

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



ESCUELA DE INGENIERIA EN TURISMO

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

"DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA EL HOTEL MALENY INN. DE LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA".

AUTOR

JOSÉ IVÁN CADENA QUISHPE

DIRECTORA DE TESIS

Lic. LORENA PAREDES ANDRADE

Puyo - Pastaza - Ecuador

2013

PRESENTACIÓN DEL TEMA

"DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA EL HOTEL MALENY INN. DE LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA"

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

MSc. Lineth Fernández S.

MSc. Geovani Espín O.

MSc. Christian Rivera G.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios que me ha guiado no solo en este trabajo, sino a lo largo de toda mi vida.

A mis padres y hermanos que siempre me han dado palabras de aliento para poder sobresalir, han sabido darme apoyo en todo momento con sacrificios, para que el camino no sea tan duro, gracias a ellos por mi formación.

A mi tutora de tesis la Licenciada Lorena Paredes, que me entrego todo su apoyo, tiempo, paciencia y conocimientos para culminar este trabajo.

A mis antiguos profesores y compañeros de aula que compartimos muchos momentos de alegría, tristezas y experiencias inolvidables para toda mi vida.

Y mi mas profundo reconocimiento a todas aquellas personas que de alguna forma aportaron en mi formación y culminación de este trabajo.

DEDICATORIA:

Este proyecto va especialmente dirigido a mi Dios y Familia.

A mi Dios porque siempre a estado conmigo, cuidándome y dándome fuerzas para seguir superándome.

A mis queridos padres, Emilio Cadena y Olguita Quishpe, personas incondicionales que me han brindado ejemplos de vida importantes de lucha, amor, respeto, fe y esperanza

A mi hermana Janeth, Emilio y demás hermanos, que al igual que mis padres, siempre han mostrado interés y me han brindado el amor y apoyo incondicional, sea cual sea el momento de vida por el cual esté pasando.

A mi hija Nicol y mi esposa Verónica que me dio más fuerza para seguir adelante y cumplir mis metas.

A mis primos Ingrid Espín y Fabián Espín, que aportaron para estudiar y culminar mis estudios.

A mi sobrinita Arianita y demás seres queridos que siempre estuvieron conmigo de forma espiritual y que están en un lugar mejor felices y en paz.

RESPONSABILIDAD

En la calidad de autor del presente trabajo de investigación para la obtención del título de **INGENIERO EN TURISMO**, yo, José Iván Cadena Quishpe, expreso que el presente trabajo, enmarcado en el diseño de la investigación que presento como informe final es absolutamente original, auténtico y personal.

En tal virtud, me hago responsable de la autoría de esta investigación.

Sr. José Iván Cadena Quishpe.

C.I. 160023694-5

Autor

CONTENIDO

CAPÍTULO I	14
1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 TEMA.....	16
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo General.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	16
1.3 HIPÓTESIS.....	16
1.3.1 Hipótesis General.....	16
1.3.2 Hipótesis Especifica.....	16
CAPÍTULO II	17
2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	17
2.1 Definición de Proceso.....	17
2.1.1 Gestión por Procesos.....	17
2.1.2 Procesos Generadores de Valor.....	18
2.1.3 Manual de Procesos.....	18
2.1.4 Objetivos del Manual de Procesos.....	18
2.1.5 Características del Manual de Procesos.....	19
2.1.6 Contenido del Manual de Procesos.....	19
2.1.7 Instrumentos de Evaluación.....	20
2.1.8 La Administración.....	20
2.1.9 Gestión de calidad.....	20
2.2 Calidad en el servicio.....	20
2.2.1 Principios de Henry Fayol en la Administración.....	21
2.2.2 Concepto de Servicio.....	24
2.2.3 FODA.....	24
2.2.4 Plan.....	25
2.2.1 Direccionamiento Estratégico.....	25
2.2.6 Objetivos Organizacionales.....	26
2.2.7 Valores Organizacionales.....	26

2.2.8	Políticas Empresariales.....	26
2.2.9	Objetivos de la Gestión por Procesos.....	27
2.3	Elementos de un Proceso.....	27
2.3.1	Importancia de los Procesos.....	28
2.3.2	Clasificación de los Proceso.....	28
2.3.3	Jerarquía de los Procesos.....	29
2.3.4	Identificación de los Procesos.....	29
2.3.5	Procesos de Negocios.....	30
2.3.6	Mapa de Procesos.....	30
2.3.7	Inventario de Procesos.....	31
2.3.8	Descripción de los Procesos.....	31
2.3.9	Caracterización de los Procesos.....	31
2.4	Actividades de los Procesos.....	32
2.4.1	Business Process Modeling Notation (Bpmn).....	33
2.4.2	Simbología de Business Process Modeling Notation (Bpmn).....	34
2.4.3	Objetos de Flujo.....	35
2.4.4	Tipos de Tarea.....	36
2.4.5	Objetos de Conexión.....	37
2.4.6	Medición de los Procesos.....	37
2.4.7	Indicadores de Gestión.....	38
2.4.8	Metodología Formulación de los Indicadores deGestión.....	38
2.4.9	Diseñar la Medición.....	39
2.5	Formalización de los Indicadores.....	40
CAPÍTULO III.....		41
3. MATERIAL Y MÉTODOS.....		41
3.1.	Localización del Hotel.....	41
3.1.1	Ubicación del Hotel.....	42
3.1.2	Historia.....	42
3.2	Condiciones Meteorológicas.....	43
3.3	Materiales y Equipos.....	43
3.4	Factores de Estudio.....	44
3.5	Diseño de La Investigación.....	44

CAPÍTULO IV	47
4. RESULTADOS.....	47
4.1 Diagnóstico Situacional.....	47
4.1.1 Servicios que ofrece el hotel.....	47
4.1.2 Distribución de las Habitaciones.....	48
4.1.3 Infraestructura del establecimiento.....	49
4.1.5 Identificación de los Procesos de Gestión de Negocios del Hotel.....	50
4.1.5 Determinación de los Procesos Generadores de Valor.....	50
4.1.6 Análisis FODA.....	53
4.1.6.1 Elaboración de Estrategias.....	55
4.1.6.2 Planes de acción FODA.....	60
4.1.7 Análisis de la Demanda.....	60
4.1.7.1 Análisis de la Oferta.....	63
4.1.8 Aplicación de las Encuestas.....	68
4.2 Manual de Procesos.....	80
4.3 Diseño de Instrumentos de Evaluación.....	155
 CAPÍTULO V	 160
5. CONCLUSIONES.....	160
5.1 RECOMENDACIONES.....	162
6. RESUMEN.....	163
7. SUMMARY.....	164
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	165
9. ANEXOS.....	167

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Simbología de objetos de flujo.....	35
Cuadro 2	Símbolos de tipos de tareas.....	36
Cuadro 3	Objetos de conexión.....	37
Cuadro 4	Factores de estudio.....	44
Cuadro 5	Número de turistas que visitan el hotel.....	45
Cuadro 6	Infraestructura del establecimiento.....	49
Cuadro 7	Estrategia FO, Fortaleza vs. Oportunidades.....	55
Cuadro 8	Estrategia DO, Debilidades vs. Oportunidades.....	56
Cuadro 9	Estrategia FA, Fortaleza vs. Amenazas.....	57
Cuadro 10	Estrategia DA, Debilidades vs. Amenazas.....	58
Cuadro 11	Estrategia AO, Amenazas vs. Oportunidades.....	59
Cuadro 12	Tasa de Crecimiento Anual.....	60
Cuadro 13	Preferencias de Actividad de Turistas Nacionales.....	61
Cuadro 14	Ingreso de Turistas en los Feriados del Año 2010.....	62
Cuadro 15	Catastro Turístico de la Provincia de Pastaza2011.....	65
Cuadro 16	Manual de procesos del Hotel.....	80
Cuadro 17	Inventario de Procesos.....	110
Cuadro 18	Subproceso Atención al cliente.....	122
Cuadro 19	Subproceso Reservas.....	123
Cuadro 20	Subproceso Limpieza de Habitaciones.....	124
Cuadro 21	Subproceso Recepción.....	125
Cuadro 22	Proceso Facturación.....	126
Cuadro 23	Proceso Gestión Compras.....	125
Cuadro 24	Subproceso Cierre de caja.....	128
Cuadro 25	Subproceso Pago a Empleados.....	129
Cuadro 26	Subproceso Pago a Proveedores.....	130
Cuadro 27	Subproceso Reclutamiento y Selección del Personal.....	131
Cuadro 28	Proceso Lavandería.....	132
Cuadro 29	Tarifas de temporada baja.....	136
Cuadro 30	Tarifas de temporada alta.....	136
Cuadro 31	Registro del huésped.....	140

Cuadro 32 Hoja de control de reservas.....	141
Cuadro 33 Custodia de bien.....	142
Cuadro 34 Artículo olvidado.....	143
Cuadro 35 Buzón de Sugerencias.....	144
Cuadro 36 Cambio de habitación.....	145
Cuadro 37 Control asistencia de personal.....	147
Cuadro 38 Permiso de personal.....	148
Cuadro 39 Ticket de estacionamiento.....	148
Cuadro 40 Reporte camarera(o).....	149
Cuadro 41 Facturación lavandería.....	150
Cuadro 42 Check List recepción.....	151
Cuadro 43 Check List camarera.....	152
Cuadro 44 Resumen de indicadores.....	172

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1	Elementos del Proceso	27
Figura 2	Business Process Modeling Notación.....	33
Figura 3	Ubicación de la ciudad de Puyo en el mapa del Ecuador.....	42
Figura 4	Ubicación de las calles de la ciudad del Puyo.....	42
Figura 5	Ingreso de Turistas en los Feriados del Año 2012.....	62
Figura 6	Índice de Servicios y Atractivos Turísticos.....	63
Figura 7	Logotipo del Hotel.....	63
Figura 8	Organigrama estructural del Hotel.....	88
Figura 9	Propuesta del Mapa de Procesos del Hotel Maleny Inn.....	109
Figura 10	Diagrama de Flujo Proceso de Atención al Cliente.....	111
Figura 11	Diagrama de Flujo Proceso de Reservasiones.....	112
Figura 12	Diagrama de Flujo Proceso de Recepción - cambio de turno.....	113
Figura 13	Diagrama de Flujo Proceso de Limpieza de Habitaciones.....	114
Figura 14	Diagrama de Flujo Proceso de Facturación.....	115
Figura 15	Diagrama de Flujo Proceso de Gestión de Compras.....	116
Figura 16	Diagrama de Flujo Proceso de Cierre de Caja.....	117
Figura 17	Diagrama de Flujo Proceso de Pago a Empleados.....	118
Figura 18	Diagrama de Flujo Proceso de Pago a Proveedores.....	119
Figura 19	Diagrama de Flujo Proceso de Selección del Personal.....	120
Figura 20	Diagrama de Flujo Proceso de Lavandería.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución de habitaciones.....	48
Tabla 1	Género de turistas.....	68
Tabla 2	Edad de los turistas.....	69
Tabla 3	Actividad actual.....	70
Tabla 4	Nivel de estudios.....	71
Tabla 5	País.....	72
Tabla 6	Provincia.....	73
Tabla 7	Motivo de viaje.....	74
Tabla 8	Viaja acompañado.....	75
Tabla 9	Lo que más valora al elegir un hotel.....	76
Tabla 10	Conocimientos del hotel por medios.....	77
Tabla 11	Servicios que mejoraría.....	78
Tabla 12	Atención que recibió.....	79
Tabla 14	Registro y Control de habitaciones mensual.....	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Género de turistas.....	68
Gráfico 2	Edad de los turistas.....	69
Gráfico 3	Actividad actual.....	70
Gráfico 4	Nivel de estudios... ..	71
Gráfico 5	País.....	72
Gráfico 6	Provincia.....	73
Gráfico 7	Motivo de viaje.....	74
Gráfico 8	Viaja acompañado.....	75
Gráfico 9	Lo que más valora al elegir un hotel.....	76
Gráfico 10	Conocimientos del hotel por medios.....	77
Gráfico 11	Servicios que mejoraría.....	78
Gráfico 12	Atención que recibió.....	79

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La hotelería surge por la necesidad del hombre de viajar. Existen pruebas de largos viajes por mar y tierra desde hace miles de años. Los caminos utilizados para el tráfico intra Europeo hasta la edad media fueron las rutas utilizadas por el correo y los comerciantes en los tiempos antiguos. Aunque no hay referencia alguna de hoteles o posadas en esas rutas, debieron haber existido sitios favorables para detenerse a descansar, en donde había, que pudieron utilizarse durante generaciones.

De aquí se desprende la importancia de la hotelería, ya que se beneficia de los anteriores su segmentos de grupos pues evidentemente generan un volumen importante de negocios y es una fuente muy importante de ingresos por concepto de rentas de habitaciones, uso de salones, programas de alimentos y otras actividades que se realizan en los hoteles.

Hoy por hoy, cuando el visitante de negocios llega al hotel de su destino, espera encontrar una serie de elementos que le permitan desarrollar de la mejor y más fácil manera su trabajo: la primera es que el hotel esté en una buena ubicación dentro del área de influencia de su viaje; que tenga accesibilidad a internet; debe recibir la mejor atención en el servicio y sentirse con el mayor confort

La ciudad del Puyo, ubicada en el cantón Pastaza, provincia de Pastaza; se ha transformado en la ciudad de mayor crecimiento económico en los últimos cinco años, debido en gran medida a la sobredemanda de turistas nacionales y extranjeros, gracias a su gran biodiversidad de flora y fauna con sus

respectivos atractivos turísticos naturales y establecimientos hoteleros que cumplen con los requisitos legales pero al momento de prestar sus servicios no cumplen con las expectativas y bienestar del cliente.

Como resultado de este incremento se da la necesidad de implementar un plan de gestión por procesos, que le garantizará al establecimiento implementar la estrategia seleccionada con la que el establecimiento pueda generar una ventaja competitiva en el entorno en el que compete, para una mejora continua y calidad del servicio en el establecimiento.

1.1 TEMA

"DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA EL HOTEL MALENY INN. DE LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA"

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

- Diseñar un plan de gestión por procesos para el Hotel Maleny Inn. de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los procesos de gestión de negocios del Hotel Maleny Inn.
- Determinar los procesos generadores de valor del Hotel Maleny Inn.
- Proponer un manual por procesos de gestión de la calidad para el Hotel Maleny Inn, que contengan instrumentos de evaluación del servicio prestado.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1 Hipótesis General

- Al diseñar un plan de gestión por procesos se tendrán elementos para propiciar la toma de decisiones, que posibiliten la mejora continua y calidad del servicio prestado dentro del establecimiento.

1.3.2 Hipótesis Específicas

- Un plan de gestión por procesos permitirá plantear propuestas de mejora de procesos en el Hotel Maleny Inn.
- La gestión por procesos permitirá identificar cada proceso dentro del Hotel Maleny Inn.
- Un manual por procesos permitirá mejorar la gestión administrativa en el Hotel Maleny Inn.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 DEFINICIÓN DE PROCESO

Un proceso es una actividad o grupo de actividades que emplea un insumo, le agregue valor a este y suministra un producto a un cliente externo o interno.

Los procesos utilizan recursos de una organización para suministrar resultados definitivos.(Harrington, 1996)

Según (Duisberg, C & Gesellschaft E., 1996), mencionan que un proceso es la combinación de personas, información, máquinas y materiales a través de una serie de actividades conjuntas para producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades del cliente.

Para un mejor entendimiento un Proceso es una serie de actividades mutuamente relacionadas que convierten elementos de entrada en resultados de bienes o servicios que son de gran utilidad para el cliente interno y externo satisfaciendo sus necesidades.

2.1.1 GESTIÓN POR PROCESOS

La gestión por procesos es ante todo un enfoque diferente de gestionar la empresa teniendo en cuenta una mayor transparencia y participación de los recursos humanos. (Julia, 2002)

La gestión por procesos no es un fin en si mismo sino un medio para que la organización pueda mejorar o rediseñar sus procesos y alcanzar eficaz y eficientemente sus objetivos.(Beltran, 2002)

Entonces se entiende por gestión por procesos que es la mejor manera de administrar una empresa, permitiéndole mejorar sus procesos conjuntamente con el recurso humano para alcanzar sus metas y objetivos establecidos.

2.1.2 PROCESOS GENERADORES DE VALOR

Son aquellos procesos que ayudan al cumplimiento de la misión de la empresa, transforman las entradas en salidas generando mayor valor y cuyos resultados se ven reflejados en la satisfacción del cliente y el incremento de la rentabilidad de la empresa.

Los procesos generadores de valor se enfocan en la identificación de los procesos y operaciones que aportan valor al negocio, desde la creación de la demanda hasta que ésta es entregada como producto final.

Estos procesos ayudan a determinar las actividades que permiten generar una Ventaja Competitiva; es decir representa el valor que una empresa crea, a fin de que los consumidores estén dispuestos a pagar por el producto o servicio que presta. (Sisman, 2002)

2.1.3 MANUAL DE PROCESOS

Según (Mejía, 2007) define que: independiente del tamaño de la organización, hoy es prioritario contar con un instrumento que aglutine los procesos, las normas, las rutinas y los formularios necesarios para el adecuado manejo de la institución.

El manual de procesos es un documento que se registra el conjunto de procesos, discriminando en actividades que se realizan un servicio, un departamento o toda la organización.

2.1.4 OBJETIVOS DEL MANUAL DE PROCESOS

El Manual de procesos busca promover una producción organizada y estandarizar los productos o servicios que se entregan.

Dando a conocer los principales objetivos que busca conseguir un manual de procesos. (Mejía 2007)

- Servir de guía para la correcta ejecución de actividades y tareas.
- Mejorar el aprovechamiento de los recursos humanos, físicos y financieros.
- Generar uniformidad en el trabajo de los diferentes funcionarios.
- Evitar la improvisación en las labores.
- Proporcionar información a la empresa acerca de la marcha de procesos.
- Evitar discusiones sobre normas, procedimientos y actividades.
- Facilitar la orientación y atención al cliente externo.

2.1.5 CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE PROCESOS

Para (Mejía, 2007) los manuales de procesos deben reunir algunas características, las cuales se pueden identificar las más importantes:

- Satisfacer las necesidades reales de institución.
- Contar con instrumentos apropiados de uso, manejo y conservación de procesos.
- Facilitar los trámites mediante una adecuada diagramación.
- Redacción breve, simplificada y comprensible.
- Facilitar su uso cliente interno y externo.
- Ser lo suficientemente flexible para cubrir diversas situaciones.

2.1.6 CONTENIDO DEL MANUAL DE PROCESOS

Se debe estandarizar la estructura del manual con el fin de contar con una guía práctica que permita elaborar que permita elaborar este documento en forma unificada. Los siguientes elementos son:

- Objetivos,
- Alcance,
- Glosario,
- Mapa de procesos,
- Descripción del proceso,
- Diagrama de flujo,
- Indicadores.

2.1.7 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Son formatos de registro de información que poseen características propias. Sirven para recoger información que se requiere en función de las características del aprendizaje que se pretende evaluar y de las condiciones en que habrá de aplicarse.

Es una herramienta destinada a documentar el desempeño de una persona, verificar los resultados obtenidos (logros) y evaluar los productos elaborados, de acuerdo con una norma o parámetro previamente definido en las que se establecen los mecanismos y criterios. (Slideshare, 2013)

2.1.8 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

La administración como proceso, es un camino sistemático y organizado para hacer cosas, que comprende una serie de acciones, actividades u operaciones que conducen a un cierto fin. (Gibson, 1983)

La administración interpreta los objetivos propuestos por la empresa y los transforma en acción organizacional, a través del planeamiento, organización, dirección y control de todos los esfuerzos realizados en todas las áreas y en todos los niveles de la organización, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación. (Chiavenato, 1992)

2.1.9 GESTIÓN DE CALIDAD

Según, (Rodríguez, 1996) influye en la percepción del cliente a través del desempeño del personal; se manifiesta en la adopción de estrategias, elaboración de políticas y diseño de procedimientos orientados hacia la satisfacción del cliente y en una gestión coherente de recursos y personas.

2.2 CALIDAD EN EL SERVICIO

Sin duda que la calidad del servicio es más difícil de evaluar que la calidad de un bien, además de que está basada en la percepción del cliente y a su vez,

éste, es el resultado de la comparación de las expectativas antes del servicio y del nivel de servicio recibido. (Dávila, 2007)

El concepto de calidad, como herramienta de gestión administrativa, busca como objetivo la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios y productos que se brindan al cliente. El concepto de calidad total, en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento empresarial.

Para lograr lo mencionado anteriormente, las empresas de servicios turísticos deben buscar el cambio como inicio para la implantación de una nueva forma de trabajo, el trabajo con calidad.

2.2.1 PRINCIPIOS DE HENRY FAYOL EN LA ADMINISTRACIÓN PARA GENERAR CALIDAD DE SERVICIOS EN LA GESTIÓN DE NEGOCIOS.

14 Principios de Henry Fayol

1. División del Trabajo: Este principio es igual que el de división de labores de Adam Smith. Dentro de ciertos límites, la destreza y el desempeño mejoran al reducir el número de tareas que realiza un trabajador o el de responsabilidades que se le asignan a un gerente.

- Explicación: Mientras mas gente haya trabajando en un organismo social es mejor ya que así las tareas se pueden dividir y mientras mas pequeño se el numero de tareas que una persona haga mayor enfoque tiene y mayor es su rendimiento.

2. Autoridad: Capacidad de dar órdenes y hacer que se cumplan, valiéndose de premios y sanciones. Junto con la autoridad va la responsabilidad.

- Explicación: En todo organismo social debe de surgir un líder, este líder debe de tener la responsabilidad de dirigir a su grupo dando órdenes y verificar que estas se cumplan.

3. Disciplina: Los empleados deben obedecer y respetar las normas de la organización. La disciplina es sobre todo fruto de la capacidad de liderazgo.

- Explicación: Una vez que el líder (u organismo social) da una serie de normas el empleado deberá de obedecer y respetar, ahí se demuestra que tanta aptitud tiene un líder para hacer que los subordinados cumplan con sus normas.

4. Unidad de mando: Cada empleado debe recibir ordenes de un sólo superior.

-Explicación: Las personas subordinadas deberán obedecer y respetar las ordenes de su jefe.

5. Unidad de dirección: Cada grupo de actividades de la organización que tengan el mismo objetivo, debe ser dirigido por un administrador que utilice un plan.

-Explicación: Todo objetivo en una empresa deberá de pasar por una serie de procesos los cuales deberán de ser dirigidos por una persona (el administrador)

6. Subordinación del interés individual a los intereses de la organización: Los empleados deberán de tener un interés para mejorar el rendimiento de la empresa.

-Explicación: Todos los subordinados deberán de tener un interés por el mejoramiento de la empresa que este relacionado a los intereses de la misma empresa.

7. Remuneración: Se les debe pagar a los trabajadores un salario justo por sus servicios.

-Explicación: Toda empresa deberá de recompensar a sus trabajadores por ofrecer sus servicios a esta misma.

8. Centralización: Se refiere al grado hasta el cual se involucran los subordinados en la toma de decisiones.

-Explicación: Todos los empleados deberán de estar enfocados en la empresa y formar parte de esta.

9. Cadena de Mando: La línea de autoridad desde la administración superior hasta los niveles inferiores representa la cadena de mando.

-Explicación: La cadena de mando son todos los niveles de autoritarismo que tiene la empresa así una persona tiene mas alto mando que otra.

10. Orden: La gente y los materiales deben estar en el lugar preciso en el momento exacto.

-Explicación: Las personas de un organismo social deben de utilizar el material que les brinda la empresa para poder lograr un mayor rendimiento.

11. Equidad: Los administradores deben ser amables y justos con sus colaboradores o subordinados.

-Explicación: Debe de existir la justicia por parte de los jefes a sus empleados.

12. Estabilidad del personal: Una alta rotación de empleados es causa de ineficiencia.

-Explicación: Siempre se debe procurar una permanencia en el personal de la empresa así es mejor la eficiencia de esta.

13. Iniciativa: A los empleados que se les permite crear y llevar a cabo planes, efectuarán altos niveles de esfuerzo.

-Explicación: Todos los empleados son libres de crear ideas y planes que podrán efectuar con gran esfuerzo.

14. Espíritu de equipo: Edificar la armonía y la unidad dentro de la empresa. Se requiere aprender a trabajar en equipo.

-Explicación: Todo organismo social debe de aprender a trabajar en equipo para poder lograr un mejor desempeño en la empresa. (Velez, 2007)

2.2.2 CONCEPTOS DE SERVICIO

Según, (Stanton, Etzel y Walker, 2004) definen los servicios como: “Actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”

(Kotler, Bloom y Hayes, 2004) definen un servicio de la siguiente manera: “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. Complementando ésta definición, cabe señalar que según los mencionados autores:

Los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas

2.2.3 F.O.D.A.

El termino FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (En inglés SWOT: Strenghts, Weaknesses, Oportunities, Treaats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas y debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, porloque en general resulta muy difícil poder modificarlas. (Glagovsky)

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente etc.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que carece, habilidades que no poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

2.2.4 PLAN

Un plan es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan. El recurso de escribirlo en una hoja o tipearlo en la computadora evitará olvidos, pérdidas u otras cuestiones que atenten contra la continuación del proyecto.

Resulta muy común y una herramienta de gran utilidad para las futuras empresas, que antes de convertirse en tales, echen mano del llamado plan de empresa para posicionarse y ver si es viable y rentable la iniciativa que proponen en el mediano y largo plazo. Con esto lo que se hace es evitar gastos innecesarios o pérdidas de tiempo en proyectos que capaz no tengan sentido y lo más importante: permite tener controlado el negocio que se quiera hacer respecto del tan temido fracaso. (definicionabc.com)

2.2.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El Direccionamiento Estratégico esta constituido por la misión, visión, políticas y objetivos: estos buscan conocer a todos los interesados las metas que persigue la organización. (Jhonson, 2001)

El Direccionamiento Estratégico es una disciplina que a través de un proceso denominado “Planificación Estratégica” compila la estrategia de mercado, que define la orientación de los productos y servicios hacia el mercado.

2.2.6 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Un objetivo es el blanco hacia el que se orienta los esfuerzos que lleva a cabo una organización, así los objetivos organizacionales son aquellas metas que movilizan los esfuerzos sinérgicos ya que el enfoque está en el comportamiento relacionado con el trabajo.(Certo, 1997)

2.2.7 VALORES ORGANIZACIONALES

Según, (Ordoñez, 2002) Representan la base de evaluación que los miembros de una organización emplean para juzgar situaciones, actos, objetos y personas. Estos reflejan las metas reales, así como las creencias y conceptos básicos de una organización y como tales, forman la medula de la cultura organizacional.

2.2.8 POLÍTICAS

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

La política empresarial suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.

2.2.9 OBJETIVOS DE LA GESTIÓN POR PROCESOS

Según, (Rojas, 2006) Dice un sistema de Gestión por Procesos es aumentar los resultados de la organización a través de conseguir niveles de satisfacción de sus clientes. Además de incrementar la productividad a través de:

- Reducir los costos internos innecesarios (actividades sin valor agregado)
- Reducir costes
- Incorporar actividades adicionales de servicio, de escaso costo, cuyo valor sea fácil de percibir por el usuario.
- Mejorar la calidad.
- Acortar los tiempos y reducir, así los plazos de producción y entrega del servicio.

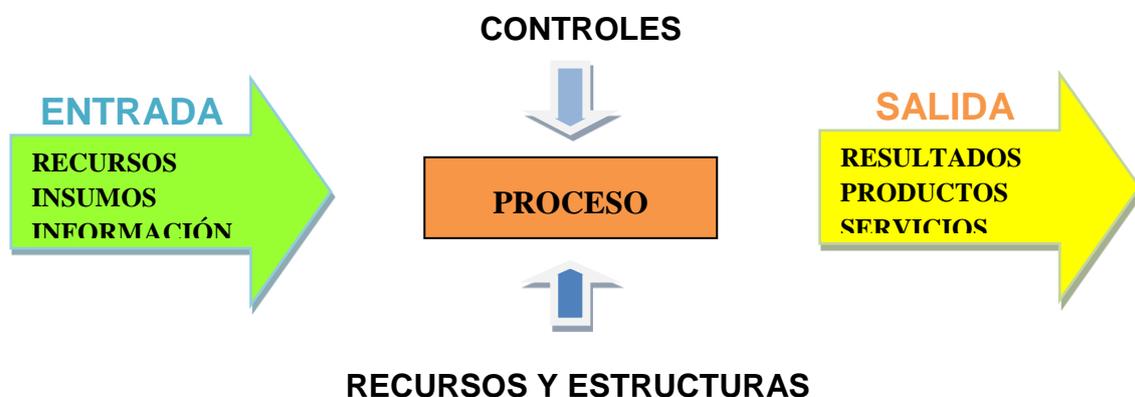
2.3 ELEMENTOS DE UN PROCESO

Un proceso siempre tendrá un objetivo, por lo tanto no existe producto o servicio sin que exista un proceso, igualmente no hay proceso sin producto o servicio. (Mejía 2007).

Definición de los Elementos de un proceso:

- **Entrada:** “Insumo” que responde al estándar o criterio de aceptación definido y que proviene de un proveedor (interno o externo).
- **Recursos y Estructura:** Para transformar el insumo de la entrada.
- **Salida:** Producto que representa valor para el cliente interno o externo.
- **Controles:** Sistemas de medidas y control de funcionamiento del proceso.

Figura 1.- Elementos del Proceso



Fuente: (Mejía 2007)
Adaptación: Iván Cadena Q.

2.3.1 IMPORTANCIA DE LOS PROCESOS

Según (Harrington, 1996), Dentro de una organización los procesos son de gran importancia por las siguientes razones:

- Permite que el cliente sea el centro de atención de la organización.
- Permite a la organización preceder y controlar el cambio.
- Aumenta la capacidad competitiva de la organización, optimizando los recursos disponibles.
- Visualiza los errores y la manera de corregirlos.
- Brinda apoyo a la organización para manejar sus interrelaciones
- Ofrece una visión consecuente de las actividades de la organización
- Mantiene a la organización centrada en el proceso.
- Previene posibles errores.
- Desarrolla un sistema de evaluación para las áreas de la organización.
- Prepara a la organización a fin de cumplir desafío futuro.

2.3.2 CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS

Según,(Beltran J.M.y Muñuzuri, 2000)Los Procesos se lo pueden clasificar en tres grandes grupos:

Procesos Estratégicos, procesos Operativos y procesos de Apoyo, denominándolos macro procesos dentro de una organización.

Procesos estratégicos: son los que permiten definir y desplegar las estrategias y objetivos de la empresa.

Procesos operativos: son aquellos que añaden valor al cliente o inciden directamente en su satisfacción o insatisfacción, donde el cliente percibirá y valorará la calidad. Por lo cual son la cadena de valor.

Procesos de apoyo: son los procesos necesarios para el control y la mejora del sistema de gestión que no se consideran estratégicos, las direcciones de control. Las funciones de dirección y control son más eficaces

2.3.3 JERARQUÍA DE LOS PROCESOS

Existen procesos altamente complejos que involucran a miles de personas y procesos muy sencillos que solo requieren segundos de su tiempo. Debido a estas diferencias se tiene la necesidad de establecer una jerarquía del proceso. (Harrington, 1966)

Elementos de la jerarquía de procesos:

- **Macro procesos:** conjunto de procesos que tiene una relación lógica.
- **Proceso:** conjunto de subprocesos que realiza una organización. Transforma insumos, agrega valor y entrega un resultado, de tal manera que satisfaga las necesidades de los clientes.
- **Subprocesos:** resultado de desglosar un proceso en un conjunto de etapas mas concretas. Secuencia ordenada de actividades que contribuyen a la misión del macro proceso.
- **Actividades:** son acciones que se requieren para generar un determinado resultado. Es la suma de tareas.
- **Tareas:** cualquier tipo de obra o trabajo que están a cargo de un individuo o grupos pequeños.

2.3.4 IDENTIFICACIÓN DE LOS PROCESOS

Según (Mariño, 2001) Existen muchos métodos para la identificación de procesos, las fuentes primarias para identificar los procesos se deben desarrollar en una organización son en base a la misión, de sus razón de ser, se les denominado procesos misionales y por afinidad aquellos que deberían desarrollar para lograr la visión de futuro, se les denomina procesos visionarios. En la identificación de los procesos, se requiere acordar un entendimiento común acerca de los procesos generales, en los que trabaja la organización, es

decir desde su inicio hasta que llega el servicio o bien a las manos del consumidor o cliente.

2.3.5 PROCESOS DE NEGOCIOS

Es un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado de negocio definido. Cada proceso de negocio tiene sus entradas, funciones y salidas. Las entradas son requisitos que deben tenerse antes de que una función pueda ser aplicada. Cuando una función es aplicada a las entradas de un método, tendremos ciertas salidas resultantes.

Es una colección de actividades estructurales relacionadas que producen un valor para la organización, sus inversores o sus clientes. Es, por ejemplo, el proceso a través del que una organización ofrece sus servicios a sus clientes.

El enlace entre procesos de negocio y generación de valor lleva a algunos practicantes a ver los procesos de negocio como los flujos de trabajo que efectúan las tareas de una organización. (wikipedia.org)

2.3.6 MAPA DE PROCESOS

Es la representación que define a la organización como un sistema de procesos interrelacionados; en el mapa de procesos se impulsa a la organización a poseer una visión más allá de sus límites geográficos y funcionales, mostrando como sus actividades están relacionadas con los clientes internos y externos, proveedores y grupo de interés. (Mariño, 2001)

Para realizar el mapa de procesos se debe realizar lo siguiente:

- Identificar quienes son los dueños, clientes y proveedores.
- Cuál es el objetivo a alcanzar.
- Cual son los elementos de entrada del proceso.
- Como y a través de quien (responsable) y con quien (interrelaciones) se ejecuta el proceso.
- Cuáles son las salidas del proceso.

- Visualizar que el proceso es claro y comprensible.
- Evidenciar que el cliente este satisfecho.

Los mapas de procesos permiten a una organización proporcionar una clara comprensión jerárquica de sus procesos y responsables, mejora la coordinación entre sus procesos estratégicos de soporte, esto constituye el primer paso para seleccionar los procesos sobre los que se debe actuar.

2.3.7 INVENTARIO DE PROCESOS

Según (Segura, 2005) menciona que son todos los procesos que se realiza en la empresa y listar actividades generales que realizan los distintos departamentos con su respectiva codificación y agruparlos con la herramienta diagrama de actividades que permitirá identificar las interrelaciones entre los procesos que configuran las cadenas de valor de los procesos de negocio.

2.3.8 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

Se determina los criterios y métodos para asegurar que las actividades que comprende dicho proceso se llevan a cabo de manera eficaz.

Así (Mariño, 2001), menciona que en esta etapa se representa la necesidad de crear equipos de trabajo, con un líder del mismo y establecer indicadores para cada uno de ellos y una vez definido se establece el proceso y subproceso para identificar los limites, inputs, outputs y la relación del proceso con otros procesos de la empresa.

Dentro de la descripción tenemos la caracterización y actividades de los procesos:

2.3.9 CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCESOS

Es la identificación de todos los factores que intervienen en un proceso y que se deben controlar, al caracterizar los procesos, el líder, cliente, proveedores y el personal que participa de la realización de las actividades, adquieren una visión integral, entendiéndose para que sirve lo que individualmente hace cada

uno, por lo tanto fortalece el trabajo y la comunicación. Esto favorece de manera contundente la calidad de los productos y servicios.(Cordova, 2008)

Principales elementos de la caracterización por procesos:

- Objetivo: para que existe ese proceso dentro de la organización.
- Responsable: es la persona que ha sido asignada como autoridad de gerenciar el proceso.
- Insumos: son las materias primas y materiales directos que el proceso necesita para obtener sus productos.
- Proveedores: son las entidades internas y externas que entregan los insumos.
- Clientes: son tantos internos como externos que reciben directamente los producto y / o servicios que genera el proceso.
- Productos o salidas y usuarios o clientes.
- Recursos asociados a la gestión del proceso.
- Indicadores: son indicadores que deben establecerse en determinadas etapas del proceso.
- Recursos: para identificar los equipos, maquina, software, hardware que el proceso requiere obtener los productos y servicios.

2.4 ACTIVIDADES DE LOS PROCESOS

Según (Harrington, 1996) las actividades son acciones que se requieren para generar un determinado resultado, cada actividad consta de un determinado número de tareas, normalmente estas tareas están a cargo de un individuo o de grupos pequeños.

Una vez identificado las actividades se procede a la descripción gráfica de la estructura de las mismas, para lo cual se utilizará la herramienta Business Process Management Notación (BPMN) la cual consiste en crear un modelo informático de los procesos de la empresa. (Segura, 2005)

2.4.1 BUSINESS PROCESS MODELING NOTACIÓN (BPMN)

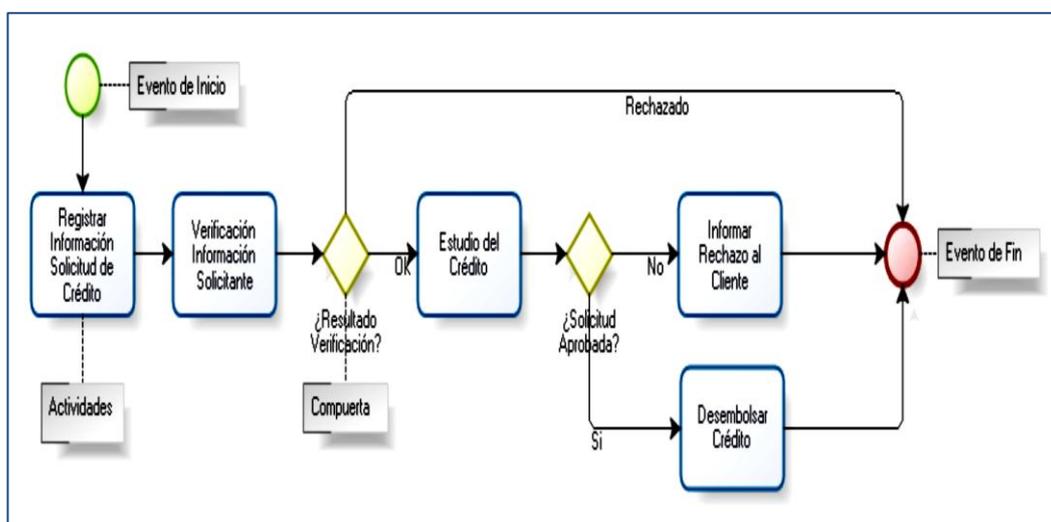
Según (White, 2004) menciona que, es una notación gráfica que describe la lógica de los pasos de un proceso de negocio. Proporciona un lenguaje común para que las partes involucradas puedan comunicar los procesos de forma clara, completa y eficiente.

BPD es un Diagrama diseñado para representar gráficamente la secuencia de todas las actividades que ocurren durante un proceso.

BPD es un Diagrama diseñado para ser usado por los analistas de procesos, quienes diseñan, controlan y gestionan los procesos. Dentro de un Diagrama de Procesos de negocios BPD se utilizan un conjunto de elementos gráficos, que se encuentran agrupados en categorías.

Como puede observar en la figura, dentro de un Diagrama de procesos de negocio existe un conjunto de elementos gráficos que nos permiten representar un proceso de negocio.

Figura.-2 Business Process Modeling Notation (White 2004)



Business Process Modeling Notation
(White, 2004)

En el ejemplo anterior se pueden visualizar diferentes tipos de elementos que describen el comportamiento del proceso, dentro de estos elementos encontramos las actividades que representan el trabajo realizado, los eventos

de inicio y de fin que indican el inicio y el fin del proceso y los elementos de decisión conocidos en BPMN como Compuertas que indican una división en el camino.

Dichos elementos se encuentran conectados por líneas de secuencia, que muestran cómo fluye el proceso.

Un diagrama de procesos se usa para modelar gráficamente las operaciones del proceso de negocio, de forma que los usuarios no técnicos del negocio pueden leer y comprender hasta los procesos más complejos.

Dentro del BPD, el usuario crea el modelo de procesos de negocio representando por una red de objetos gráficos que muestran las actividades y el flujo de trabajo en orden de ejecución. (White, 2004)

2.4.2 SIMBOLOGÍA DE BUSINESS PROCESS MODELING NOTACIÓN (BPMN)

El modelado en BPMN se realiza mediante diagramas muy simples con un conjunto muy pequeño de elementos gráficos. Con esto se busca que para los usuarios del negocio y los desarrolladores técnicos sea fácil entender el flujo y el proceso. Las cuatro categorías básicas de elementos son:

- **Objetos de flujo:** Son utilizados para definir los procesos por completo como: eventos, actividades, rombos de control de flujo (Gateways) y entradas.
- **Objetos de conexión:** Son elementos de unión en el diagrama que indican el flujo de proceso entre las tareas, pasarelas, eventos, flujo de secuencia, flujo de mensaje y asociación.
- **Swimlanes:** Son empleados para ayudar en la organización de las actividades.
- **Artefactos:** Brindan la capacidad de mostrar información adicionales sobre un proceso que no se relaciona directamente con el flujo de secuencia del proceso como objetos de datos, grupo y anotación.

Estas cuatro categorías de elementos nos dan la oportunidad de realizar un diagrama simple de procesos de negocio (en inglés Business Process Diagram o BPD).

En un BPD se permite definir un tipo personalizado de Objeto de Flujo o un Artefacto, si con ello se hace el diagrama más comprensible.

2.4.3 OBJETOS DE FLUJO

Los símbolos que más se utilizan en los objetos de flujo son los siguientes:

Cuadro 1.- Símbolos de objetos de flujo

OBJETO	DEFINICIÓN	FIGURA		
		INICIO	INTERMEDIO	FINAL
Evento	<p>Inicio.- Como su nombre lo indica, representa el punto de inicio de un proceso.</p> <p>Intermedio.- Ocurren entre un evento de inicio y de fin. Afectará el proceso pero no lo iniciará o directamente finaliza.</p> <p>Final.- Indica cuando un proceso termina.</p>			
Temporizador	Es disparado en una fecha específica o en intervalo regular (ciclo de tiempo).			
Mensaje	El mensaje es enviado para comenzar el proceso, reanudar el flujo o al final del proceso.			
Actividades	Es un término genérico para un trabajo Ejecutado. Una actividad puede ser un Procesodel negocio, secundario o tarea.			
Entradas	Se identifican con un elemento en forma de diamante que representa decisiones, bifurcaciones de las fusiones o uniones dentro del diagrama.			

Fuente: (Statum, 2009)
Adaptado por: Iván Cadena Q.

2.4.4 TIPOS DE TAREAS

Tarea: Es una actividad que es incluida dentro de un proceso, y es utilizada cuando el trabajo no puede ser desglosado a un nivel con mayor detalle.

Los símbolos siguientes son:

Cuadro 2.- Símbolos de tipos de tareas

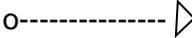
OBJETO	DESCRIPCIÓN	FIGURA
De usuario	Son aquellas que requieren la interacción del hombre con una aplicación de software.	
Manuales	Ésta es una tarea que se espera que sea realizadas en la ayuda de algún motor de ejecución de proceso de negocio o alguna aplicación.	
De servicio	Son completadas sin la interacción del hombre. Una tarea de servicio es una tarea que usa algúntipo de servicio, que podría ser un servicio Web o una aplicación automática.	
Tipo Script	Una tarea de script es una tarea automática en la que el servidor ejecuta un script. No tienen interacción humana y no se conecta con ningún servicio externo.	
De envió	Una tarea de enviar es una tarea simple que es designada para enviar un mensaje a un proceso o caso específico. Una vez el mensaje haya sido enviado, la tarea es completada.	
De recepción	Una tarea de recibir es una tarea simple para que llegue un mensaje. Una vez el mensaje haya sido recibido, la tarea es completada.	

Fuente: (Statum, 2009)
Adaptado por: Iván Cadena Q.

2.4.5 OBJETOS DE CONEXIÓN

Son Elementos de unión en el diagrama que indican el flujo del proceso entre las tareas pasarelas y eventos.

Cuadro 3.- Símbolos de Objetos de Conexión

OBJETO	DESCRIPCIÓN	FIGURA
Flujos de secuencia	Son utilizados para mostrar el orden de las actividades un proceso. Cada flujo tiene solo una fuente y un solo destino.	
Flujos de asociación	Son empleadas para asociar artefactos con objetos flujo para que el proceso sea más legible.	
Flujos de mensaje	Se usan para indicar el flujo de mensajes entre las distintas entidades de procesos.	

Fuente: (Statum, 2009)
Adaptado por: Iván Cadena Q.

2.5.6 MEDICIÓN DE LOS PROCESOS

Según, (Mejía 2007) La medición es requisito de la gestión. Lo que no se mide no se puede gestionar y, por lo tanto, no se puede mejorar. Los indicadores permitirán a la organización tener un mejor y mayor control sobre lo que sucede en la empresa puesto que estos reflejan el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Para medir el desempeño de una organización en cuanto a calidad y productividad se deben contar con indicadores que permitan evaluar el desempeño global del área de la empresa mediante parámetros establecidos en relación con las metas fijadas.

2.4.7 INDICADORES DE GESTIÓN

Para gestionar y mejorar los procesos y conocer el grado de los objetivos es necesario de disponer de reglas de medir (indicadores) que permiten evaluar su funcionamiento, analizar los resultados, identificar oportunidades de mejora.

Beltrán (2002). Un indicador es un soporte de información que representa una magnitud que a través del análisis del mismo se permite la forma de toma de decisiones sobre los parámetros de actuación.

Estos indicadores pueden ser:

- Valores
- Unidades físicas
- Series estadísticas etc.

2.4.8 METODOLOGÍA PARA LA FORMULACIÓN DE LOS INDICADORES DE GESTIÓN

Según. (Beltrán y otros, 2002) Es esencial que dentro de la organización se cuente con objetivos claros, precisos, cuantificados y concisos, además se deben tener establecidas las estrategias que se emplearan para lograr dichos objetivos.

Esto facilitará la determinación de un punto de llegada y de partida en la evaluación que desea realizar, para establecer y formular los indicadores de gestión dentro de cualquier organización, se debe considerar la siguiente metodología:

- Identificar factores críticos.
- Establecer indicadores para cada factor.
- Determinar estado umbral y rango.
- Diseñar la medición.

2.4.9 DISEÑAR LA MEDICIÓN

Consiste en determinar las fuentes de información, frecuencia de medición, presentación de la información, asignación de responsables de recolección, tabulación, análisis y presentación de la información, para la cual se presente metodología. (Sinergia, 2000)

Definir ¿dónde se debe medir? Normalmente al final del proceso y en determinados puntos intermedios.

¿Qué se quiere medir? El propósito de este paso es identificar el objeto de medición, es decir ¿Qué es lo que se quiere medir con el indicador?

Una vez definido que se quiere medir, se procede a elaboración del indicador, estableciendo las variables que conformarán el indicador y la relación entre ellas para que produzcan la información que necesitan.

¿Qué vamos a medir? Es identificar las fuentes de información y sus características, así como los procedimientos más adecuados de recolección y manejo de información.

En este tipo de información puede estar disponible como información secundaria, en reportes o fuentes oficiales, sea en forma impresa o base de datos.

¿Quién define los objetivos para los indicadores?

Los de eficacia: cliente.

Los de eficiencia: la empresa o en el entorno del proceso

Se debe priorizar los insumos que se necesitan para la medición, esto puede ser desde materiales hasta funcionarios de la organización que transmita esta nueva filosofía al resto de los empleados.

2.5 FORMALIZACIÓN DE LOS INDICADORES

Se menciona definir estos aspectos importantes para establecer indicadores:(Beltrán 2000)

- **Estado:** corresponde al valor inicial o actual del indicador.
- **Umbral:** Se refiere al valor del u indicador que se requiere lograr o mantener.
- **Rango de gestión:** Este término se utiliza para designar el espacio comprendido entre los valores mínimo y máximo que el indicador puede tomar.
- **Estados o valores de referencia del indicador:** Se refiere a los umbrales a la toma de decisiones y esto en particularmente ha sido aplicado a indicadores que monitorean el riesgo de un proceso.

CAPÍTULO III

3. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. LOCALIZACIÓN

El hotel Maleny Inn, que brinda el servicio de hospedaje, se encuentra ubicado en las Calles Césalo Marín y Juan de Velasco a cinco minutos del centro de la ciudad.

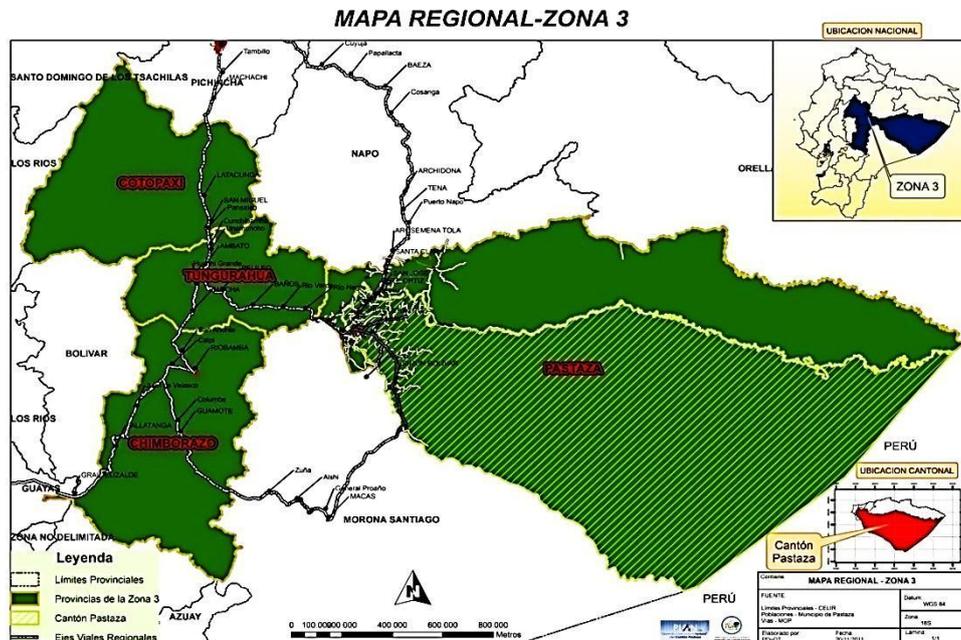
AL NORTE: Con la Provincia Napo.

AL SUR: Con la parroquia Tarqui.

AL ESTE: Con el cantón Arajuno.

AL OESTE: Con el cantón Mera.

Figura 3.- Ubicación de la Ciudad de Puyo en el Mapa del Ecuador.



3.1.1 UBICACIÓN DEL HOTEL

El hotel está ubicado en el Barrio Libertad en las Calles Césalo Marín y Juan de Velasco junto al Ministerio de Turismo y cerca del Terminal Terrestre.

Figura 4.- Ubicación del Hotel en las calles de la Ciudad del Puyo



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza.

Adaptado por: Iván Cadena Q.

3.1.2 HISTORIA

La Sra. Sonia Llerena en el año del 2008, logra adquirir un terreno en la ciudad del Puyo - Provincia de Pastaza. En el siguiente año del 2009 tiene la idea de construir un hotel, época donde la demanda de turistas alcanzó un gran porcentaje y el servicio hotelero era escaso, en el año 2010 concluye la construcción del Hotel, el cual está ubicado en una zona estratégica a unos 250 metros o 10 minutos del centro de la ciudad y el complejo turístico Morete Puyu.

El Hotel lleva el nombre de Maleny Inn. Por la hija única que tiene la propietaria éste proyecto brinda el servicio de hospedaje a los turistas dando la oportunidad de visitar la ciudad y conocer los diversos centros turísticos naturales. Las actividades del Hotel se iniciaron oficialmente el 10 de enero del 2010, posee cuatro pisos, y en su totalidad el establecimiento cuenta con 21 habitaciones con capacidad para 59 personas.

3.2. CONDICIONES METEOROLÓGICAS

Según,(INAMHI, 2008)El clima de la Provincia del Pastaza es variable según los pisos climáticos y las alturas de las poblaciones, pero, generalmente, es abrigado, caliente en la hoya amazónica y húmeda por el permanente estado lluvioso. Esta influencia determina los atractivos de la vida vegetal y animal de toda la región.

El Hotel Maleny Inn. Está situado en la región Amazónica, provincia del Pastaza, cantón y parroquia Puyo, cuenta con las siguientes condiciones:

- Altitud: 950 m.s.n.m.
- Latitud: 013027S
- Longitud: 775638W
- Temperatura media anual: 21,1°C
- Temperatura máxima: 31,0°C
- Temperatura mínima:14,7°C
- Precipitación media anual: 4 507,6 mm.

3.3. MATERIALES Y EQUIPOS

3.3.1 Materiales:

- Hojas papel Bond,
- Esferos y lápices,
- Carpetas,
- Copias.

3.3.2 Equipos:

- Cámara digital,
- Computadora,
- Impresora,
- Memoria digital.

3.3.3 Recursos Humanos

- Iván Cadena, egresado de la carrera de Ingeniería en Turismo.
- Gerente propietaria y personal que trabaja en el hotel.
- Clientes, turistas.
- Directora de tesis.

3.4. FACTORES DE ESTUDIO

Cuadro 4.- Factores de Estudio.

FACTOR	VARIABLE
Económico – Financiero	Relación - Beneficio - Costo
Cliente	Satisfacción del Cliente
Procesos	Eficiencia

Elaborado por: Iván Cadena Q.

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación por sus características, se aplicó los métodos descriptivo y exploratorio:

- **Descriptivo:** Se utilizará para estudiar, resumir, presentar, analizar y describir la realidad actual del Hotel Maleny Inn.

Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de la situación en que se encuentra el Hotel. Las ventajas que tiene este estudio es que la: metodología es fácil de corto tiempo y económica.

- **Exploratorio:** Se utilizará para recoger, organizar, presentar y analizar dando a conocer específicamente la realidad del proceso del Hotel.

Este método implica el examen del tema o problema poco estudiado del cual se tiene muchas dudas o simplemente no se ha abordado antes.

- **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Encuestas: La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Entrevistas: Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta.

El analista puede entrevistar al personal en forma individual o en grupos algunos analistas prefieren este método a las otras técnicas que se estudiarán más adelante. Sin embargo, las entrevistas no siempre son la mejor fuente de datos de aplicación.

- **MANEJO DESCRIPTIVO**

Población: La población de esta investigación esta conformada por turistas nacionales y extranjeros que se registren en el establecimiento desde el mes de junio hasta el mes de agosto, como se realizará con toda la población todos los turistas que se hospedaran durante los tres primeros meses que dura el trabajo de campo por lo tanto no se tomará una muestra.

Cuadro 5.- Número de Turistas que visitan el Hotel.

Turistas registrados en el Hotel (Junio – Agosto)		
Meses	Número	Turistas
Junio	93	Nacionales y Extranjeros
Julio	111	Nacionales y Extranjeros
Agosto	285	Nacionales y Extranjeros
Total	489	

Fuente: Hotel Maleny Inn.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Fórmula para el cálculo de la muestra y determinación del tamaño muestral

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

E= error máximo admisible 5%

N-1= Corrección paramétrica

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

n= ?

N= 489

E= 5%

N-1= 488

Desarrollo:

$$n = \frac{489}{(0.0025)(488) + 1}$$

$$n = \frac{489}{2,22}$$

$$n=220$$

Debido a que la población es pequeña se trabajará con la totalidad de la misma para la aplicación de las encuestas.

CAPÍTULO IV

4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El Hotel Maleny Inn. Es una empresa familiar nueva, que a sus 2 años de funcionamiento ha permitido ser un establecimiento de sus clientes como la una opción hotelera de la zona al momento de elegir donde hospedarse.

La empresa actualmente no cuenta con un control adecuado de las actividades que se realizan para su funcionamiento; a consecuencia de esto, se ha evidenciado falencias en la atención al cliente, provocando la inconformidad de los mismos. Esta situación se ha ido repitiendo por la falta de respaldos escritos de y control en las actividades que puede generar un servicio no adecuado hacia el huésped.

4.1.1 SERVICIOS QUE OFRECE EL HOTEL

- Agua Caliente.
- Recepción las 24 Horas.
- Baño privado.
- Garaje.
- Habitaciones confortables.
- Internet Wifi-Fi.
- TV Cable.

El equipo de trabajo del hotel está conformado por las siguientes personas: Gerente Propietaria, Recepcionista, Recepcionista nocturno y Camarera.

4.1.2 DISTRIBUCIÓN DE HABITACIONES

El Establecimiento esta conformado con 23 habitaciones de las cuales 21 están disponibles para brindar el servicio de alojamiento y 2 habitaciones son utilizadas para planchado, guardado de la lencería del hotel y la ropa del huésped y el almacenamiento de productos de limpieza.

Existen habitaciones de diferente precio ya que se diferencian por su tamaño, precio y decoración.

Tabla.- 1 Distribución de habitaciones y precios

HABITACIONES	MATRIMONIALES	SENCILLAS	# PAX	OBSERVACIONES	PRECIO X PAX
101	1	3	5	1 litera	\$ 10,00
102	2	1	5	-	\$ 10,00
103	0	0	0	Bodega	0,00
104	0	0	0	Bodega	0,00
105	3	0	6	-	\$ 10,00
201	1	2	4	-	\$ 10,00
202	1	2	4	-	\$ 10,00
203	1	1	3	-	\$ 10,00
204	0	2	2	-	\$ 10,00
205	1	0	2	-	\$ 10,00
206	0	1	1	-	\$ 10,00
207	1	0	2	-	\$ 10,00
208	1	0	2	-	\$ 10,00
209	2	1	5	-	\$ 10,00
301	1	0	2	-	\$ 12,00
302	1	0	2	-	\$ 12,00
303	1	0	2	-	\$ 12,00
304	1	0	2	Tipo suite	\$ 15,00
305	1	0	2	Tipo suite	\$ 15,00
306	1	0	2	-	\$ 12,00
307	1	0	2	-	\$ 12,00
308	1	0	2	-	\$ 12,00
309	1	0	2	-	\$ 12,00
21	23	13	59	-	

Fuente: Hotel Maleny Inn.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

4.1.3 INFRAESTRUCTURA DEL ESTABLECIMIENTO

La infraestructura del Hotel esta conformada de 4 pisos, a continuación se presenta las siguientes características en el siguiente cuadro:

Cuadro 6.- Infraestructura del Hotel

UBICACIÓN	DETALLE	CAPACIDAD NORMAL	CAPACIDAD MAXIMA
Planta baja	Recepción, bodega y lavandería	0	0
Primer piso	Dos habitaciones triples, una cuádruple, Una habitación para Administrador	10	19
Segundo piso	Tres habitaciones triples, dos dobles, tres matrimoniales y dos simples	18	26
Tercer piso	Siete habitaciones matrimoniales y dos suites matrimoniales.	9	18
Cuarto piso	Con cubierta, proyecto para sala de eventos	0	0
Total		37	65

Fuente: Hotel Maleny Inn.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Equipamiento del Hotel

Cada habitación se encuentra equipada de la siguiente manera:

- Camas,
- Almohadas,
- Closet ,
- Tv,
- Teléfono,
- Ventilador,
- Velador entre las camas,
- Una mesa y silla.

4.1.4 IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS DE GESTIÓN DE NEGOCIOS DEL HOTEL

El Hotel Maleny Inn. Es una empresa que presenta un gran crecimiento estos dos últimos años, a pesar de mantener una forma de organización poco técnica, ha logrado sobresalir sin embargo, no presenta una gestión administrativa técnica ya que no existen identificados los procesos de gestión de negocios del hotel, generando tiempos de respuesta lentos y actividades repetitivas.

Al aplicar procesos de gestión administrativa y operativa se logrará una nueva forma de administración y determinar de manera correcta el trabajo que se realizara.

4.1.5 DETERMINACIÓN DE LOS PROCESOS GENERADORES DE VALOR

Luego de un exhaustivo análisis se ha llegado a la siguiente conclusión:

Que existen elementos pertinentes relacionados directamente con la empresa:

- Limitada generación de valor para el cliente.
- Gestión administrativa empírica.
- El personal no está adecuadamente capacitado.
- Inexistencia de correcta división del trabajo.
- Inadecuado manejo de los recursos que dispone el establecimiento.
- No presenta una planificación administrativa – operativa

Los elementos no pertinentes que no están directamente relacionados a la empresa son:

- Situación política inestable.
- Poca publicidad de las entidades relacionadas con el turismo.
- Niveles de precios.

De lo observado en la investigación se ha detectado los siguientes problemas en la empresa:

- El Hotel no cuenta con suficiente personal apenas laboran tres personas, en la parte operativa, realizando actividades poli funcionales, retrasando su trabajo generando mal servicio y mala atención.
- El Hotel no cuenta con personal capacitado, debido a que no existe un plan de capacitación para los empleados.
- El personal con el que cuenta no está realmente comprometido con la empresa, debido a que es notorio en ocasiones la impuntualidad y los permisos por parte de los empleados.
- No existe personal con destrezas y habilidades limitadas en el área de Administración, debido a que tampoco existen sistemas de selección de personal adecuados.
- No posee objetivos organizacionales, no posee objetivos al corto, mediano y largo plazo, ni metas definidas.
- No cuenta con un organigrama estructural, por lo que existen funciones mal definidas y existe también desorden jerárquico.
- Existe una mala definición de salarios, llegando a ser el sueldo menos que el básico.
- No hay una forma de medición de recursos disponibles, los recursos se usan de una mala forma.
- No hay indicadores de gestión, por lo tanto no es posible medir eficiencia y eficacia.
- No están identificadas las actividades, que debe cumplir cada trabajador.
- No hay planes de mejora, no existen manuales de procesos.
- No tiene establecido un análisis FODA.
- No tiene una filosofía definida como los principios básicos (misión, visión, valores).

- El Hotel no ha realizado investigaciones de ningún tipo, únicamente una investigación sencilla para recolectar información acerca de la competencia.
- Falta de formatos, respaldos escritos y control de actividades para cada una de las áreas del hotel.
- El personal no cuenta con un uniforme de trabajo para poder identificarlo.
- No existe evaluaciones de desempeño, para una motivación o premiación al personal.

4.1.6 ANÁLISIS FODA

Debido a que entre los problemas detectados en el establecimiento no existe un análisis FODA con los que cuenta y se enfrenta este establecimiento de alojamiento se realiza continuación el análisis FODA de esta empresa.

Esta metodología nos permitirá tener una aproximación de la realidad interna y externa de la empresa.

Fortalezas:

1. Ambiente del lugar fresco y seguro.
2. Infraestructura nueva.
3. Ubicación, cercanía al centro de la ciudad, a los principales atractivos turísticos y al terminal terrestre.
4. Precios competitivos.
5. Cuenta con clientes fijos.

Debilidades:

1. La empresa no cuenta actualmente con una estructura organizacional establecida oficialmente.
2. No tiene documentado las tareas y responsabilidades que tiene cada empleado.
3. No hay capacitación al personal del Hotel.
4. No existe un control de entrada y salida de los empleados.
5. No cuenta con suficiente personal, por lo cual existe personal polivalente.
6. No existe señalización interna en el hotel.
7. No cuenta con parqueadero propio.
8. Extensas jornadas de trabajo.

Oportunidades:

1. Clima de la zona.
2. Vías de acceso asfaltadas y en buen estado.
3. Convenio con Operadoras de Turismo, Guías, empresas y propietarios de atractivos.
4. Notable desarrollo urbano y de lugares de esparcimiento y diversión por lo que es más atractivo visitar la ciudad.
5. Creciente interés por destinos turísticos naturales de la provincia
6. El Hotel esta afiliado a la Cámara de Turismo (CAPTUR) y Ministerio de Turismo (MITUR).

Amenazas:

1. Aparición de nuevos competidores con precios más atractivos y/o infraestructuras más modernas.
2. Aumento de precios por causa de la inflación.
3. Elevada preferencia al Turismo comunitario.
4. Interrupción del flujo de turistas por cierre de carreteras.
5. No existe promoción adecuada.
6. Personal sin preparación académica.
7. Sin oferta de un mejor salario en la competencia.

4.1.6.1 Elaboración de Estrategias

Estrategias FO: Fortaleza vs. Oportunidades

Maximizar características internas y externas favorables

Cuadro 7.- Estrategia FO: Fortaleza vs. Oportunidades

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Ambiente del lugar fresco y seguro.2. Infraestructura nueva.3. Nueva administración.4. Ubicación, cercanía al centro de la ciudad, a los principales atractivos turísticos y al terminal terrestre.5. Precios competitivos.6. Cuenta con clientes fijos.	<ol style="list-style-type: none">1. Clima de la zona.2. Vías de acceso asfaltadas y en buen estado.3. Convenios con Operadoras de Turismo Guías, empresas y propietarios de atractivos.4. Notable desarrollo urbano y de lugares de esparcimiento y diversión por lo que es más atractivo visitar la ciudad.5. Creciente Interés por destinos turísticos naturales de nuestra provincia a nivel nacional e internacional.6. El Hotel esta afiliado a la CAPTUR y MINTUR.

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Estrategias FO:

- Contar con precios competitivos y promocionar el hotel en lugares estratégicos como Terminal terrestre, atractivos turísticos, eventos en feriados y vías de ingreso a la ciudad.
- Al contar con clientes fijos, se realizará tours a las zonas turísticas de la ciudad mediante paquetes promocionales y precios preferenciales.
- Con una nueva administración profesional con conocimientos de Hotelería y aprovechando el creciente interés por los destinos turísticos naturales se fortalecerá la oferta de los servicios que ofrece el hotel a nivel nacional e internacional.

Estrategias DO: Debilidades vs. Oportunidades

Minimizar puntos débiles para maximizar características externas favorables.

Cuadro 8.- Estrategia DO: Debilidades vs. Oportunidades

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. La empresa no cuenta actualmente con una estructura organizacional establecida oficialmente.2. No tiene documentado las tareas y responsabilidades que tiene cada empleado.3. No hay capacitación al personal del Hotel.4. No existe un control de entrada y salida de los empleados.5. No cuenta con suficiente personal, por lo cual existe personal polivalente.6. No existe señalización interna en el hotel7. No cuenta con parqueadero propio.8. Extensas jornadas de trabajo.	<ol style="list-style-type: none">1. Clima de la zona.2. Vías de acceso asfaltadas y en buen estado.3. Convenios con Operadoras de Turismo Guías, empresas y propietarios de atractivos.4. Notable desarrollo urbano y de lugares de esparcimiento y diversión por lo que es más atractivo visitar la ciudad.5. Creciente Interés por destinos turísticos naturales de nuestra provincia a nivel nacional e internacional.6. El Hotel esta afiliado a la CAPTUR y MINTUR.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Estrategias DO:

- Realizar capacitación al personal en temas relacionados con atención al cliente
- Desarrollar alianzas estratégicas con las empresas operadoras, guías de turismo y propietarios de atractivos turísticos para el direccionamiento del flujo de turistas a las instalaciones del hotel.
- Diseñar un plan de promoción que incluya a las instituciones como: La CAPTUR, MINTUR y otras instituciones afines, para la promoción de los servicios y oferta hotelera del Hotel.

Estrategias FA: Fortalezas vs. Amenazas

Maximizar puntos favorables para reducir los efectos de aspectos externos fuera de control directo.

Cuadro 9.- Estrategia FA: Fortaleza vs. Amenazas

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Ambiente del lugar fresco y seguro.2. Infraestructura nueva.3. Nueva administración.4. Ubicación, cercanía al centro de la ciudad, a los principales atractivos turísticos y al terminal terrestre.5. Precios competitivos.6. Cuenta con clientes fijos.	<ol style="list-style-type: none">1. Deterioro de las instalaciones del hotel.2. Aparición nuevos competidores con precios más atractivos y/o infraestructuras más modernas.3. Aumento de precios por causa de la inflación.4. Elevada preferencia al turismo comunitario.5. Interrupción del flujo de turistas por cierre de carreteras.6. Personal sin preparación académica7. Oferta de un mejor salario en la competencia.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Estrategia FA:

- Dar mantenimiento adecuado y continuo a las instalaciones del hotel.
- Al contar con una infraestructura nueva y ambiente seguro se tendrá preferencia por turistas que visitan la ciudad.
- Gestionar ante las autoridades sobre la importancia de establecer políticas, ordenanzas en favor del sector hotelero.

Estrategias DA: Debilidades vs. Amenazas.

Minimizar características desfavorables a nivel interno y externo.

Cuadro 10.- Estrategia DA: Debilidades vs. Amenazas

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. La empresa no cuenta actualmente con una estructura organizacional establecida oficialmente.2. No tiene documentado las tareas y responsabilidades que tiene cada empleado.3. No cuenta con personal administrativo calificado3. No hay capacitación al personal del Hotel.4. No existe un control de entrada y salida de los empleados.4. No cuenta con suficiente personal, por lo cual existe personal polivalente.5. No existe señalización interna en el hotel6. No cuenta con parqueadero propio.7. Extensas jornadas de trabajo.	<ol style="list-style-type: none">1. Deterioro de las instalaciones del hotel.2. Aparición nuevos competidores con precios más atractivos y/o infraestructuras más modernas.3. Aumento de precios por causa de la inflación.4. Elevada preferencia al turismo comunitario.5. Interrupción del flujo de turistas por cierre de carreteras.6. Personal sin preparación académica7. Oferta de un mejor salario en la competencia.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Estrategias DA:

- Buscar alianzas estratégicas con los proveedores, estableciendo precios y condiciones.
- Diseñar un documento donde se definan las tareas y responsabilidades que tiene cada empleado.
- Elaborar normativas claras sobre el uso de las instalaciones y servicios del hotel.
- Organizar programas de capacitación permanente al personal del hotel.

Estrategias AO: Amenazas vs. Oportunidades

Minimizar amenazas aprovechando las oportunidades.

Cuadro 11.- Estrategia AO, Amenazas vs. Oportunidades

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
1. Deterioro de las instalaciones del hotel.	1. Clima de la zona.
2. Aparición nuevos competidores con precios más atractivos y/o infraestructuras más modernas.	2. Vías de acceso asfaltadas y en buen estado.
3. Aumento de precios por causa de la inflación.	3. Convenios con Operadoras de Turismo, guías, empresas y propietarios de atractivos.
4. Elevada preferencia al turismo comunitario.	4. Notable desarrollo urbano y de lugares esparcimiento y diversión por lo que es más atractivo visitar la ciudad.
5. Interrupción del flujo de turistas por cierre de carreteras.	2. Creciente Interés por destinos turísticos naturales de nuestra provincia a nivel nacional e internacional.
6. Personal sin preparación académica	6. El Hotel esta afiliado a la Cámara de turismo y Ministerio de turismo.
7. Oferta de un mejor salario en la competencia.	

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Estrategias AO:

- Solicitar a las autoridades el mantenimiento de las vías de acceso
- Promocionar el sector hotelero como una fuente de empleo y prestación de servicios a la comunidad.
- Solicitar a las autoridades que se implementen normas de: cultura, limpieza, concientización en el cuidado y presentación de nuestra ciudad, mediante, programas, publicidad en tv y radio, para brindar una buena bienvenida y atención a los turistas que la visitan.

4.1.6.2 Planes de Acción FODA

Una vez identificado los aspectos internos y externos se realizó el planteamiento de los Planes de Acción que ayudarán a mitigar los efectos negativos y potenciar efectos positivos detectados en la elaboración del F.O.D.A.

- **Fortalezas.**- Aprovechar la ubicación y cercanía a los atractivos turísticos para incluir en opciones en las tarifas y generar paquetes turísticos.
- **Oportunidades.**- Aprovechar la demanda turística y acogida que crece progresivamente hacia la Amazonía.
- **Debilidades.**- Estrategias comerciales de posicionamiento y promoción para temporadas bajas y el apoyo de capacitaciones por parte del MITUR.
- **Amenazas.**- Para un mejor desarrollo de las actividades hoteleras debemos fortalecer la organización hotelera de la ciudad.

4.1.7 Análisis de la Demanda

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el crecimiento medio previsto a largo plazo es del 4 % anual en este sector. Esto significa que 25 millones de turistas se incrementan anualmente en el mundo. Para el año 2008, el crecimiento mundial fue superior al promedio previsto, pues se incrementó en un 5% en América del Sur.

Cuadro 12.- Tasa de Crecimiento Anual

PRONOSTICO DE CRECIMIENTO ANUAL
MERCADO UNIVERSO
TASA DE CRECIMIENTO ANUAL 5%

AÑO	INGRESO DE TURISTAS
2008	63262
2009	66425
2010	69746
2011	73234
2012	76895
2013	80740
2014	84777
2015	89016

Fuente: Organización Mundial de Turismo y Ministerio de Turismo.

Adaptación: Iván Cadena Q.

De acuerdo a la tabla anterior la Organización Mundial del Turismo prevé que para el año 2015 con una tasa de crecimiento del 5% anual, a nuestro país ingresarán 89 016 turistas. Estos datos servirán para tener un pronóstico de ventas de las habitaciones ya que los huéspedes de los hoteles son nuestro mercado meta. Por esta razón la promoción turística del Ecuador tiene como grupo objetivo a este tipo de turista.

Preferencias de Actividad de Turistas Nacionales

Cuadro 13.- Preferencias de Actividad de Turistas Nacionales.

ACTIVIDAD REALIZADA	TOTAL DE VISITANTES	PORCENTAJE
Diversión	1' 214 990	45,60 %
Visitar naturaleza o áreas protegidas.	695 169	26,10 %
Practicar deportes.	326 317	12,20 %
Gastronomía.	170 882	6,40 %
Observar flora y fauna	79 232	3,00 %
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77 126	2,90 %
Realizar compras.	52 381	2,00 %
Visita a comunidades	4 473	0,20 %
Visitar Shamanes, curanderos.	1 608	0,10 %
Otros.	44 137	1,70 %

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2 002, julio 2 003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador.

Adaptación: Iván Cadena Q.

Se puede observar en esta tabla que:

El 26,10% de los turistas tienen preferencia por visitar la naturaleza o áreas protegidas, por lo que ocupa el segundo lugar.

Sumados deportes, gastronomía, observar flora y fauna, visitar sitios arqueológicos y visita a comunidades, se puede decir que el 50,8% de los ecuatorianos visitan nuestra provincia su belleza amazónica

La afluencia de turistas al Puyo se presenta por temporadas detalladas de la siguiente manera:

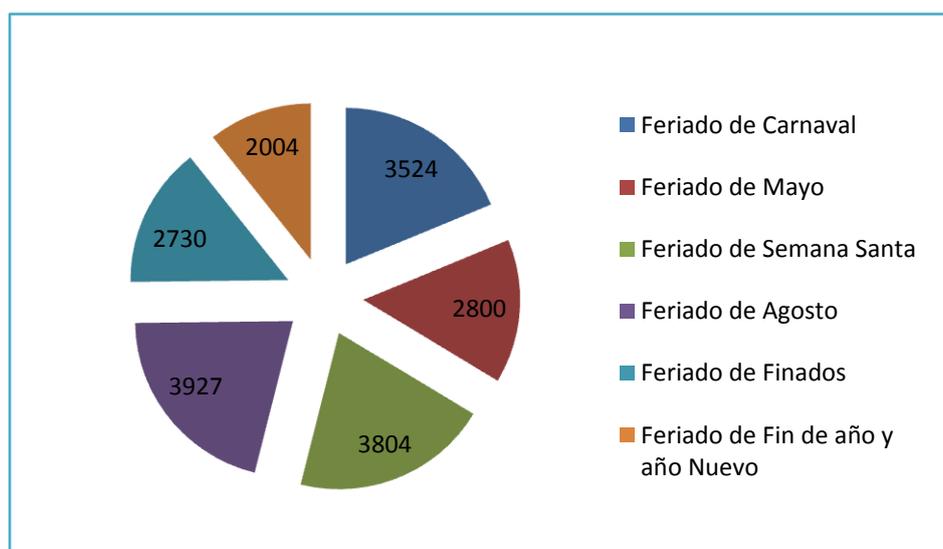
- Febrero por el feriado de carnaval,
- Mayo las fiestas de fundación de Puyo,
- Agosto por temporada de vacaciones de la Sierra y Amazonía,
- Noviembre por el feriado de finados y las fiestas de Provincialización,
- Diciembre el feriado de navidad y fin de año.

Cuadro 14.- Ingreso de Turistas en los Feriados del Año 2 012.

FERIADOS	Nº TURISTAS
Feriado de carnaval	3624
Feriado de Mayo	2800
Feriado de Semana Santa	3804
Feriado de Agosto	3927
Feriado de Finados	2730
Feriado de Fin de Año y Año Nuevo	2004
TOTAL	18889

Fuente: Ministerio de Turismo de Pastaza.
Adaptación: Iván Cadena Q.

Figura 5.- Ingreso de Turistas en los Feriados del Año 2012.



Fuente: Ministerio de Turismo de Pastaza.
Adaptación: Iván Cadena Q.

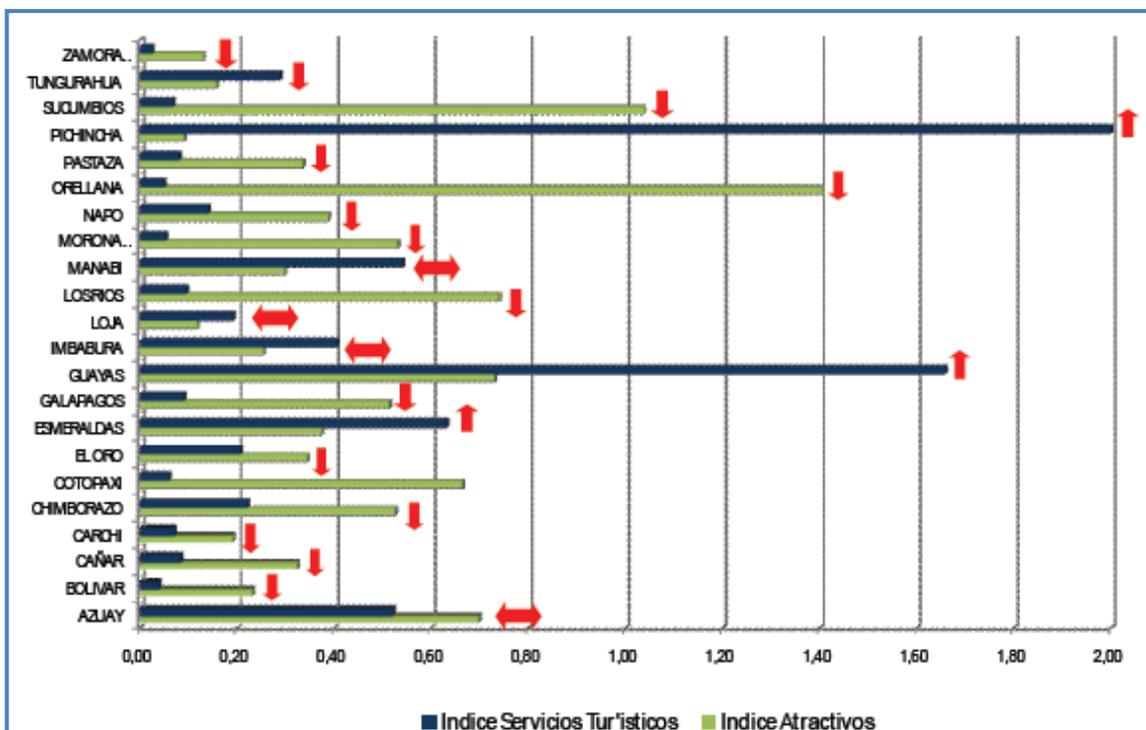
Como se puede observar los datos descritos recogen información de los reportes de feriados del año 2012 del Ministerio de Turismo de Pastaza, realizándose al mismo tiempo a la planta hotelera de Pastaza, dando como resultado la visita de 18 889 turistas. Sin embargo la demanda es mayor al registro de feriados. Al relacionar estos datos con los datos de preferencias de actividades turísticas, confirmamos que el turismo interno con respecto a visitar las áreas naturales es muy alto.

4.1.7.1 Análisis de la Oferta

La oferta que se ha determinado en esta investigación, es competitiva o de libre mercado ya que existe libre competencia y la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor. Para analizar la oferta turística de la ciudad es necesario de analizar la oferta turística de nuestro país de acuerdo a cada provincia.

Atractivos Turísticos en relación a la Oferta de Servicios Turísticos

Figura 6.- Índice de Servicios y Atractivos Turísticos.



Fuente: Ministerio de Turismo, estudio PLANDETUR2020.
Adaptado por: Iván Cadena Q.

Explicación del cuadro:

- ↔ Provincias donde existe algo de equilibrio entre el índice de atractivos versus el de servicios turísticos.
- ↑ Provincias donde los servicios turísticos no están equilibrados con relación a los atractivos.
- ↓ Provincias donde los servicios son menores a los atractivos.

Como se puede observar en este cuadro obtenemos la información que en la provincia Pastaza, los servicios ofertados al turista local y extranjero son menores a los atractivos, comprobándose un gran potencial para la inversión de servicios como:

- Hospedaje,
- Alimentación,
- Recreación,
- Turismo de aventura,
- Investigación y entre otros.

Esto implica que es propicio invertir en servicios turísticos en nuestro sector, por la existencia de muchos destinos turísticos locales, así aumentará el número de turistas y por ende la demanda hotelera, siendo este un aspecto fundamental en la toma de decisiones.

CATASTRO ALOJAMIENTO DE LA PROVINCIA DE PASTAZA- 2 013

Cuadro 15.- Catastro Turístico de la Provincia de Pastaza 2 013.

Nº	RAZON SOCIAL	CATEGORIA	HAB	PLAZ	MES	PLAZ	PER
CANTON: PASTAZA							
<i>CABAÑAS</i>							
1	KAPAWI	PRIMERA	19	38	100	400	37
2	LA COLINA	TERCERA	6	24	10	40	1
3	ALTOS DEL PASTAZA	SEGUNDA	6	37	9	36	9
4	KINDI WASI	TERCERA	6	30	0	0	2
5	BELLANDIA	SEGUNDA	6	24	0	0	2
6	BALNEARIO "EL PANTANAL"	SEGUNDA	0	0	5	20	2
<i>HOSTAL</i>							
1	EL JARDIN RELAX	SEGUNDA	12	34	10	40	6
2	MILENIUM	SEGUNDA	23	62	8	32	5
3	POSADA REAL	PRIMERA	12	24	4	16	2
4	PUYO	SEGUNDA	12	30	15	60	4
5	PORTO FINO	TERCERA	12	25	6	24	3
6	SAMMY & JOSE	SEGUNDA	16	48	0	0	2
7	SAN PATRICIO	SEGUNDA	17	38	16	44	4
8	EL CASIQUE DORADO	SEGUNDA	12	38	0	0	2
9	GAHONA	TERCERA	22	40	0	0	2
10	JEYKOV	SEGUNDA	16	30	4	16	1
11	KANOAS	SEGUNDA	13	30	0	0	2
12	L.F.	SEGUNDA	16	50	0	0	4
13	LAS PALMAS	SEGUNDA	20	45	4	16	4
14	DEL RIO	SEGUNDA	12	25	10	40	2
15	LA JOYA DEL ORIENTE	TERCERA	13	30	6	24	3
16	EL GRAN MARISCAL INN	TERCERA	27	72	0	0	3
17	MALENY	TERCERA	21	65	0	0	3
18	ORO NEGRO	SEGUNDA	18	56	0	0	7
19	LIBERTAD	TERCERA	14	40	0	0	2
<i>HOSTAL RESIDENCIAL</i>							
1	D'PAULA	SEGUNDA	18	35	0	0	3
2	MAJESTIC INN	TERCERA	18	38	0	0	2
3	MEXICO	SEGUNDA	12	33	0	0	3
4	LAS BALSAS	TERCERA	41	123	0	0	2

5	CHASI	TERCERA	16	16	0	0	2
6	DIAMANTE AZUL	TERCERA	25	40	0	0	3
7	JARED	TERCERA	14	28	0	0	2
8	CUMANDA	TERCERA	19	24	0	0	3
9	LOS GUACAMAYOS	TERCERA	12	13	7	28	1
10	FAGELP	TERCERA	10	20	0	0	2
11	EL CISNE	TERCERA	17	43	0	0	2
12	LA MOLIENDA	TERCERA	12	38	5	16	2
13	SAN LUIS	TERCERA	16	70	0	0	3
14	JARDIN AMAZONICO	TERCERA	20	33	-	-	2
15	FRESAW	TERCERA	14	26	-	-	2
16	COLONIAL	TERCERA	16	32	-	-	2
HOSTERIA							
1	LIZANES	SEGUNDA	6	20	10	40	9
2	FINCA EL PIGUAL	SEGUNDA	30	90	24	96	11
3	FLOR DE CANELA	SEGUNDA	16	53	0	0	6
4	ISLA DEL SOL	SEGUNDA	6	14	50	200	8
5	TURINGIA	SEGUNDA	41	63	20	80	17
6	SAFARI	SEGUNDA	33	132	20	80	12
7	DON ELIAS	TERCERA	6	20	8	32	4
8	HACHACASPI	SEGUNDA	41	130			4
HOTEL							
1	DELFIN ROSADO	SEGUNDA	30	84	0	0	5
2	AMAZONICO	SEGUNDA	30	88	10	40	9
3	RIZZO INN.	TERCERA	30	52			4
4	TURISMO INN.	TERCERA	30	80			5
5	EL ARAUCANO PUYO	TERCERA	30	70	5	20	6
6	LOS COFANES	CUARTA	30	88			6
HOTEL RESIDENCIA							
1	FRANCE INTERNACIONAL	TERCERA	30	50	0	0	4
2	GRANADA	TERCERA	34	44	0	0	3
3	MI KASA	TERCERA	32	50	0	0	5
MOTEL							
1	LAS PALMERAS	TERCERA	5	10	0	0	2
2	PARAISO ORIENTAL	TERCERA	8	16	0	0	5
PENSION							
1	COLIBRI	TERCERA	9	25	6	24	3
2	DAEL'S	TERCERA	8	26	0	0	2

3	AVENTURA	TERCERA	6	17	0	0	2
4	PAMBAY	TERCERA	8	14	0	0	2
CANTÓN MERA							
HOSTAL							
1	RAYJÚ	TERCERA	20	42	10	40	6
2	TIKA CHIRAW	TERCERA	16	54	0	0	1
3	ESMERALDITA	TERCERA	19	76	0	0	5
4	PARADERO LA MORAVIA	TERCERA	12	32	10	2	2
PARROQUIA SHELL							
CABAÑAS							
2	GERMANY	SEGUNDA	4	25	7	28	3
HOSTAL							
1	EL LORO VERDE	TERCERA	16	34	3	12	5
HOSTAL RESIDENCIAL							
1	INTERCONTINENTAL J.A.C	TERCERA	16	27	0	0	2
HOSTERIA							
1	GIOBAMBUA	SEGUNDA	4	20	38	186	5
2	SHELL	TERCERA	7	19	0	0	3
MOTEL							
1	MANATIAL	TERCERA	10	20	0	0	3
2	MONTANA	TERCERA	5	10	0	0	1
PARROQUIA MADRE TIERRA							
CABAÑAS							
1	AGUANO	TERCERA	4	12	8	32	2
CANTÓN SANTA CLARA							
PENSION							
1	EL COSTEÑITO	TERCERA	7	14	0	0	2
2	ÑUCA HUASI	TERCERA	9	18	11	44	2
CABAÑAS							
1	PIATÚA	TERCERA	6	18	10	40	5
CANTÓN ARAJUNO							
1	ISHKAY YACU	ÚNICA	6	12	20	80	7
TOTAL			1291	3216	489	1928	338

Fuente: Ministerio de Turismo del Cantón Pastaza.

Adaptación: Iván Cadena Q.

Según la tabla de catastro de alojamiento, la oferta de alojamiento en el 2013 es de 3216 plazas para atender a los turistas.

4.1.8 Aplicación de Encuestas

Los datos provienen de la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que se hospedaron en el Hotel. La encuesta aplicada tiene las siguientes preguntas:

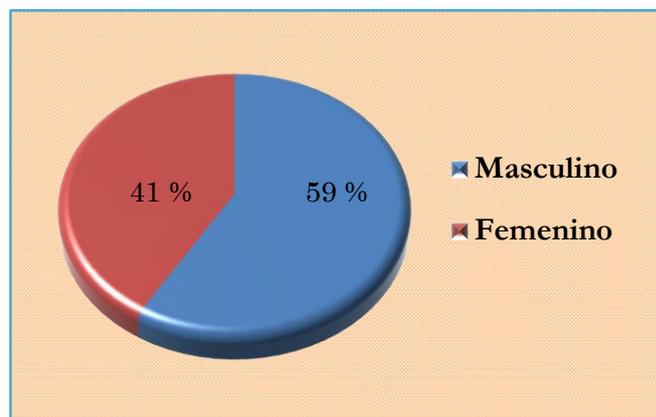
1.- ¿Cuál es su género?

Tabla 2.- Género de los Turistas.

SEXO	PERSONAS	PORCENTAJE
Masculino	129	59%
Femenino	91	41%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 1.- Género de turistas



Fuente: Formato de encuesta de la investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico número uno se observa que el 59% de turistas nacionales y extranjeros pertenecen al género masculino y el 41% al femenino.

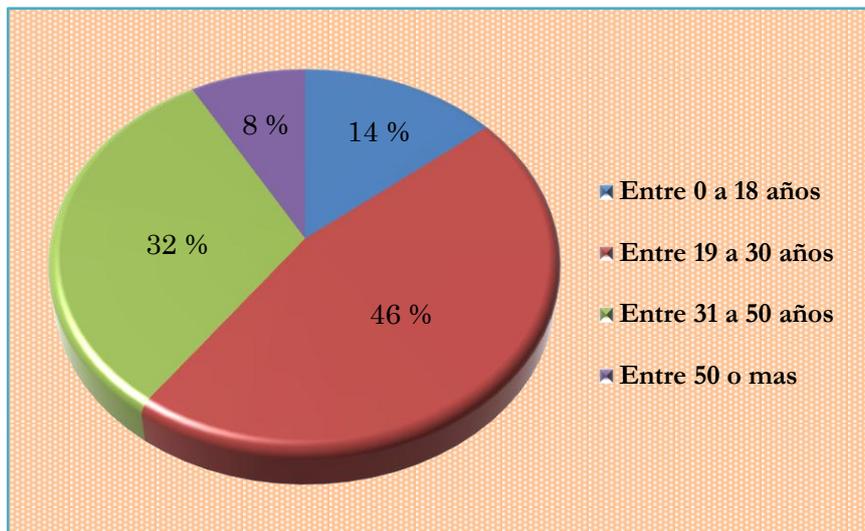
2.- ¿La edad en que usted se encuentra?

Tabla 3.- Edad de los Turistas.

EDADES	PERSONAS	PORCENTAJE
De 0 a 18 años	31	14%
Entre 19 a 30 años	101	46%
Entre 31 a 50 años	70	32%
Entre 50 o mas	18	8%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 2.- Edad de turistas



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico número dos el 46% de turistas están comprendidos entre los 19 y 30 años de edad, lo que demuestra que la demanda turística en mayor porcentaje es joven. Además hay que tomar en cuenta que muchos de ellos forman la población económicamente activa.

3.- ¿Cuál es su actividad actual?

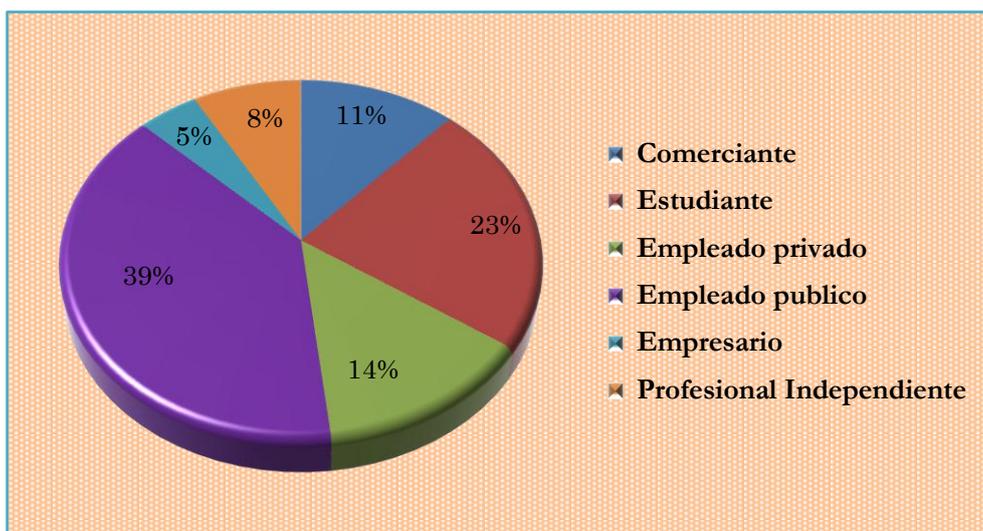
Tabla 4.- Actividad de los Turistas

ACTIVIDAD	PERSONAS	PORCENTAJE
Comerciante	26	11%
Estudiante	50	23%
Empleado privado	30	14%
Empleado publico	86	39%
Empresario	10	5%
Profesional independiente	18	8%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 3.- Actividad de los turistas



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

En el gráfico número tres se puede observar que el 39% de los turistas que se hospedaron en el Hotel son empleados públicos, el 23% son estudiantes, el 14% son empleados privados, el 11% son comerciantes, el 8% es profesional independiente, y el 5% son empresarios. Dándonos a entender que el empleado público tiene más oportunidad de hospedarse en un hotel por su solvencia o pago seguro.

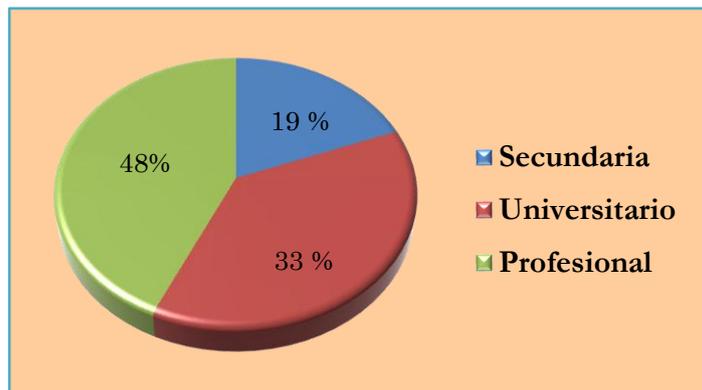
4.- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Tabla 5.- Nivel de estudios

NIVEL	PERSONAS	PORCENTAJE
Secundaria	42	19
Universitario	73	33
Profesional	105	48
Total	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 4.- Nivel de estudios



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico número cuatro el 48% de los encuestados que se hospedaron en el hotel, son profesionales de tercer nivel que en su gran mayoría trabajan entidades públicas, el 33% son estudiantes universitarios y el 19% son estudiantes de secundaria.

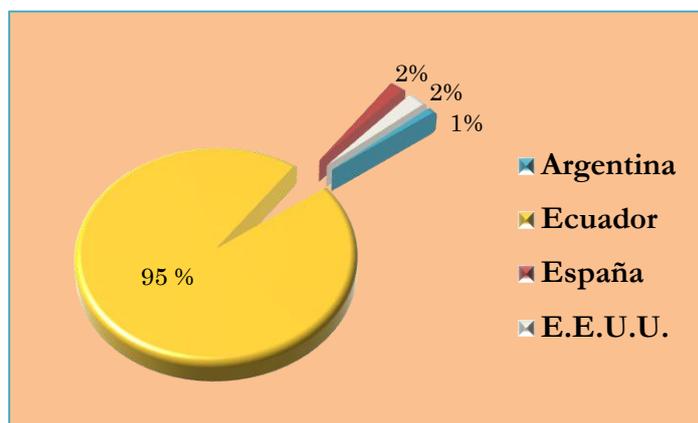
5.- ¿Lugar de procedencia?

Tabla 6.- Procedencia (País)

PAÍS	PERSONAS	PORCENTAJE
Argentina	2	1%
Ecuador	208	95%
España	4	2%
E.E. U.U.	6	2%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 5.- Procedencia País



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Se puede apreciar en el gráfico número cinco, de los turistas que se hospedaron en el hotel en su gran mayoría son nacionales con un 95% y con un porcentaje mínimo ocasionalmente son turistas extranjeros.

- Provincia

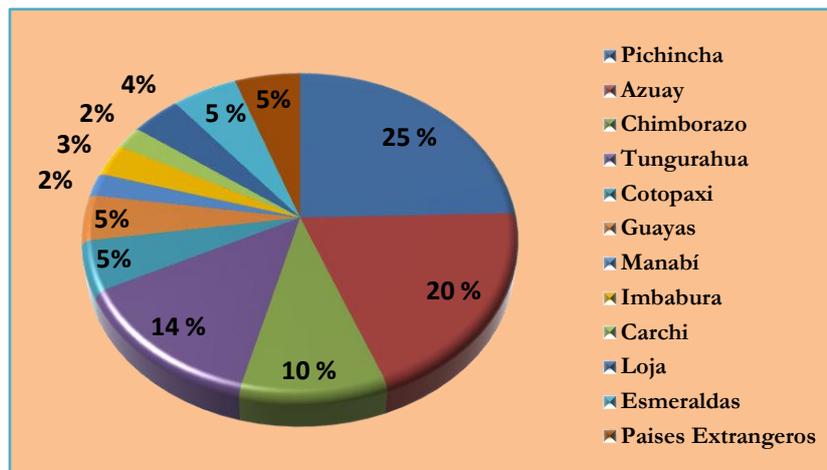
Tabla 7.- Lugar (Provincia)

PROVINCIA	PERSONAS	PORCENTAJE
Pichincha	54	25%
Azuay	43	20%
Chimborazo	22	10%
Tungurahua	30	14%
Cotopaxi	11	5%
Guayas	10	5%
Manabí	5	2%
Imbabura	7	3%
Carchi	5	2%
Loja	9	4%
Esmeraldas	12	5%
Países extranjeros	12	5%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 6.- Procedencia Provincia



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación.

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Como se puede apreciar en el gráfico número seis, el 25% corresponde a la provincia de Pichincha, el 20% a la provincia de Azuay y el 14% a la provincia de Tungurahua.

Según la encuesta el mayor porcentaje de los turistas que se hospedaron en el hotel es de la región Sierra, con ello validamos nuestros mercados potenciales y el crecimiento del turismo a nuestra región, dando como resultado un incremento de la demanda de hospedaje a nuestra ciudad.

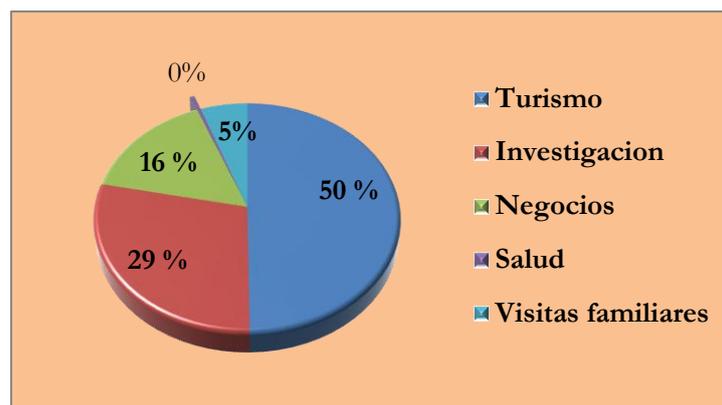
6.- ¿El motivo de su viaje es?

Tabla 6.- Motivo de Viaje

MOTIVO	PERSONAS	PORCENTAJE
Turismo	110	50%
Investigación	63	29%
Negocios	35	16%
Salud	1	0%
Visitas Familiares	12	5%
Total	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 7.- Motivo de viaje



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Como podemos observar en el gráfico número siete, el 50% de los turistas que se hospedaron en el hotel, concurren para realizar turismo, esto se debe a que la ciudad de Puyo posee una gran variedad de atractivos turísticos, donde se puede realizar diferentes actividades como turismo comunitario, turismo de aventura y degustar una gran variedad de comidas típicas, el 29% para realizar investigaciones, el 16% por negocios y en menor porcentaje del 5% por visitas familiares.

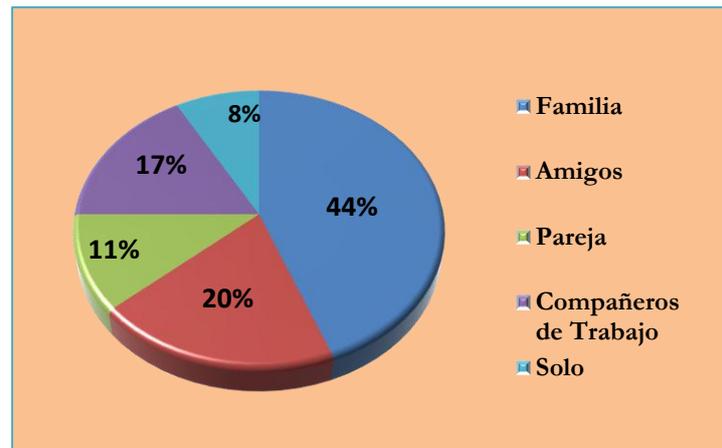
7.- ¿Al viajar va acompañado por?

Tabla 9.- Viaja acompañado

ACOMPañADO	PERSONAS	PORCENTAJE
Familia	97	44%
Amigos	43	20%
Pareja	25	11%
Compañeros de trabajo	37	17%
Solo	18	8%
Total	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 8.- Viaja acompañado



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

En el gráfico número ocho podemos apreciar que, de todas las personas que se hospedaron en el hotel el 44% prefieren viajar en familia, el 20% lo prefiere con amigos, el 17% lo prefiere con compañeros de trabajo, el 11% con su pareja y el 8% prefieren viajar solos.

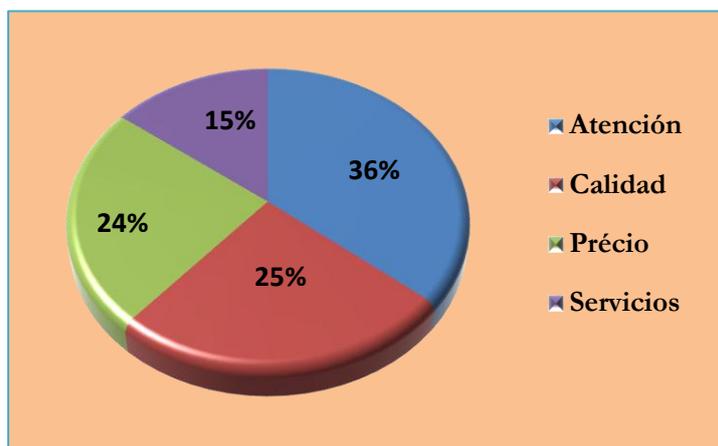
8.- ¿En el momento de hospedarse en un Hotel, ¿qué es lo que usted más valora?

Tabla 10.- Lo que más valora al elegir un Hotel

VALORES	PERSONAS	PORCENTAJE
Atención	72	33%
Calidad	62	28%
Precio	55	25%
Servicios	31	14%
Total	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q

Gráfico 9.- Lo que más valora al elegir un hotel



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Se observa en el gráfico, que los clientes que visitaron el hotel, el 36% consideran de gran importancia una buena atención, el 25% busca la calidad, el 24% tiene muy en cuenta el precio y el 12% los servicios que ofrece el establecimiento.

Estos resultados demuestran que los turistas buscan hoteles que brinden una buena atención, con un servicio de calidad a un precio cómodo, para que puedan disfrutar de su tiempo de descanso; por lo que, debe ser una de las políticas del hotel.

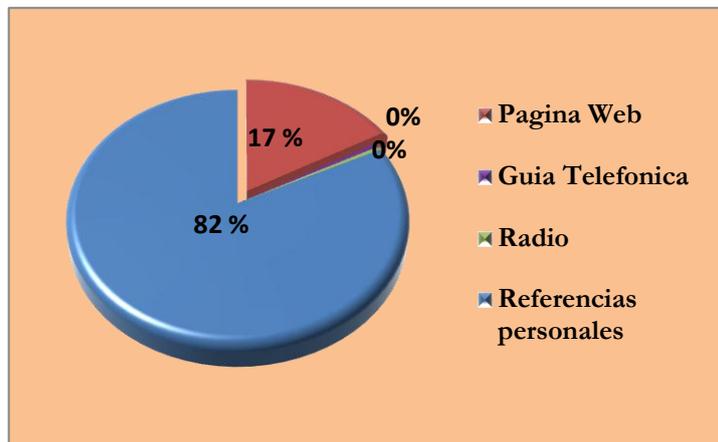
9.- ¿Por qué medios conoció la existencia del Hotel?

Tabla 11.- Medios por lo que conoció el Hotel

MEDIOS	PERSONAS	PORCENTAJE
Pagina Web	37	17%
Guía Telefónica	0	0%
Radio	0	0%
Referencias personales	183	82%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 10.- Medios por lo que conoció el Hotel



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Como se puede apreciar en el gráfico, de los turistas que se hospedaron en el Hotel el 82% lo conoció por medio de referencias personales, el 17% por la página web y el 0% tanto por la radio y guía telefónica.

Con este resultado tenemos que hacer todo lo posible por promocionar más el hotel por medio del internet, ya que en estos tiempos todo se lo realiza por este medio.

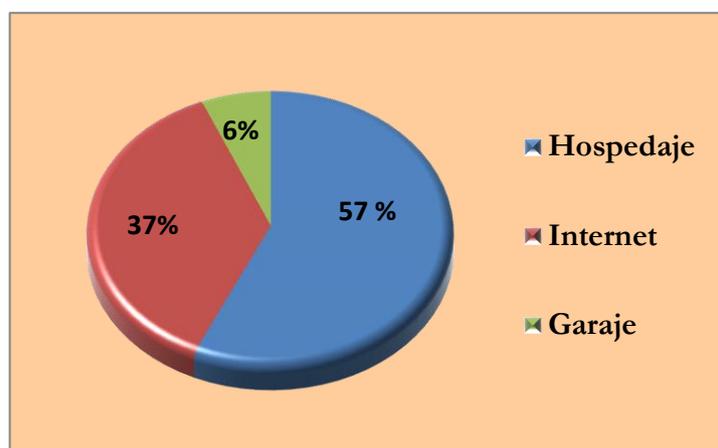
10.- ¿De los servicios que presta el Hotel, cual mejoraría?

Tabla 12.- Servicios que se mejoraría

SERVICIOS	PERSONAS	PORCENTAJE
Hospedaje	125	57%
Internet	81	37%
Garaje	14	6%
Total	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico 11.- Servicios que se mejoraría



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico, tenemos como resultado que el 57% de los turistas, nos dan a conocer que tenemos que mejorar el servicio de hospedaje, con 37% el servicio internet y con el 6% el servicio de garaje.

Se tendrá que mejorar el servicio de hospedaje, ya que es política del Hotel brindar una buena atención y servicio de calidad al cliente.

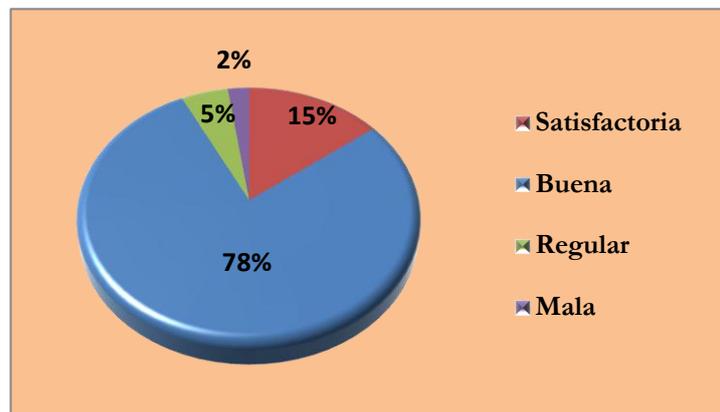
11.- ¿La atención que recibió en el Hotel, fue?

Tabla.- 13 Atención que recibió

ATENCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJE
Satisfactoria	32	15%
Buena	172	78%
Regular	11	5%
Mala	5	2%
TOTAL	220	100%

Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Gráfico.- 12 Atención que recibió



Fuente: Formato de la encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Análisis e Interpretación

En el siguiente resultado del gráfico se observa, que los turistas que se hospedaron en el hotel el 78% se inclinó a una atención Buena, el 15% Satisfactoria, el 5% Regular y el 2% Mala.

Este resultado nos da como conclusión que tenemos que mejorar la atención al cliente para tener una mejor calificación.

4.2. MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENNY INN.

Cuadro.-16 Manual de Procesos

			
HOTEL Maleny INN		MANUAL DE PROCESOS.	
			
Hotel Maleny Inn. Foto: Iván Cadena Q.			
CATEGORIA	TIPO	JERARQUIA	No. HABITACIONES
Alojamiento	Hotelero	Tercera	21 habitaciones Capacidad max. 65 pax
SERVICIOS			TELEFONO/ EMAIL
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Baño privado - Garaje - Internet Wii-fi - T.V. cable - Recepción 24 horas 			032890344 09923888067 www.hotelmalenyinn.com

Fuente: Trabajo de campo
 Elaborado por: Iván Cadena Q.



H O T E L **Maleny INN**



CONTENIDO

- 1. Introducción.**
- 2. Objetivos.**
- 3. Direccionamiento Estratégico.**
- 4. Importancia del Manual.**
- 5. Mapa de Procesos.**
- 6. Inventario de Procesos.**
- 7. Diagramas de Flujo de los Procesos.**
- 8. Control de Procesos de la Calidad.**
- 9. Estrategias de mejoramiento.**
- 10. Implementación de formatos de control. (Alojamiento-Camarería).**
- 11. Glosario.**
- 12. Anexo.**

1. INTRODUCCIÓN.

El Recurso Humano es un factor clave de éxito para cualquier organización; sin embargo, para esto la empresa debe empezar por dotar a su personal las herramientas necesarias que contribuyan a lograr el desempeño eficiente de sus funciones.

Existen varias herramientas administrativas, por medio de las cuales los colaboradores podrán utilizar como fuente de información que les ayude a complementar el cumplimiento de sus objetivos, y que le permita a la empresa, de igual forma, ser más competitiva y obtener los resultados esperados.

De esta manera, el Hotel Maleny Inn. Busca una estructura administrativa más formal. Pese a esto, el problema radica en que los colaboradores de la empresa, por sus múltiples ocupaciones, y más que todo por limitación de tiempo, no han podido documentar por escrito lo que han realizado en la práctica. En otros casos, los procedimientos no han podido ser establecidos con exactitud, o bien, se han vuelto obsoletos o no se ajustan a las nuevas necesidades de la empresa.

Proporcionar un instrumento de apoyo administrativo y operativo que permita llevar un registro y control de los procesos en cada una de las áreas del Hotel Maleny Inn, mediante un manual de procesos, que contribuya a lograr un eficiente desempeño por parte de los colaboradores en la empresa.

Para ofrecer al cliente nacional y extranjero servicios de calidad que logren satisfacer sus necesidades y expectativas al momento de hospedarse.

La existencia de un manual de procedimientos en el Hotel Maleny Inn., permitirá el fácil acceso a las descripciones detalladas de las operaciones y trámites generales realizados dentro de las diferentes áreas, lo que proporcionará un método para la ágil comprensión de los mismos y evitará confusiones por el no conocimiento de las tareas específicas de cada clase de puesto.

1. OBJETIVOS DEL MANUAL.

Objetivo General

Objetivos específicos

- Documentar todos los procesos de servicio de la empresa a utilizarse en cada una de las áreas del hotel.
- Implementar el diagrama de flujo de procesos, a fin que la empresa ofrezca un servicio eficiente al cliente.
- Facilitar la adaptación de nuevos empleados a la empresa.

2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.

Una vez analizada la situación actual del Hotel MalenyInn.se presentan a continuación los siguientes resultados obtenidos.

- **Nombre de la empresa:**

HOTEL MALENY INN.

- **Logotipo:**

Figura 7.- Logotipo del Hotel



Elaborado por: Iván Cadena Q.

3.1 Visión

El hotel Maleny Inn. Para el año 2015 es reconocido a nivel nacional dentro de la Industria Hotelera, por su excelente prestación de servicios, ofreciendo comodidad y confort, distinguida por la vocación y entrega de su personal para brindar una excelente atención y calidad para con nuestros clientes y colaborando con el progreso de la ciudad.

3.2 Misión

El Hotel Maleny Inn. es una empresa que brinda servicio de hospedaje, siendo distinguido por la mayor comodidad y confort, para satisfacer las necesidades y expectativas del turista nacional y extranjero, apoyado con un equipo humano altamente comprometido en ofrecer una mejor atención y servicio de calidad al huésped, cuyo bienestar y comodidad se constituye en prioridad para nosotros.

3.3 Objetivos de la empresa

Objetivo General

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes en base a la responsabilidad social, brindando una atención y servicio de calidad, llegando a ser reconocido a nivel nacional e internacional.

Objetivos Específicos

- Brindar una atención al cliente en el servicio de hospedaje.
- Manejar eficientemente una administración por procesos que nos permita gestionar de manera óptima de acuerdo a las exigencias y necesidades de la empresa.
- Capacitación permanente del personal operativo en el área de hotelería y servicio al cliente, para cumplir con las necesidades de los clientes, que se encuentren motivados y totalmente identificados con el Hotel, desarrollando responsabilidad, honestidad, respeto y trabajo en equipo.
- Crear nuevos servicios y paquetes turísticos para incrementar la rentabilidad de la empresa y por ende el turismo de la ciudad.
- Contribuir al desarrollo de la ciudad, generando ingresos económicos por el turismo y abriendo fuentes de trabajo para el desarrollo social de la ciudad.
- Fortalecer alianzas con agencias de viajes para promover el turismo en la ciudad e incrementar la participación en el mercado hotelero en la captación de potenciales clientes.

3.4 Valores

Calidez Humana: Una actitud positiva y de servicio cualidad que brindan los empleados a clientes o socio comerciales, comprometidos con un trato amable y personalizado.

Compañerismo: Fomentar el compañerismo ayudándose mutuamente, actuando comprometidos con un propósito común y responsable realizando un buen trabajo en equipo.

Equidad: Un trato justo y equitativo entre empleados, cliente o socio comercial, sin importar el nivel de jerarquía serán las actividades que comprenda el Hotel.

Honradez y honestidad: El hotel realiza actividades con transparencia y lealtad moral (no hurtar objetos ajenos, dinero, entre otros) comprometiéndose a cumplir con las leyes y reglamentos aplicables en la empresa.

Puntualidad: Es primordial la puntualidad del personal operativo y administrativo para una mejor coordinación de trabajo, a la hora de entrada respetando la hora salida del mismo.

Respeto: En el Hotel respeta los valores, ideas, opiniones, creencias y derechos de cada persona, sean empleados, clientes o socios comerciales

Responsabilidad: Las actividades realizadas por nuestros empleados a nuestros clientes o socios comerciales, se desarrollan con la finalidad de entregar lo mejor.

Servicio: El personal del Hotel brindara sus servicios con una actitud positiva, eficiente y colaboradora, siempre tratando de mejorar sus actividades dando como resultado una buena atención de calidad a los clientes.

3.5 Políticas de Administración de la Empresa.

Las políticas administrativas permitirán el manejo adecuado y optimización de los recursos, así como mejor organización y prestación de servicios al turista por lo que se ha establecido las siguientes políticas:

Políticas de servicio para el turista

- La jornada hotelera terminara a las 14H00 de cada día. El cliente que no abandone a dicha hora la habitación, se entenderá que prolonga su estadía más. Si una vez anunciada su marcha cumplido el plazo de estadía convenida, el cliente pretendiese prolongar su permanencia, el establecimiento podrá no aceptar la continuación del hospedaje si tuviera comprometida la habitación para otro cliente.
- Al final de la estadía en el hotel, el turista debe dejar el control de la T.V. y la llave de la habitación en la recepción para su posterior revisión.
- El hotel no se responsabiliza del dinero u objeto de valor que no sean entregados a la administración.
- En caso de reclamos, el cliente deberá hacerlo a la administración.
- Estas indicaciones se colocaran en un lugar visible, en todas las habitaciones, deberán constar la indicación al menos en dos idiomas español e ingles.
- Será requisito indispensable que los clientes antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entrada con su respectiva cedula de identidad.

Políticas de Operación de la Empresa

- Aplicar los objetivos, valores, la misión, visión colectivamente en la empresa.
- Conocer las necesidades y expectativas de los huéspedes, además de la percepción de la calidad de servicio que brinda.
- Promover el desarrollo de la empresa a través de la capacitación del personal.
- Crear un ambiente de trabajo positivo.
- Mantener limpia todas las áreas de trabajo.
- Brindar a los huéspedes información correcta sobre los horarios y servicios del hotel.

- Las sugerencias ideas o recomendaciones realizadas por escrito o hablado, serán escuchadas, evaluadas y transmitidas al Gerente, para tomar las debidas acciones.
- Los involucrados serán evaluados trimestralmente por su superior, así se lograra corregir falencias, reconocer buenos desempeños y mejorar continuamente.

Políticas de Reservación

- El alojamiento está obligado a mantener la habitación reservada a disposición del cliente hasta las 19h: 00 del día fijado para su arribo, circunstancias que debe ser notificado a confirmar la reservación. Si el cliente no hubiere llegado al alojamiento hasta esa hora y no hubiere comunicado su retraso inesperado. El alojamiento podrá disponer de la habitación a su conveniencia.
- Para reservar cualquier servicio que presta la empresa, el cliente deberá abonar los 50% del total del valor del servicio, pagados en efectivo o depositado en la cuenta del Banco y el saldo se cancelara al inicio o fin del servicio.
- Una vez realizado el depósito de reservación el cliente deberá enviar por fax el comprobante de depósito para confirmar el mismo, o el administrador deberá llamar al banco y comprobar el depósito y el número de comprobante.

3.6 Reglamento Interno del Hotel

El silencio nocturno será desde las 22h: 00 en todas las habitaciones debe moderarse el volumen acústico, respetar también el silencio en los pasillos y escaleras.

- Prohibido fumar en las habitaciones y en los pasillos.
- En caso de dañar o ensuciar el mobiliario, así como perder las llaves, es el causante quien paga por el daño ocasionado. Pagos de este tipo se realizan

inmediatamente y en efectivo, en el caso de grupos el responsable es el organizador o representante, quien debe adelantar el valor del daño. Robos o daños intencionados serán denunciados inmediatamente a la policía.

3.7 Practicas Ambientales

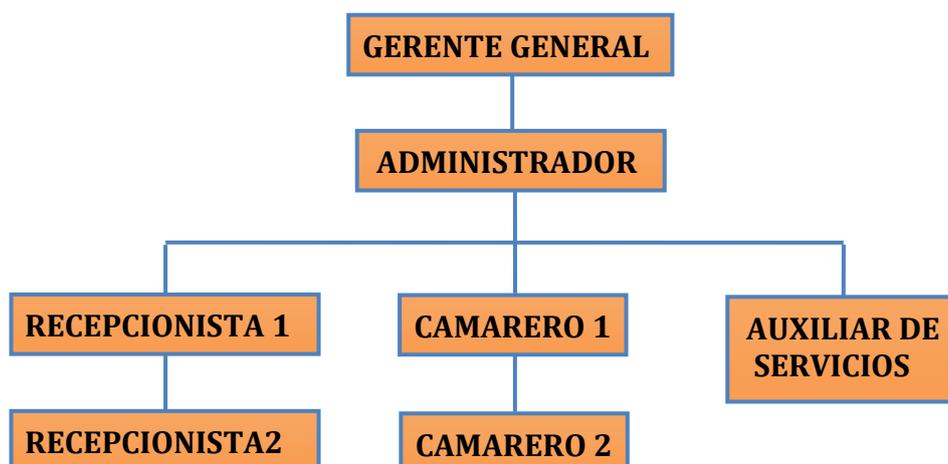
El Hotel Maleny Inn. Con el fin de reducir los efectos ambientales a establecido las siguientes normas:

- Realiza un correcto reciclaje al momento desocuparse de la basura.
- Ahorro de energía (desconectando televisores, ventiladores y otros electrodomésticos que no se ocupan)
- Uso de productos de limpieza, que no afectan al Medio Ambiente.
- Mantiene las instalaciones del Hotel siempre limpias.

2.8 Organigrama Estructural.

El hotel Maleny Inn. No contaba con un organigrama estructural oficial, se lo ha realizado para una mejor comprensión de las funciones que se desarrollaran, cuando se contrate a todo el personal.

Figura.-8 Organigrama Estructural del Hotel



Elaborado por: Iván Cadena Q.

3.9 Manual Orgánico Funcional

CARGO: GERENTE GENERAL

Función Básica

La gerente propietaria será la que represente legalmente al establecimiento siendo también quien establece políticas administrativas con las que se laborará en cada uno de los cargos de trabajo.

Estará encargada de Coordinar y Supervisar la prestación de servicios dentro del hotel, además de dirigir a las personas a su cargo con el fin de solucionar las situaciones que surjan en el desempeño de las diferentes funciones.

Función específica

- Tomar decisiones relacionadas con el hotel.
- Generar y mantener las utilidades del hotel.
- Vigilar los resultados de las áreas funcionales del hotel en cuanto a: costos, calidad, servicios al cliente, controles y resultados económicos.
- Planificar, organizar y controlar las operaciones.
- Ejecutar los planes estratégicos.
- Crear estrategias que permitan atraer más clientes.
- Estimular el desarrollo de conocimientos y habilidades que permitan la comunicación y atención a los huéspedes para responder a sus requerimientos.
- Negociar y contratar servicios externos para mejoras del hotel.
- Asistir a eventos especiales para dar promoción y publicidad hotel.
- Toma la decisión en el proceso de selección de personal.

Perfil del Cargo

- Edad: 30 años en adelante.
- Sexo: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.
- Educación: Título superior en Administración de Empresas Turísticas.
- Experiencia: Mínima de 3 años en funciones relacionadas con la Gerencia General de empresas principalmente en el ramo turístico.
- Manejo de office avanzado (Word, Excel, Power point, e internet).
- Conocimientos de Inglés (conversación, escritura y lectura). Opcional, otro idioma (francés, Alemán).
- Seminario en Recursos Humanos.
- Seminario de Liderazgo.

Conocimientos

- Procesos y procedimientos administrativos y contables.
- Técnicas de definición de precios, productos y servicios.
- Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo.
- Técnicas de negociación y administración de contratos.
- Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad.
- Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera.
- Técnicas de liderazgo y jefatura.
- Métodos de evaluación de desempeño de personal.
- Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento.
- Técnicas de mercadeo.

Habilidades y destrezas

- Capacidad de organización y liderazgo.
- Habilidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para manejar y resolver conflictos, tolerancia a presión.
- Buenas relaciones interpersonales, iniciativa, actitud de servicio al cliente.
- Capacidad de comunicación y análisis.

Actitudes

- Acostumbrado a trabajar en equipo.
- Ser objetivo.
- Actitud de líder.
- Tener don de mando.
- Iniciativa propia.
- Capacidad de toma de decisiones.

Responsabilidades

- De todos los recursos materiales existentes dentro de la empresa.
- Vigilar que se realice todo de acuerdo con lo planeado.
- Generar los recursos financieros necesarios para el mantenimiento del hotel.

CARGO: ADMINISTRADOR

Función Básica

Coordina el proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal y brinda la capacitación necesaria para el mejor desempeño de las funciones; además de mantener un sistema de incentivos y reconocimientos al mérito de cada uno de ellos.

Además de supervisar y auxiliar de manera directa las funciones realizadas por el personal a su cargo, con el fin de responder a los requerimientos del cliente.

Función específica

- Supervisar el cumplimiento de las funciones del personal a su cargo.
- Control de personal.
- Motivar al personal a realizar mejor su trabajo.
- Llevar un control de materiales necesarios para desarrollar cada una de las funciones en los diversos puestos del hotel.
- Entregar reportes de las actividades realizadas en su área a su jefe inmediato.
- Coordinar el proceso de reclutamiento, selección y contratación.
- Definir y coordinar actividades y entrenamiento de personal.
- Diseñar y ejecutar los programas de capacitación.
- Desarrollar políticas y procedimientos para el personal.
- Crear programas de incentivos y reconocimientos.
- Elaborar y actualizar el manual de descripción de puestos.
- Apoyar en eventos realizados dentro del hotel.
- Asistir a cursos relacionados con el área.
- Realizar la inducción a los nuevos integrantes de la empresa.

Perfil del Cargo

- Edad: 30 años en adelante.
- Sexo: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

- Educación: Licenciatura en Administración de Empresas con especialidad en Recursos Humanos o una carrera a fin a esta.
- Experiencia: Mínima de 2 años en Administración hotelera.
- Inglés avanzado.
- Manejo de contabilidad.
- Manejo de office avanzado (Word, Excel, Power point, e Internet.)
- Conocimientos de Inglés (conversación, escritura y lectura).
- Cursos de Relaciones Humanas
- Seminarios Actualizados en Tributación.
- Seminarios en Actualización contable.

Habilidades

- Planificación de corto y largo plazo.
- Toma de decisiones.
- Razonamiento numérico aplicado a negocios.
- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita.
- Interpretación del lenguaje corporal.

Actitudes

- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Perseverante: Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina.
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- Detallista: Ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.

- Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos y planea proyectos.
- Orientado al cambio, goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

Responsabilidades

- Del equipo y material que le es asignado para realizar sus funciones.
- Supervisar las funciones realizadas por el personal a su cargo.
- De impartir capacitación de acuerdo con las necesidades detectadas y las políticas de la empresa.
- Es responsable directo de dinero en efectivo, contratos y ejecución de presupuesto.

CARGO: RECEPCIONISTA

Función Básica

Controla, supervisa y atiende las sugerencias y quejas de los huéspedes en el hotel en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones.

Función Específica

- Preparar y realizar todo lo necesario antes de la llegada y salida del cliente.
- Recibir y dar entrada a los clientes cuando estos arriban a la instalación. (Check in).
- Dar un trato amable, rápido, eficiente y sincero.
- Realiza reservaciones.
- Vende los servicios de la instalación y asigna habitaciones.
- Informar y atender a los huéspedes durante toda su estancia.
- Atender llamadas locales, tanto internas como externas del hotel.
- Facturar los servicios cobrados.

- Hace el registro de entrada de los huéspedes.
- Archiva la documentación que ingresa y sale.
- Revisa el reporte de habitaciones hecha por la camarera.
- Lleva el control de entrada y salida de los huéspedes.
- Lleva el control de las llaves, entrega las llaves de las habitaciones y atender las pérdidas de llaves por parte de los huéspedes.
- Recibe el equipaje de huéspedes y grupos.
- Realizar los cambios de habitación.
- Traslada en custodia el equipaje de los huéspedes.
- Velar por el mantenimiento de las instalaciones, equipos, y las áreas de recepción.
- Cumplir con las gestiones que los huéspedes le encomiendan (toma de mensajes, llamadas telefónicas, reservaciones, etc.).
- Enfrentar, gestionar y resolver las posibles quejas, solicitudes, reclamaciones de los clientes.
- Conocer el estado ocupacional del hotel y la disponibilidad de alojamiento existente.
- Responder cualquier duda o necesidad del huésped respecto a lugares de interés local, del país, su cultura y principales sitios turísticos y de negocios.
- Servir de traductor ante cualquier problema que se le presente al huésped con el idioma.
- Despedir a los huéspedes en el momento de su partida, garantizando el cobro de sus cuentas. (Check out).

Perfil del Cargo

- Edad: de 24 años en adelante.
- Sexo: Femenino.
- Estado civil: Indistinto.
- Educación: 3 niveles de estudios superiores en Gestión Empresarial o carreras afines.
- Experiencia: Mínima 2 años en cargo similares.
- Inglés avanzado.
- Computación avanzada (Word, Excel, Power Point, Internet).

Conocimientos

- Servicios de hotelería, funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento.
- Procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional.
- Términos técnicos de hotelería relativos a la recepción.
- Reglas de etiqueta y protocolo.
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros.

Habilidades

- Debatir amablemente en discusiones.
- Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple y caligrafía legible.
- Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores.
- Comprensión de las necesidades del cliente.
- Capacidad de relacionarse con los clientes.

Actitudes

- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias y aporta soluciones.
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante y comprometido.

Responsabilidades

- De los recursos materiales que le son asignados para realizar sus funciones.
- De brindar un buen servicio al huésped.
- De dar alternativas de solución al huésped, en su caso.
- De que el cliente vuelva a solicitar el servicio de hospedaje.

CARGO: CAMARERA

Función básica

Se ocupa principalmente de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones, inspeccionar la habitación para la salida del huésped, reponer y controlar el material, atender pedidos y reclamos.

Funciones Específicas:

- Revisar si el huésped ha olvidado algo.
- Comprobar si el cliente se ha llevado algo y comunicarlo, por teléfono a recepción.
- Limpieza de habitaciones, baños, cambio de sábanas, toallas, jabones, papel higiénico a diario.
- Revisión del funcionamiento de luces y aparatos eléctricos.

- Informar al recepcionista sobre cualquier objeto roto o descompuesto.
- Llenar los formatos correspondientes.
- Recolección de las bolsas de ropa sucia de los huéspedes para la lavandería.
- Reportar al recepcionista fallas o desperfectos que noten en las habitaciones.
- Mantener limpias todas las áreas del hotel, plantas, escaleras, cuadros, pasillos etc.
- Acudir al llamado de recepción cuando le informen de alguna irregularidad en el mismo.
- Brindar información del establecimiento al huésped
- Direccionar al huésped con el departamento responsable de solucionar sus inquietudes.

Perfil del Cargo

- Edad: de 24 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Estado civil: indistinto
- Educación: Bachiller
- Experiencia: Mínima 1 año en actividades relacionadas con el puesto y conocer de la aplicación de procedimientos de limpieza y de productos químicos.
- Curso de Computación básica(Word, Excel, Power point)

Conocimientos:

- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales.
- Técnicas de montaje de cama.

- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo.
- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.
- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped.
- Manejo de formatos.

Habilidades

- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas
- Lectura y escritura clara para llenar los formatos y registros de novedades.
- Toma de decisiones rápidas bajo presión, comunicación clara de manera verbal.
- Manipulación de objetos con firmeza y coordinación motriz.

Actitudes

- Social y responsable con sentido común.
- Detallista, ordenado, preciso, disciplinado, equilibrado emocionalmente.
- Discreto, reservado, atento, cordial, considerado, tolerante y comprometido.

Responsabilidades:

- De los productos y equipo de limpieza.
- De realizar bien sus funciones.

CARGO: AUXILIAR DE SERVICIOS (LAVANDERÍA)

Función Básica:

El operador de lavandería es la persona responsable de lavar, planchar y confeccionar y/o arreglar la lencería de habitaciones, ropa de huéspedes y uniformes del personal, utilizando métodos técnicos y adecuados para llevar a cabo eficaz y eficientemente las actividades.

Funciones Específicas:

- Elabora los reportes de lavado de la ropa del huésped para la correspondiente facturación por el servicio de lavado.
- Seleccionar el tipo de detergente, suavizante y blanqueador de acuerdo con el tipo de tela.
- Seleccionar la temperatura y el ciclo de lavado de la lavadora.
- Clasifica las toallas, colchas, sábanas, edredones etc.
- Supervisa que el peso de ropa depositada sea el conveniente.
- Lavado, secado, planchado y doblado de las sábanas, toallas, edredones etc.
- Lavado, secado, planchado y doblado de toda la ropa del hotel.
- Lavado, secado, planchado, doblado y entrega de la ropa de clientes.
- Será quien se encargue también del almacenamiento y distribución de la lencería y ropa en general.
- Distribuye y almacena toda la lencería limpia del Hotel.
- Limpieza de las instalaciones de lavandería.

Perfil del Cargo

- Edad: mayor de 20 años en adelante.
- Sexo: Indistinto.
- Estado civil: indistinto.
- Educación: Bachiller.
- Experiencia: Mínima 1 año en actividades relacionadas con el puesto.

Conocimientos

- Conocer de la aplicación de detergentes, suavizantes y blanqueadores durante el lavado, manejo de lavadora y secadora.

Habilidades aptitudes y actitudes.

- Procesos de lavandería, planchado y costura.
- Manejo de maquinaria para lavandería.
- Características de detergentes y blanqueadores.
- Textura de telas.
- Temperaturas adecuadas para el tipo de planchado.
- Organización y colaboración.
- Amabilidad, respeto y predisposición.

Responsabilidades:

- De los productos y equipo que emplea y utiliza.
- De realizar bien sus funciones.

3.10 ESTUDIO LEGAL

Se refiere al aspecto legal el establecimiento hotelero se basa en los siguientes artículos de la Nueva Constitución del Ecuador (2 008).

Título II, Capítulo Sexto - Derechos de la libertad, 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. 25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

Título III, Capítulo Segundo – Políticas Públicas, servicios públicos y participación ciudadana. Art. 85, Lit. 3 / Es una oportunidad para el 112 financiamiento de la ejecución de PLANDETUR 2020 y otros planes de desarrollo turístico.

Título IV, Capítulo Primero – Participación en democracia, Art. 100.- Obliga a que el sector turístico en general se organice para fortalecer la generación de políticas públicas turísticas y pueda articularse con otros sectores de la sociedad.

Título IV, Capítulo Tercero – Función Ejecutiva, Art. 157.- Es un espacio para que el sector del turismo pueda impulsar acciones adecuadas en otros sectores y así mejorar el producto turístico nacional.

Además hace referencia a los artículos de la Ley del Turismo del Ecuador (2 002) que dice lo siguiente:

Art. 3.- Literales c, d, f y g; el estado promueve la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional, siendo su obligación el fomento del turismo interno y externo.

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

- a. Alojamiento,
- b. Servicio de alimentos y bebidas,
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito,
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento,
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art.19.-El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable

por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

El establecimiento hotelero tiene que cumplir con trámites legales para aprobar se funcionamiento y brindar sus servicios de hospedaje al turista con entidades públicas como:

- Servicio de rentas Internas SRI,
- Ministerio de turismo MITUR,
- Municipio de Pastaza,
- Dirección de Salud,
- Benemérito Cuerpo de Bomberos,
- Cámara de Comercio de Pastaza, CAPTUR y
- Asociación de hoteleros de Pastaza AHOTEP.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS S.R.I.

Emisión del Registro Único de Contribuyentes R.U.C.

- Original y copia a color de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original del certificado de votación.

Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de tarjeta de crédito o de teléfono celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.

- Original y copia de cualquier documento emitido por una institución Pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Original y copia de la escritura de compra y venta del inmueble; u, original y copia del certificado del Registrador de la Propiedad.
- Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.

REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO DE PERSONAS NATURALES:

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, deñe encontrarse registrada la razón social (nombre comercial del establecimiento), motivo de la solicitud.
- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funcionará el establecimiento, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados.
- Pago del valor de registro nombre del fondo mixto de promoción turística.
- Autorización del propietario para usar la razón social anterior.
- Declaración del 1x1000 a los activos fijos.

- Estos requisitos se presentarán en una carpeta en la oficina del Ministerio de Turismo, también es necesario sacar el nombre del establecimiento en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (I.E.P.I.).

MUNICIO DE PASTAZA GADM.

Licencia única anual de funcionamiento

Se constituye en la autorización legal otorgada por el GADM PASTAZA a los establecimientos y/o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos en el cantón, sin la cual no podrán operar y tendrá validez exclusivamente por el año que se otorga.- Requisitos para Personas Naturales:

- Certificado de Registro del Establecimiento en el Ministerio de Turismo.
- Patente Municipal actualizada.
- Permiso de funcionamiento conferido por el Cuerpo de Bomberos GADM PASTAZA.

Para el caso de personas obligadas a llevar contabilidad:

- Del 1 al 31 de marzo menos el 10% del valor de la licencia.
- Del 1 al 30 de abril menos el 8% del valor de la licencia.
- Del 1 al 31 de mayo menos el 5% del valor de la licencia.
- A partir del 1 de junio se recargará el 60% del valor de la licencia.
- En el séptimo mes se clausurará el establecimiento y/o empresa, hasta que esta cumpla con sus obligaciones más el 60% de recarga del valor de la licencia.

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN LA DIRECCIÓN DE SALUD.

- Certificado de Inspección.
- Copia de cédula y certificado de votación.

- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia del permiso de Intendencia para locales no calificados por el Ministerio de Turismo.
- Calificación del Ministerio de Turismo.
- Exámenes de heces, orina y VDRL, hepatitis.
- Una fotografía.
- Para los trabajadores:
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Una fotografía.
- Exámenes de heces, orina y VDRL, hepatitis.
- También es necesario sacar el Registro Único de Proveedores (R.U.P.) en el Instituto Nacional de Compras Públicas (I.N.C.O.P.).

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO DE PASTAZA, CAPTUR Y AHOTEP.

Estas afiliaciones son opcionales:

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Llenar el formulario de afiliación.
- Dos fotos tamaño carnet.
- Cancelar el valor de afiliación: 30,00 dólares la inscripción, 20,00 dólares la cuota extraordinaria y 10,00 dólares mensuales.

3. Importancia del Manual

Este manual de Procesos es importante por que nos permitirá fijar objetivos claros, asemejar las actividades relacionadas con la atención al cliente, dejando a un lado las barreras entre áreas que ha creado la organización funcional.

Nos permitirá realizar un seguimiento continuo que facilite el control y haga muy ágil el ubicar falencias y los correctivos que se requieran para corregirlas.

Ayudara a definir responsabilidades operativas para la ejecución, control y evaluación de las actividades que vamos ha desempeñar en el hotel.

Servirá como medio de integración al personal nuevo, facilitando su incorporación e inducción a las distintas áreas de trabajo.

Representar más fácilmente, mediante el diagrama de flujo, las operaciones a realizar por cada área.

Nos ayudara a facilitar la comunicación entre el personal, ya que a través de la implementación de los diagramas se van determinando las actividades y responsabilidades que debe realizar en cada área.

Mejorara el desempeño del establecimiento y servirá como guía de trabajo para el personal que labora en el hotel.

4. Mapa de Procesos

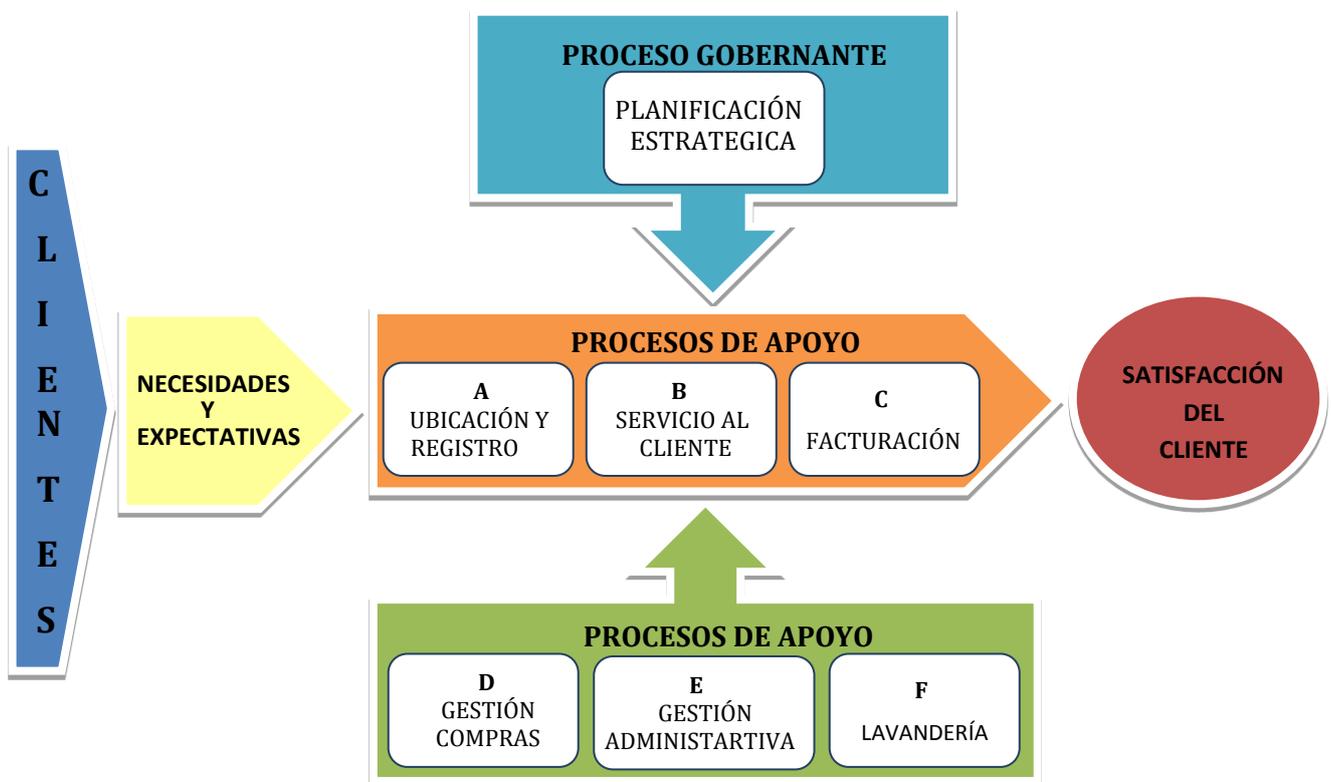
La planificación estratégica se ha propuesto como proceso principal lo que le permitirá a la empresa alinear sus objetivos, adaptarse a los cambios del entorno y aprovechar al máximo los recursos internos que le dará ventaja frente a la competencia.

Una vez realizada la identificación de los procesos se procedió a la elaboración del mapa de procesos identificando y enfocándose en las necesidades del cliente para tener así la satisfacción del mismo y los procesos de apoyo, los cuales dan soporte a los procesos fundamentales.

Se detallaron los procesos operativos que se definió enfocándose en lo que se centra la gestión de la organización que es le de dar una atención permanente al huésped durante su estadía en el hotel.

A continuación se presenta la identificación de los macro procesos del Hotel Maleny Inn. en la siguiente figura.

Figura 9.- Propuesta del Mapa de Procesos para el Hotel Maleny Inn.



Elaborado por: Iván Cadena Q.

6. Inventario de Procesos

Para un mejor reconocimiento de los procesos y subprocesos que se describen en la Figura anterior de Procesos operativos y Procesos de apoyo con sus respectivos Subprocesos, se les ha asignado un código con los cuales se les identificara de una mejor manera.

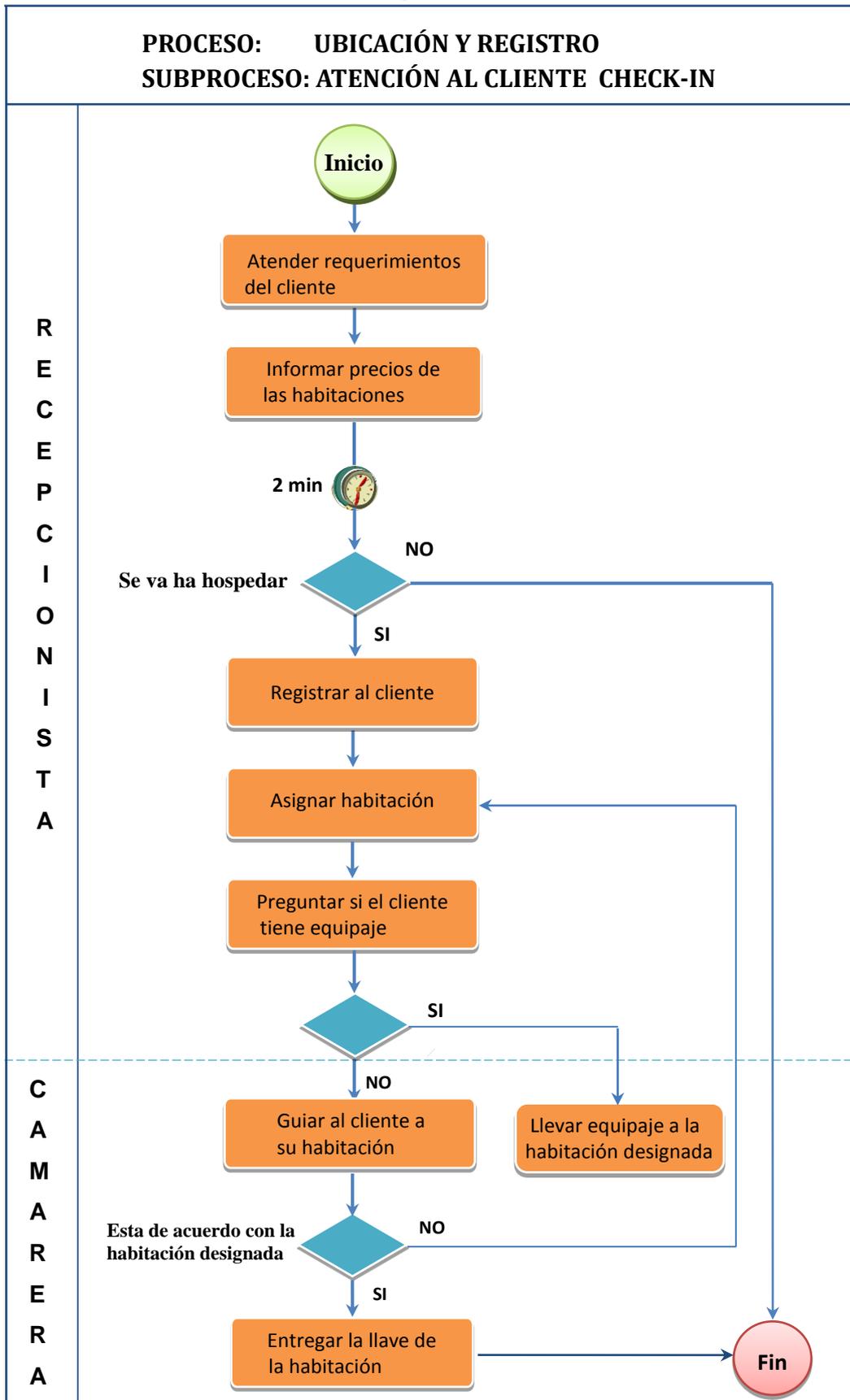
Cuadro.- 17 Inventario de Procesos

PROCESOS OPERATIVOS	
Nombre	Código
REGISTRO Y UBICACIÓN	A
Atención al Cliente	A.1
Reservaciones	A.2
SERVICIO AL CLIENTE	B
Recepción	B.1
Limpieza de Habitaciones	B.2
FACTURACIÓN	C
PROCESOS DE APOYO	
GESTIÓN DE COMPRAS	D
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	E
Cierre de Caja	E.1
Pago a Trabajadores	E.2
Pago a Proveedores	E.3
Reclutamiento de Personal	E.4
LAVANDERIA	F

Elaborado por: Iván Cadena Q.

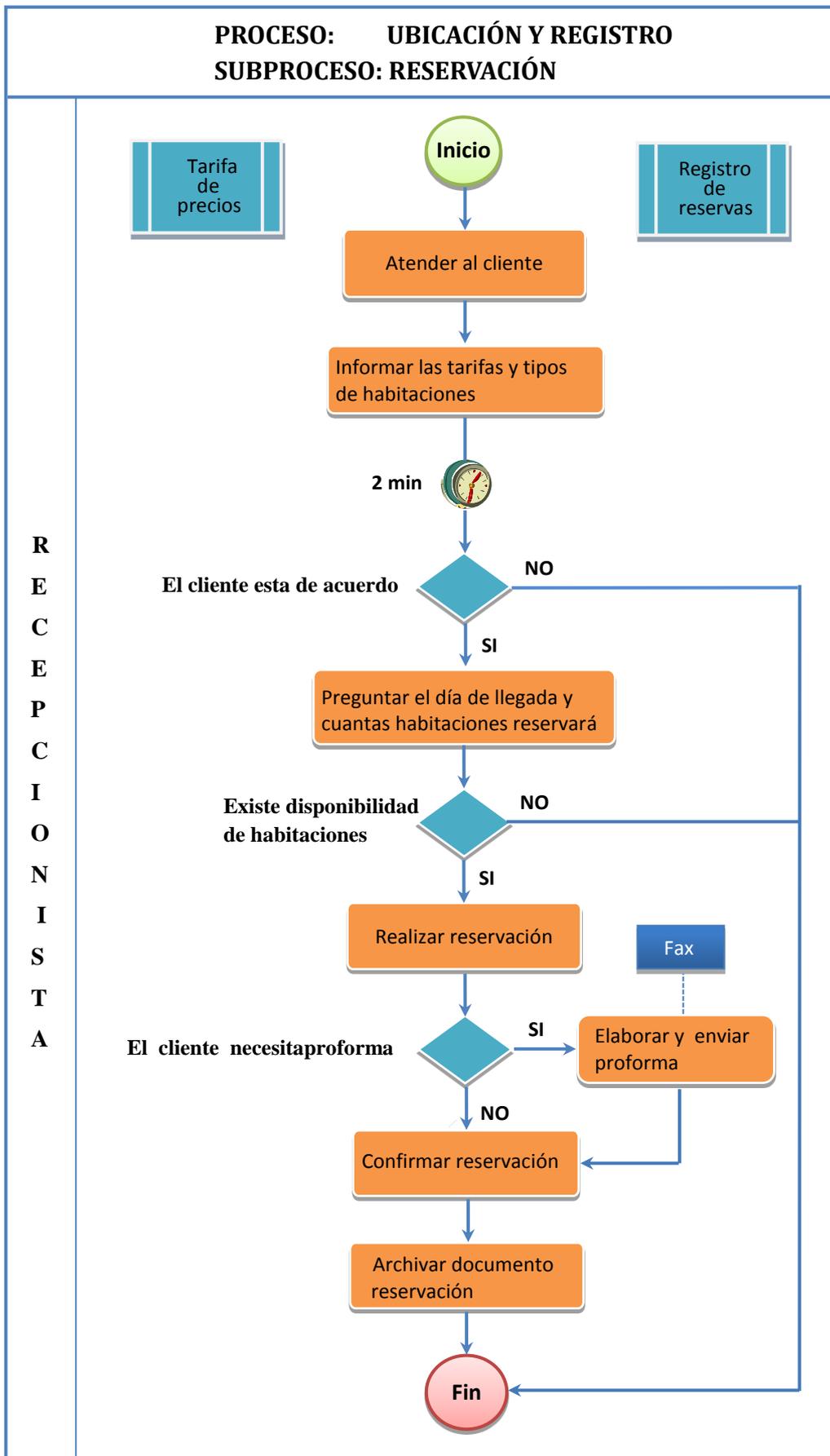
7. Diagramas de Flujo de los Procesos

Figura.-10



Elaborado por: Iván Cadena Q.

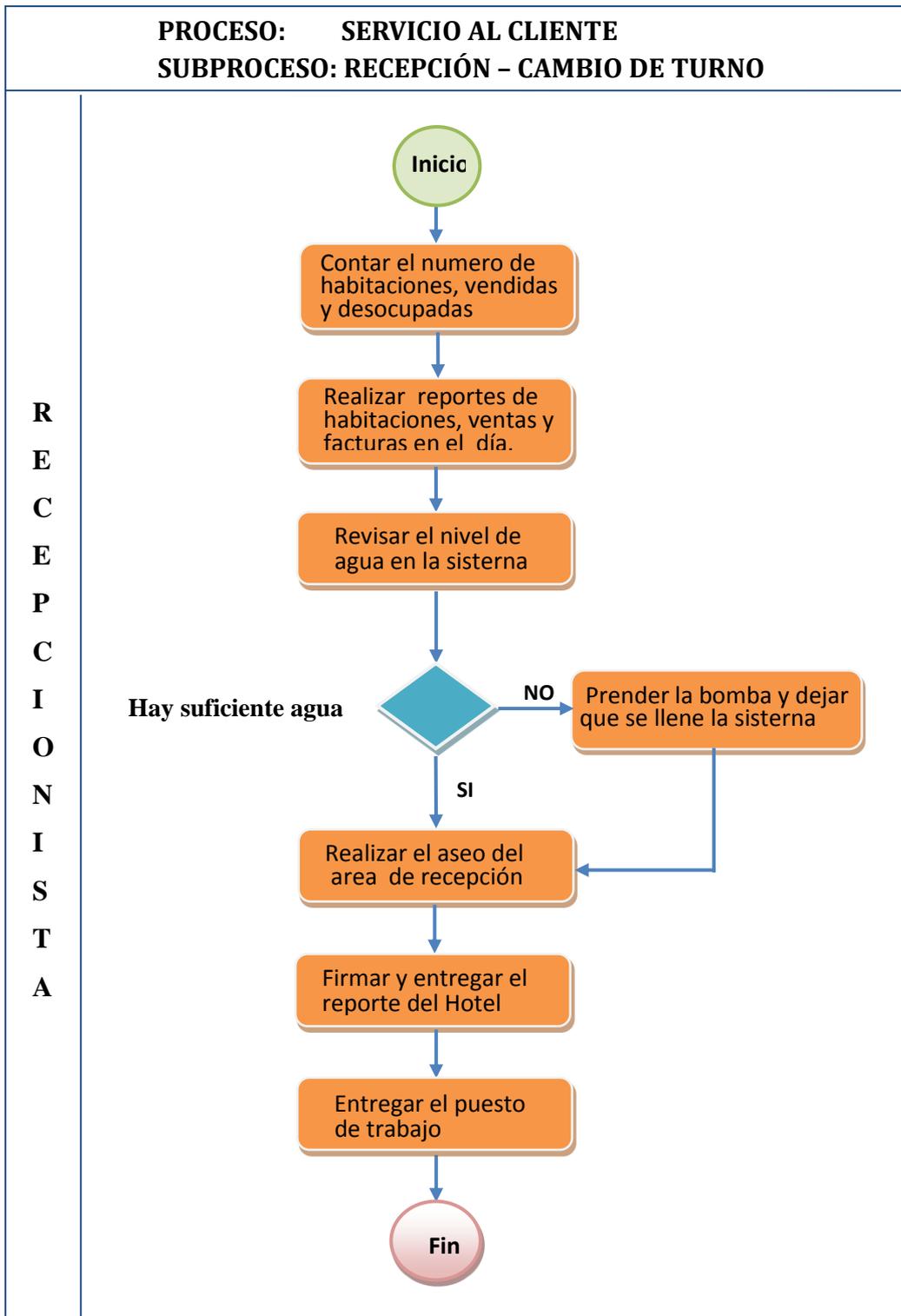
Figura.- 11



R
E
C
E
P
C
I
O
N
I
S
T
A

Elaborado por: Iván Cadena Q.

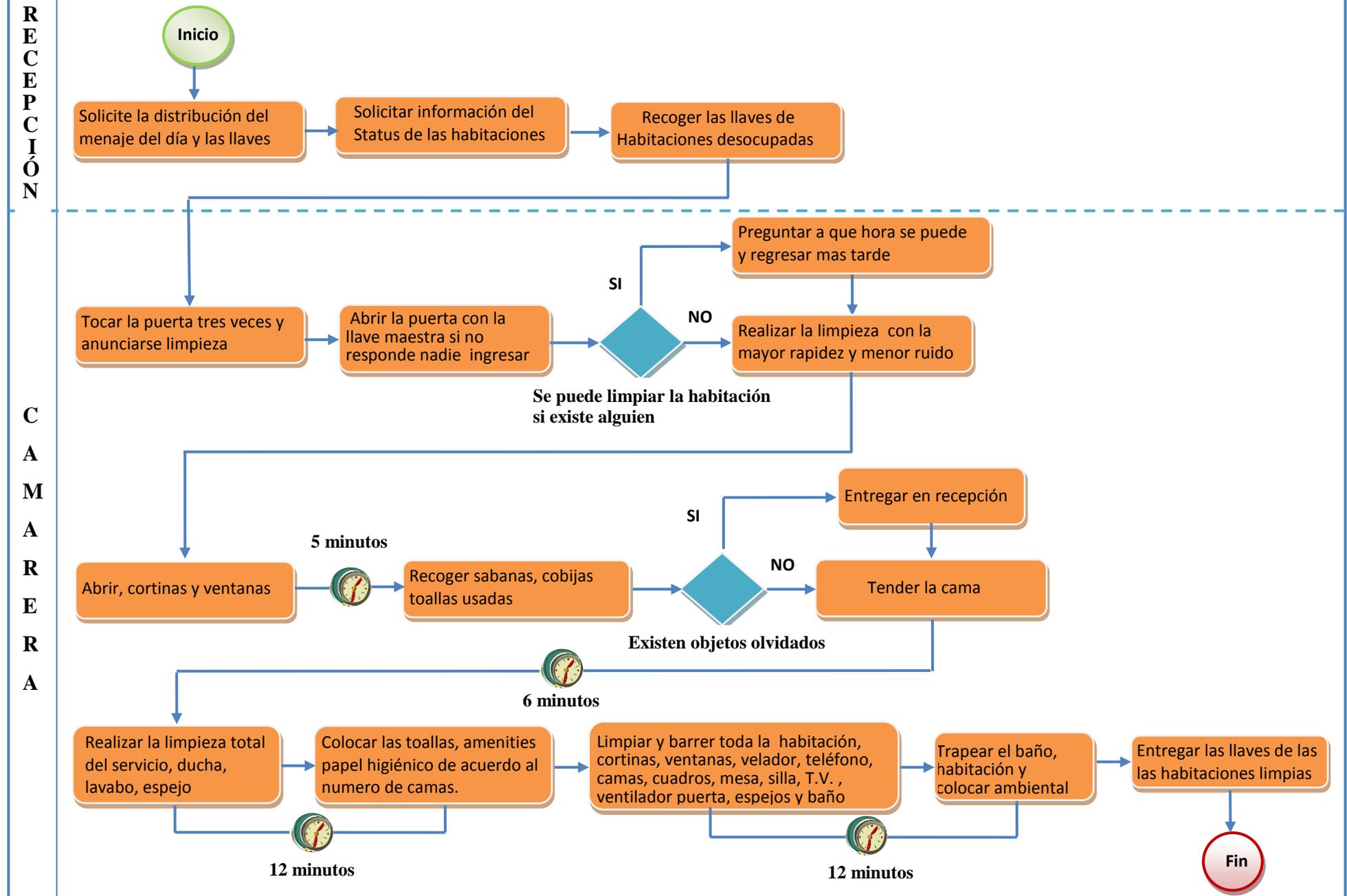
Figura.- 12



Elaborado por: Iván Cadena Q.

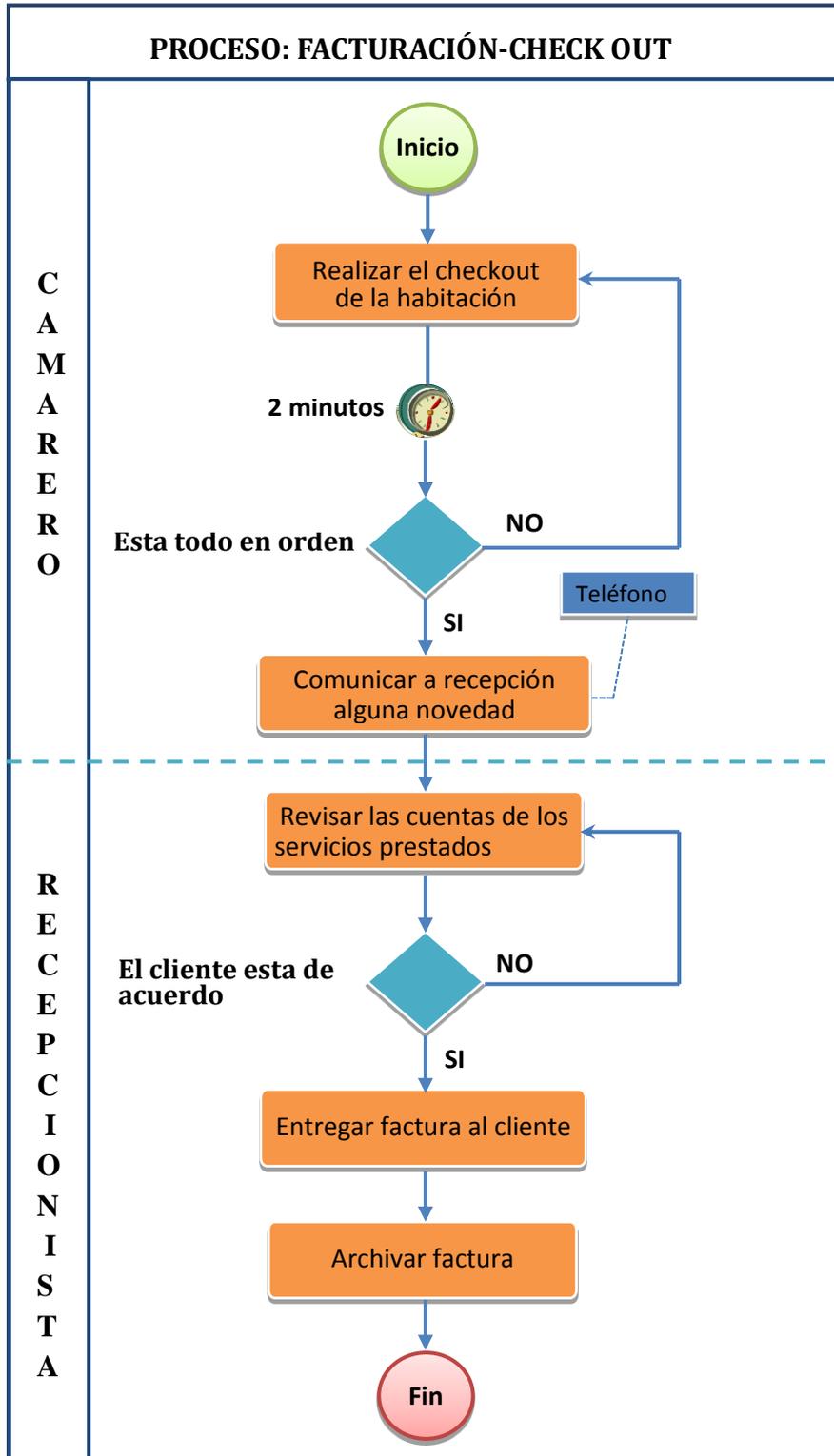
Figura.- 13

PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE
SUBPROCESO: LIMPIEZA DE LA HABITACIÓN



Elaborado por: Iván Cadena O.

Figura.- 14



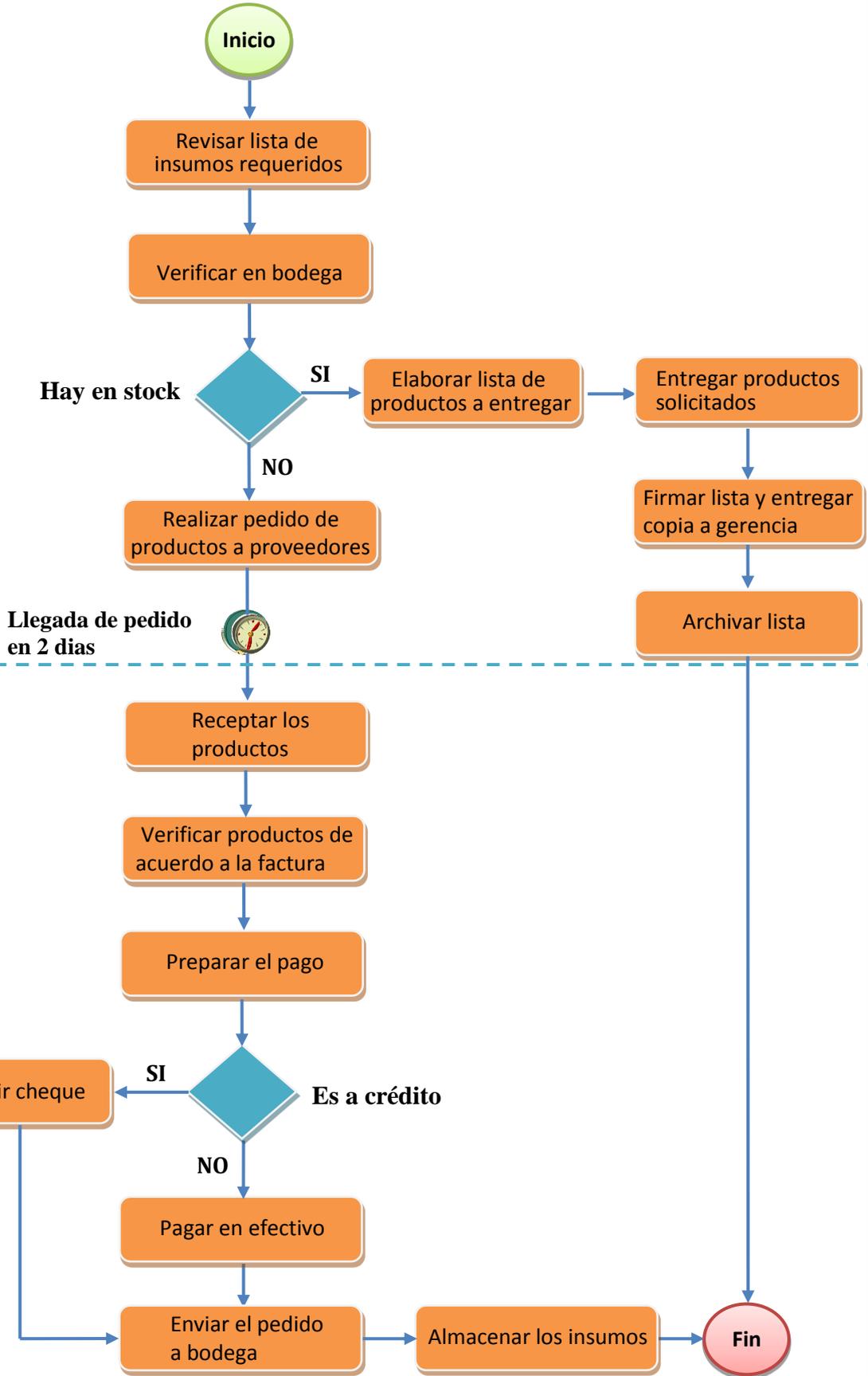
Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.- 15

PROCESO: GESTIÓN DE COMPRAS

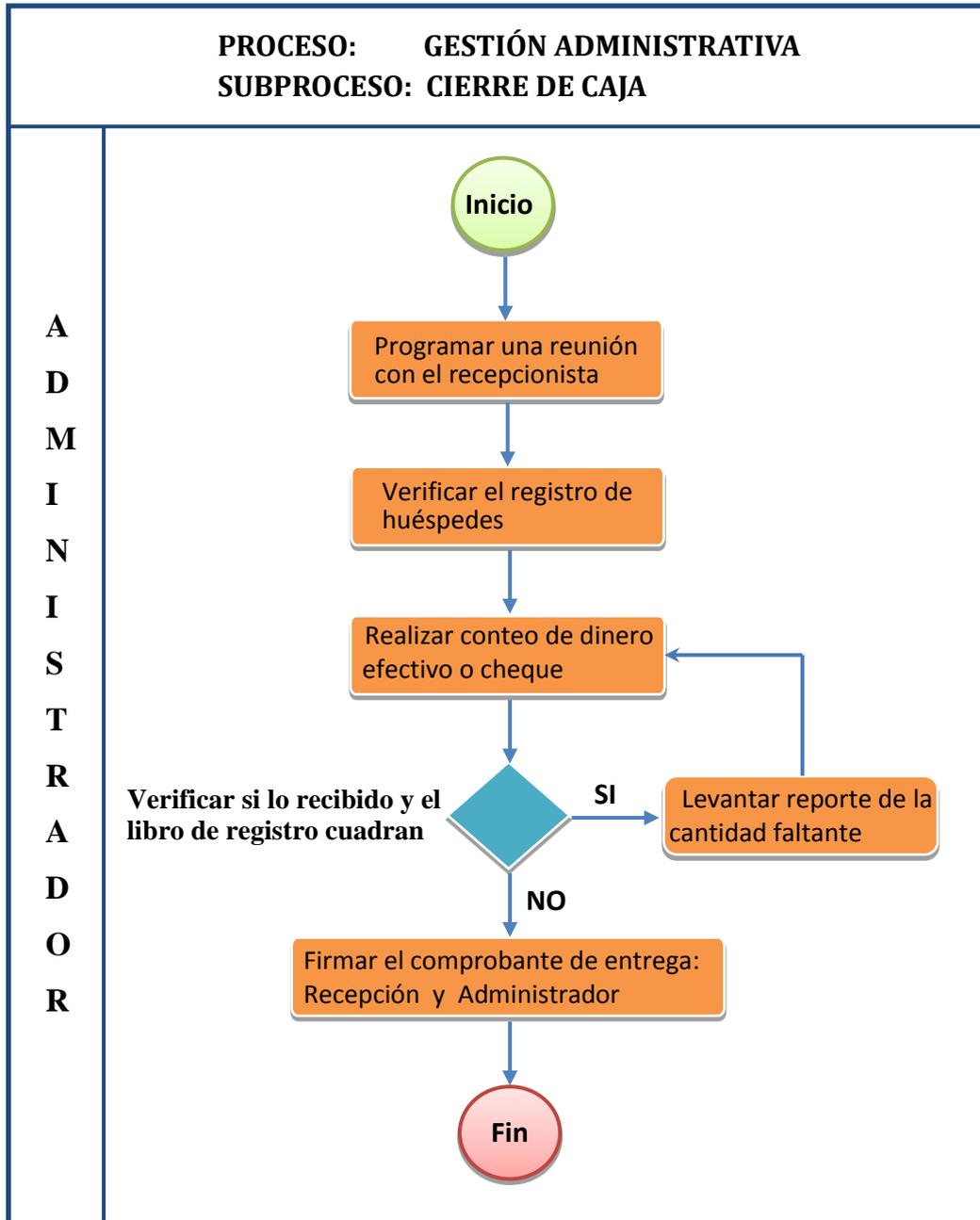
**G
E
R
E
N
T
E**

**R
E
C
E
P
C
I
Ó
N**



Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.- 16

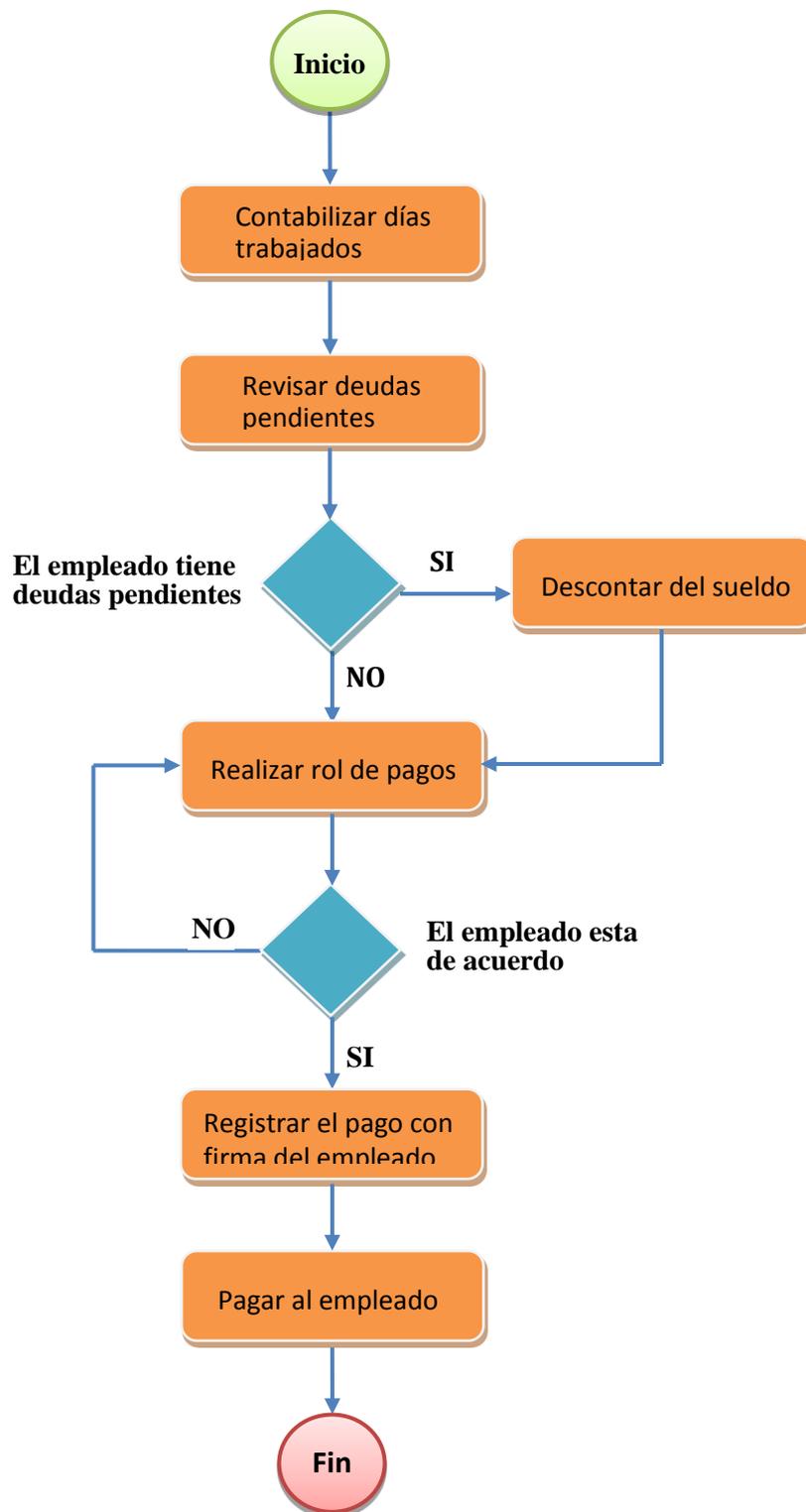


Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.-17

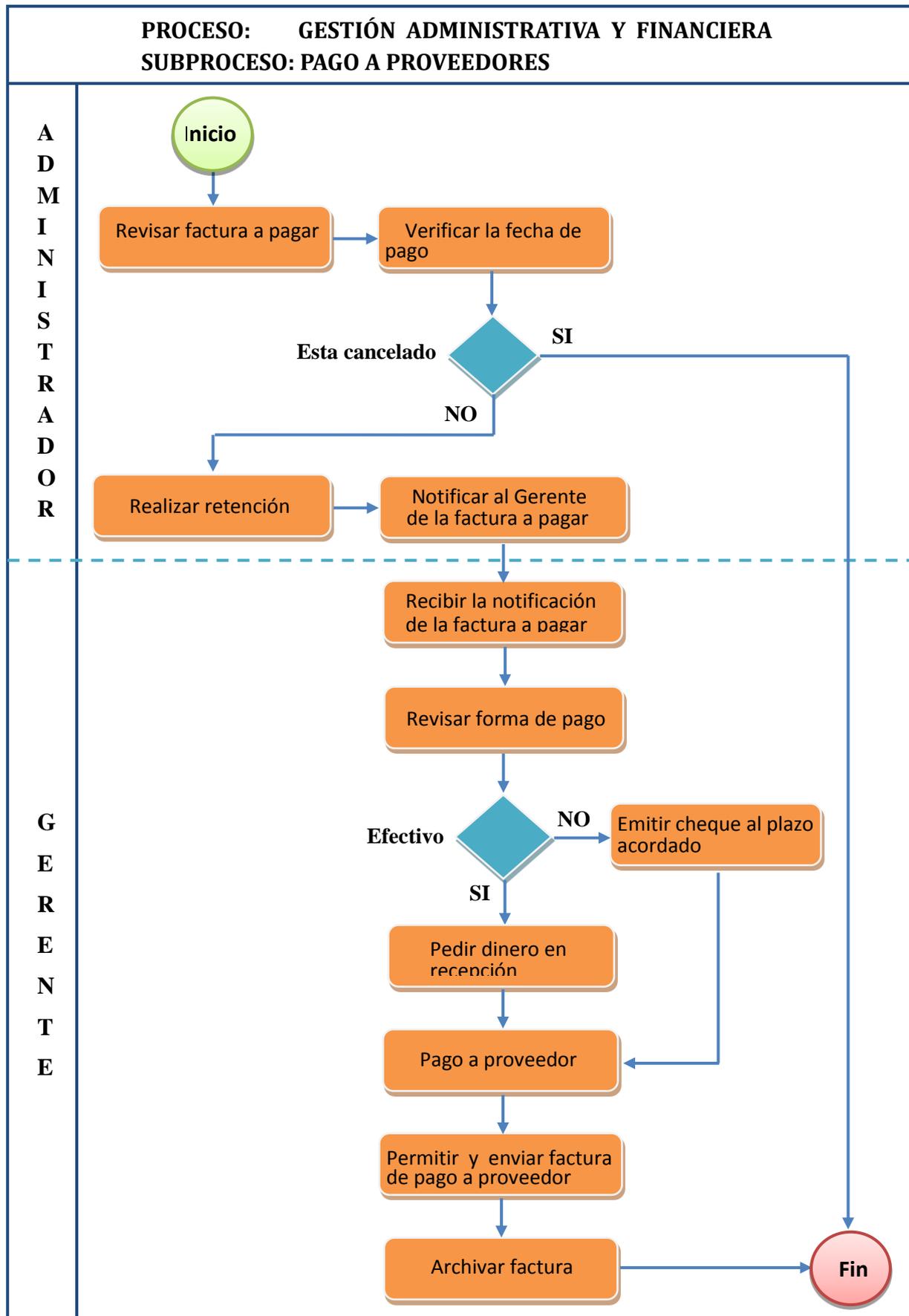
PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
SUBPROCESO: PAGO A PERSONAL

A
D
M
I
N
I
S
T
R
A
D
O
R



Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.-18

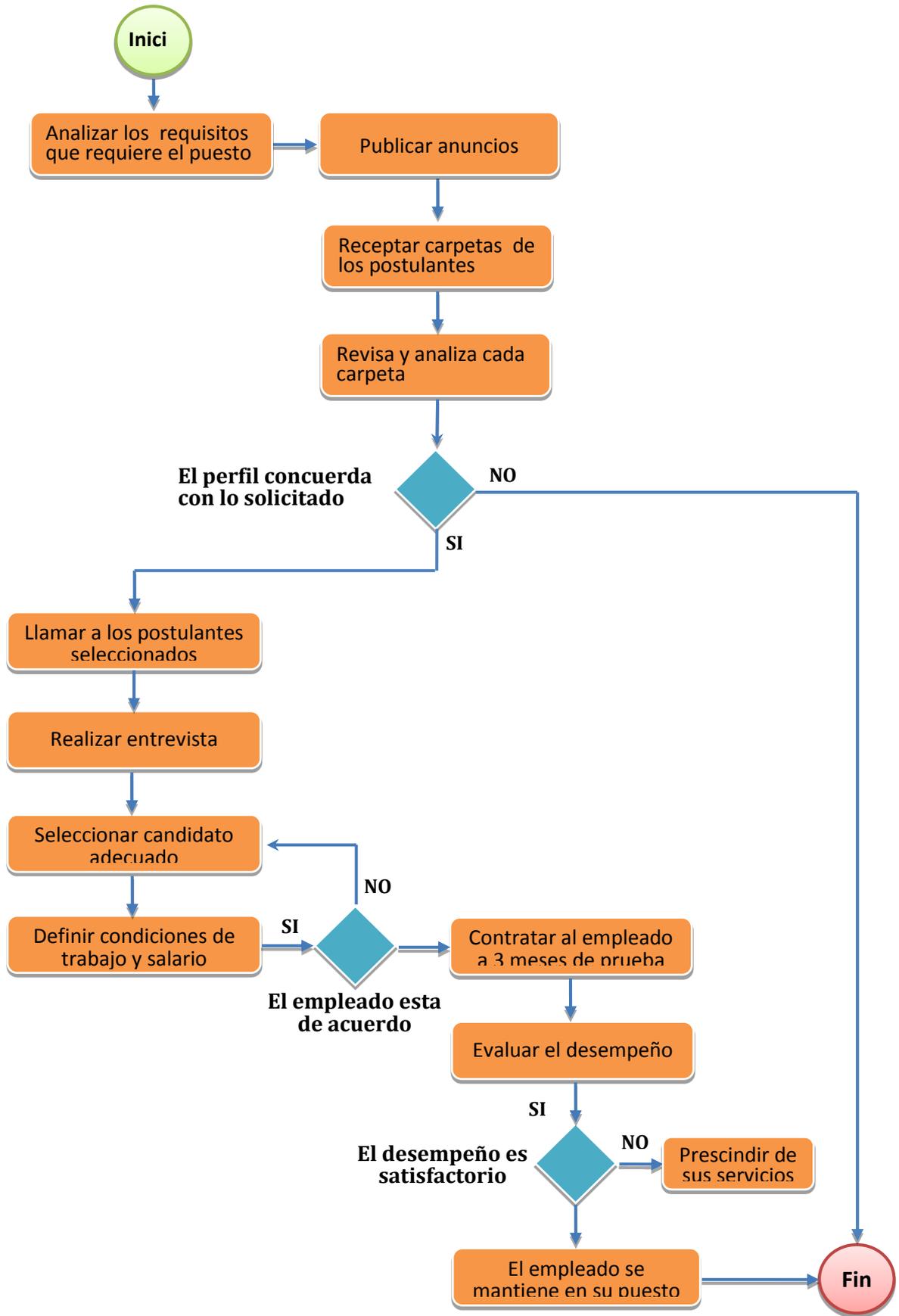


Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.- 19

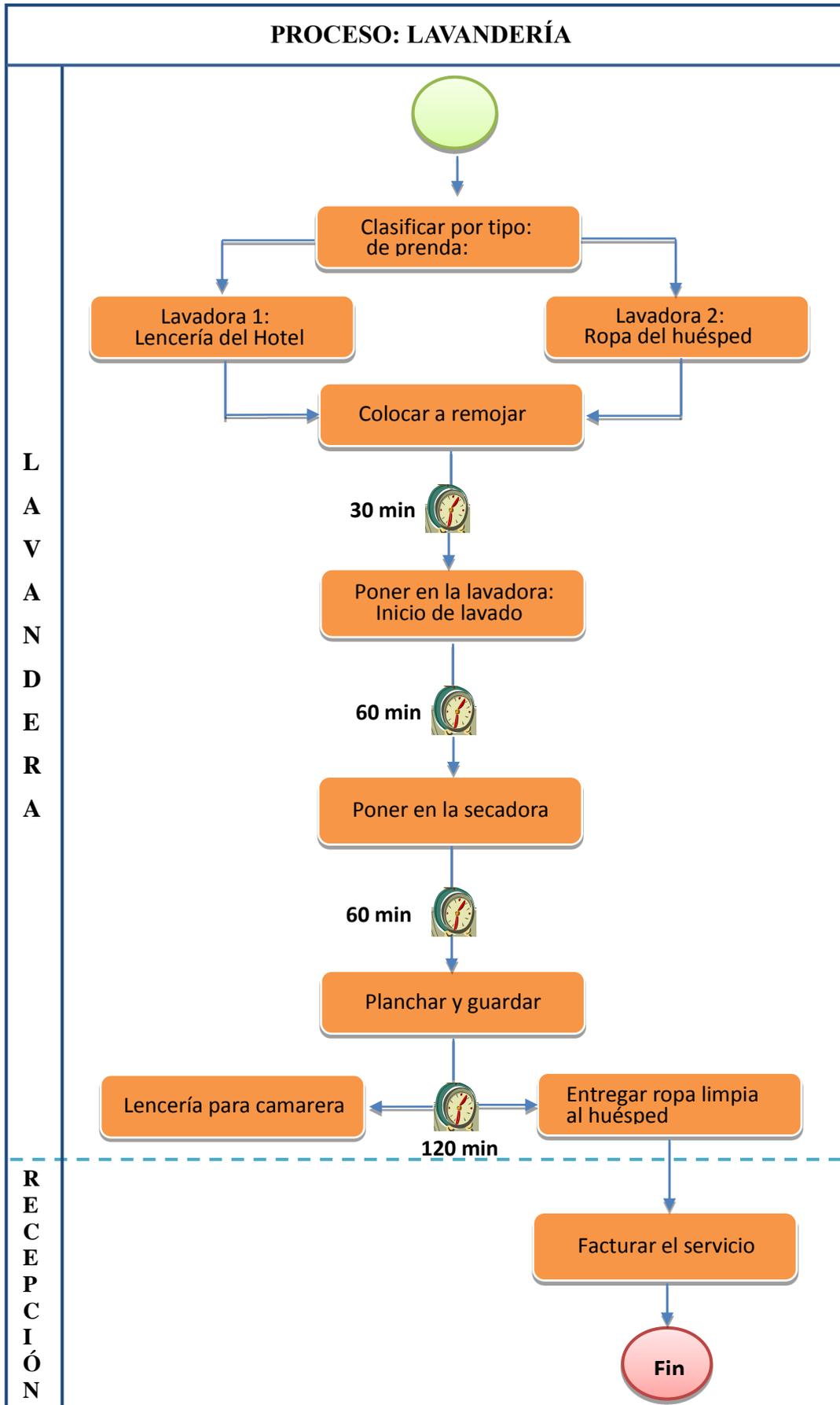
PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA
SUBPROCESO: SELECCIÓN DEL PERSONAL

A
D
M
I
N
I
S
T
R
A
D
O
R



Elaborado por: Iván Cadena Q.

Figura.- 20



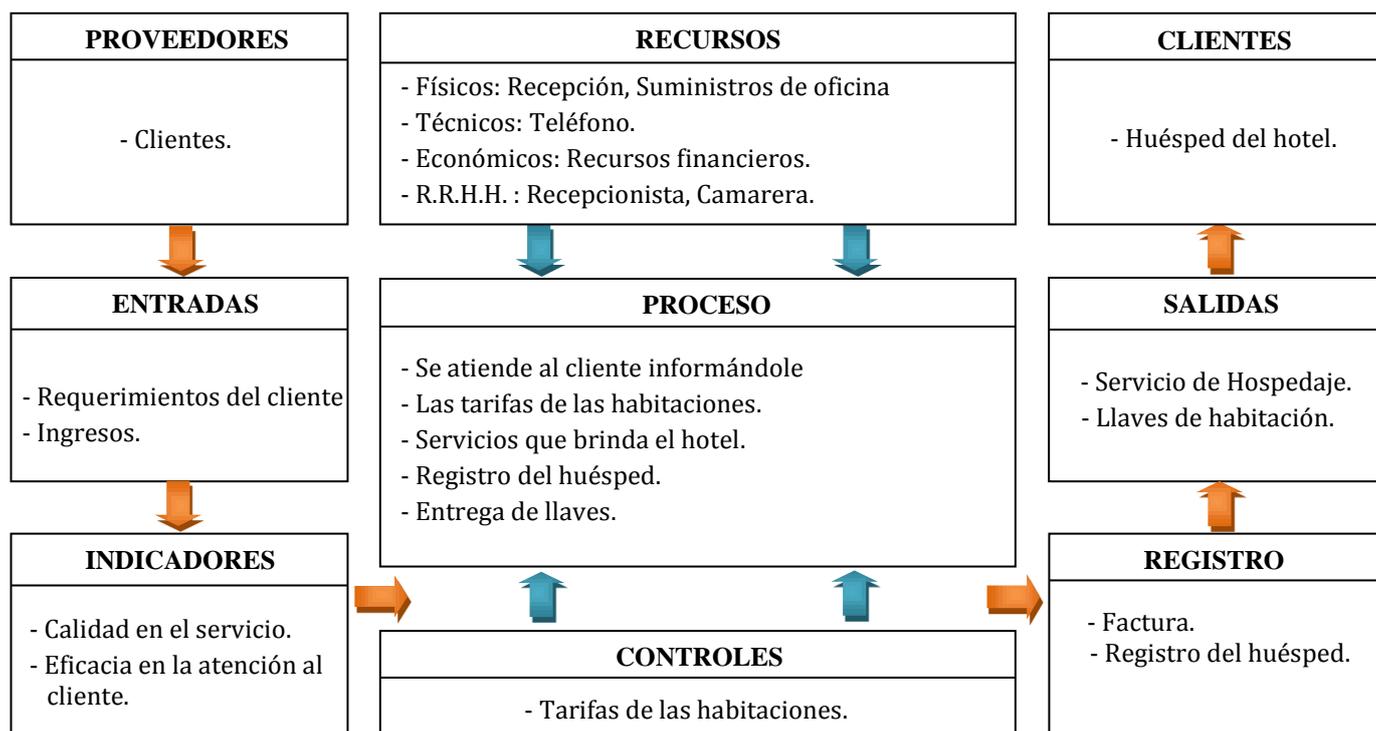
Elaborado por: Iván Cadena Q.

8. Control de los Procesos

PROCESO: UBICACIÓN Y REGISTRO

Cuadro.- 18 Subproceso Atención al Cliente

 		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.			
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		REVISIÓN	00	PAGINA	1
NOMBRE DEL PROCESO: Ubicación y registro		CODIFICACION A. 1	FECHA:		
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Atención al cliente					
OBJETIVO: Brindar al cliente una atención eficiente informando todos los servicios que brinda el hotel al huésped					
RESPONSABLE DEL PROCESO: Recepcionista.					
ALCANCE: Proceso inicia con la atención de los requerimientos del cliente y termina con la entrega de la llave de la habitación asignada.					

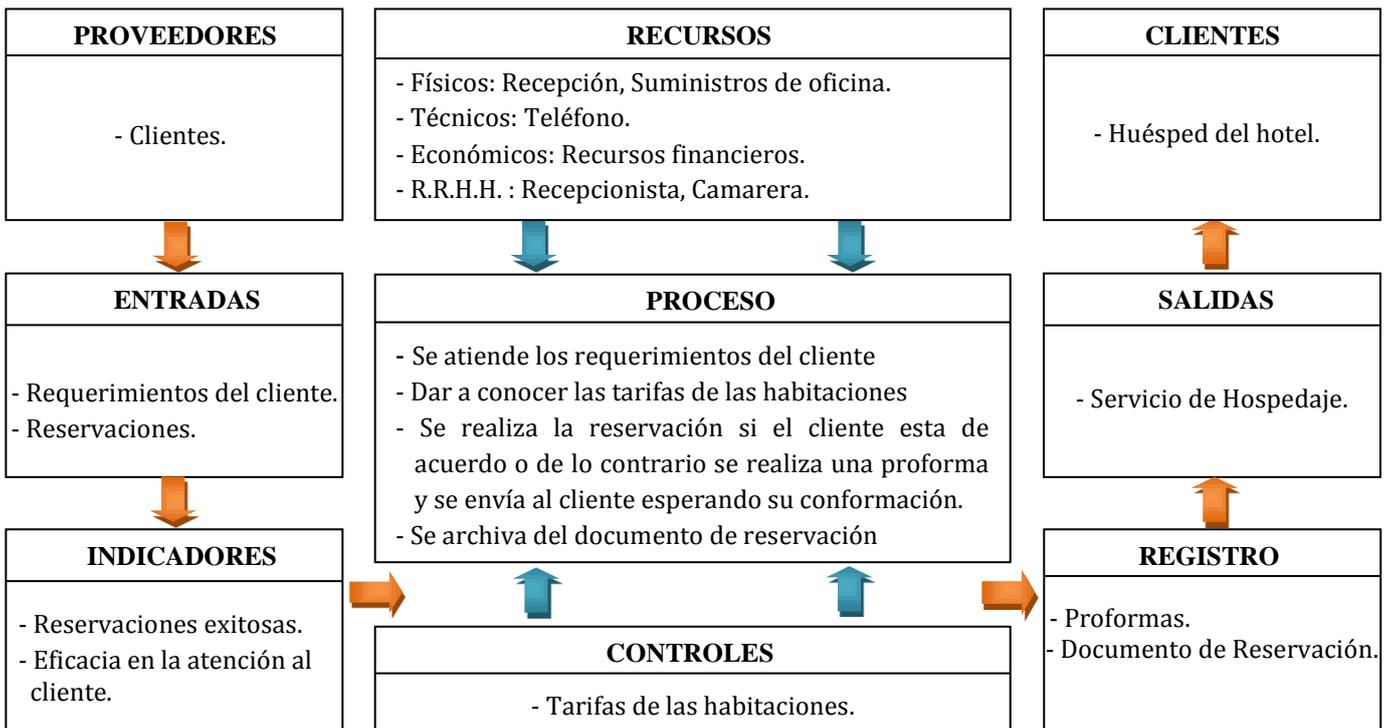


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: UBICACIÓN Y REGISTRO

Cuadro 19.- Subproceso Reservasiones

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00 PAGINA 2
NOMBRE DEL PROCESO: Ubicación y registro	CODIFICACION A.2	FECHA:
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Reservasiones		
OBJETIVO: Brindar al cliente una atención eficiente informando todos los servicios que brinda el hotel alhuésped garantizando el alojamiento con tiempo de antelación, de tal forma en el momento en que se ocupen las instalaciones sean de forma racional y ordenada.		
RESPONSABLE DEL PROCESO: Recepcionista.		
ALCANCE: El proceso inicia con la atención de los requerimientos del cliente y se termina con el archivo del documento.		

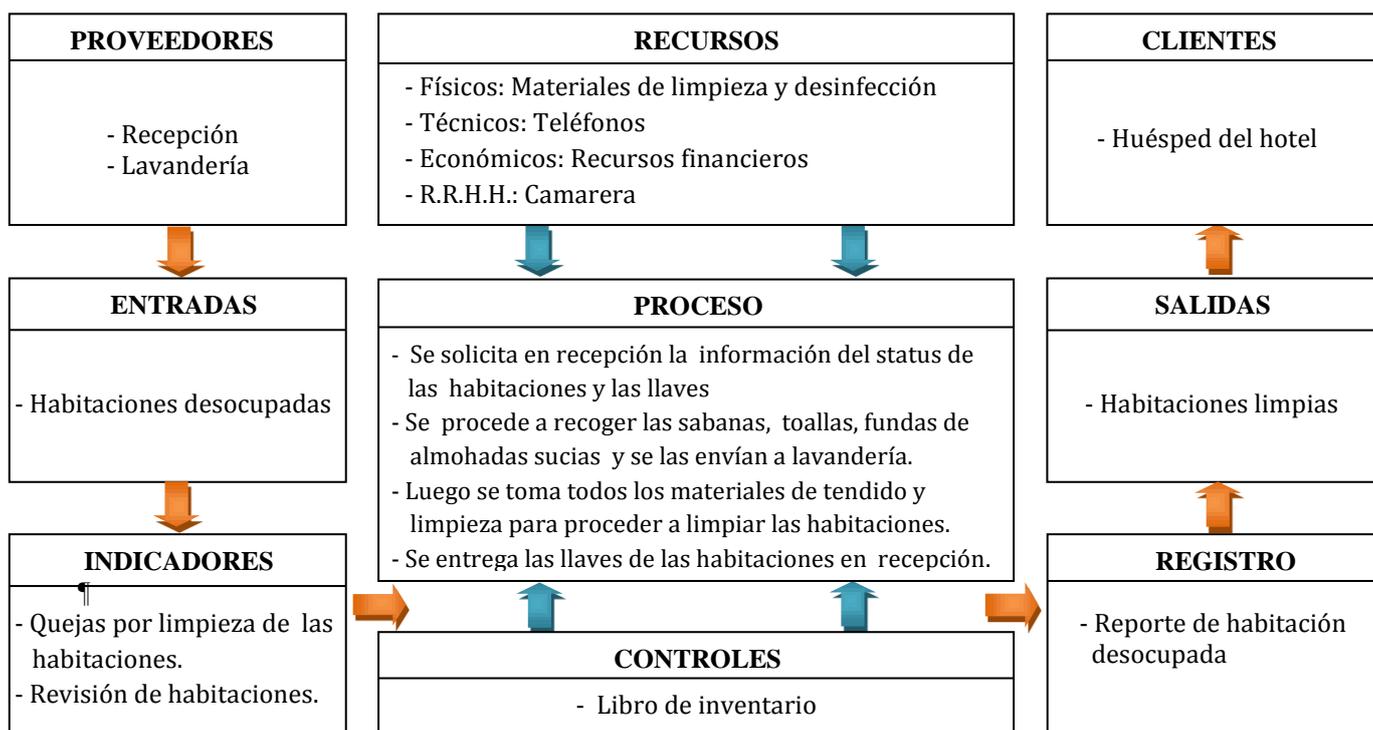


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE

Cuadro 20.- Subproceso Limpieza de Habitaciones

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00	PAGINA	3
NOMBRE DEL PROCESO: Servicio al cliente	CODIFICACION B.1	FECHA:		
NOMBRE DEL SUBPROCESO:: Limpieza de habitaciones				
OBJETIVO: Realizar la limpieza de todas las habitaciones y áreas del hotel para ofrecer un ambiente confiable y apropiado a los clientes.				
RESPONSABLE DEL PROCESO: Camarera.				
ALCANCE: Se procede a solicitar en recepción la información de las habitaciones desocupadas con sus respectivas llaves y se finaliza con la entrega de las llaves en recepción.				

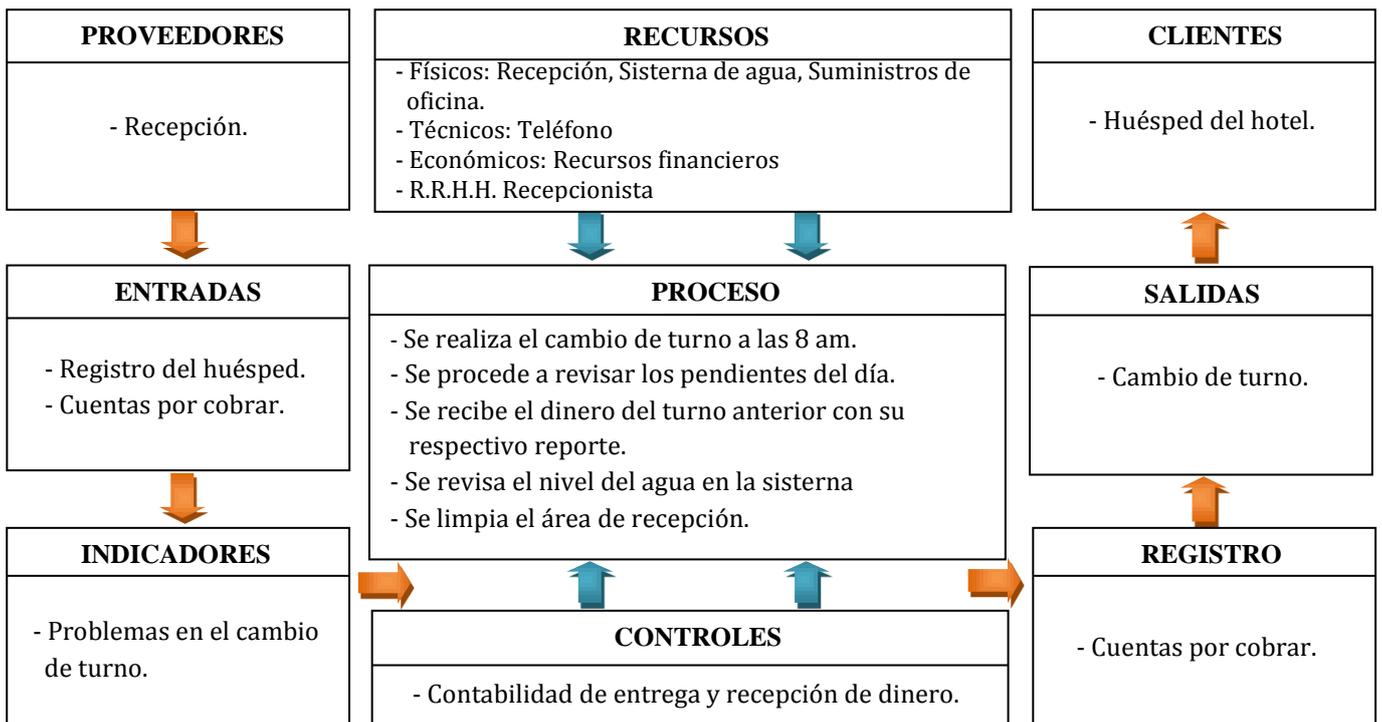


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE

Cuadro 21.- Subproceso Recepción

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.
DESCRIPCION DEL PROCESO	REVISION	00 PAGINA 4
NOMBRE DEL PROCESO: Servicio al Cliente	CODIFICACION B.2	FECHA:
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Recepción		
OBJETIVO: Realizar la entrega de todas las cuentas correctamente en cada cambio de turno, estar pendiente de los requerimientos que tenga un huésped.		
RESPONSABLE DEL PROCESO: Recepcionista.		
ALCANCE: Se inicia revisando en el registro del huésped las habitaciones ocupadas, desocupadas y termina con la limpieza en el área de recepción.		

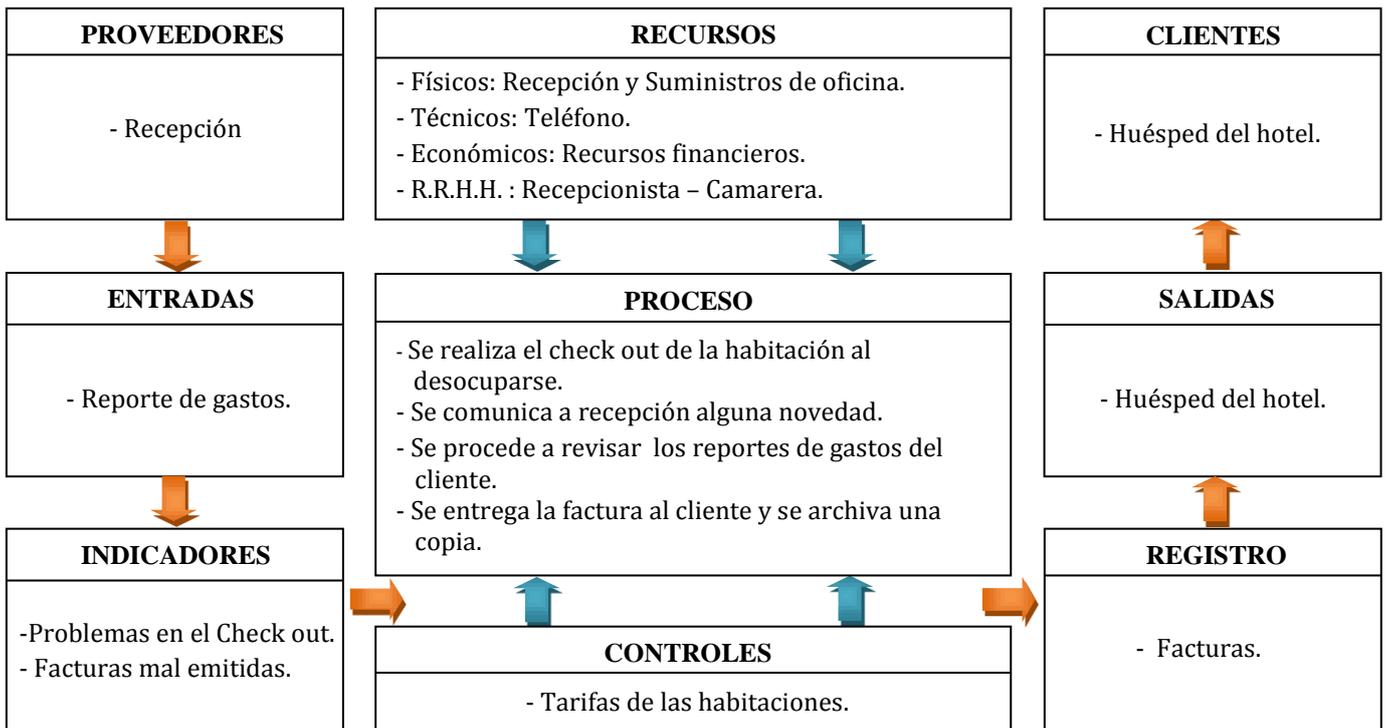


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: FACTURACIÓN

Cuadro 22.- Emisión de Factura

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00	PAGINA	5
NOMBRE DEL PROCESO: Facturación.	CODIFICACION C	FECHA:		
NOMBRE DEL SUBPROCESO:				
OBJETIVO: Emitir correctamente los comprobantes de todos los gastos realizados por los clientes.				
RESPONSABLE DEL PROCESO: Recepcionista.				
ALCANCE: El proceso inicia realizando el check out de la habitación y se termina archivando la copia de la factura emitida al huésped.				

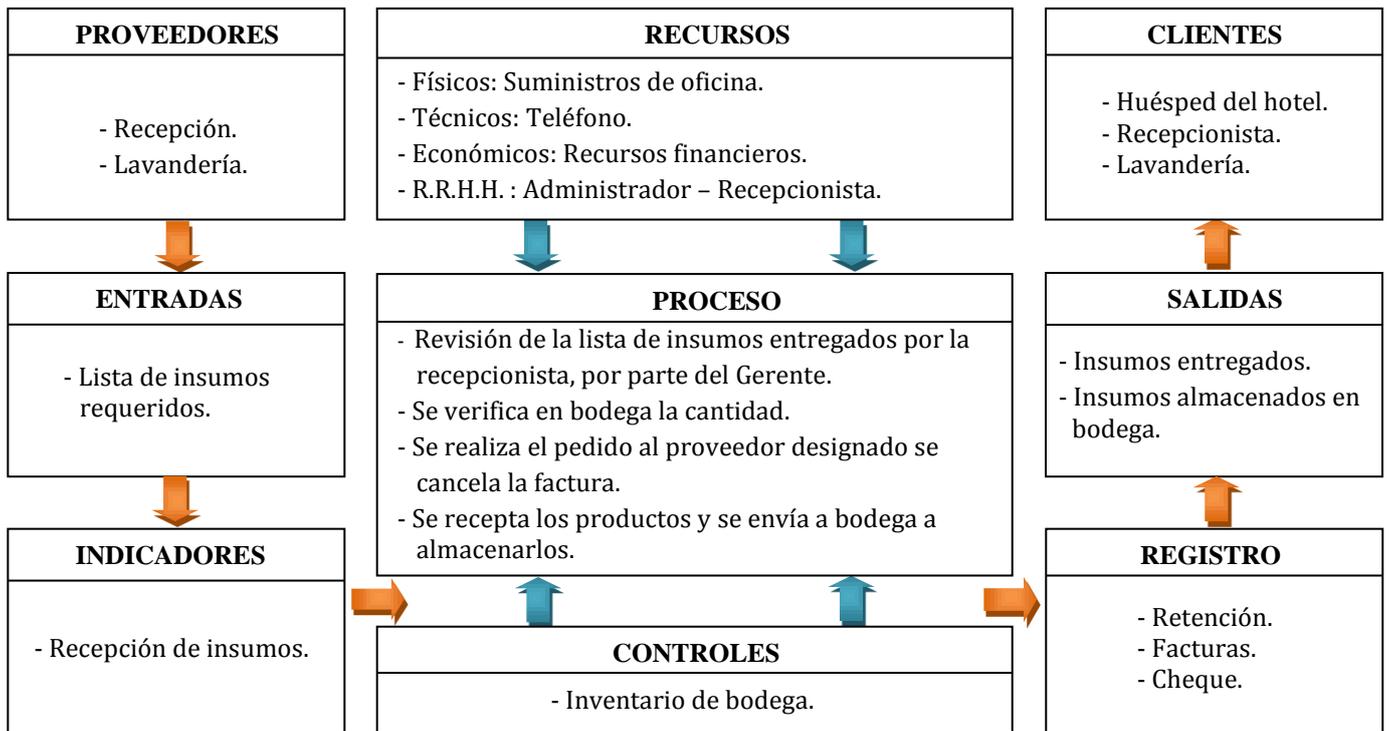


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO GESTIÓN COMPRAS

Cuadro 23.- Gestión de Compras

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00	PAGINA	6
NOMBRE DEL PROCESO: Gestión Compras.	CODIFICACION C	FECHA:		
NOMBRE DEL SUBPROCESO:				
OBJETIVO: Realizar las compras de productos de calidad al mejor costo a los proveedores.				
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.				
ALCANCE: Se inicia revisando la lista de insumos requeridos y se finaliza archivando la lista de pedidos.				

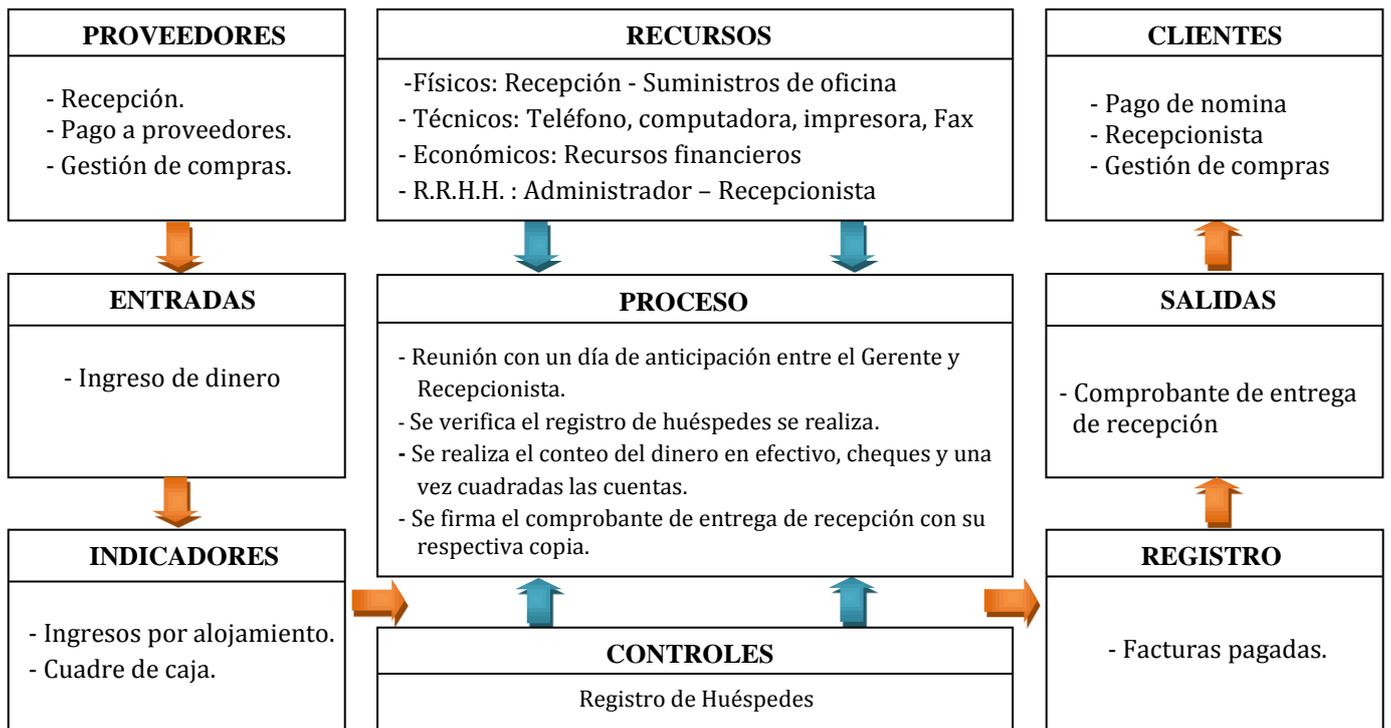


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Cuadro 24.- Subproceso Cierre de Caja

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00 PAGINA 7
NOMBRE DEL PROCESO: Gestión Administrativa y Financiera.	CODIFICACION E.1	FECHA:
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Cierre de Caja.		
OBJETIVO: Realizar las compras de productos de calidad al mejor costo a los proveedores.		
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.		
ALCANCE: Se inicia revisando la lista de insumos requeridos y se finaliza archivando la lista de pedidos.		

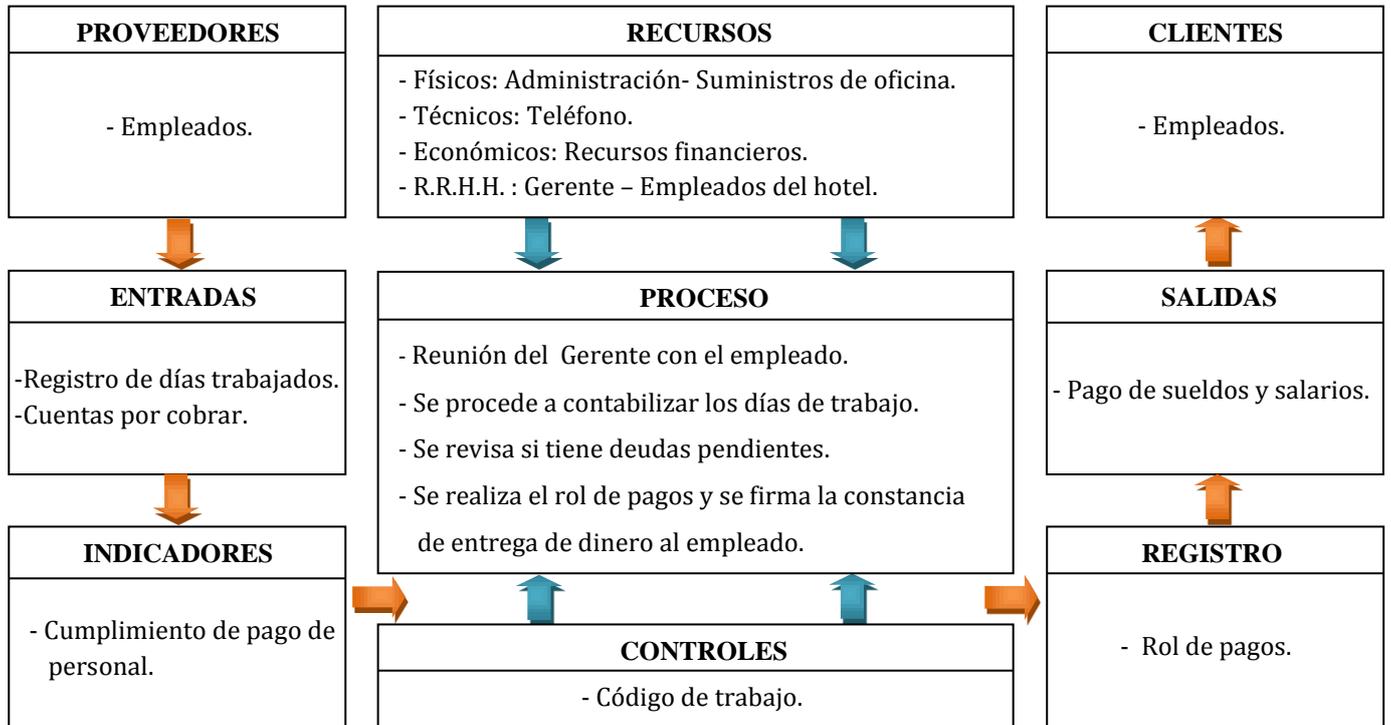


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Cuadro 25.- Subproceso Pago a Empleados

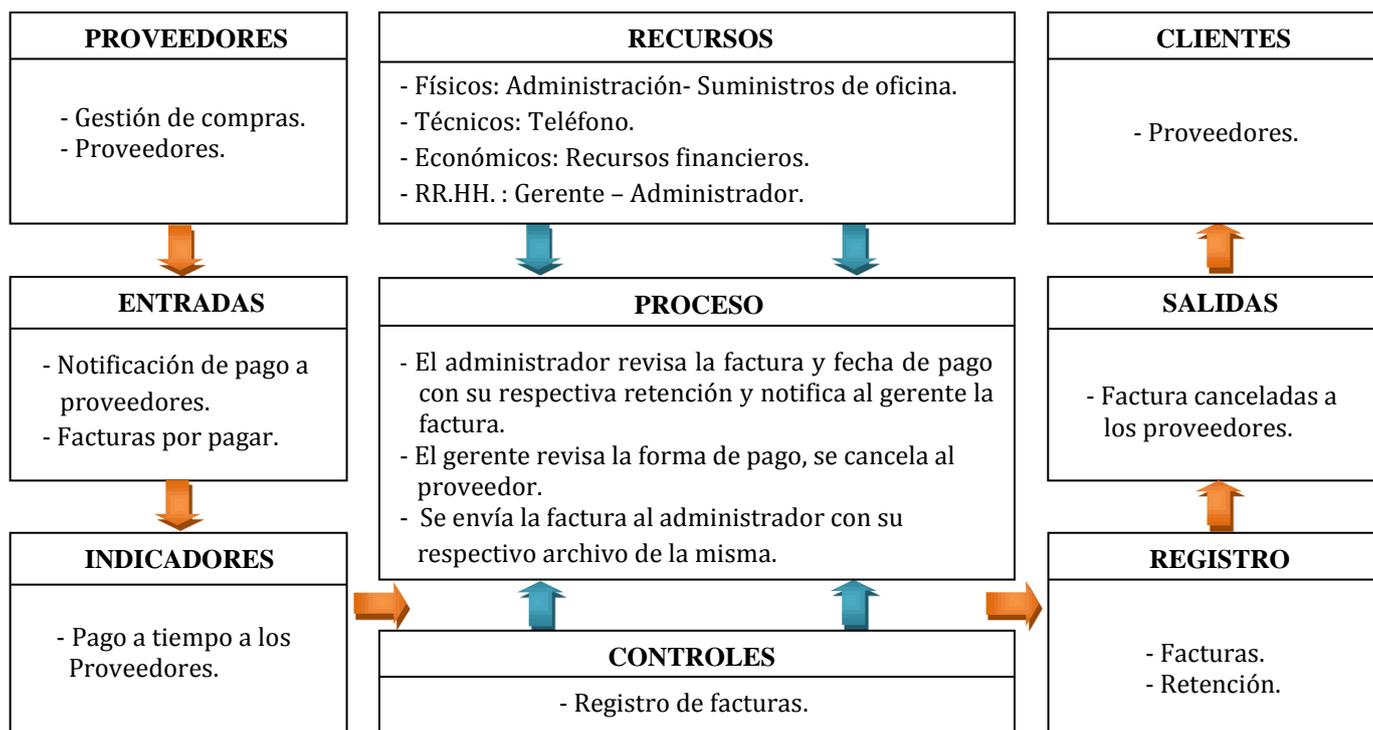
		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00 PAGINA 8
NOMBRE DEL PROCESO: Gestión Administrativa y Financiera.	CODIFICACION E.2	FECHA:
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Pago a trabajadores.		
OBJETIVO: Realizar el pago puntual de los sueldos y salarios a todo el personal contratado por el hotel.		
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.		
ALCANCE: Se inicia revisando los días trabajados de los empleados y se termina con el pago de cada uno de ellos.		



PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Cuadro 26.- Subproceso Pago a Proveedores

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00 PAGINA 9
NOMBRE DEL PROCESO: Gestión Administrativa y Financiera.	CODIFICACION E.3	FECHA:
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Pago a Proveedores.		
OBJETIVO: Pagar eficientemente las obligaciones contraídas con los proveedores por los bienes o servicios prestados.		
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.		
ALCANCE: Se inicia con la verificación de las facturas a pagar y termina archivando la factura de pago o caso contrario termina si la fecha de la factura a pagar esta vencida.		

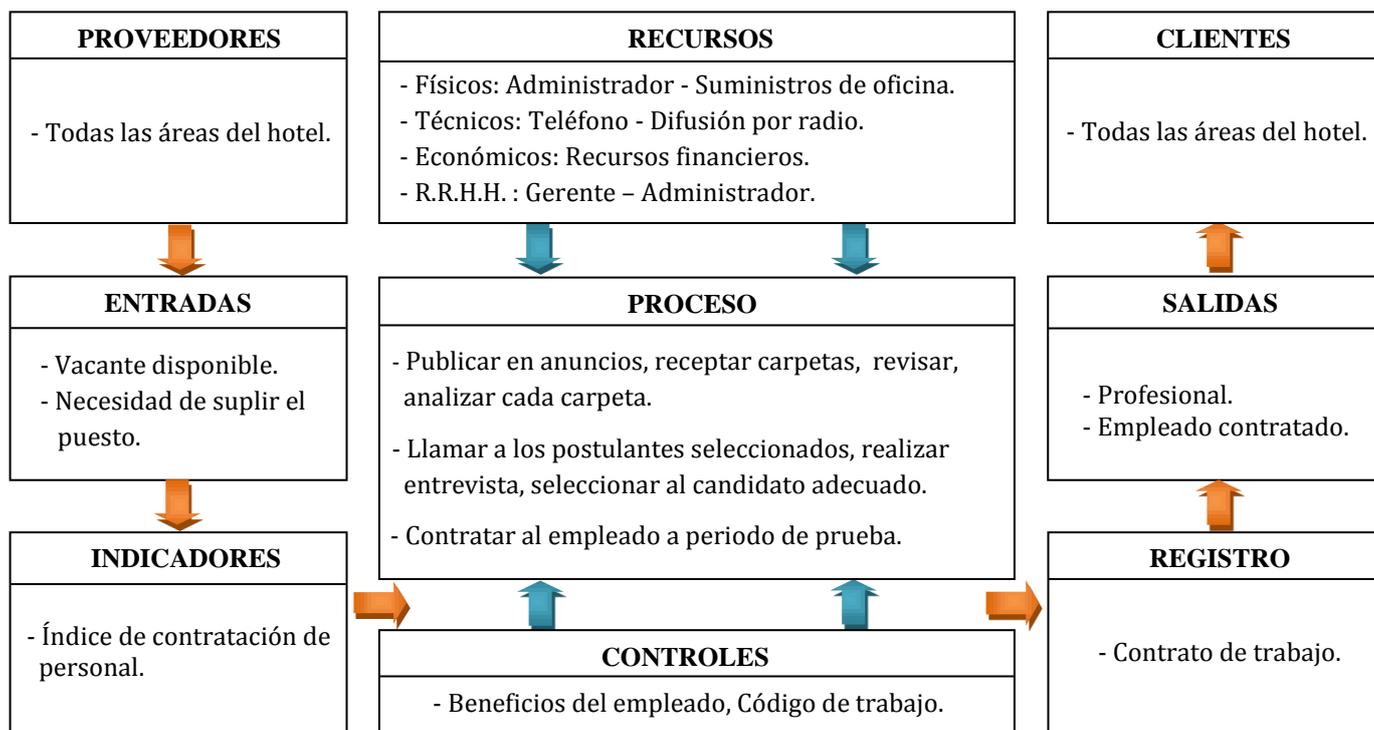


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Cuadro 27.- Subproceso Reclutamiento y Selección de personal

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00	PAGINA	10
NOMBRE DEL PROCESO: Gestión Administrativa y Financiera.		CODIFICACION E.4	FECHA:	
NOMBRE DEL SUBPROCESO: Reclutamiento y selección de personal.				
OBJETIVO: Llamar, seleccionar y controlar al personal mas idóneo para ocupar las vacantes disponibles en el hotel				
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.				
ALCANCE: Este proceso se inicia con la necesidad de contratar personal y termina con la contratación del personal adecuado.				

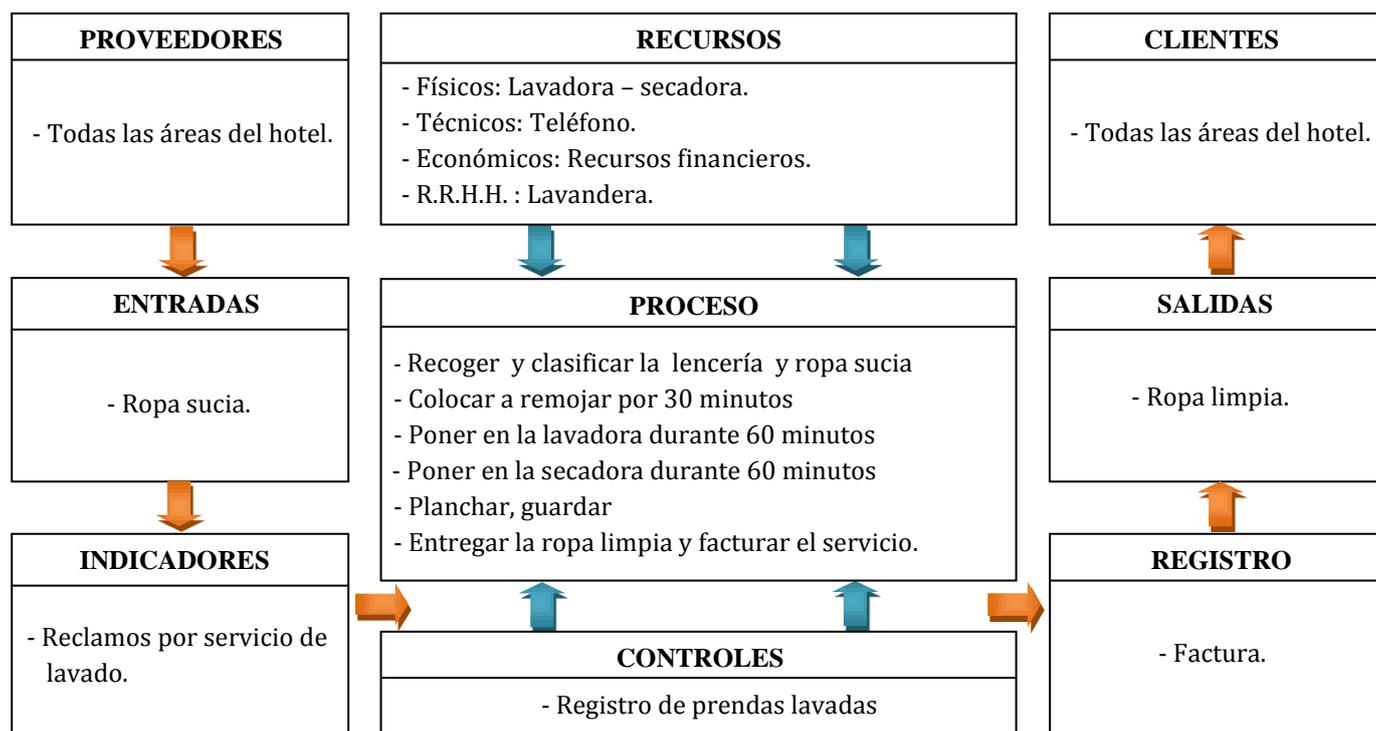


Elaborado por: Iván Cadena Q.

PROCESO: LAVANDERÍA

Cuadro 28.- Proceso Lavandería

		MANUAL DE PROCESOS DEL HOTEL MALENY INN.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	REVISIÓN	00	PAGINA	11
NOMBRE DEL PROCESO: Lavandería.	CODIFICACION F	FECHA:		
NOMBRE DEL SUBPROCESO:				
OBJETIVO: Proporcionar oportunamente a toda las áreas del hotel la ropa limpia necesaria para la realización de sus actividades.				
RESPONSABLE DEL PROCESO: Administrador.				
ALCANCE: Este proceso se inicia recogiendo toda la lencería del hotel, ropa sucia, termina con la facturación y entrega de la ropa limpia al huésped.				



Elaborado por: Iván Cadena Q.

9. Estrategias de Mejoramiento

DOTAR DE UNIFORMES AL PERSONAL

El uso del uniforme por parte del personal permitirá que los huéspedes identifiquen al personal del hotel con mayor facilidad.

Las políticas sobre el uso del uniforme en el Hotel Maleny Inn .Son las siguientes:

- El uniforme es parte del hotel, por lo cual no deberá utilizarse fuera de las Instalaciones del mismo.
- Todo el personal deberá estar pendiente por tener un aseo personal adecuado, aliento bucal fresco, manos, uñas aseadas y limpias. Es preferible que las tengan cortas.
- Las mujeres deberán llevar el cabello recogido y los varones el cabello corto.
- No se debe masticar chicle en las horas de servicio, en ninguna de las áreas.
- En lo que se refiere a los accesorios de joyería deben portar en el caso de las mujeres aretes pequeños, un reloj discreto y máximo un anillo en cada mano.
- Todos los miembros del hotel deben tener un calzado limpio durante su turno de trabajo.

Cada miembro que labora en el Hotel recibirá dos uniformes, estos serán parecidos sin distinciones, que no existan distinciones de cargos y son los siguientes:

Uniformes del personal administrativo

Damas:

- Calzado en color negro de tacón no muy fino.
- Pantalón de vestir de color negro.
- Saco de color negro.
- Camisa color blanca mangas largas y logotipo.

Caballeros:

- Calzado en color negro.
- Pantalón negro.
- Camisa blanca mangas largas con logotipo.
- Saco de color negro.

Uniforme del personal de recepción.**Damas:**

- Calzado en color negro de tacón no muy fino.
- Medias de color natural.
- Saco de color negro.
- Camisa blanca mangas largas con logotipo.
- Falda de color negro.

Caballeros:

- Calzado en color negro.
- Pantalón negro.
- Camisa blanca mangas largas con logotipo.
- Saco de color negro.

Uniforme de la camarera

- Pantalones de color negro.
- Blusas/camisas de color blanco /amarillo.
- Zapatos de negro.

REALIZAR EVALUACIONES DE DESEMPEÑO Y RECONOCIMIENTO AL PERSONAL.

Las evaluaciones se realizarán a través de otras estrategias como la de los compradores de incógnito o a través del administrador del hotel quienes pasarán un informe al gerente propietario comunicando cual es el desempeño del personal.

Cuando el personal realiza un buen trabajo y éste es tomado en cuenta y recompensado se siente estimado, motivado e importante.

El Hotel Maleny Inn. Pretende motivar a sus empleados a través de días libres, artículos y dinero.

IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL

La implementación de un sistema de administración del personal contribuirá a que el hotel cuente con un personal calificado.

El procedimiento que implementará el Hotel Maleny Inn. es el siguiente:

- Actualización del perfil del puesto.
- Publicación o convocatoria a los aspirantes por los medios de comunicación masiva como la radio o la prensa escrita.
- Recepción de carpetas.
- Preselección de candidatos.
- Entrevista inicial.
- Entrevista final.
- Selección.
- Contratación.
- Inducción del hotel.
- Inducción al puesto.

ESTABLECER TARIFAS DIFERENCIADAS

Existen diferentes tarifas dependiendo de la temporada y de la habitación. Las temporadas altas son feriados, meses de vacaciones de la sierra. Las temporadas bajas son los meses como Enero, Marzo, Octubre y Noviembre.

Es necesario establecer estas tarifas para que cualquier persona que esté en recepción sepa cuáles son éstas. A continuación las mencionaremos:

Cuadro 29.- Tarifas de Temporada Baja

TIPO DE HABITACIÓN	P. X. PAX	FAMILIAS	GRUPOS
SIMPLE	\$10.00	\$10,00	\$8,00
MATRIMONIAL	\$10.00	\$20,00	\$16,00
SUIT MATRIMONIAL	\$15.00	\$30.00	\$26.00
DOBLE	\$10.00	\$20.00	\$16.00
CUADRUPLE	\$7.50	\$30,00	\$24,00
QUINTUPLE	\$7.00	\$35,00	\$35,00

Elaborado por: Iván Cadena

Cuadro 30.- Tarifas de Temporada Alta

TIPO DE HABITACIÓN	P. X.PAX	FAMILIAS	GRUPOS
SIMPLE	\$15.00	\$15,00	\$15,00
MATRIMONIAL	\$15.00	\$30,00	\$30.00
SUIT MATRIMONIAL	\$20.00	\$40.00	\$40.00
DOBLE	\$15.00	\$30.00	\$30.00
CUADRUPLE	\$12.50	\$50.00	\$50.00
QUINTUPLE	\$12.00	\$60.00	\$60.00

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Los niños de 0 a 5 años no pagan, los de 6 a 12 pagan la mitad y los mayores de 12 pagan completo.

IMPLEMENTAR PAGO POR MEDIO DE TARJETAS DE CRÉDITO

En la actualidad las tarjetas de crédito o dinero plástico prestan facilidades de pago para los usuarios, siendo una de las mayores tendencias que tienen las personas hoy en día.

Para poner en la práctica esta acción primero se debe afiliarse cumpliendo con los requisitos. Luego se asiste a una cita en el hotel y por último se lo califica.

CREACIÓN DE FOLIOS DE CLIENTES FRECUENTES Y VIP

Es de gran importancia motivar a los clientes a seguir comprando los servicios que brinda el hotel y poder fidelizarlos.

Se creará una base de datos de los huéspedes que han visitado el hotel y se identificará los clientes frecuentes y VIP a ellos se enviará información sobre nuevos productos y descuentos vía telefónica, fax o e mail.

Se ofrecerá el 25% de descuento en alojamiento por el tercer día de estadía en temporadas bajas y el 15% en temporadas altas.

Los clientes frecuentes y VIP. Serán recibidos por el administrador del hotel.

CREACIÓN DE AMENITIES CON LOGOTIPO

La presentación es esencial en una empresa hotelera y al mismo tiempo de afianzar el nombre de la empresa son los amenities que ofrezca esta.

Al Hotel Maleny Inn. Midiendo sus alcances económicos y según su tipo de clientes y tarifa promedio se le propone implementar un amenities que consiste en un shampo en sachet y 1 jaboncillo.

Tanto los shampo en sachet y los jabones tienen impreso el logo de la empresa.

Para la aplicación de esta estrategia se tendrá que contratar a la empresa proveedora.

Productos VEGA quienes producen como mínimo 1000 ejemplares a un precio de 120.00 por ambos productos.

IMPLEMENTAR UN CONVENIO PARA GENERAR UN SISTEMA DE PASANTÍAS PARA ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA U.E.A.

Es de suma importancia implementar un sistema de pasantías para estudiantes universitarios de la carrera de Turismo, pues ellos tienen la preparación adecuada y necesitan adquirir experiencia laboral.

Durante feriados y temporada alta es importante que el hotel adhiera uno o dos trabajadores más, para así brindar mejor atención y ser más competitivos.

IMPLEMENTACIÓN DEL BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS

Tener un botiquín de primeros auxilios es muy importante, porque gracias a éste tendrá a mano todas las herramientas para proporcionar la primera atención a una persona que ha sufrido un accidente.

Es una norma de calidad y de seguridad tener un botiquín donde quiera que haya grupos de personas reunidos, ya que los accidentes suelen suceder y para eso debe estar preparado.

Elementos que debe tener el botiquín:

- Agua oxigenada: Su función antiséptica sirve para limpiar y desinfectar heridas en la piel.
- Alcohol etílico: El alcohol etílico de 96° es un desinfectante que sirve para curar heridas superficiales.
- Tintura de yodo: Es un antiséptico muy potente que sirve para desinfectar heridas profundas.
- Pinzas: Las pinzas desinfectadas con alcohol pueden ser de utilidad para retirar alguna astilla, vidrio, etc., que se ha incrustado accidentalmente en la piel.
- Banditas adhesivas: Son muy útiles para cubrir algunas heridas pequeñas (raspones, ampollas, quemaduras, etc.) y protegerlas de la suciedad.

previniendo así las infecciones o el roce con superficies que pudieran dañar aún más la herida.

- Vendas: Sirven para cubrir heridas más profundas que no pueden ser cubiertas con banditas adhesivas. También son de utilidad para sujetar miembros lesionados.
- Algodón: Para aplicar alcohol, agua oxigenada o otros desinfectantes o antibióticos sobre las heridas.
- Tijeras: Las tijeras son sumamente útiles para cortar las vendas.

10. Propuesta de implementación de formatos de control. (Alojamiento - camarería)

HOTEL MALENNY INN.

REFERENCIA: FORMATO DE REGISTRO DE HUÉSPED

Se ha creado y mejorado un formato el cual es llenado durante el check in del huésped, nos sirve para sacar estadísticas, entre ellas, porcentaje de ocupación, ciudades predominantes, etc.

Cuadro 31.- Registro del huésped

	HOTEL Maleny INN		REGISTRO DEL HUÉSPED Nº 0000
APELLIDO Y NOMBRES: _____ FULL NAME			
NACIONALIDAD: _____ NATIONALITY		CIUDAD: _____ CITY	
DIRECCIÓN: _____ ADDRESS		E MAIL: _____	
PROFESIÓN: _____ OCUPATION		TELEFONO: _____ PHONE Nº	
FECHA DE ENTRADA: _____ CHECK IN		# DE CÉDULA: _____ PASSPORT	
FECHA DE SALIDA: _____ CHECK OUT		VEHÍCULO: _____ PLATE CAR_	
Nº DE HUÉSPEDES: _____		HABITACIÓN: _____	
FORMA DE PAGO: _____ TARIFA: _____ FACTURA Nº _____			

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENNY INN.

REFERENCIA: FORMATO DE CONTROL DE RESERVAS

Para una mejor organización se crearán documentos para anotar y controlar las reservas.

El siguiente formato es la hoja de reserva, el cual sirve para tomar la reserva ya sea personal, telefónica o por la Web. Aquí anotará el recepcionista todos los datos que se solicitan, en la parte de observaciones se escribirá el medio de la reserva.

Cuadro.- 32 Control de reservas

SOLICITUD DE RESERVA N° _____																			
FECHA DE ENTRADA _____	<table border="1"><thead><tr><th>Tipo de Habitación</th><th>Cantidad</th><th>Tarifa</th><th>Nº Pax</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>	Tipo de Habitación	Cantidad	Tarifa	Nº Pax													FECHA DE SALIDA _____	
Tipo de Habitación		Cantidad	Tarifa	Nº Pax															
HORA DE LLEGADA _____																			
APELLIDO Y NOMBRE _____																			
RESERVADO POR: _____																			
TELÉFONO/FAX: _____																			
E MAIL: _____																			
DEPÓSITO #: _____																			
OBSERVACIONES: _____																			
RESERVADO POR: _____ FECHA Y HORA _____																			

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENNY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO DE CUSTODIA DE BIEN Y/O VALOR.

Para que no exista un mal entendido y confusión, al momento de perderse un artículo y/o valor de nuestra custodia, para esto se necesita de llevar un control de lo que entra a custodia y lo que sale.

A continuación se presenta un formato para evitar problemas:

Cuadro 33.- Custodia de bien

				CUSTODIA DE BIEN	
NÚMERO HABITACIÓN		FECHA DE ENTRADA		FECHA DE SALIDA	
NOMBRE DE QUIEN ENTREGA			NOMBRE DE QUIEN RECIBE		
ARTÍCULO:			DINERO:		
CARACTERÍSTICAS			VALOR		
_____			_____		
_____			_____ dólares		
_____			_____		
FIRMA DEL HUÉSPED			FIRMA DEL RECEPCIONISTA		

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Este formato tendrá original y copia, la original se almacenará junto al bien y/o valor dejado y la copia se llevará el cliente. Cuando este desee retirar solo tendrá que presentar el documento.

Cuando ya se entregue el encargo se escribirá sobre el documento original entregado y se lo almacenará durante un mes por en una carpeta llamada custodia de bien y/o valores por si el cliente pierda la copia y venga hacer reclamos.

HOTEL MALENNY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO DE CONTROL DE ARTÍCULOS OLVIDADOS.

El camarero que encuentre un valor o artículo olvidado en la habitación deberá acercarse a gerencia y llenar el siguiente formulario.

Cuadro 34.- Artículos Olvidados

 		ARTÍCULOS OLVIDADOS
NÚMERO DE HABITACIÓN		FECHA:
NOMBRE DE QUIEN LO ENCONTRÓ	DESCRIPCIÓN DE ARTÍCULO ENCONTRADO	
<hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	
<hr/> FIRMA DEL CAMARERO	<hr/> FIRMA DEL ADMINISTRADOR	

Elaborado por: Iván Cadena Q.

Se procede a buscar número de teléfono o dirección electrónica del cliente en la base de datos y comunicarle que olvidó un artículo. Si no hubiere manera de contacto con el cliente se guarda el objeto por un tiempo prudencial de cinco meses para que el cliente reclame por el mismo. Si no hubiere reclamo se procede a entregar el objeto a quien lo haya entregado.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DEFORMATO PARA BUZÓN DE SUGERENCIAS

Cuadro 35.- Buzón de Sugerencias

		BUZÓN DE SEGERENCIAS
Sus ideas y sugerencias son muy importantes para el mejoramiento continuo de nuestros servicios. Gracias por su colaboración.		
Nombre:	N° Hab.	
Email:	Fecha:	
¿Cuéntenos sus inconvenientes durante su estadía?		
<hr/> <hr/> <hr/>		
¿Nos gustaría saber que le gusto durante su estadía?		
<hr/> <hr/> <hr/>		
¿Qué nos recomienda?		
<hr/> <hr/> <hr/>		

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO CAMBIO DE HABITACIÓN

Cuadro 36.- Cambio de habitación

 HOTEL Maleny INN		CAMBIO DE HABITACIÓN
NOMBRE Y APELLIDO:	FECHA:	
NO HABITACIÓN ACTUAL:	TARIFA ACTUAL:	
CAMBIO A HABITACIÓN No:	TARIFA NUEVA:	
OBSERVACIONES:		
AUTORIZADO POR:		

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO DE REGISTRO Y CONTROL MENSUAL

Este formato nos servirá para llevar un control mensual de todas las habitaciones vendidas y sacar estadísticas de la rentabilidad del hotel y de los meses mas vendidos.

Tabla 14.- Registro y Control de Habitaciones mensual

OCUPACIÓN DE HABITACIONES						MES:																																
HAB.	MATRI.	SENCI.	# PAX	OBS.	P.X PAX	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M		
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
101	1	3	5	1 litera	10,00																																	
102	2	1	5		10,00																																	
105	3	0	6		10,00																																	
201	1	2	4		10,00																																	
202	1	2	4		10,00																																	
203	1	1	3		10,00																																	
204	0	2	2		10,00																																	
205	1	0	2		10,00																																	
206	0	1	1		10,00																																	
207	1	0	2		10,00																																	
208	1	0	2		10,00																																	
209	2	1	5		10,00																																	
301	1	0	2		12,00																																	
302	1	0	2		12,00																																	
303	1	0	2		12,00																																	
304	1	0	2	CABINA	15,00																																	
305	1	0	2	CABINA	15,00																																	
306	1	0	2		12,00																																	
307	1	0	2		12,00																																	
308	1	0	2		12,00																																	
309	1	0	2		12,00																																	
TOTAL																																						

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: FORMATO DE PERMISO AL PERSONAL

Cuadro 38.- Permiso personal

PERMISO	
FECHA:	
Se autoriza a _____	

MOTIVO _____	

DESDE _____ HASTA _____.	

_____ FIRMA GERENTE PROPIETARIO	_____ FIRMA EMPLEADO

Elaborado por: Iván Cadena Q.

REFERENCIA: FORMATO DE TICKET DE ESTACIONAMIENTO

Cuadro 39.- Ticket de estacionamiento

 HOTEL Maleny INN	
Fecha de entrada: _____	
Fecha de salida: _____	
Nº de habitación: _____	
Placas: _____	
Auto: _____	
Obsv: _____	

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: **FORMATO DE REPORTE DE CAMARERA(O)**

Este reporte nos servirá para informar al recepcionista, del estado en que se encuentran las habitaciones que tiene bajo su responsabilidad.

Cuadro 40.- Reporte de camarera(o)

				REPORTE DE CAMARERA	
Piso: _____			Camarista _____		
Fecha: _____					
Tiempo	No Habitación	No. Personas	Situación Habitación	Discrepancias	
Observaciones: _____					
O - Ocupada B - Bloqueado (fuera de servicio) DL - Vacante limpia VS - Vacante- Sucia				_____ Camarera	

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO DE FACTURACIÓN DE LAVANDERÍA.

Cuadro 41.- Facturación de lavandería

 HOTEL Maleny INN					VALE DE LAVANDERIA	
FECHA: _____		HAB No: _____				
NOMBRE: _____						
CANTIDAD	PRENDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL			
RESPONSABLE: _____		SUBTOTAL				
		12% IVA				
		TOTAL				

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMENTACIÓN DE FORMATO CHECK LIST DE RECEPCIÓN.

Cuadro 42.- Check List de recepción.

CHECK LIST DE RECEPCIÓN						
Nombre del ejecutor: _____	Fecha _____					
Usa el uniforme de trabajo correcto	L	M	M	J	V	S
Verificar el cuadro de Caja						
Imprimir un listado de llegadas						
Entregar Informe de Habitaciones al Administrador						
Llenar las tarjetas de Registro para las llegadas del día						
Ordenar todos los slips de reservaciones en orden alfabético.						
Revisar las reservaciones y respectivos depósitos de garantía						
Confirmar reservaciones						
Anexar los slips al lista de llegadas						
Coteja el reporte de habitaciones realizado por la camarera y el de Recepción						
Verifica que el Botiquín esté surtido de materiales de primeros auxilios						
Verifica que estén completas llaves y control remotos						
.Limpiar y Ordenar el área						
Cuadra la Caja antes de entregar el turno						

Elaborado por: Iván Cadena Q.

HOTEL MALENY INN.

REFERENCIA: IMPLEMETACIÓN FORMATO CHECK LIST CAMARERA(O)

Cuadro 43.- Check List camarera(o)

CHECK LIST CAMARERA(O)																							
Nombre del Ejecutor: _____											Fecha: _____												
DORMITORIO	101	102	105	201	202	203	204	205	206	207	208	209	301	302	303	304	305	306	307	308	309	SI	NO
Cama en orden y limpia																							
Mesa limpia y buen estado																							
Sillas limpias y buen estado																							
Floreros limpios																							
Armario limpio y en buenas condiciones																							
Veladores limpios y en buenas condiciones																							
Lámparas limpias y funcionando																							
Espejo limpio																							
TV limpia y funcionando																							
Cuadros limpios																							
Cortinas y ventanas limpias																							
Piso limpio																							
Ventilador limpio y funcionando Correctamente																							
Paredes limpias																							
Puertas limpias																							
BAÑO																							
Lavabo limpio																							
Grifos limpios y en buen estado																							
Servicio Higiénico Limpio																							
Ducha limpia																							
Cortina de ducha bien y limpia																							
Rodapié de ducha limpia?																							
Basurero vacío y limpio?																							
Suficiente papel higiénico																							
Amenities completos																							
Espejo limpio																							
Paredes limpias																							

Elaborado por: Iván Cadena Q.

11. Glosario

Actividad.- Suma de tareas, normalmente se agrupan en un procedimiento de gestión. La secuencia ordenada de actividades da como resultado un proceso o subproceso.

Amenities: Objetos de obsequio a disposición del huésped para su uso personal.

Calidad.- Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

Check – in: Registro del huésped en el Hotel.

Check list: Es una herramienta utilizada para controlar procedimientos de un departamento.

Check – out: Salida del huésped en el Hotel.

Demanda.- Determina la cantidad de un bien que el comprador está dispuesto y financieramente en capacidad a adquirir.

Diagrama de flujo.- Representación gráfica de las actividades que conforman un proceso.

Eficacia.- Comparación que se realiza entre los resultados realmente obtenidos frente a los resultados planificados, es decir la eficacia se relaciona directamente con el cumplimiento de objetivos, misión, visión.

Eficiencia.- Capacidad de producir el máximo de resultados con lo mínimo de recursos, tiempo y energía.

Efectividad.- Es el grado en el cual los resultados de los procesos satisfacen al cliente.

Gestión.- Acciones que se llevan a cabo para administrar y conseguir un objetivo.

Glosario.- Listado de palabras claves, frases y acrónimos usados en el manual.

Indicador.- Parámetro que permite evaluar de forma cuantitativa la eficacia y/o eficiencia de los procesos. Los indicadores pueden medir la percepción del cliente acerca de los resultados.

Lencería: Todas las sábanas, fundas de almohada, toallas, rodapiés de Bañera, cubrecamas y almohadas.

Macro procesos.- Conjunto de procesos interrelacionados que tienen un objetivo en común.

Manual.- Documento que establece las actividades y procedimientos requeridos para la consecución de un resultado.

Menaje: Conjunto de muebles, utensilios, enseres, equipos menores que pueden ser usados en la producción de un servicio.

Mapa de Procesos.- Diagrama que permite identificar los procesos de una organización y describir sus interrelaciones principales.

Proceso.- Es una actividad o grupo de actividades que emplea insumos, les agrega valor y suministra un producto o servicio a un cliente interno o externo.

Procesos Operativos.- Son los que sirven para obtener el producto o servicio que se entrega al cliente mediante la transformación física de los recursos.

Procesos de Apoyo._ Son aquellos que ayudan a mantener la eficiencia de los procesos operativos.

Pax: Huésped.

4.2.1 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO

Se ha realizado las siguientes encuestas como instrumentos de evaluación.

Estimado Sr(a) Srta:

La presente encuesta es de carácter confidencial y tiene como propósito analizar la satisfacción laboral del cliente interno del Hotel razón por la cual solicitamos su apoyo con respuestas sinceras al siguiente cuestionario:

Cargo que desempeña: _____

2. ¿Qué tan orgulloso se siente de formar parte del Hotel Maleny Inn.

Nada orgulloso	<input type="checkbox"/>	Orgulloso	<input type="checkbox"/>
Parcialmente orgulloso	<input type="checkbox"/>	Muy Orgulloso	<input type="checkbox"/>

3. Califique los siguientes aspectos referentes a su puesto de trabajo.

	Si	A veces	No
Se siente a gusto con el ambiente laboral.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se siente identificado con el puesto de trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuenta con los materiales necesarios para desempeñar bien su labores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Considera usted que la empresa toma en cuenta sus opiniones o sugerencias en la toma de decisiones?

Si No Parcialmente

5. ¿Tiene usted la suficiente autonomía en su trabajo?

Si No Parcialmente

6. ¿Cree que en el Hotel se fomenta el compañerismo entre los trabajadores?

Si No Parcialmente

Explique la razón: _____

6. ¿Cómo considera usted su relación actual con sus compañeros?

Buena Regular Mala

7. ¿Sus superiores lo tratan con amabilidad y respeto?

Si No Parcialmente

8. ¿Existe el trabajo en equipo con su jefe?

Si No Parcialmente

9. ¿La comunicación con sus superiores es buena?

Si No Parcialmente

10. ¿Considera que su trabajo esta bien remunerado, en relación con el esfuerzo y trabajos que realiza?

Si No Parcialmente

11. ¿Usted cree que la forma de pago es el apropiado en cuanto a los objetivos cumplidos?

Si No Parcialmente

12. ¿Considera que recibe un justo reconocimiento de su labor por parte de sus jefes?

Si No Parcialmente

13. ¿Cree que en un futuro no muy lejano gracias a su trabajo tendrá posibilidad de un ascenso en el hotel?

Si No Parcialmente

14. ¿El Hotel lo capacita continuamente para mejorar su eficiencia en su trabajo?

Si No Parcialmente

12. ¿El Hotel le ha dado la iniciativa para que se supere profesionalmente?

Si No Parcialmente

Gracias por su colaboración.

MODELO DE LA ENCUESTA DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE QUE SE UTILIZARA COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO.

Estimado Sr(a) Srta.:

Con el objetivo de mejorar la calidad del servicio en el Hotel Maleny Inn. Se ha diseñado una encuesta de investigación sobre el nivel de satisfacción del cliente con el fin de obtener información para la toma de decisiones pertinentes futuras. La información que usted nos brinde es valiosa para el mejoramiento continuo de los servicios del Hotel. Por favor indique con una X que tan satisfecho o insatisfecho esta con los siguientes enunciados: Nombre (no es necesario).

Nombre (no es necesario)						
Edad en que se encuentra	18 - 25	26 - 30	31 - 35	31 - 40	41 - 50	51 - mas
Género	F			M		
Lugar de procedencia						

Cuestionario:

1. ¿Servicio del hotel en cuanto a?

RESERVA	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Facilidad de uso					
Precio del hotel					
Oferta del hotel					
Información de la pagina web sobre el hotel					

¿Tiene algún comentario sobre el servicio de pre-venta brindado por el hotel o alguna sugerencia para mejorar?

2. ¿Servicio del Hotel en cuanto a?

HABITACIONES	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Apariencias de las habitaciones					
Limpieza de las habitaciones					
limpieza de baños					
Iluminación de la habitación					
Ventilación de las habitaciones					
Comodidad de las camas					

Señal de la Televisión.					
Señal de Internet Wii-fi.					
Servicio telefónico de la habitación.					
Temperatura del agua.					
Limpieza de las sábanas y toallas.					
Accesorios de higiene personal.					
Extensión de la habitación.					
Servicio de lavandería.					

3. ¿El servicio del Hotel en cuanto a?

PERSONAL	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Atención del recepcionista.					
Presentación del recepcionista.					
Atención de las camareras.					
Presentación de las camareras.					
Información brindada acerca de los servicios del hotel.					
Información sobre direcciones y lugares requeridos.					
Manejo de Procesos de registro, reservas, facturación y salida de huéspedes.					
Tiempo de respuesta ante la solicitud de un servicio de habitación.					
Cumplimiento de los servicios comprometidos.					

4. ¿El servicio del hotel en cuanto a?

SEGURIDAD	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Ubicación de las señales de emergencia y evacuación.					
Respeto por los objetos personales dentro de la habitación.					
Seguridad del hotel contra calamidades.					

5. Comentarios sobre el Hotel.

¿Qué es lo que más le ha gustado de la estancia del hotel?

¿Existe algo que no le haya gustado?

¿Por que ha elegido este hotel?

Instalaciones Precio Otro
Recomendaciones Especifique _____

¿Recomendaría usted a este Hotel?

Si No Tal vez

Este espacio lo puede utilizar para realizar los comentarios que considere oportunos:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- Luego de haber realizado la investigación in situ, se puede apreciar que los procesos de gestión de negocios tales como hospedaje y lavandería, nos indica que no están identificados los mencionados procesos, por lo cual el hotel esta pasando por determinados inconvenientes al momento de brindar estos servicios, por parte personal, generando falencias en la atención al cliente, disminuyendo la rentabilidad económica, baja aceptación y abandono del cliente receptivo.
- Según la información se ha determinado los procesos generadores de valor; en el área operativa como atención al cliente, recepción, reservación, limpieza de habitación, están limitados trabajando de manera mecánica, es decir en base de conocimientos adquiridos con el tiempo y han olvidado por completo la utilización de normas y procedimientos previamente establecidos, que de ser utilizados, mejorarían significativamente los tiempos en procesos y desempeños finales, este análisis se lo ha realizado en función del análisis FODA y las preguntas realizadas a los clientes

- A lo largo de la investigación se llegó a la conclusión que el manual de procesos, es una herramienta de gestión de suma importancia, debido a que gracias a él se logra una mayor eficiencia de los recursos humanos con los que cuenta la empresa, ya que facilitan la estandarización de los procesos y la preservación del conocimiento adquirido por el establecimiento hotelero.
- A través del diseño de instrumentos de evaluación del servicio prestado para la medición del grado de satisfacción del cliente, se pueden conocer nuevas necesidades o las tendencias cambiantes del mercado de los clientes y gracias a ello se pueden implementar nuevos servicios para atraer nuevos clientes y mantener los que ya se tienen.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se debe fortalecer los procesos de gestión de negocios, por lo cual se recomienda al gerente enfatizar la importancia de la comunicación entre todo el personal, ya que ellos son los que retroalimentan permanentemente la mejoras de los procesos, la actualización en conocimientos y técnicas del manejo del personal para una mejor coordinación de las responsabilidades y actividades a realizarse de estos procesos
- Capacitación permanente al personal, actualizando de esta manera sólidos conocimientos, enseñando nuevas técnicas para alcanzar el cumplimiento de los objetivos establecidos por el hotel, logrando mejorar cada día el funcionamiento de los procesos operativos que generan valor y por lo cual se brindara al cliente un verdadero servicio de calidad, y una estadía placentera.
- Realizar supervisiones continuas de la aplicación del presente manual encada uno de los puestos de trabajo, siguiendo ordenadamente y responsablemente todos los puntos detallados en el manual para su consecución
- Utilizar las los instrumentos de evaluación del servicio prestado que se diseñaron en este proyecto, para tomar decisiones correctivas de acuerdo con los resultados obtenidos y acercarse cada vez mas al objetivo de cada proceso.

6. RESUMEN

Una empresa que no posee un tipo de administración flexible no podrá cumplir los constantes cambios en las demandas de los clientes, por este motivo es que se requiere una forma de administración que pueda presentar cambios al corto plazo, con este antecedente se busca implantar para el Hotel Maleny Inn. Una administración basada en procesos, que permita enfocarnos al cliente y a sus necesidades, brindando las herramientas necesarias a la organización para que pueda desempeñar las actividades de forma correcta.

El Hotel Maleny Inn. Es una empresa que carece de una correcta administración, o a su vez una administración desordenada, no posee procesos definidos, lo que genera una falta de información en cuanto a las correctas actividades que se debería hacer, o al correcto trabajo que se debe desempeñar, por este motivo se busca implantar una gestión por procesos.

Por esta razón el presente proyecto tiene como finalidad presentar una propuesta de un Plan de Gestión por Procesos para el Hotel Maleny Inn. Permitiendo documentar, diseñar, controlar y gestionar los procesos bajo el criterio de considerar a la empresa como un sistema y no segmentada por departamentos o áreas funcionales, para que así tenga la capacidad de adaptarse al entorno cambiante y una mejor orientación hacia el alcance de sus objetivos.

7. SUMMARY

A company that does not have a flexible management style may not meet the constant changes in customers' demands, for this reason, It's important to require a form of administration which may have changes in the short term, this background seeks to implement in The Hotel Maleny Inn. An administration based on management processes, which let us focus on customers and their needs, providing the necessary tools to the organization so that we can lead the activities correctly.

The Hotel Maleny Inn. is an institution that lacks of a proper management, in fact it has a disorganized administration, and it does not have defined processes, creating a lack of information in the successful completion of activities especially on how a right work should operate, for this reason we seek to implement an efficient process management.

For this reason this Project aims to present a proposal for a design of a management plan for processes for hotel Maleny Inn .enabling document, design, control and manage de processes under the criterion of considering as a system and not segmented by departments or areasfunctional, so the company have the ability to adapt to the changing environment and a better orientation towards the achievement of its objectives

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

Beltran J.M.y Muñuzuri, J. (2000). Indicadores de Gestión. Bogota: 3R Editores.

Beltran, J. L. (2002). Guia para una Gestion basada en Procesos. Sevilla: instituto Andaluz de Tecnologia.

Canson. (2007). gestion de la calidad. mexico: editorial preesons sa.

Certo, S. (1997). Dirección Estratégica. España: McGraw-Hill.

Chiavenato. (1992). Introducción a la teoría general de la administración. México: Editorial McGraw-Hill.

Cordova, C. (2008). Gerencia de Procesos. Recuperado el 01 de 30 de 2013, de [hpp://gerenciaprocesos.comunidadcoomeva.com/blog/index.php](http://gerenciaprocesos.comunidadcoomeva.com/blog/index.php)

Dávila, J. Á. (2007). Calidad del Servicio en el Sector Turístico . Coruña: 2º Edición.

Definicionabc.com. (s.f.). Recuperado el 1 de 02 de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/plan.php#ixzz2U9L8M3XT>.

Duisberg, C & Gesellschaft E. (1996). Sistema de perfeccionamiento profesional. En C. & Duisberg, Organizacion de los procesos (Vol. III). Medellin.

Gibson, I. (1983). En Organización, Conducta, Estructura y Procesos (pág. 41). México: Interamericana.

Glagosvky, H. (2013). monografías.com. Recuperado el 18 de 01 de 2013, de <http://www.definicionabc.com/trabajos10/foda.shtml#ixzz2GJD6zu3e>

Harrington. (1996). Mejoramiento de los procesos de la empresa. Bogota: McGraw-Hill.

INAMHI. (2008). Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología,2010. En Anuario Metereológico 2008.Nº48.Versión Preliminar 2010.

Jhonson, G. (2001). Dirección Estratégica. Madrid: Prentice.

Julia. (2002). Gestion de la Calidad aplicada a Hosteleria y Restauración.Madrid: Prentice Hall.

Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición. Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Mariño, H. (2001). Gerencia de los Procesos. Bogotá: Alfa Omega.

Mejía, B. (2007). Gerencia de Procesos. Bogotá: Ecoe Ediciones 2007.

Ordoñez, R. (2002). Dirección Empresarial Asistida. España: Visión Net.

Rodriguez, J. (1996). La Reingeniería en la Calidad Total. La Habana: CETDIR, Universidad de la Habana.

Rojas, J. (2006). Eumed. Gestión por Procesos y atención al usuario en los establecimientos del sistema nacional de salud. Recuperado el 22 de 01 de 2013, de <http://www.eumed.net/libros/2007b/269/3htm>

Segura, F. (2005). Sistema de Gestión: Una guía práctica. España: Ediciones Daiz de Santos.

Sinergia. (2000). Departamento Nacional de Planeación. Recuperado el 04 de 02 de 2013, de http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DIFP/Bpin/Guia_para_elaboración_de_indicadores.pdf

Sisman. (2002). Facultad de ciencias Informáticas. Recuperado el 14 de 01 de 2013, de <http://www.sisman.utm.edu.ec>

Slideshare. (2013). Instrumentos - evaluación. Recuperado el 14 de 01 de 2013, de <http://www.slideshare.net>

Stanton, W. J.; Etzel, M. J.; Walker, B. J. (2004). Fundamentos de Marketing Personas reales, Decisiones reales. 2da Edición. Recuperado el 06 de 02 de 2013, de Promonegocios: www.promonegocios.net/mercadotecnia.../definicion-servicios.html.

Statum. (2009). Statum. Recuperado el 02 de 02 de 2013, de <http://www.statum.biz/web/guest/facilis-bpmn>.

Velez, A. (2007). Principios de Henry Fayol en la Administración para generar calidad de servicios en la Gestión de negocios. En Libro los Clásicos de la Gerencia. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

White, S. (2004). BPMN. Recuperado el 02 de 02 de 2013, de <http://www.bpmn.org/Documents/OMG%20Final%20Adopted%20BPMN%201-0%20Spec%.pdf>.

wikipedia.org. (s.f.). Recuperado el 12 de 01 de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_de_negocio.

9. ANEXOS

Anexo 1.

FORMATO DE LA ENTREVISTA

Entrevista para las personas que laboran en el Hotel Maleny Inn.

Señor y/o señorita dígnese en contestar las siguientes preguntas de la manera más objetiva y real los datos serán utilizados con el objetivo de realizar un sondeo del servicio prestado por el Hotel, para establecer la mejora continua y calidad del establecimiento.

Instrucciones generales:

Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
Trate de contestar todas las preguntas.

Cantón-----

Provincia-----

1. ¿Cuánto tiempo lleva prestando sus servicios en el hotel?

Menos de un año Más de un año Más de dos años

2. ¿Qué función desempeña en el hotel?

- Gerente
- Administrador
- Recepcionista
- Camarero
- Cocinero

3. ¿Cuenta usted con un uniforme para realizar sus labores en el hotel?

Si No

4. Su jornada laboral es de:

8 horas 10 horas 12 horas Más de 12 horas

5. ¿Le gustaría recibir Capacitación?

Trimestral Semestral Anual

6. ¿Considera usted que el hotel debería tener un manual de funciones?

Si No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2

MODELO DE LA FICHA DE ENCUESTA

Encuesta para las personas que se hospedan en el Hotel Maleny Inn.

Señores Turistas dígnese en contestar las siguientes preguntas de la manera más objetiva y real eligiendo una sola opción; los datos serán utilizados de forma confidencial. El objetivo de esta encuesta es para conocer sus necesidades y brindarle una **Mejor Atención y Servicio**

Instrucciones generales:

Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
Trate de contestar todas las preguntas.

1) ¿Cuál es su Género?

Masculino Femenino

2) ¿La edad en que usted se encuentra?

18-30 31-50 51-más

3) ¿Cuál es su actividad actual?

Comerciante Empleado privado Empresario Estudiante
Empleado público Profesional independiente otro

4) ¿Cuál es su nivel de estudios?

Secundaria Universitario Profesional

5) ¿Lugar de procedencia?

País----- Estado----- Provincia ----- Ciudad -----

6) ¿El motivo de su viaje es?

Turismo Investigación Negocios Salud
Visitas familiares

7) ¿Al viajar va acompañado por?

Familia Amigos Pareja Compañeros de trabajo
Ninguno

8) ¿En el momento de hospedarse en un hotel, ¿qué es lo que usted más valora?

Precio Atención Calidad Servicios

9) ¿Por qué medios conoció la existencia del Hotel?

Página web Guía telefónica Radio

Referencias personales

10) ¿De los servicios que presta el Hotel Maleny Inn. cual mejoraría?

Hospedaje internet Garaje

11) ¿La atención que recibió en el Hotel Maleny In. fue?

Satisfactoria Buena Regular Mala

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3

FOTOGRAFIAS DEL HOTEL MALENNY INN.

1. Fachada del Hotel.



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

2. Recepción y sala de espera.



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

3. Habitación en acomodación simple o Matrimonial (capacidad tres personas).



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

4. Habitación en acomodación doble



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

5. Habitación en acomodación doble (capacidad dos personas).



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

6. Ubicación del televisor y escritorio.



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

9. Apariencia de los baños solo en dos habitaciones.



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

10. Ducha tipo cabina, hidromasaje.



Foto tomada por: Iván Cadena Q.

Anexo 4

Cuadro 44.- Cuadro de resumen de indicadores

INDICADORES DE GESTION DEL HOTEL MALENY INN.								
PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	DESCRIPCION	FORMULA	FRECUENCIA	UNIDAD DE MEDICION	META	HERRAMIENTA DE CONTROL	RESPONSABLE
Atencion al cliente(A.1)	Calidad en el Servicio	Mide el porcentaje de quejas recibidas por el hoesped	$\frac{(\#Quejas\ receptadas)}{(\text{Total de personas atendidas})} *100$	Mensual	%	5%	Hoja de control	Administrador
	Eficiencia en la Atencion al cliente	Mide porcentualmente la eficacia de la recepcionista, relacionando el total de clientes que se hospedan vs el totalde personas que fueron atendidas	$\frac{(\# \text{ Total clientes hospedados})}{(\text{Total de clientes atendidos})} *100$	Quincenal	%	100%	Hoja de control	Administrador
Reservaciones(A.2)	Reserevaciones Exitosas	Mide el grado Porcentual de Reservaciones Realizadas exitosamente	$\frac{(\#de\ reservaciones\ exitosas)}{(\text{Total de reservaciones})} *100$	Mensual	%	100%	Hoja de control	Administrador
Recpcion (B.1)	Problemas en cambio de turno	Mide el indice de problemas que se presentan en el cambio de turno	$\#de\ Problemas\ detectados)$	Semanal	Numero	2	Hoja de control	Administrador
Limpieza de habitaciones (B.2)	Quejas por limpieza de habitaciones	Mide porcentualmnete los reclamos de la limpieza de las habitaciones	$\frac{(\#quejas\ por\ limpieza\ de\ habitaciones)}{(\text{Total habitaciones ocupadas})} *100$	Semanal	%	5%	Hoja de control	Administrador

Fuente: Beltrán, (2002)
Adaptado por: Iván Cadena Q.