52
Cronograma de Actividades

Actividades	16-oct	27-oct	30-oct	01-nov	06-nov	05-dic	06-dic	19-ene	22-feb	30-mar	02-abr	27-abr	30-abr	04-may	07-may	11-may	14-may	18-may	21-may	25-may	28-may	01-jun	04-jun	08-jun	11-jun	15-jun	
Designación de tutor y lector	■	■																									
Revisión del tema			■	■																							
Presentación 30% avances					■	■																					
Presentación 60% avances							■	■																			
Entrega del borrador 100% terminado y revisión por sistema urkund								■	■																		
Entrega de acta de empastado y proceso de firmas por departamento										■	■																
Entrega empastado y proceso de firmas											■	■															
Entrega del acta por carrera														■	■												
Empastado																■	■										
Preparación y designación de tribunales																		■	■								
Horarios Sustentaciones																					■	■					

CAPÍTULO VII

7.00 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- En la actualidad la mayoría de establecimientos de hospedaje carecen del conocimiento para poseer un manual de buenas prácticas de servicio al cliente, por lo tanto, desconocen varios procesos que implica brindar un servicio de calidad.
- Los colaboradores internos deberán aprovechar de esta herramienta para capacitarse cumpliendo con las expectativas de los clientes y así satisfacer sus necesidades de esta manera aumentará la afluencia de los clientes en el lugar.
- Un reclamo no significa que una empresa tenga mal servicio al contrario, el reclamo significa que el cliente ha tenido la confianza para acercarse y permitir solventar una insatisfacción, representa una oportunidad de mejora.

7.02 Recomendaciones

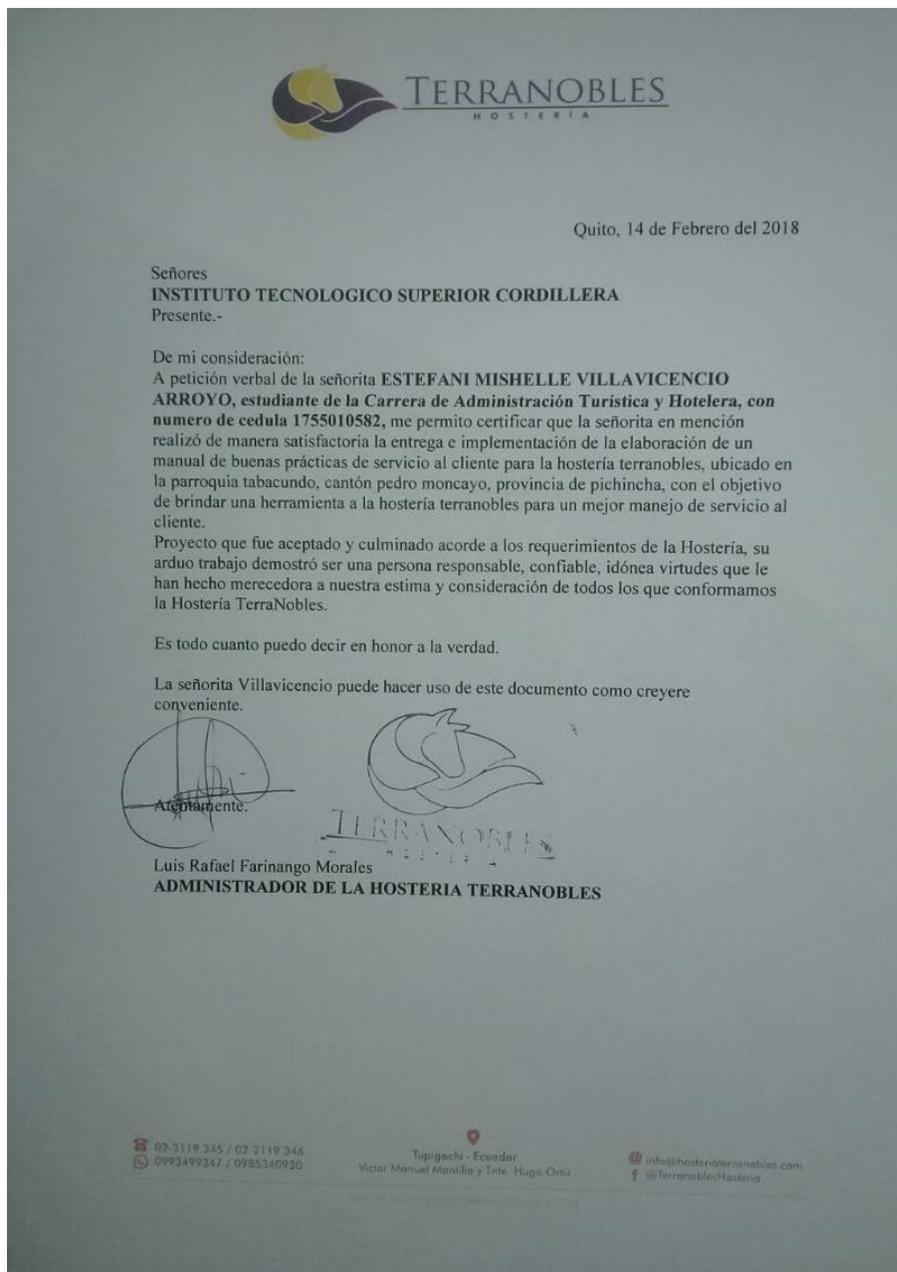
- Las autoridades de la Hostería deben contar con un buen proceso de reclutamiento que permita la selección de recurso humano idóneo que permita el

cumplimiento de los procesos y requerimientos del servicio al cliente a nivel externo como interno.

- Para que el manual de buenas prácticas contribuya con el mejoramiento del servicio al cliente, los colaboradores internos deben estar completamente comprometidos con los objetivos y procesos de esta herramienta.
- El administrador debería evaluar a los clientes para saber el grado de satisfacción o insatisfacción sobre el servicio prestado en la hostería.
- El administrador deberá evaluar a los clientes sobre el servicio prestado en la hostería.

ANEXOS

Anexo N.1 Carta de Auspicio de la hostería TerraNobles



ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERIA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Proyecto Estefany Villavicencio (original) (2) (3).pdf (D36994985)
Submitted: 3/27/2018 5:44:00 AM
Submitted By: stephane181@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

Trabajo-de-Titulacion-MAPM.FINALdocx..pdf (D30320808)
PROYECTO GUZMAN.pdf (D19772800)
Ronny Marquez.pdf (D23216327)
1-7 tesis.pdf (D19597093)
DIANA ZAMBRANO.pdf (D23216336)

Instances where selected sources appear:

23



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación, se AUTORIZA realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **VILLAVICENCIO ARROYO ESTEFANI MISHELLE**, portador de la cédula de identidad No. 1755010582 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 19 de abril del 2018



10 MAY 2018

8,95 ABS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS



Sra. Mariela Balseca
CAJA

26 ABR 2018

VISTO FINANCIERO



CONSEJO DE CARRERA

Adm. Turística y Hotelera
Lcda. Marlene Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Turística y Hotelera

Ing. Frikizia Mendoza J.
DIRECTORA DE CARRERA



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



10 MAY 2018

Verónica Lara

Ing. Verónica Lara
SECRETARIA ACADÉMICA

Anexo N.2 Encuesta

El propósito de esta encuesta es medir el nivel de satisfacción de la hostería TerraNobles con el objetivo de implementar un manual de buenas prácticas para capacitar a los colaboradores internos

Genero

Masculino

Femenino

Edad _____

Nacionalidad _____

Nivel de educación

Primaria Secundaria Estudios superiores Otros

1.- ¿Tiene conocimiento de donde se encuentra ubicada la Hostería TerraNobles?

Si

No

2.- ¿Con que frecuencia usted ha ocupado los servicios de la Hostería TerraNobles?

Semanal

Diario

Mensual

Semestral

Anual

3.- ¿Cuál fue su nivel de satisfacción al usar los servicios de la Hostería TerraNobles?

Insatisfactorio

Medianamente insatisfactorio

Satisfactorio

Altamente satisfactorio

4.- ¿Cree usted que el personal de la Hostería TerraNobles está capacitado correctamente y le brinda un servicio de calidad

Si

No

5.- ¿Cree que es necesario que los colaboradores internos necesiten capacitarse en nuevas tendencias de servicio al cliente?

Si

No

6.- ¿Con la capacitación a los colaboradores cree que la hostería incrementaría la afluencia de clientes?

Si

No

7.- ¿Estaría de acuerdo que se implementara un registro de satisfacción para evaluación del servicio brindado en la hostería?

Si

No

8.- ¿En qué aspectos cree que se debería capacitar al personal?

Servicio

Imagen

Nuevas tendencias en atención al cliente

Inteligencia emocional

9.- ¿Si los servicios de la hostería mejorarían considerablemente estaría dispuesto a recomendar este lugar?

Si

No

10.- ¿Cree que es importante crear una herramienta como manual de buenas prácticas de servicio para que sea difundido al colaborador interno de la hostería o en un futuro replicar la información a otras hosterías?

Si

N

Anexo N. 3 Proformas

SYS.TXT

R.U.C. 171030841000
Na

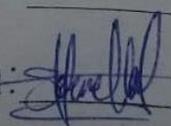
FECHA: 15/03/2018
ATENDIDO POR:
CLIENTE: Estefany Chavarro
TELF: _____

DIR. ULLOLA Y CARRION
TELF: 2903502
CEL. 0998397554- 0990208794

Cant.	Detalle	P. Un.	P.Total
	Impresion Manual		\$ 50.00
	CD		\$ 2.00
	Impresion Borradores.		\$ 10.00
	Empastado		\$ 10.00
	Impresion Tesis.		\$ 10.70
	Anillado Manual		\$ 18.00

ABONO: _____ total: 100.70

CONDICIONES
La recepción se realiza en el plazo de 72 horas de ingreso del equipo, pudiendo ser postergada, de acuerdo al diagnóstico técnico.
En dicho caso, el taller se responsabiliza de informar al usuario el tiempo estimado para la reparación.
El costo del diagnóstico es de 15 uds, acepta o no acepta la reparación.
El tiempo máximo que el equipo reparado puede permanecer en el dept. técnico es de 60 días máximo.
En caso de no ser retirado el equipo 90 días plazo se procede a retirar el equipo sin realizar presencia alguna por parte del cliente.

Firma: 

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA HOSTERÍA TERRANOBLES, UBICADO EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, CON EL OBJETIVO DE BRINDAR UNA HERRAMIENTA A LA HOSTERÍA TERRANOBLES PARA UN MEJOR MANEJO DE SERVICIO AL CLIENTE.

Anexo N. 4 Fotos



Nombre: Entrada la Hostería
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Entrada la Hostería
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Ingreso a la Hostería
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Recepción
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Interior de la Recepción
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Recepción
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Ingreso al Restaurante
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Patio del Restaurante
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Salón del Restaurante
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Cocina del Restaurante
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Habitación
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Habitación
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Entrada Habitación
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Cama
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Cocina
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Chimenea
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Ducha
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Baño
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Sala de descanso
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Sala de descanso
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Salón de eventos
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Ingreso salón de eventos
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Salón
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Cocina
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Habitación
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Habitación
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Baño
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Vista cancha de futbol
Elaborado por: Estefany Villavicencio

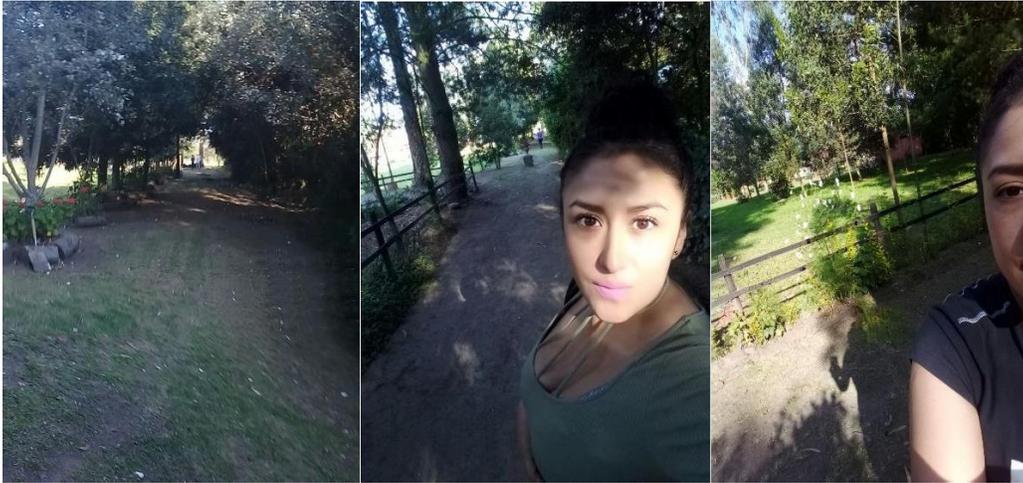


Nombre: Sala de descanso
Elaborado por: Estefany Villavicencio

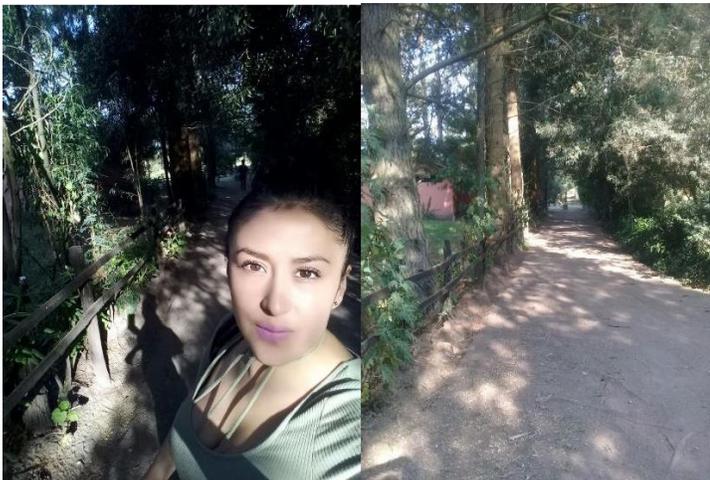


Nombre: Chimenea
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Anexo N° 3 Senderos



Nombre: Senderos
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Senderos
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Vista panorámica
Elaborado por: Estefany Villavicencio

Anexo N° 4 Áreas verdes



Nombre: Áreas Verdes
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Áreas Verdes
Elaborado por: Estefany Villavicencio



Nombre: Áreas Verdes
Elaborado por: Estefany Villavicencio

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrioso, S. (2009). *Organigrama*. Argentina: El Cid Editor .
- Arenas, A. (2009). *Sistema de gestión de calidad según ISO-9000*.
- Baez, S. (2005). *Hotelería*.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2000). *Administración y control de calidad*.
- Franklin, B. (2009). *Organización de empresas*. Madrid: McGraw Hill.
- Gomez, F. (2002). *Seis Sigma* .
- Pola, A. (2009). *Gestión de calidad* .
- Supervisión, V. C. (2012). *Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimiento de Hospedaje*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Auditool. (05 de Septiembre de 2011). *AUDITOOL*. Recuperado el 20 de febrero de 2018, de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/824-eficacia-y-eficiencia>
- Busca Palabras*. (2017). Obtenido de <https://www.buscapalabra.com/definiciones.html?palabra=hoster%C3%ADas>
- AZORIN, F. (1970). *Curso de Muestreo y Aplicaciones*. Caracas: Instituto de Investigaciones Económicas, Dirección de Publicaciones.
- Chiavenato., I. (2009). *Idalberto Chiavenato*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Desconocido. (2013). *CONCEPTOS BÁSICOS DE SERVICIO AL CLIENTE*. Obtenido de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf
- Enciclopedia Virtual. (s.f.). *Eumed.net*. Recuperado el 20 de febrero de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/poblacion.html>
- Gardey, J. P. (2010). *Definición de manual de usuario* . Recuperado el 2010, de <https://definicion.de/manual-de-usuario/>
- Paso, F. D. (19 de Septiembre de 2016). *Promonegocios.net*. Recuperado el 20 de febrero de 2018, de <https://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>
- Venemedia. (1 de febrero de 2013). *Concepto Definición*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/capacitacion/>

