

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN TURISMO**

TEMA

PROPUESTA DE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y COMERCIALIZACIÓN DEL
HOTEL “SAN JACINTO” PERTENECIENTE AL CANTÓN TISALEO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.

AUTORES

GAMBOA NÚÑEZ JESSENIA PATRICIA

SILVA JIMÉNEZ KEVIN PATRICIO

DIRECTOR

ING. SALAZAR GAIBOR CHRISTIAN FERNANDO MSC.

Puyo – Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Gamboa Núñez Jessenia Patricia**, con cédula de ciudadanía N. ° 1804372355 y **Silva Jiménez Kevin Patricio** con cédula de ciudadanía N. ° 0503905424 declaramos ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica que el contenido del proyecto de investigación PROPUESTA DE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y COMERCIALIZACIÓN DEL HOTEL “SAN JACINTO” PERTENECIENTE AL CANTÓN TISALEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA es absolutamente original, auténtica y personal.

En tal virtud el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad legal y académica de los autores.

Gamboa Núñez Jessenia Patricia

1804372355

Silva Jiménez Kevin Patricio

0503905424

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

Certifico que los estudiantes **Gamboa Núñez Jessenia Patricia** y **Silva Jiménez Kevin Patricio**, han concluido el trabajo investigativo relacionado con el tema:

PROPUESTA DE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y COMERCIALIZACIÓN DEL HOTEL “SAN JACINTO” PERTENECIENTE AL CANTÓN TISALEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, mediante el presente dejo constancia que la elaboración y redacción del informe final de la investigación, fue desarrollado por los estudiantes antes mencionados y supervisados bajo mi dirección.

Cumplidos con los requerimientos, autorizo que el trabajo de tesis sea presentado a la Máxima Autoridad y por su intermedio a la Comisión Académica para que autorice el tribunal y la fecha de sustentación para la defensa legal.

Ing. Salazar Gaibor Christian Fernando MsC.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:

El presente trabajo titulado: **PROPUESTA DE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y COMERCIALIZACIÓN DEL HOTEL “SAN JACINTO” PERTENECIENTE AL CANTÓN TISALEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA** bajo la responsabilidad de los estudiantes Gamboa Núñez Jessenia Patricia y Silva Jiménez Kevin Patricio, han sido meticulosamente revisado, autorizando su presentación:

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Dra. Lorena Paredes
Presidente del tribunal

Dr. Luis Manosalvas
Miembro del Tribunal

Msc. Tania Cevallos
Miembro del Tribunal

I. AGRADECIMIENTO.

Agradecemos a Dios por brindarnos muchas bendiciones, guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a nuestros padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

A nuestra familia por estar siempre presentes acompañándonos y por el apoyo moral que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

Finalmente queremos expresar nuestros más grandes y sinceros agradecimientos al Ing. Christian Salazar, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.

Jessenia Patricia Gamboa Núñez

Kevin Patricio Silva Jiménez

II. DEDICATORIA.

El presente proyecto de titulación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertimos en lo que somos.

Ha sido un orgullo y privilegio ser sus hijos, son los mejores padres.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos docentes que nos brindaron su ayuda y compartieron sus conocimientos, además aportaron con un granito de arena a nuestra formación tanto profesional y como ser humano.

Jessenia Patricia Gamboa Núñez

Kevin Patricio Silva Jiménez

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES.

El presente proyecto de investigación radica en tres objetivos específicos que han sido necesarios desarrollarlos, para la elaboración del proyecto de titulación, primero se dio paso a la obtención de datos sobre el diagnóstico de la situación actual de la industria hotelera en la provincia de Tungurahua, del cual se obtuvo información de los establecimientos de alojamiento turístico; se identificaron 229 establecimientos ubicados en los cantones Ambato, Baños, Píllaro, Patate, Pelileo y Cevallos, los cantones Quero y Mocha no poseen ningún establecimiento de alojamiento turístico, el cantón Tisaleo posee dos establecimientos pero que no están registrados en el catastro debido a que laboran empíricamente, datos que fueron tomados del catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Se desarrolló un diseño organizacional e imagen corporativa para el hotel, se utilizó la metodología de Daft, mediante el cual se planteó dimensiones estructurales y contextuales las mismas que se establecieron indicando las actividades que se van a desarrollar, además se identificó los organigramas estructural y funcional que se va utilizar para el funcionamiento del establecimiento hotelero.

Las visitas adquiridas anualmente han hecho que el cantón Tisaleo tenga buena acogida por lo que ha sido importante saber cómo un establecimiento hotelero tiene la forma de llamar la atención a los turistas para que se hospeden; por ello se ha encontrado pertinente establecer medios de comercialización basados en el libro Yield Management para el Hotel “San Jacinto”, además se empleó la matriz FODA la cual arrojó estrategias que se las utilizó para la comercialización.

Palabras claves: Turismo, Hotelería, Hotel, Organización, Organigrama y la Comercialización.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The present research project lies in three specific objectives that have been necessary to develop them, for the preparation of the titling project, first gave way to obtaining data on the diagnosis of the current situation of the hotel industry in the province of Tungurahua, from which information was obtained from tourist accommodation establishments; 229 establishments located in the cantons Ambato, Baños, Pillaro, Patate, Pelileo and Cevallos were identified, the cantons Quero and Mocha do not have any tourist accommodation establishment, the Tisaleo canton has two establishments but they are not registered in the cadastre because they work empirically, data that were taken from the tourist cadastre of the province of Tungurahua.

An organizational design and corporate image was developed for the hotel, using the Daft methodology, through which structural and contextual dimensions were established, which were established indicating the activities to be developed, and structural and functional organization charts were identified. That will be used for the operation of the hotel establishment.

The visits acquired annually have made the Canton Tisaleo well received, so it has been important to know how a hotel establishment has a way of attracting tourists to stay; For this reason it has been found convenient to establish means of marketing based on the Yield Management book for the Hotel "San Jacinto", in addition the SWOT matrix was used, which yielded strategies that were used for marketing.

Key words: Tourism, Hospitality, Hotel, Organization, Organization chart and the Commercialization.

ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. JUSTIFICACIÓN	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
CAPÍTULO II	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	4
2. ANTECEDENTES.....	4
2.1. BASES TEÓRICAS.....	4
2.1.1. Turismo según la Organización Mundial del Turismo	4
2.1.2.1. Reglamento de Alojamiento Turístico	5
2.1.3. Diseño organizacional.....	8
2.1.3.1. Diseño de la Estructura Organizacional.....	8
2.1.3.2. Diseño Organizacional y organigrama	9
2.1.3.3. Importancia del diseño organizacional	9
2.1.3.4. Organigrama	10
2.1.3.5. La División del Trabajo.....	10
2.1.3.6. El Tramo de Control.....	11
2.1.3.7. La Departamentalización	11
2.1.3.8. La Autoridad	11
2.1.3.9. La Responsabilidad	12

2.1.3.10. La Toma de Decisiones	12
2.1.4. Las Estructuras Organizacionales y los Hoteles	13
2.1.5. La comercialización	13
CAPÍTULO III.....	17
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.1. Localización.....	17
3.1.1. Materiales	18
3.1.2. Tipo de Investigación.....	18
3.1.3. Métodos de Investigación	18
CAPÍTULO IV	19
RESULTADOS	19
4.1. La hotelería en la provincia de Tungurahua.....	19
4.2. Dimensiones Estructurales.....	28
4.3. Dimensiones contextuales.....	37
4.4. Estrategia DA.- Elaborar la imagen corporativa del Hotel "San Jacinto".	44
4.5. Estrategia FO.- Elaborar paquetes de alojamiento en base a la estrategia de precio.	46
4.6. Estrategia FO.- Diseñar estrategias de productos y servicios diferenciadores.	46
4.7. Estrategia FO.- Colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos.....	48
4.8. Estrategia DO.- Elaborar un diseño organizacional dónde se determinen organigramas estructurales y funcionales.....	48
4.9. Estrategia DO.- Comercialización del Hotel "San Jacinto" mediante redes sociales y la página web.	55
4.10. Estrategia FA.- Estrategia de fidelización de clientes	59

CAPÍTULO V	60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
5.1. CONCLUSIONES	60
5.2. RECOMENDACIONES	61
CAPITULO VI.....	62
6.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materiales y equipos.....	18
Tabla 2 Cantones y sus establecimientos turísticos de Tungurahua.....	19
Tabla 3 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Ambato.....	20
Tabla 4 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Baño.....	21
Tabla 5 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Pelileo.....	22
Tabla 6 Establecimiento de Alojamiento turístico de Cevallos.....	23
Tabla 7 Establecimientos de Alojamiento Turístico en Patate.....	24
Tabla 8 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Píllaro.....	25
Tabla 9 Habitaciones.....	28
Tabla 10 Clasificación de las Pymes en Ecuador.....	38
Tabla 11 Matriz de Factores Externos (MEFE).....	39
Tabla 12 Matriz de Factor Competitivo. (MPC).....	40
Tabla 13 Matriz de Factor Interno (MEFI).....	41
Tabla 14 Matriz FODA Cruzado.....	42
Tabla 15 Paquete Luna de Miel.....	47
Tabla 16 Paquete Familiar.....	47
Tabla 17 Funciones del personal de la Empresa.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Ubicación del Hotel.....	17
<i>Figura 2</i> Establecimientos hoteleros de Ambato.....	20
<i>Figura 3</i> Establecimientos hoteleros de Baños de Agua Santa.....	21
<i>Figura 4</i> Establecimientos de Alojamiento de Pelileo.....	22
<i>Figura 5</i> Establecimiento de Alojamiento Turístico de Patate.....	24
<i>Figura 6</i> Establecimientos de alojamiento del cantón Píllaro.....	25
<i>Figura 7</i> Hostería Pakari.....	27
<i>Figura 8</i> Registros.....	31
<i>Figura 9</i> Evaluación del personal.....	34
<i>Figura 10</i> Evaluación y Resultados.....	35
<i>Figura 11</i> Recepción de clientes.....	37
<i>Figura 12</i> Logotipo.....	44
<i>Figura 13</i> Restaurante del Hotel "San Jacinto".....	46
<i>Figura 14</i> Valla Publicitaria.....	48
<i>Figura 15</i> Organigrama Estructural.....	49
<i>Figura 16</i> Organigrama Funcional.....	50
<i>Figura 17</i> Página de Facebook.....	56
<i>Figura 18</i> Página Web.....	57
<i>Figura 19</i> Tarjetas de Presentación.....	58

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno mundial, en donde se usa los diferentes recursos, para llevar a los visitantes, también llamados turistas a nutrirse de nuevas experiencias, en un ambiente controlado. Se busca que ellos formen parte de una vivencia revitalizadora para sus vidas, y que de esta manera sean capaces de salir de su rutina diaria.

Con el crecimiento del turismo mundial, se debe buscar nuevas maneras para que el turista sienta cada experiencia única e inigualable, que busque un cambio y que al mismo tiempo sus exigencias sean mayormente cumplidas.

Hoy en día la especialidad de hotelería, ha ido progresando en los últimos tiempos por la excesiva demanda a nivel nacional e internacional. La industria hotelera entra dentro de la clasificación de servicios y son consideradas como empresas de servicios.

La estacionalidad es una de las características predominantes de la hotelería, y por tal debemos entender la época del año en la que se concentra la demanda. Esto lleva algunos problemas graves, como por ejemplo las grandes fluctuaciones que la estacionalidad provoca en el sector laboral, otra característica típica de la empresa hotelera es la temporalidad, entendiendo como tal el tiempo de duración del servicio-producto de la empresa es muy bajo.

El Ecuador no ha sido la excepción ya que en los últimos tiempos desempeña un papel fundamental en cuanto al turismo ecológico, de aventura, cultural y de negocios, por lo que esto genera una demanda anual, obligando así al sector hotelero estar en constante innovación de su actividad durante todo el año, ya que contribuye a la generación de empleo y permite impulsar el desarrollo de actividades turísticas.

Las visitas adquiridas anualmente han hecho que sea un país de gran acogida a nivel mundial, por lo que ha sido un objetivo primordial de la investigación el saber cómo un establecimiento hotelero está organizado y tiene la forma de llamar la atención a los turistas para que se hospeden; por ello se ha encontrado conveniente plantear un diseño organizacional y de comercialización para fortalecer el establecimiento hotelero y así cumplir con las expectativas del turista.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El cantón Tisaleo perteneciente a la provincia de Tungurahua, se ha considerado como uno de los lugares que permiten el desarrollo económico por sus diferentes actividades como son la agricultura, ganadería, fabricación de guitarras, calzado, comercio, elaboración de lácteos, y su atractiva gastronomía. Permitiendo, que la actividad turística pueda desarrollarse especialmente por la realización de eventos y fiestas importantes para la comunidad, una de esas fiestas es el Inga Palla que se realiza durante el mes de octubre de cada año, de la misma manera, otra fiesta de las más frecuentes donde los turistas llegan y visitan este lugar es la fiesta de cantonización en el mes de noviembre, las mismas que determinan un ingreso económico para la comunidad.

Además, Tisaleo posee atractivos naturales como las lagunas Cacapón y Melenda las cuales pertenecen al cerro lacustre Puñalica las mismas, que se encuentran rodeadas de vegetación propia del páramo, y son de visitas constantes por turistas nacionales y extranjeros.

Sin embargo, se ha observado que el cantón Tisaleo tiene una falencia en el ámbito hotelero debido a que los establecimientos de alojamiento turístico no poseen las habitaciones suficientes para albergar a los turistas o las personas que llegan hacia la localidad para cumplir con actividades turísticas y comerciales, por lo tanto, se considera que la construcción de un hotel podría aprovechar esta oportunidad y de la misma manera, la implementación de un sistema organizacional y de comercialización podría potencializar el servicio de alojamiento. Por lo tanto, se pretende desarrollar un emprendimiento en la localidad, para lo cual ya se dispone de un terreno en donde está en proceso de construcción el Hotel San Jacinto, que una de sus características principales es la ubicación estratégica, localizada en la Panamericana Sur y que podría receptor a las personas que viajan entre provincias.

1.1. JUSTIFICACIÓN

Según Gómez (2014) afirma que la industria hotelera contribuye significativamente a la actividad turística, busca alcanzar competitividad en un mundo de crecimiento hotelero constante, actualmente el tamaño de la industria hotelera es inmensa; el sector de la hotelería comprende aquellos establecimientos dedicados a proveer un servicio de alojamiento con servicios complementarios como alimentación, spa, actividades turísticas y más servicios a los huéspedes, esta industria hotelera es bastante amplia, sin embargo es muy importante saber

definirla, además es una de las mayores generadoras de empleo a nivel mundial, en el Ecuador nos encontramos en un proceso de profesionalización de la actividad turística y la industria hotelera al ser uno de sus componentes importantes más aún, por lo tanto se hace importante el que los establecimientos de alojamiento turístico sean empresas con un diseño organizacional y comercialización moderno en donde se refleje un cambio positivo en los servicios turísticos.

Por lo tanto, el presente trabajo se justifica mediante la propuesta de un diseño organizacional y comercialización para el hotel “San Jacinto” lo cual permitirá que el establecimiento tenga un funcionamiento en el que se optimizará los recursos desde su diseño inicial siempre pensando en la satisfacción de los huéspedes, proponiendo servicios de calidad diferenciados lo que contribuirá a contar con la aceptación de los turistas que visitan la provincia de Tungurahua, y esto permitirá rápidamente posicionarnos en el mercado regional y nacional.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El diseño organizacional y de comercialización del Hotel San Jacinto permite brindar un sistema alternativo de alojamiento para los turistas y comerciantes que llegan al Cantón Tisaleo Provincia de Tungurahua?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Plantear un diseño organizacional y comercialización del hotel “San Jacinto” perteneciente al cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación actual de la industria hotelera en la provincia de Tungurahua.
- Diseñar una propuesta de organización administrativa y operativa del hotel “San Jacinto”.
- Proponer estrategias de comercialización para el Hotel “San Jacinto”.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2. ANTECEDENTES

Este es un trabajo que busca hacer que la empresa se posicione con un servicio diferenciador, con un diseño organizacional pionero en otros países ya que en el Ecuador no se están aplicando este tipo de herramientas en los establecimientos de alojamiento turístico, en otros países utilizan este diseño organizacional para dar un realce a la empresa como ejemplo tenemos:

Diseño Organizacional basado en el modelo de sistemas viables para hoteles cinco estrellas.

La autora Yesenia (2012), menciona que en la ciudad de México, para lograr la satisfacción del cliente, los hoteles; requieren de un flujo intenso y complejo de personas, bienes e información, los cuales deberían de estar organizados para una mejor operación de los mismos.

Revisando las estructuras organizacionales actuales se encuentra que en hoteles predomina el funcionamiento de los siguientes departamentos: Un departamento administrativo y uno operativo, los hoteles de cinco estrellas cuyas estructuras organizacionales actuales están basadas en esquemas tradicionales tienen la deficiencia de enfocarse en satisfacer las demandas internas de la organización.

En Ecuador se requiere aplicar lo anteriormente expuesto, ya que es importante para el cumplimiento de los objetivos y metas que determinan cada empresa.

2.1. BASES TEÓRICAS.

2.1.1. Turismo según la Organización Mundial del Turismo

Según la OMT (2015), el turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros

Según Rodriguez (2011), indica que el turismo como tal nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos

migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos.

2.1.2. Hotelería

Fonseca (2011) indica que la “hotelería oferta servicios destinados a proporcionar alojamiento y alimentación”. Es una prestación importante cuyos orígenes se remontan a los tiempos de la antigua Roma cuando las tabernas y las posadas satisfacían las necesidades de los viajeros.

Desde sus comienzos hasta el día de hoy no se ofrece al huésped los mismos servicios que se les brindaba años atrás y tampoco el huésped tiene las mismas características que aquellos viajeros que buscaban un lugar donde pasar la noche, en la actualidad el turista busca comodidad, limpieza y un lugar agradable que le brinde todas las comodidades. Al ser una industria que se encuentra en constante cambio y al verse afectada por diferentes fenómenos, se puede decir que las industrias en la actualidad no son las mismas que en aquellos tiempos, y esto se ve sumamente ligado con el turismo.

Sin duda, el turismo y la hotelería son dos industrias que van de la mano, sin el turismo no existiera establecimientos hoteleros, y sin la existencia de los hoteles, estaría faltando un elemento clave dentro del equipamiento del sistema turístico Fonseca (2011), cuando la actividad turística no era masiva y era accesible solo para un grupo reducido, hablar de servicio de hospedaje era hablar de un privilegio para quienes tenían mucho dinero, pero cuando la actividad turística se masificó, la actividad hotelera comenzó a brindar un servicio adecuado a todas las personas que realizaban la actividad turística.

Al hablar de hoteles en lo primero que se piensa es en grandes establecimientos con mayor o menor lujo, pero con instalaciones donde se pueden realizar diferentes actividades además de pernoctar y alimentarse, donde cada uno de los detalles sea inolvidable para que el huésped pase un grato momento y decida volver al establecimiento hotelero.

2.1.2.1. Reglamento de Alojamiento Turístico

Según el Ministerio de Turismo acuerdo ministerial N° 24 (2015) los establecimientos de Alojamiento Turístico se clasifican en:

Hotel. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

Hostal. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Hostería: Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y

bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Lodge. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Resort. - Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto.

Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Refugio. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

Campamento turístico. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y

descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

Casa de huéspedes. - Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas

- Hotel 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística - Lodge 3 estrellas a 5 estrellas
- Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio Categoría única
- Campamento turístico Categoría única
- Casa de huéspedes Categoría única.

2.1.3. Diseño organizacional

El diseño organizacional es un elemento administrativo que se encarga de estructurar ordenada y sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una institución. Asimismo, busca brindar las condiciones racionales óptimas para que pueda operar en el día a día. Con esa intención es imprescindible un exhaustivo análisis de condicionantes exógenos y componentes endógenos que contribuirán en el perfil del diseño organizacional a ser construido (Louffat, 2017).

2.1.3.1. Diseño de la Estructura Organizacional

La estructura organizacional es de gran importancia para un establecimiento turístico ya que permite tener claro las actividades que se van a realizar, es por ello que Koontz (2004), menciona lo siguiente:

La organización consiste en la identificación y clasificación de las actividades requeridas, la agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos, la asignación de cada grupo de actividades a un administrador dotado de la autoridad necesaria para supervisarlo.

2.1.3.2. Diseño Organizacional y organigrama

El diseño organizacional permite conocer la información interna del establecimiento en el cual cada trabajador se va a desempeñar, es por ello necesario señalar lo siguiente Koontz (2004) menciona que:

El diseño de una estructura organizacional beneficia a las empresas, ya que indica la importancia que tiene el poseer información de la organización, así como facilita el planteamiento de controles que son necesarios para el desarrollo de las actividades enfocadas al logro de la visión.

Tener claro la visión del establecimiento es importante para cumplir metas y alcanzarlas a lo largo del tiempo.

Por ello es necesario plantearse unos puntos básicos para el diseño de la organización.

1. Todo aquello que se ha planeado se debe implementar y lograr los objetivos planeados.
2. Una relación entre el cliente y los trabajadores.
3. Formar líderes para fomentar el liderazgo.
4. Productividad.
5. Compromiso, ver a la organización como familia.
6. Saber entender al recurso humano es primordial.
7. La flexibilidad y rigidez de la organización.

2.1.3.3. Importancia del diseño organizacional

Permite estructurar puestos de trabajo, flexibles, sencillos alineados con estrategias, con el fin de lograr los resultados y la productividad mediante la organización del trabajo y la distribución adecuada de cargas laborales.

La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado en la organización, en el que las actividades que las desarrollan sus miembros

contribuyen al largo de los objetivos organizacionales. En este sentido, una estructura es eficaz si facilita el logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización Guzmán (2013).

2.1.3.4. Organigrama

Según Cruz (2012), indica que el organigrama es la representación gráfica y esquemática de la estructura organizacional en la que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la componen.

La finalidad del organigrama es proporcionar información por medio de representaciones gráficas de los aspectos fundamentales de los cuales se conforma la estructura organizacional, permitiendo entender en lo general la relación e integración de los elementos que la conforman.

El organigrama es una herramienta que ayudará a visualizar la estructura propuesta para implementarla en el Hotel “San Jacinto”, en este se podrá identificar:

- La división del trabajo
- El tramo de control
- La departamentalización
- La autoridad
- La responsabilidad
- La toma de decisiones

2.1.3.5. La División del Trabajo

Para Fayol citado por Riquelme (2019) indica que la organización debe ser dividida entre los individuos y departamentos. Esto se debe a que una división del trabajo conduce a la especialización, la especialización y la eficiencia aumenta, mejora la eficacia y la productividad y la rentabilidad de la organización.

Es decir la empresa debe elegir para cada puesto de trabajo a los mejores en su especialidad, para ventas una persona con conocimientos previos y experiencia en manejo de público, en el proceso productivo personas expertas en su área, etc.

La división del trabajo permitirá que las actividades relacionadas al Hotel “San Jacinto” sean distribuidas de tal forma que se aceleren y se perfeccionen. Esto proporcionará un mejor trabajo, con el que tanto superiores como subordinados quedarán satisfechos con los resultados que cada puesto logre.

2.1.3.6. El Tramo de Control

Según Amorós (2019), indica que el tramo de control es un concepto que se refiere a la cantidad de departamentos y de personal que puede dirigir un gerente de manera eficiente y eficaz. Esto principalmente establece el número de gerentes y niveles que va a poseer una empresa, estos niveles pertenecen a los organigramas estructural y funcional los mismos que son el soporte de una organización para que funcione correctamente.

2.1.3.7. La Departamentalización

Según Robbins (2009) define la departamentalización como las actividades de una organización que se deben de especializar y agrupar en departamentos.

La departamentalización crea especialistas que necesitan coordinación. Esta coordinación se facilita integrando a los especialistas en departamentos bajo la dirección de un administrador. La creación de estos departamentos, por regla general, se basa en las funciones del trabajo que se realiza, el servicio que se ofrece, el cliente o comprador como objetivo, el territorio geográfico que se cubre o el proceso que se usa para convertir los insumos en productos. En este caso la departamentalización ayudará al Hotel San Jacinto a que desarrolle sus actividades en buena manera, para esto es necesario que este bien organizado y agrupado de tal manera que se facilite su desempeño. Por ejemplo, los colaboradores cuya responsabilidad es el de mantener limpias todas las instalaciones del hotel, que las habitaciones se limpien todos los días, etc., esto es responsabilidad del Departamento de Mantenimiento, lo que quiere decir que la departamentalización del hotel es de acuerdo a las actividades especializada.

2.1.3.8. La Autoridad

Para Koontz (2004) “la autoridad es el grado de libertad de acción en los puestos organizacionales que le confiere a las personas que los ocupan el derecho de usar su criterio al

tomar decisiones.” En el caso del Hotel San Jacinto, la Autoridad máxima la tiene el Gerente General, el que le sigue es el Gerente Administrativo y Financiero, en el caso del encargado de Mantenimiento ejerce su autoridad sólo sobre sus subordinados.

2.1.3.9. La Responsabilidad

Según Valenzuela Godoy (2007), menciona que:

La responsabilidad tiene implicaciones para el diseño de los puestos, las actitudes ante la toma de decisiones, los patrones de comunicación, los sistemas de recompensa y las prácticas que se seleccionan para las organizaciones. Dentro de la organización la responsabilidad implica el cumplimiento de las actividades que corresponden a cada puesto de la organización, por lo que es necesario que éste aspecto sea entendido por todos los trabajadores dentro de la organización.

La responsabilidad de tener el control de las reservaciones en este caso la tiene la Recepcionista y la responsabilidad de plantear los cursos de acción en relación al mercadeo o al personal lo hará el Gerente General. La responsabilidad va estrechamente relacionada con las actividades de cada puesto.

2.1.3.10. La Toma de Decisiones

Para Koontz (2004), la toma de decisiones es la elección de un curso de acción entre varias alternativas. Las empresas pueden realizar la toma de decisiones de forma centralizada y descentralizada, la centralizada cuando una sola persona se encarga de tomar todas las decisiones de la empresa, la descentralizada cuando varias personas pueden tomar decisiones, trabajar en equipo.

En este caso, la estructura organizacional es pequeña, pero es recomendable adoptar la descentralización, para poder evidenciar el proceso de toma de decisiones y no recargar todas en el Gerente General.

2.1.4. Las Estructuras Organizacionales y los Hoteles

Según (Guillén, 2012) Los hoteles, al igual que toda organización, requieren de emplear las continuas mejoras acerca de las estructuras organizacionales como consecuencia de la globalización, las crisis económicas, las nuevas tecnologías y el acceso a la información.

Para efectos de esta investigación se entiende por estructura organizacional a aquella estructura que emerge desde formas estables de comunicación o mecanismos, las cuales permiten a las partes de una organización trabajar como un todo.

A principios de los 1990's, uno de los más influyentes de la administración del siglo XX, Peter Drucker (1993) predijo que habría un cambio fundamental en el camino de las organizaciones. El modelo clásico de la organización como una entidad de procesamiento de información, debe ser abandonado y remplazado por un modelo holístico.

Las nuevas estructuras organizacionales deben estar en función de una serie de situaciones relacionadas al entorno, a las tecnologías y los recursos que en ellas operan. Rincón y Romero (2002) en un estudio sobre las tendencias organizacionales en Venezuela, afirman que: la tendencia es a la ausencia de estructuras organizacionales, formales y rígidas”.

Una estructura organizacional clásica de un hotel se compone básicamente de dos áreas: una administrativa y otra operativa; la primera se encarga de la contabilidad, las finanzas, la nómina, los créditos y cobranzas de los recursos humanos; la segunda de brindar los servicios al cliente.

2.1.5. La comercialización

La comercialización según Alvarez (2016), cuando los clientes buscan alojamiento en un hotel, lo hacen a través de los diferentes canales y opciones disponibles, en el caso de que el cliente conozca nuestra marca lo natural es que busquen por el nombre del hotel, pero esto no siempre es así aunque para los hoteles sería lo ideal. Cuando no conocen la marca recurren principalmente a los buscadores (Google, Yahoo, Bing, MSN) y los diferentes distribuidores online y lo hacen a través de diferentes parámetros de búsqueda como pueden ser:

- Precio.
- Ubicación.

- Tipo de propiedad.
- Categoría, etc.

2.1.5.1. Canales de comercialización del servicio o producto.

Canal de comercialización

Según Fischer & Espejo (2004), mencionan que los canales de distribución son como cauces o tuberías por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor final o usuario industrial.

¿Cuáles son los canales de comercialización de un hotel?

Un hotel puede comercializar sus habitaciones a través de diferentes canales: son los GDS, IDS, agencias de viaje online (OTA's), call center y su propia página web.

- **GDS** (Global Distribution System o Sistemas de Distribución Global) son sistemas informatizados utilizados principalmente por agencias de viajes, hoteles o aerolíneas y les permite acceder a tiempo real a la reservas de los usuarios, pero también de otros servicios adicionales como pasajes de transporte, excursiones, seguros, etc (Fernández, 2017).

- **IDS:** Sistemas de Distribución de Internet (Internet Distribution System).

Según (Fernández (2017), indica que los IDS proporcionan conectividad directa a los consumidores a través de sitios de viaje. Es un conjunto de redes que permite a los hoteles incluir su oferta, en tiempo real, a través de Internet. Algunas de las más importantes son:

- Priceline con sus diferentes marcas (booking, Agoda,).
- Expedia con sus diferentes marcas (Hoteles.com, Venere, Hotwire, Trivago).

- **ODD:** Base de datos de distribución online (Online Distribution Database).

Se conecta a ciento de agencias de viajes online (OTA's) y portales de viajes, tales como los mencionados anteriormente.

- **OTA's:** Agencias de Viajes Online (Online Travel Agency)

Como es conocido las OTA's, vende multiproductos como vuelos aéreos, hoteles, paquetes turísticos, cruceros, alquiler de autos, etc y su modelo de negocios y la forma de monetizar su actividad se basa en cobros porcentuales sobre las ventas (Fonseca, 2017).

Herramientas de comercialización del hotel.

Según Gálvez (2017), indica que la comercialización y venta de un producto no es, ni debe seguir los mismos métodos y procedimientos que los de un servicio. Existen importantes diferencias entre unos y otros que obligan a emplear estrategias diferenciadas, el producto es algo tangible, tiene unas características físicas que pueden ser percibidas por el consumidor, tiene forma, color, olor, sabor, sonido y duración mientras que el servicio por su parte carece de todas estas propiedades, no se puede tocar, no ocupa un espacio físico.

- Visión compartida del servicio ofrecido.
- Definir procedimientos.
- Contar con un catálogo.
- Estrategia de comunicación.
- Dotar de elementos tangibles.

2.1.6. Comercialización dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico

Políticas de comercialización. – según el Ministerio de Turismo acuerdo ministerial N° 24 (2015) Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos. Estas políticas se deberán manejar de la siguiente manera:

Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.

Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas.

Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio).

Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo. El uso del logo deberá estar vinculado a través de un enlace, en el portal electrónico del establecimiento, que se remita directamente a la página en la que conste información sobre el registro del establecimiento ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a quienes se les haya transferido las competencias.

Prohibición sobre comercialización. - Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico ofertar, a través de cualquier medio de información, servicios o infraestructura que no correspondan a su establecimiento, a su clasificación o categorización. Es decir, la clasificación o categorías no podrán ser utilizadas para engañar o inducir a confusión al público respecto de la calidad del servicio brindado.

En caso de que se compruebe este hecho, se aplicarán las sanciones determinadas en la normativa nacional de turismo, sin perjuicio de las sanciones que se establecen en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

El cantón Tisaleo perteneciente a la provincia de Tungurahua se encuentra ubicado al sur occidente de la provincia de Tungurahua, se localiza en el centro de la Región Interandina del Ecuador, tiene una superficie de 59 km², cuenta con un clima que oscila entre los 12 y 16 °C durante el día.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (CENSOS, 2010) indica un crecimiento de 12.137 habitantes en relación a los años anteriores.

El hotel “San Jacinto” se encuentra ubicado en el cantón Tisaleo, Panamericana Sur km 13, a 4 minutos de Alobamba sector San Jacinto.

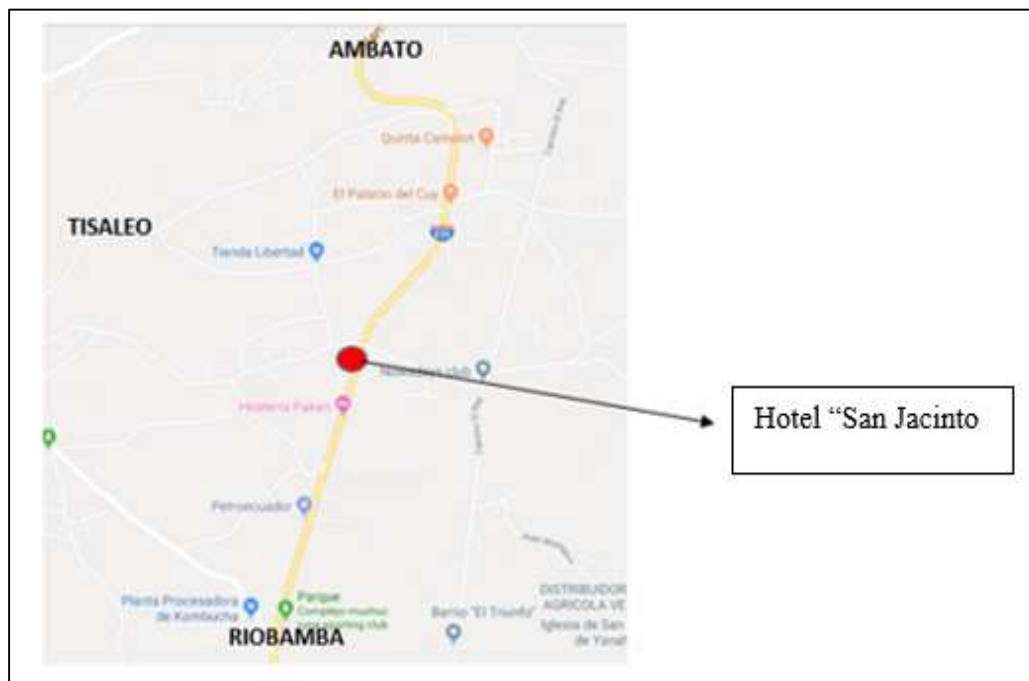


Figura 1 Ubicación del Hotel

Fuente Google Maps.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

3.1.1. Materiales

Tabla 1 Materiales y equipos

MATERIALES	EQUIPOS
Papel bond	Computadora
Esferos	Celular
Libreta de apuntes	Impresora
	Flash Memory

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

3.1.2. Tipo de Investigación

La propuesta de metodología de investigación a utilizar es de carácter cualitativo.

Blasco y Pérez (2007) Indican que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

3.1.3. Métodos de Investigación

Los métodos a utilizar son de carácter documental.

Según Palella & Martins (2010), indica “La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes”. Busca información sobre un tema que se encuentre en documentos escritos u orales, la investigación documental se utiliza para analizar los datos y ofrecer resultados lógicos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. La hotelería en la provincia de Tungurahua

Entre las once provincias existentes en la Región Andina se localiza la provincia de Tungurahua, esta se ubica en el centro del país, la cual está conformada por nueve cantones, su capital es la ciudad de Ambato, aunque es la provincia más pequeña del país cuenta con varios atractivos turísticos y gran cantidad de establecimientos de alojamiento turístico, es un lugar considerado por muchos como un espacio mágico de la serranía ecuatoriana.

Dentro de la provincia de Tungurahua hallamos varios establecimientos de alojamiento turístico los cuales brindan varios servicios y son de gran importancia para el turista a la hora de hospedarse.

La provincia de Tungurahua cuenta con 229 establecimientos de alojamiento turístico, los cuales se encuentran divididos en seis cantones los cuales son: Ambato, Baños, Pelileo, Cevallos, Patate, Píllaro, cabe mencionar que tres cantones no poseen ningún alojamiento turístico estos son: Mocha, Quero y Tisaleo.

Tabla 2 Cantones y sus establecimientos turísticos de Tungurahua.

Cantones de la provincia de Tungurahua	Establecimientos Turísticos
Ambato	62
Baños	155
Pelileo	4
Cevallos	1
Patate	3
Píllaro	4
Mocha	0
Quero	0
Tisaleo	0

Fuente: Catastro de turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Cantón Ambato

Tabla 3 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Ambato

	Hoteles	Hosterías	Hostales
1 Estrella	0	0	13
2 Estrellas	23	0	1
3 Estrellas	5	2	0
4 Estrellas	4	0	0
Primera	0	1	1
Segunda	0	1	3
Tercera	3	0	5

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

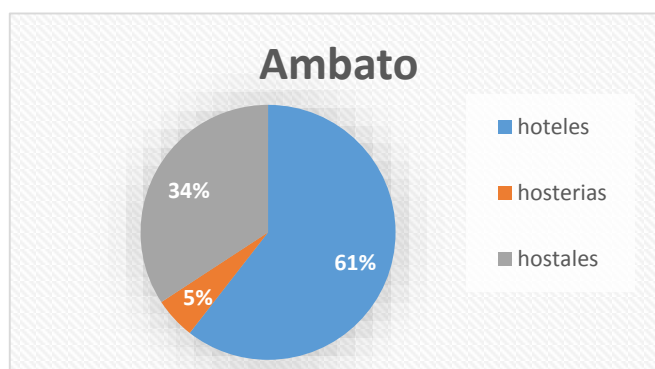


Figura 2 Establecimientos hoteleros de Ambato

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva

Análisis de la figura 2.

Según los datos obtenidos, tenemos que el 61% es el mayor porcentaje que corresponde a hoteles, seguido del 34% que corresponde a hostales y con un 5% que pertenece a hosterías, datos que nos ayudan a comprender que existe mayor número de hoteles en el cantón Ambato con la categoría de dos estrellas.

Cantón Baños de Agua Santa

Tabla 4 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Baño.

	Hoteles	Hosterías	Hostales	Casa de Huéspedes
1 Estrella	0	0	93	0
2 Estrellas	15	0	16	0
3 Estrellas	1	4	2	0
4 Estrellas	1	2	0	0
5 Estrellas	0	1	0	0
Primera	0	2	0	0
Segunda	0	0	2	0
Tercera	0	1	10	0
Categoría Única	0	0	0	5

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

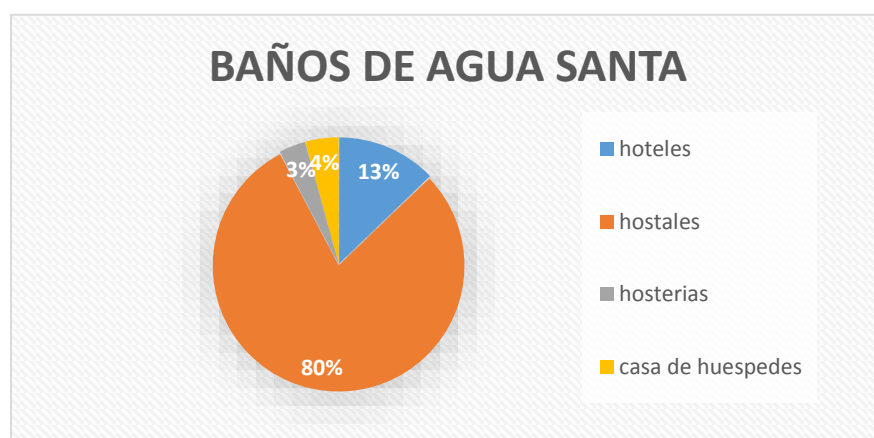


Figura 3 Establecimientos hoteleros de Baños de Agua Santa.

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la figura 3

El cantón Baños de Agua Santa tiene un interesante flujo de turistas por esta razón posee 155 establecimientos de alojamiento turístico de los cuales el mayor porcentaje corresponde a hostales de una estrella con un 80%, seguido de hoteles con un 13%, también con un 4% se encuentran la casa de huéspedes y por último con un 3% se ubican las hosterías.

Cantón Pelileo.

Tabla 5 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Pelileo.

	Hoteles	Hostería	Hostal
1 Estrella	0	0	0
2 Estrellas	1	0	1
3 Estrellas	0	0	0
4 Estrellas	0	0	0
Primera	0	0	0
Segunda	0	0	0
Tercera	0	2	0

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

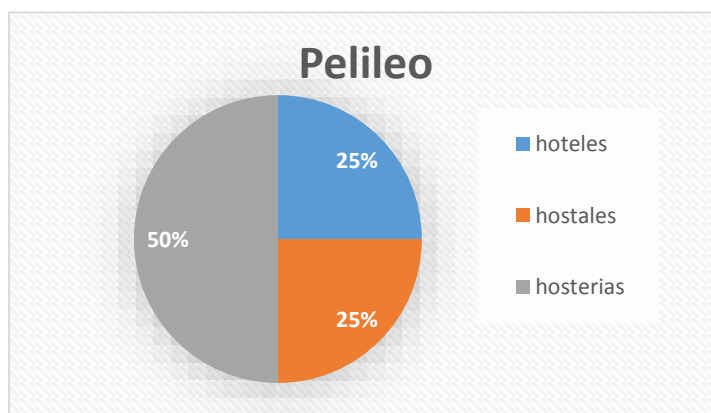


Figura 4 Establecimientos de Alojamiento de Pelileo.

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la figura 4.

En el gráfico se encuentra que el 50% corresponde a hosterías con categoría tercera, seguido de hoteles y hostales que cuentan con un 25%, podemos observar que las hosterías son las que más destacan en este cantón.

Cantón Cevallos

Tabla 6 Establecimiento de Alojamiento turístico de Cevallos

	Hostería
1 Estrella	0
2 Estrellas	0
3 estrellas	0
4 Estrellas	0
Primera	0
Segunda	1
Tercera	0

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la talla 6.

En el Cantón Cevallos se encuentra únicamente un establecimiento de alojamiento turístico que se clasifica en hostería con un 100 % que corresponde de la categoría segunda.

Cantón Patate

Tabla 7 Establecimientos de Alojamiento Turístico en Patate.

	Hostal	Hostería
1 Estrella	1	0
2 Estrellas	0	0
3 Estrellas	0	0
4 Estrellas	0	0
Primera	0	1
Segunda	0	0
Tercera	0	0

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

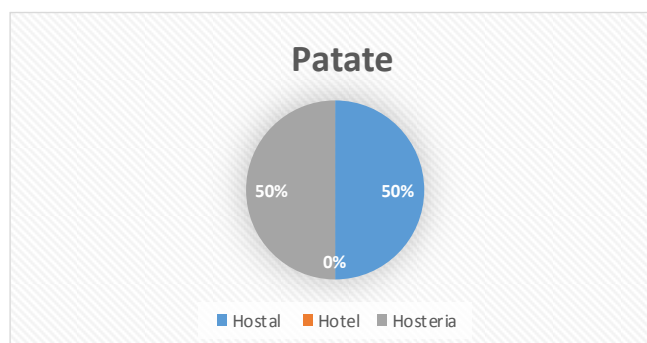


Figura 5 Establecimiento de Alojamiento Turístico de Patate

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la Figura 5.

Actualmente en el cantón Patate existe una igualdad de establecimientos de alojamiento turístico con un 50% que corresponde a hostales y el otro 50% corresponde a hosterías.

Cantón Píllaro

Tabla 8 Establecimientos de Alojamiento Turístico de Píllaro.

	Hostal	Hostería	Refugio
1 Estrella	2	0	0
2 Estrellas	0	0	0
3 Estrellas	0	0	0
4 Estrellas	0	0	0
Primera	0	0	0
Segunda	0	1	0
Tercera	0	0	1

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

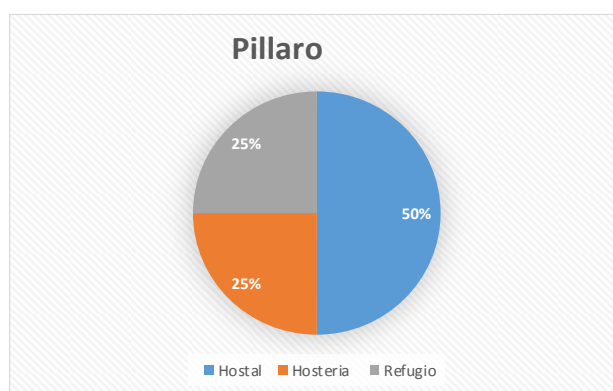


Figura 6 Establecimientos de alojamiento del cantón Píllaro

Fuente: Catastro turístico de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la figura 6

En el cantón Píllaro existe un total de 4 establecimientos de alojamiento, dos hostales de categoría 1 estrella lo que representa un 50%, y con un porcentaje del 25 % se encuentra los hoteles y refugios.

En cuanto a la comercialización, los establecimientos de alojamiento turístico que pertenecen a la provincia de Tungurahua utilizan las redes sociales colocando promociones para sus clientes

potenciales, también es de gran ayuda a la hora de comercializar algún servicio debido a que la página de Facebook es la más usada y siempre se la tiene en constante actualización, subiendo información, fotos de algún evento o algún cambio que se haya efectuado en las instalaciones, las mismas que ayudan a la recepción de más turistas.

Otro medio de comercialización es booking ya que es un meta buscador de viajes para reservas de alojamiento, es práctico y fácil de usar, además el uso de las páginas web son importantes ya que es donde se coloca la información del establecimiento como la ubicación, los servicios que ofrecen, entre otros, además sirve para que el turistas pueda escoger las instalaciones de acuerdo a sus necesidades y conocer el establecimiento sin acudir a él.

Después de analizar el catastro turístico de la provincia de Tungurahua se obtuvo que los cantones Quero y Mocha no poseen ningún establecimiento de alojamiento turístico.

Es necesario mencionar que el cantón Tisaleo posee dos establecimientos de alojamiento turístico los mismos que funcionan de manera empírica debido a que no cumplen con todos los requisitos necesarios, es por ello que no se encuentran registrados en el catastro de alojamiento turístico.

Estos establecimientos de alojamiento turístico son el hotel Santa Lucía y la Hostería Pakari.

- **Hotel Santa Lucía**

Se ubica en el centro cantonal, calles Tisaleo y Antonio Clavijo, la idea de crear un hotel nace desde aproximadamente 7 a 8 años más o menos su apertura lo hizo un jubilado de la Policía Nacional y hoy sus propietarios actuales son La Sra. Hilda Bonilla y el Sr. Juan Guerrero, este hotel cuenta con 8 habitaciones con baño compartido, garaje, además cuenta con una área social para eventos que reúne de 20 a 30 personas, dentro del hotel muestra un clima acogedor, también el establecimiento ofrece transporte para 15 personas a nivel interno e interprovincial, el costo por habitación individual es de 8,00 dólares y la matrimonial 15,00 dólares, está totalmente renovado y puede disfrutar de una cómoda estadía en este lugar (Tungurahua, 2019).

- **La Hostería Pakari.**

La hostería Pakari booking (2018) situado en Tisaleo, cuenta con un restaurante, jardín, piscina cubierta e hidromasaje, ofrece recepción las 24 horas del día, piscina, sauna, hidromasaje, servicio de habitaciones y por las mañanas sirve un desayuno continental (booking, 2019).

La Hostería Pakari se comercializa mediante el meta buscador booking.com.

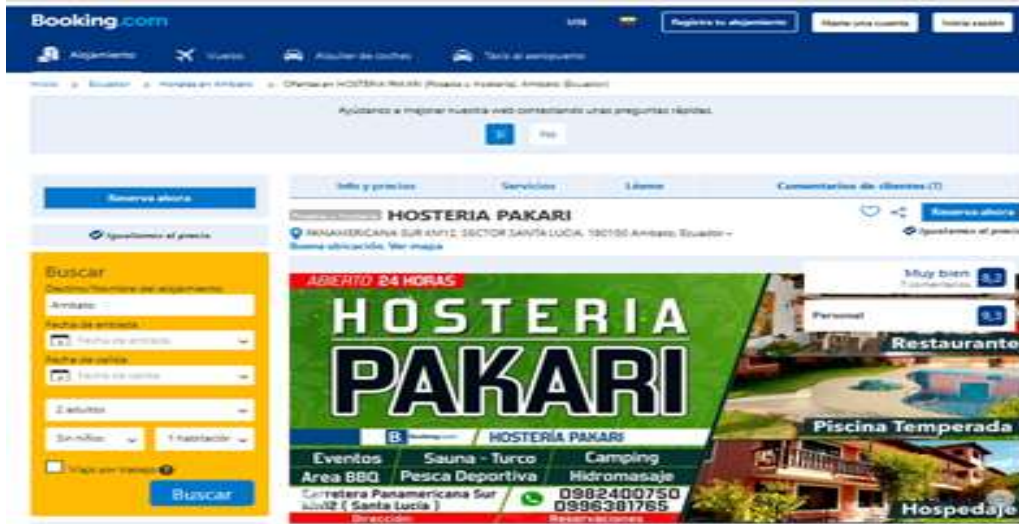


Figura 7 Hostería Pakari.

Fuente: Booking.com

En vista de que existen dos establecimientos de alojamiento turístico, estos no poseen habitaciones necesarias para acoger a los turistas que llegan por las ferias locales, festividades, el comercio, la agricultura, la ganadería, por visitar los atractivos turísticos que existen en la localidad y las festividades más populares Tisaleo posee una constante demanda de turistas, es por ello que se realizará la construcción de un establecimiento de alojamiento turístico Hotel San Jacinto, se elaborará la Matriz de Factores Externos (MEFE), Matriz de Factor Competitivo, Matriz de Factores Internos (MEFI), y Matriz FODA en la cual se identificará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas las mismas que emitirán estrategias las cuales serán utilizadas para el diseño organizacional y la comercialización del Hotel “San Jacinto”.

El hotel “San Jacinto” contará con la disponibilidad de 25 habitaciones las cuales se encuentran divididas en:

Tabla 9 Habitaciones

Número	Tipo de habitaciones
6	Dobles
7	Simples
5	Matrimoniales
3	Suites ejecutivas
4	Familiares

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Los servicios complementarios que se ofrecerán en el Hotel San Jacinto son los siguientes: restauración, alojamiento, garaje las 24 horas, piscina, sauna, turco, hidromasaje, servicio de spa, red wi-fi, televisión por cable, recepción las 24 horas y guardiana

En base a la metodología de Daft (2010), perteneciente al libro Teoría y Diseño Organizacional (décima edición). El autor indica dos dimensiones del diseño organizacional que son: Dimensiones estructurales y dimensiones contextuales.

4.2. Dimensiones Estructurales

La formalización

Se refiere a la cantidad de documentación escrita en la organización.

El hotel “San Jacinto” tendrá la siguiente documentación, tomando como referencia la metodología del autor Richard Daft.

Departamento comercial y financiero

- **Contabilidad**

En esta área existen comprobantes externos y son aquellos emitidos y luego recibidos y conservados en la empresa: como ejemplo encontramos facturas de compra, recibos de pagos efectuados por la empresa, entre otros.

En cuanto a los comprobantes internos, son los documentos emitidos en la empresa que pueden entregarse a terceros o circular en la misma empresa. Ejemplo: Facturas de ventas, recibos por cobranzas, presupuestos, vales.

- **Ventas**

Estos tipos de documentación son relacionados con el ámbito comercial, así puede distinguirse los documentos previos a la venta:

- **Las notas de pedido o de compra**

Este tipo de documentación se refiere a la orden o compra de mercancía o de mercadería que realiza una empresa.

- **Las notas de venta**

Se trata de un documento comercial en el que la parte del vendedor detalla mercancías objeto del pedido, o específicamente vendidas al comprador, indica las condiciones de la operación, tales como fecha de entrega, forma de pago, también indica la aceptación del pedido por parte del vendedor.

- **Los remito o albaranes de entrega**

Se trata de documentos emitidos por el vendedor que justifica la recepción de la mercadería.

- **Las facturas**

Este tipo de documentación constituye un justificante de la compraventa. Además, tienen un papel dentro de la documentación fiscal.

- **Los recibos**

Son emitidos por el vendedor y acreditan el pago de la compraventa.

- **Recursos humanos**

Según el Ministerio de Turismo (2018) menciona en documento de herramientas para la gestión de la calidad turística los siguientes pasos para la selección y evaluación del talento humano.

- **Requisición de Personal**

Al generarse una vacante, sea por salida del titular de su puesto de trabajo o por creación de un nuevo cargo, el área a la que pertenece la posición, deberá notificar a Recursos Humanos sobre su necesidad de llenar dicha vacante. Para cumplir con el requisito de notificación deberá

efectuarse mediante un correo electrónico. Este deberá ser validado por el gerente o jefe de área requirente.

o Reclutamiento

Al recibir la requisición de personal o el pedido de reemplazo Recursos Humanos iniciará la búsqueda de candidatos, para lo cual se dará prioridad a candidatos internos, es decir, colaboradores propios que cumplan con los requisitos del puesto vacante y que estén interesados en participar del proceso de selección.

En caso de requerir candidatos externos, Recursos Humanos dispondrá de los canales adecuados y necesarios, con la finalidad de viabilizar la recepción de las hojas de vida de los posibles candidatos.

Una vez recibidas las hojas de vida de los candidatos internos o externos, es responsabilidad del área de Recursos Humanos verificar la idoneidad de los mismos, teniendo en cuenta los perfiles ocupacionales definidos en los diferentes descriptivos de cargo y efectuando el respectivo análisis curricular.

o Evaluación

Los establecimientos podrán utilizar diversas metodologías y herramientas que permitan calificar a aquellos candidatos que reúnan en mayor medida los requisitos necesarios para desarrollar las responsabilidades del puesto vacante.

o Selección

El Director o Gerente del Área requirente tomará la decisión de contratación o promoción de los candidatos finalistas. Una vez que se apruebe la contratación o promoción, Recursos Humanos definirá el esquema salarial del candidato seleccionado, con lo cual concluirá el proceso de selección e iniciará la fase de contratación, promoción o movimiento interno, según sea el caso.

Para ellos se utilizará una ficha emitida por el Ministerio de Turismo para la selección del personal.

o Inducción

Según el MINTUR (2019) indica que al personal nuevo de la empresa se le involucra con las actividades que la organización desarrolla proporcionándole una adecuada preparación e información antes de iniciar sus funciones, sobre los siguientes temas:

1. Reglamento Interno de Trabajo.
2. Descripción de funciones.
3. Reglamento de seguridad y salud en el trabajo.
4. El sistema de gestión Integral, políticas, procedimientos.

o Registros

Según el MINTUR (2019) indica que los registros mantienen un formato estándar para que puedan ser adaptadas a la realidad de cada establecimiento turístico.

Es por ello necesario que se aplique la ficha de selección de personal a cada uno de las personas que van a laborar en el hotel para conocer sus habilidades, destrezas para conocer aspectos importantes acerca de cada uno de ellos.

	HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DEL TALENTO HUMANO							Versión: 1	
								Código: DCCT-ADM-HGCT-09	
	Elaborado por:		Aprobado por:		Fecha de elaboración:			Fecha de aprobación:	
SELECCIÓN DEL PERSONAL									
CRITERIOS DE SELECCIÓN Aceptado: si cumple mínimo el 80% del puntaje total Descartado: menos del 80% de cumplimiento del puntaje total									
NOMBRES CANDIDATOS	Formación deseada (5 puntos)	Experiencia en el cargo (5 puntos)	Experiencia profesional (5 puntos)	Idioma (5 puntos)	Actitud (5 puntos)	Disponibilidad (5 puntos)	Puntaje total (25 puntos)	Aceptado/ Descartado	Comentarios

Figura 8 Registros

Editado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

DEPARTAMENTOS DE SERVICIOS

- **Habitaciones**

Informes habituales

- **Informes de habitaciones:** indican en términos generales sobre el estado de las habitaciones y deben generarse a tiempo real para que recepción pueda manejar la información a tiempo.
 - **Informes de pisos/reportes diarios:** Se trata de informes generales de finalización de turno a modo de balances de situación.
 - **Informes de inspección:** Pueden ser diarios o periódicos.
 - **Informes de mantenimiento/reparaciones:** Estos informes se emiten de forma puntual y específica deben coordinarse directamente con recepción para que contrate a técnicos especializados para que resuelvan los problemas del hotel.
- **Recepción:**
 - **Lista Oficial de llegadas previstas:** Este documento se obtendrá todos los datos obtenidos durante la solicitud y confirmación de la reservación (nombre completo, tipo de habitación, cantidad de personas).
 - **Tarjeta de registro:** Datos necesarios para registrar al cliente como huésped del hotel.
 - **Tarjeta de identificación de huésped:** Contendrá los datos necesarios para que el huésped se identifique dentro de la instalación, también sirve de identificación fuera de esta.
 - **Lista de habitaciones limpias, sucias y ocupadas.**
 - **Reportes de gobernanta:** Este documento será emitido por el ama de llaves que contiene el estado de las habitaciones, así como la cantidad de huéspedes que las ocupan.
 - **Lista oficial de salidas previstas del día:** Se enumerará de forma ordenada la cantidad de habitaciones que terminan su estancia en el hotel.

- **Factura proforma:** En este tipo de documentación se recogerá todo lo concerniente al cobro de habitación.

- **Alimentos y bebidas**

- **Hojas de economato:** Se recibirán en una lista el pedido del cliente.
- **Informes de ventas:** Se detallarán las ventas que se realizara al día.
- **Políticas para los empleados:** Se establecerán responsabilidades que debe cumplir cada uno de los trabajadores del hotel.
- **Informes diarios de facturación:** Se dará a conocer en un informe las operaciones o ventas facturadas en el día, se detalla el valor de impuestos, formas de pagos y cantidad de transacciones.

Según el Ministerio de Turismo (2018) menciona en el documento programa de capacitación lo siguiente.

- **Identificación de necesidades**

Considerando los ámbitos de la calidad que del establecimiento turístico debe manejar para el buen desempeño de sus acciones, se determinara las necesidades de capacitación, que respondan a las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo.

- **Clasificación y jerarquización de necesidades**

A través de la definición de necesidades se las debe clasificar según el ámbito de acción en la calidad y jerarquizarla según la importancia de aplicación del establecimiento turístico.

- **Definición de objetivos**

Los procesos de capacitación deben responder a los objetivos que plantea la calidad turística en el establecimiento turístico.

El profesionalismo: es el nivel de educación formal y capacitación de los empleados.

Es muy importante tener capacitados a los empleados debido a que ellos constituyen una base sólida para la empresa, también es un proceso clave para el desarrollo y motivación de los

empleados ya que forman parte de la organización, esto con la finalidad de elevar la competitividad y el talento de la empresa, además la capacitación a los empleados la identificamos como una inversión mas no como un gasto debido a que un empleado capacitado brinda mejoras para la empresa.



Figura 9 Evaluación del personal.

Elaborado por: Ministerio Turismo.

Es por ello que al personal se lo va a capacitar una vez al mes primero haciendo un diagnóstico de cada uno de ellos para saber en qué aspecto tienen más falencias y así ayudarles a rendir mejor.

Se otorgará un beneficio al mejor empleado del mes y así motivar a los demás empleados a mejorar cada día.

La medición del cumplimiento de los objetivos planteados en el proceso de capacitación se determinará mediante los sistemas de evaluación y resultados. Las etapas de evaluación deberán realizarse:

- a.** Al inicio del curso, para tener un diagnóstico que permita medir el nivel de conocimientos.
- b.** Durante el curso, para conocer el progreso y comprensión de los participantes.
- gc.** Al final del curso, para medir el grado de comprensión y cumplimiento de los objetivos.

		PLAN DE CAPACITACION ANUAL Hotel "San Jacinto"			CÓDIGO: DCCT-ADM-HGCT-11	
Elaborado por:		Fecha:		Aprobado por:		
Nº	CONTENIDOS	TÉCNICAS	TIEMPOS	DESTINATARIOS	INSTRUCTOR	PRESUPUESTO
1	Tema General:	Metodología:	Fecha de inicio:	Número de personas:	Nombre:	Costos operativos:
	Subtemas:	Materiales:	Fecha de finalización:	Áreas de trabajo:	Título académico:	Costos administrativo:
	Objetivo:	Lugar:	Horario:	Cargos:	Experiencia:	Valor total:

Figura 10 Evaluación y Resultados

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva

Esta ficha es de gran importancia para conocer internamente al empleado y evaluar si está cumpliendo laboralmente

- **Recepción de Clientes.**

Para la recepción de los clientes externos se debe tomar en cuenta cuatro factores primordiales que debe tener el cliente interno:

- Buena presencia
- Sonrisa
- Cordialidad
- Educación

- **Oferta de servicios especiales y personalizados.**

Para la oferta de un servicio permanente con el cliente externo es necesario saber sobre las necesidades y los gustos que tiene el cliente para así poder brindarle toda la información necesaria que requiera para que se sienta a gusto y su experiencia sea placentera.

- **Establecer comunicación efectiva tanto con el cliente interno como con el cliente externo.**

La comunicación es la base fundamental para brindar un servicio de calidad al cliente, para ello se ha tomado en cuenta los elementos para el proceso de comunicación:

- **Fuente:** Es donde nace el mensaje primario, todo dependerá de la persona que brinde la comunicación.
- **Emisor o codificador:** Es la persona que va a transmitir el mensaje y deberá tener la información necesaria para poder remitir.
- **Receptor o decodificador:** Es la persona que recibirá el mensaje por parte del emisor.
- **Servir con excelencia:** Es lograr que el cliente cumpla con sus expectativas plasmadas y se sienta satisfecho; y no tenga motivo de poner una queja. Es importante brindar un servicio de calidad al cliente ya que el cliente es el que generará promoción en los diversos establecimientos turísticos por la atención recibida.

Asegurar la satisfacción del cliente.

Para determinar la satisfacción del cliente es importante tomar en cuenta los niveles de complacencia, para lo cual existen tres tipos de niveles:

- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

	HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE			Versión: 1		
				Código: DCCT-ADM-HGCT-14		
	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha de elaboración:	Fecha de aprobación:		
EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE						
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:						
FECHA:		RESPONSABLE:				
NOMBRE DEL EVALUADO:		TIEMPO QUE LABORA:				
CARGO:		ÁREA:				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN			MUY BAJO	BAJO	BUENO	ALTO
			1	2	3	4
RESULTADOS						
1	Cumple con las tareas que se le encomienda					
CALIDAD						
2	Utiliza correctamente las herramientas del trabajo					
3	Requiere de supervisión frecuente					
RELACIONES INTERPERSONALES						
4	Es amable con los clientes y demás compañeros					
5	Evita o sabe manejar los conflictos					
6	Brinda un servicio e información adecuada					
PRESENTACIÓN E IMAGEN						
7	Presentación del rostro limpio					
8	Cabello ordenado					
9	Vestimenta/uniforme limpio y planchado					
10	Manos limpias					
11	Zapatos limpios					
12	No emite olores por cuestiones de aseo personal					
Responsable de la herramienta: Firma:			Propietario y/o Gerente:			
Miembros del Equipo: Firma:			Firma de Aprobación:			

Figura 11 Recepción de clientes

Fuente: Ministerio de Turismo

Editado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

4.3. Dimensiones contextuales

El tamaño para la organización: se puede medir como un todo o por sus componentes específicos, como una planta o división. Como las organizaciones son sistemas sociales, por lo regular, el tamaño se mide por el número de empleados.

El hotel “San Jacinto” es una pequeña empresa que contará con un personal ocupado de 10 – 49 es decir que este es el rango de personas que laboran en el hotel.

Tabla 10 *Clasificación de las Pymes en Ecuador.*

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal Ocupado	de 1-9	de 10 -49	de 50 - 199	≥ 200
Valor bruto de Ventas	≤ 100.000	100.001 - 1000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5000
Monto de Activos	hasta \$ 100.000	de \$ 100.001 hasta \$750.000	de \$750.001 - hasta \$ 3999.999	$\geq 4.000.000$

Fuente: Súper Intendencia de Compañías.

La tecnología organizacional: Se refiere a las herramientas, técnicas y acciones empleadas para transformar los insumos en productos. Tiene que ver con la forma en que la organización produce realmente los bienes y servicios que ofrece a sus clientes e incluye elementos como una manufactura flexible, sistemas de información avanzados e internet.

En el hotel “San Jacinto” se van a utilizar varios softwares que serán de gran ayuda al momento de querer ejecutar algún servicio.

Se utilizará un sistema de reservas para que el cliente se sienta más cómodo al momento de querer hacer uso de las instalaciones, del mismo modo se instalará un sistema llamado domótica en el establecimiento quien es capaz de recoger información proveniente de sensores o entradas y procesarlas para la seguridad del hotel, y mejorar la estadía del cliente permitiendo abrir, cerrar, apagar, encender, regular los electrodomésticos, la climatización, ventilación e iluminación artificial mediante un control remoto del establecimiento o a su vez de su teléfono celular.

Para poder determinar el diseño organizacional y la comercialización se utilizaron las siguientes Matrices.

Tabla 11 Matriz de Factores Externos (MEFE)

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
OPORTUNIDADES	-	-	-
1.- Riqueza paisajística.	0,05	3	0,15
2.- Existen fiestas representativas en el cantón Tisaleo.	0,06	4	0,24
3.- Afluencia de tránsito entre provincias.	0,04	3	0,12
4.- Incremento de turistas por las diferentes actividades comerciales y turísticas, que se realizan en el cantón Tisaleo.	0,05	4	0,2
5.- Vías de primer orden hacia el hotel.	0,03	3	0,09
6.- Seguridad en la zona.	0,08	2	0,16
7.- El turismo interno y externo del país, está en crecimiento.	0,07	3	0,21
8.- Existe gastronomía y atractivos turísticos.	0,04	4	0,16
9.- Utilización de las nuevas tecnologías, para la promoción y marketing.	0,11	3	0,33
Sub total			1,66
AMENAZAS	-	-	-
1.- Competencia	0,2	3	0,6
2.- Desastres naturales.	0,06	3	0,18
3.- Falta de calidad en servicios básicos (luz, agua, teléfono).	0,05	3	0,15
4.- La competencia posee precios bajos.	0,11	1	0,11
5.- Recolección de basura irregular.	0,05	1	0,05
Sub total			1,09
TOTAL	1,00		2,75

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la Tabla 21

Los factores externos MEFE tienen una ponderación de 2,75 por lo que se encuentra sobre el promedio, lo que indica que las oportunidades son más fuertes (1,66) que las amenazas (1,09), lo que ayuda a que la empresa haga frente a las amenazas.

Tabla 12 Matriz de Factor Competitivo. (MPC)

MATRIZ DE FACTOR COMPETITIVO (MPC)							
Factores claves de éxito	Peso	Hotel San Jacinto		Hotel Santa Lucía		Hostería Pakari	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
1.- Cantidad de habitaciones	0,04	4	0,16	2	0,08	2	0,08
2.-Servicios diferenciados.	0,07	4	0,28	2	0,14	3	0,21
3.- Precios habitaciones.	0,1	3	0,3	4	0,4	1	0,1
4.- Calidad del servicio.	0,18	3	0,54	3	0,54	2	0,36
5.- Promoción y publicidad.	0,25	1	0,25	2	0,5	2	0,5
6.- Participación en el mercado.	0,2	1	0,2	2	0,4	2	0,4
7.- Posición financiera.	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14
8.- Tecnología innovadora.	0,09	3	0,27	1	0,09	1	0,09
TOTAL	1		2,14		2,29		1,88

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la Tabla 12

Se identificaron dos establecimientos hoteleros competitivos como son: el Hotel Santa Lucía y la Hostería Pakari, se consideró las fortalezas y debilidades más sobresalientes en el cual para el Hotel “San Jacinto” arroja una ponderación de 2.14 el mismo que es bajo frente a la competencia por eso es necesario implementar estrategias de comercialización para poder posicionarse en el mercado.

Tabla 13 Matriz de Factor Interno (MEFI)

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS (MEFI)				
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
FORTALEZAS		-	-	-
1- Infraestructura con habitaciones cómodas, con una decoración moderna para sus huéspedes en una zona segura.		0,05	4	0,2
2.- Servicios de alojamiento, alimentación eficiente basada en estándares de calidad.		0,04	4	0,16
3.- El hotel "San Jacinto" se encuentra en un punto estratégico.		0,02	4	0,08
4.- El hotel cuenta con un capital inicial suficiente para poder realizar las inversiones necesarias que harán posible cumplir con los objetivos de la empresa.		0,02	4	0,08
5.- Vallas y señaléticas publicitarias.		0,03	3	0,09
6.-Salón de eventos.		0,02	4	0,08
7.- Página web.		0,05	4	0,2
8.- Manejo de reservas vía internet.		0,07	4	0,28
9.- Implementación de habitaciones automatizadas.		0,04	4	0,16
10.- Variedad de habitaciones, diferentes a la competencia.		0,03	4	0,12
DEBILIDADES		-	-	-
1.- Falta de experiencia en el mercado laboral.		0,11	2	0,22
2.- El hotel San Jacinto es aún desconocido en su entorno, aún no cuenta con una cartera de clientes, ni de proveedores.		0,12	1	0,12
3.- Selección del personal delimitada.		0,09	1	0,09
4.- No existe un diseño organizacional dentro del establecimiento hotelero.		0,13	2	0,26
5.- No existe estrategias para comercializar el hotel.		0,12	2	0,24
6.- Inexistencia de un correcto manejo de desechos orgánicos e inorgánicos.		0,02	2	0,04
7.- Insuficiente espacio para estacionamiento de vehículos.		0,04	2	0,08
TOTAL		1,00		2,5

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Análisis de la Tabla 13

Los factores internos MEFI tienen una ponderación de 2,50 por lo que se encuentra en el promedio, lo que indica que las fortalezas no están siendo aprovechadas al máximo para solventar las debilidades, es por ello que se necesita realizar un diseño organizacional y poder comercializar el hotel, para lograr erradicar las debilidades con ponderación alta

Tabla 14 Matriz FODA Cruzado

		FORTALEZAS		DEBILIDADES
		1.- Infraestructura con habitaciones cómodas, con una decoración moderna para sus huéspedes, en una zona segura. 2.- Servicios de alojamiento, alimentación eficiente basada en estándares de calidad. 3.- el Hotel “San Jacinto” se encuentra en una ubicación estratégica. 4.- el hotel cuenta con un capital inicial el suficiente para poder realizar las inversiones necesarias. 5.- Vallas y señaléticas publicitarias. 6.- Servicios complementarios diferenciados. 7.- Redes Sociales y página Web. 8.- manejo de reservas por varias vías (internet, teléfono, mail, redes sociales y centrales de reservas). 9.- Implementación de habitaciones automatizadas.		1.- falta de experiencia en el mercado laboral. 2.- El hotel “San Jacinto” es aún desconocido en su entorno, aún no cuenta con una cartera de clientes, ni de proveedores. 3.- Falta de profesionalización del personal. 4.- No existe un diseño organizacional dentro del establecimiento hotelero. 5.- No existe estrategias para comercializar el hotel. 6.-Inexistencia de un correcto manejo d desechos orgánicos e inorgánicos. 7.- Insuficiente espacio para estacionamiento de vehículos.
OPORTUNIDADES		FO		DO
1.- Riqueza Paisajística. 2.- existen fiestas representativas en el cantón Tisaleo. 3.- Afluencia de tránsito entre provincias. 4.- Incremento de turistas por las diferentes actividades comerciales y turísticas	F2, F9, 02, 03, 04,	- Elaborar paquetes de alojamiento en base a la estrategia de precio. - Diseñar estrategias de productos y servicios diferenciadores.	D1, D2, D3, D5,	Elaborar un diseño organizacional donde se determinen organigramas estructurales y funcionales.

5.- Comunicación y vías de primer orden. 6.- Seguridad en la zona. 7.- El turismo interno y externo del país, está en crecimiento. 8.- Existe gastronomía y atractivos turísticos. 9.- Utilización de las nuevas tecnologías, para la promoción y marketing.	F5	Colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos.	O9, D4	Comercialización del Hotel “San Jacinto” mediante redes sociales y página web.
AMENAZAS		FA		DA
1.- Competencia. 2.- Desastres naturales. 3.- Falta de calidad en servicios básicos (luz, agua, teléfono). 4.- La competencia posee precios bajos. 5.- Recolección de basura irregular. 6.- Insuficiencia de profesionalismo en la organización de los establecimientos hoteleros.	F3, A1, A4, F6, F5,	Establecer programas de fidelización para clientes especiales.	D1, A6, D5, A4,	Elaborar la Imagen Corporativa del Hotel “San Jacinto”

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

4.4. Estrategia DA.- Elaborar la imagen corporativa del Hotel "San Jacinto".

Slogan

“Un pequeño mundo creado para ti”

El presente eslogan está inspirado en brindar un espacio de paz y tranquilidad a los clientes, brinda algunos servicios que se encuentran al alcance de todos; en un pequeño espacio lleno de armonía.

Logotipo

El logotipo está compuesto por un círculo en el cual consta de una pequeña imagen de una habitación con un apersona descansando plácidamente, además en la parte baja consta de unos adornos en color dorado que simboliza el diseño del hotel con un diseño moderno y elegante.

El color de la empresa está enfocado en un ambiente armónico con un tono tenue de fondo que contempla una letra con un color sutil en mano escrita, para acompañar esto se colocó unos adornos en color dorado que da un mejor realce al logo, en la parte baja del logo se plasma unas pequeñas letras de color negro que van acompañadas de un pequeño adorno en espiral, este logo formará parte de la entrada principal al hotel.



Figura 12 Logotipo

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva

- **Misión**

Contribuir con el desarrollo turístico del cantón Tisaleo, atendiendo a las personas con un servicio de calidad, seguro y confortable a los mejores precios del mercado.

- **Visión**

Ser reconocidos por nuestro prestigio en los mercados locales y nacionales operando mediante un sistema de gestión de calidad asegurando la rentabilidad responsable, para asegurar la estabilidad y prosperidad de nuestros socios, colaboradores y la comunidad.

- **Valores**

Servicio: Cuando la calidad de nuestro servicio logra satisfacer las necesidades del cliente estamos cumpliendo con el objetivo de hacerles sentir que son ellos la razón de ser de nuestro negocio.

Calidad: brindamos atención a las inquietudes de cada huésped y lo atendemos con amabilidad.

Honestidad: Actuamos con coherencia y seriedad, respetando la verdad y la justicia, siendo sinceros y cuidadosos con los demás.

Calidez: Ofrecemos un trato amable, entregando nuestra mejor actitud para hacerle sentir como en su casa.

Compromiso: Somos conscientes de la importancia que tiene el cumplir con el trabajo demostrando desempeño en el trabajo, la empresa y el servicio a los huéspedes.

Actitud proactiva: Anticipamos los problemas para resolverlos y mostramos la mejor predisposición para minimizar el impacto.

Trabajo en equipo: Compartimos un propósito común, nos respetamos, colaboramos y necesitamos mutuamente, con el objetivo de alcanzar resultados de calidad.

Respeto: Reconocemos y consideramos a las demás personas por su individualidad.

4.5. Estrategia FO.- Elaborar paquetes de alojamiento en base a la estrategia de precio.

De acuerdo al análisis FODA, ya antes mencionado. Se ha tomado en cuenta esta estrategia como factor importante para el Hotel “San Jacinto”, determinando los cambios de temporada, de acuerdo al porcentaje ocupacional de las reservas de acorde a la aceptación del producto.

Los precios serán fijos en determinadas semanas, el 10% de aumento del valor de las habitaciones será dependiendo de las fiestas o cuando exista mayor demanda en actividades especiales se puede subir un valor adicional de acuerdo al Revenue Management esto es permitido.

4.6. Estrategia FO.- Diseñar estrategias de productos y servicios diferenciadores.

Se basa en la elaboración de paquetes, de los cuales las personas que deseen hacer sus reservaciones directamente en el hotel, tendrán derecho a un desayuno buffet de 7:30 am a 8:30 am, quien contará con una variedad de alimentos típicos de la localidad:

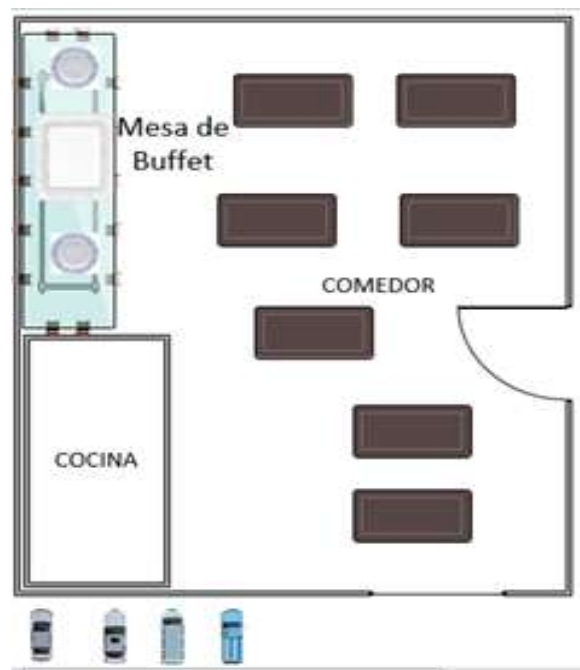


Figura 13 Restaurante del Hotel "San Jacinto".

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

En la mesa para desayuno buffet se colocarán todos estos alimentos

- Una bandeja de frutas.

- 3 tipos de pan, (Empanadas, enrollados, palanquetas).
- Variedad de jugos naturales.
- Bebidas calientes (Leche, café, aguas aromáticas).
- Variedad de huevos (tibios, pasados, revueltos).
- Mermelada (fresa, uva y mora) que son elaborados por personas de la zona.
- Nata de leche, la cual se obtendrá de las personas q poseen ganaderas del lugar.

Del mismo modo existirán paquetes:

Para las parejas recién casadas que deseen hospedarse y hacer uso de las instalaciones tendrán a la mano un paquete llamado Luna de Miel, el cual contará de un espacio armónico y agradable.

Tabla 15 *Paquete Luna de Miel*

PAQUETE 1	LUNA DE MIEL
Habitación	Servicios
Matrimonial	Room service, decoración en la habitación, servicios complementarios como piscina, sauna, hidromasaje, masaje relajante en el Spa.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Además, no dejaremos atrás a las familias quienes hagan uso de las reservaciones utilizando la página web, tendrá derecho a hacer uso de este paquete Familiar.

Tabla 16 *Paquete Familiar*

PAQUETE 2	FAMILIAR
habitación	Servicios
Familiar (2 adultos y 2 niños)	Desayuno buffet, snack del día para niños, servicios complementarios como piscina, sauna, hidromasaje, juegos infantiles.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva

4.7. Estrategia FO.- Colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos.

Gracias a la afluencia de tránsito que existe en la Panamericana Sur E35, la misma que conecta la provincia de Tungurahua con la Provincia de Chimborazo, se colocará vallas publicitarias en el trayecto de la vía por ejemplo en Huachi Grande ya que es un lugar donde existe afluencia de turistas que viajan hacia Riobamba o hacia algún otro lugar, además también se colocará una valla publicitaria en la entrada al cantón Mocha para que las personas que viajan desde Riobamba o algún otro lugar puedan observar la valla y así visitar el hotel.



Figura 14 Valla Publicitaria

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

4.8. Estrategia DO.- Elaborar un diseño organizacional dónde se determinen organigramas estructurales y funcionales.

El organigrama estructural es importante debido a que se muestran los distintos cargos que se va a desarrollar en la empresa, es necesario mencionar que en este organigrama se establecen autoridades, así como la forma de coordinar dichos departamentos para conseguir las metas deseadas.

Organigrama Estructural

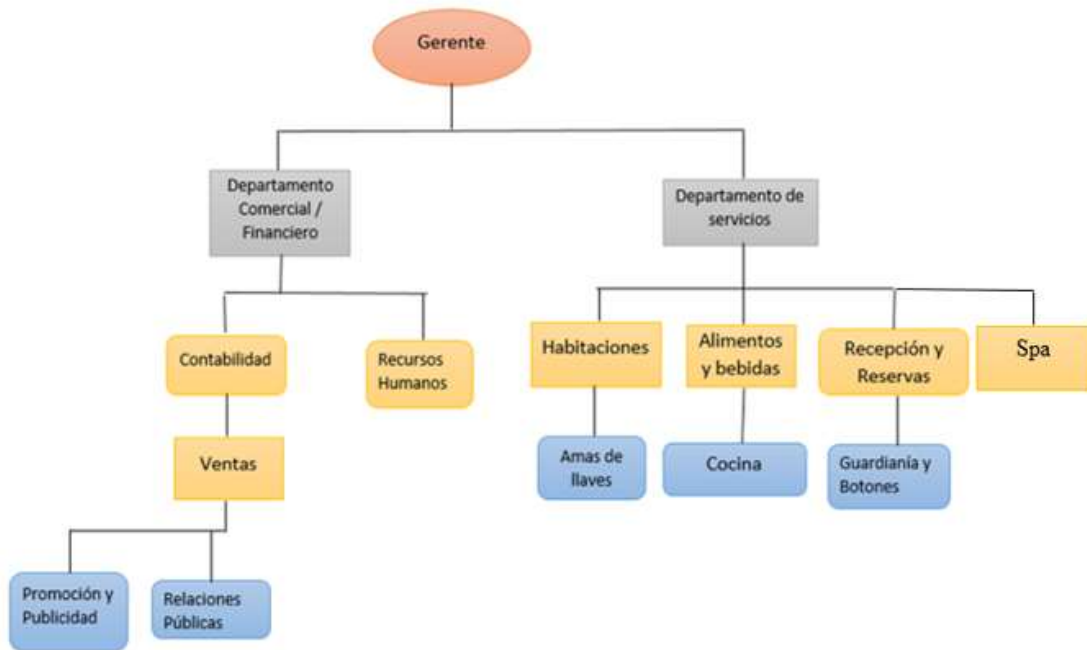


Figura 15 Organigrama Estructural

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

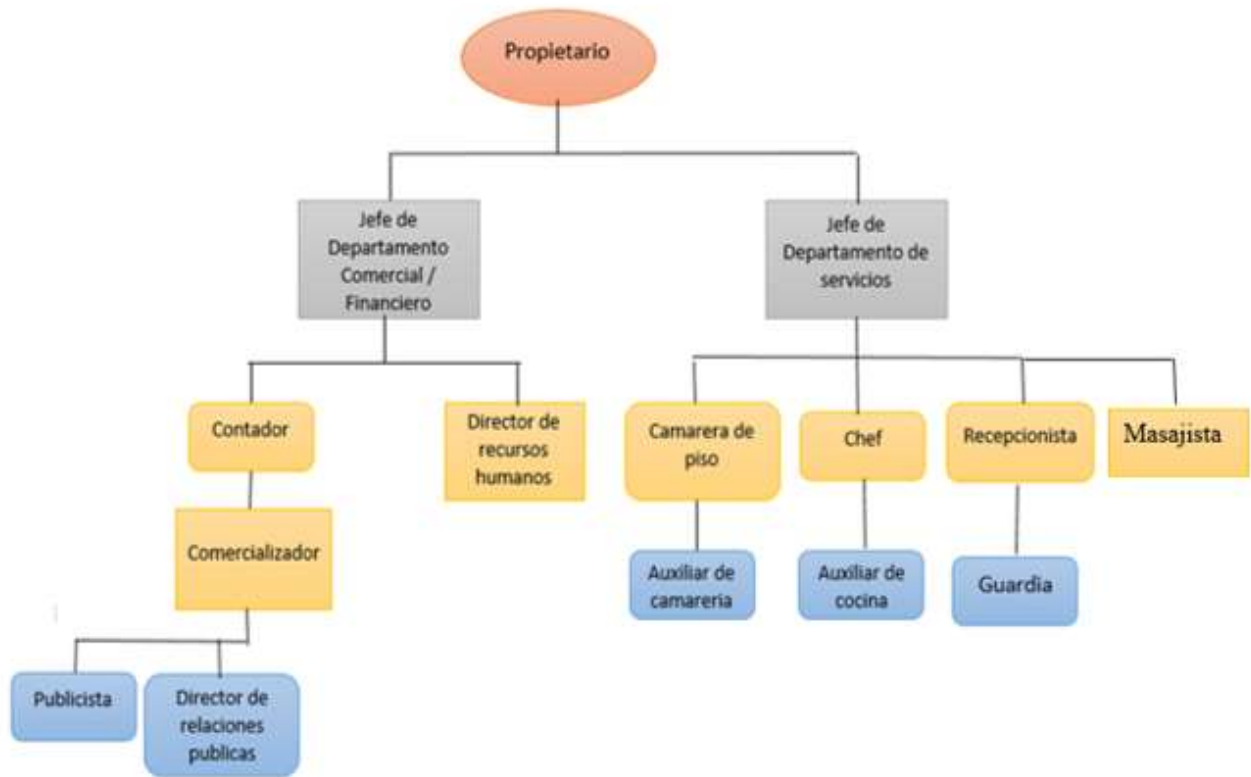


Figura 16 Organigrama Funcional

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Tabla 17 Funciones del personal de la Empresa.

RESPONSABLE	FUNCIÓN
Gerente o propietario	• Se encargan de planificar, organizar, y supervisar las actividades y los procesos administrativos del establecimiento hotelero. • Contrata y destina a los nuevos miembros del personal. • Vigila y hace un seguimiento del rendimiento del personal. • Consulta y colabora con los directores de los departamentos para asegurar una coordinación de las actividades del hotel. • Elabora y promueve estrategias de marketing. • Supervisa el mantenimiento, las existencias y el mobiliario, tratar con contratistas y proveedores. • Coordina las actividades de recepción y recibir, dar la bienvenida y registrar a los clientes.
Jefe de departamento comercial y financiero	• Controla los objetivos concretos y soluciona problemas comerciales relacionados con el marketing. • Motiva al resto de departamentos a ser proactivos, propone mejoras, a crear relaciones de confianza y transparencia y que la toma de decisiones se base en la productividad. • Comunica, orienta, delega, reconoce y cuida a todos los empleados de la empresa.
	• Encargado de registrar los diversos estados económicos de una empresa. • Administra de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos

Contador	profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento. • Contribuye con las demás áreas departamentales de una empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones.
Director de Recursos Humanos	• Es el responsable de la elección y el reclutamiento de empleados. Se encarga de llevar el control sobre el personal de la empresa. • Evalúa el entorno de trabajo teniendo en cuenta el ambiente y el estado de cada trabajador de la empresa. • Protege de riesgos a nivel de salud y bienestar de los trabajadores mediante la observación de condiciones e implementación de mejoras. • Organiza y planifica atribuible a nivel general de la empresa y específico de los profesionales.
Comercializador	• Se encarga de vender un servicio o un producto. • Busca evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para la empresa. • Promueve el producto o servicio para recuperar la inversión y obtener ganancia. • Traslada los bienes o servicios necesarios para promover su venta o compra de los mismos.
	• Mantiene un contacto entre clientes y los medios de comunicación, se vinculan con la prensa. • Reúne con los medios, establece contactos y mantiene buenas relaciones con periodistas y demás representantes de la prensa.

Publicista	• Da recomendaciones a ejecutivos de la empresa sobre estrategias y opciones disponibles para lidiar con la percepción del cliente. • Prepara, redacta comunicados y notas de prensa para contribuir a mantener la imagen de la organización. • Asiste a ruedas de prensa y entrevistas.
Director de Relaciones Públicas	• Se encarga de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público y a los medios de comunicación crea conciencia sobre la empresa. • Redacta los informes y discursos. • Prepara los comunicados de prensa. • Investiga sobre la opinión pública y las tendencias del mercado. • Supervisa las noticias. • Redacta las características de revistas y páginas web.
Jefe de departamento de servicios	• Planifica organiza y supervisa los funcionarios en las labores de apoyo de una organización. • Elabora planes y fija metas para el departamento. • Organiza las actividades y los recursos del servicio. • Controla y vigila el servicio para garantizar que funciones sin contratiempos.
Camarera de piso	• Limpieza de las habitaciones asignadas, así como también a todo lo relativo del hotel. • Tener las sabanas limpias. • Responder las necesidades que tengan los clientes. • Reportar cualquier problema con los huéspedes y habitaciones.
Auxiliar de camarería	• Es la ayudante de la camarera de piso, del mismo modo se le asignan responsabilidades en cuanto a la limpieza de las habitaciones.

	• Mantiene limpio las habitaciones del hotel. • Mantiene los Amenities de cada habitación.
Chef	• Es el jefe de cocina de un restaurante. • Se encarga de organizar la cocina. • Elabora y compone los menús • Hace los pedidos de materia prima • Supervisa la cocina a la hora del servicio • Asesora a la gerencia en la compra de los equipos
Auxiliar de cocina	• Colaboran con los chefs o cocineros en la preparación de los alimentos, mantenimiento de la higiene y el orden de la cocina y los utensilios. • Prepara los platos para servir. • Prepara comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas etc. • Mantiene limpia la zona de trabajo. • Ayuda al chef a preparar los alimentos (frutas, verduras, corta pan y carne).
Recepcionista	• Su función principal es darles la bienvenida a los visitantes e indicarles a donde se deben dirigir, también se encargan de responder los requerimientos del cliente y de los empleados. • Recibe a los visitantes, determinar la naturaleza objetivo de su visita y los guía a su destino correspondiente. • Controla la entrada y salida de los visitantes y empleados manejando la lista de acceso del departamento de seguridad. • Se hace cargo de todas las llamadas, correos electrónicos, correspondencia y faxes entrantes y salientes.

	• Responde preguntas, resuelve problemas y orienta a los visitantes rápidamente.
Guardia o botones	• Llevar el equipaje de los huéspedes hasta la recepción o incluso hasta la propia habitación. • Ejecuta tareas de atención al cliente en servicios que le sean solicitados como la reserva de entradas. • Estacionar los vehículos a petición del cliente. • Acompaña al usuario hasta su habitación para explicar el funcionamiento de luces y otros servicios. • Informar de los servicios del hotel.

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

4.9. Estrategia DO.- Comercialización del Hotel "San Jacinto" mediante redes sociales y la página web.

El Internet Travelclick, (2011) se muestra como un medio idóneo para la distribución ya que el producto turístico es intangible y se puede mencionar algunas de las ventajas por las cuales utilizar el internet.

- Posibilidades de ofrecer gran cantidad de información.
- Disminución de costes, evitando intermediarios, tales como agencias de viajes, agencias viajes on line, entre otros.

Según (Dentzel, 2014) Menciona en su libro C@mbio que el Internet ha revolucionado en muchos ámbitos y especialmente el de las comunicaciones de una manera radical hasta el punto de llegar a convertirse en un medio global de comunicación hoy día cotidiano en nuestras vidas.

Para el Hotel “San Jacinto” el internet es una herramienta sumamente importante ya que en la actualidad ha tenido un gran avance, es por ellos que al momento de haber realizado las encuestas las personas mencionan que es de gran importancia para ellos recibir información de los establecimientos de alojamiento turístico por medio de las redes sociales ya que siempre se mantienen en contacto con otras personas y revisando información actual, por otro lado también

mencionan que es de mucha facilidad manejar las redes sociales para realizar alguna reserva de servicio de alojamiento.

Según (Gómez, 2014) Una página de Facebook le permite exponerse a su mercado objetivo, no es gratis, pagar para atraer fans y luego para promover su contenido, es una forma efectiva y accesible de construir una comunidad de prospectos calificados.

Tener buena presencia en las redes sociales es una estrategia de gran importancia ya que es una de las más usadas y será nuestra carta de presentación al momento de visualizar por primera vez el establecimiento en internet, en la página de Facebook se colocará datos relevantes como los servicios que se ofertan, promociones, eventos que se realicen, distintos tipos de gastronomía que se ofertan, entre otros servicios.



Figura 17 Página de Facebook
Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

Booking es un medio de comercialización

Según (Bruinsma, 1996) indica que booking es una plataforma de reservas elegante y fácil de usar que muestra un listado de las propiedades de un hotelero.

Esto elimina la incomodidad de hacer reservas en la web del hotel, así como algunas de las dificultades de promoción y publicidad. Booking comercializa cada hotel en base a las valoraciones de los clientes y otros factores, como el precio.

Es por ello necesario de crear una cuenta en booking para poder comercializar de mejor manera el hotel ya que podemos llegar de mejor manera a un público muy amplio, en cualquier rincón del mundo, esto significa que se ganará acceso a nuevos mercados en un solo sitio.

Página web del hotel “San Jacinto”

El Hotel “San Jacinto” cuenta con su página web la cual siempre se mantiene en constante actualización, en la cual se muestran todos los servicios que se ofrecen, los horarios de apertura, las habitaciones disponibles con sus respectivos costos, en el hotel está permitido las mascotas, también es preciso mencionar las prohibiciones como: fumar en las habitaciones, hacer mucho ruido, botar basura en los pasillos, es necesario reciclar creando conciencia desde los más pequeños de la casa por lo que se colocarán espacios diseñados únicamente para plásticos, cartones y más desperdicios que sean reciclables.

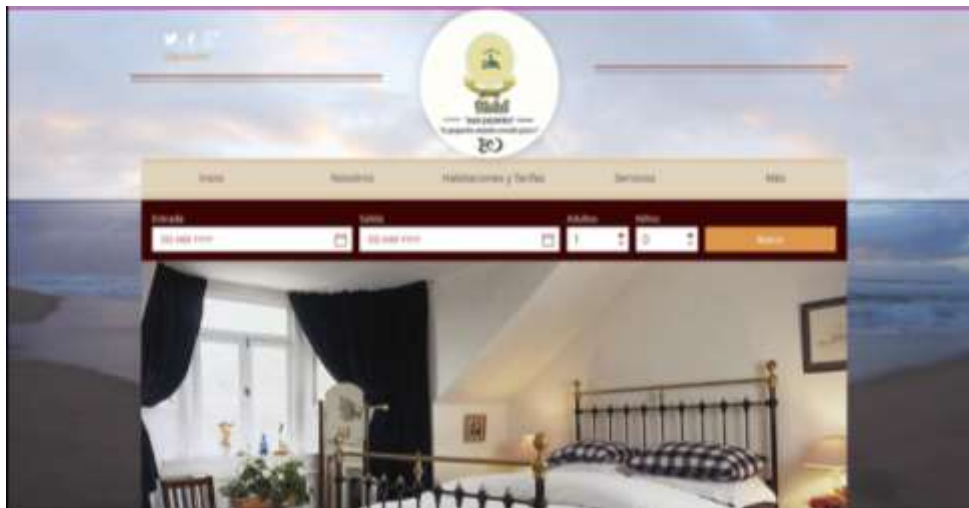


Figura 18 Página Web

Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

El teléfono

Continúa siendo el medio más utilizado (DBK, 2009), a pesar de la importancia creciente de internet. En muchos casos, internet se utiliza para acceder a la información, cerrándole la venta por teléfono. Esto se debe, por un lado, a la falta de conocimiento y desconfianza que produce este canal en algunos consumidores y, por otro, a la falta de desarrollo tecnológico de la mayoría de las webs.

Las llamadas telefónicas estarán a cargo de la recepción para realizar alguna reserva, o alguna duda sobre el establecimiento, también las personas que ya se encuentran hospedadas en el hotel podrán hacer uso de las llamadas telefónicas para comunicarse directamente con recepción y puedan hacer uso del “room service” el cual consiste en llevar directamente a la habitación del huésped algo que haya requerido con anterioridad ya sea amenities, o algún alimento, los mismo que se cargaran a su factura y se cancelaran al momento del check out.

El contacto personal

Funciona cuando el consumidor potencial acude al establecimiento y, normalmente es atendido por el personal de recepción (canal directo), o por personal de una agencia de viajes (canal indirecto). Es el medio en el que el contacto es más directo y personal y existe una mayor tangibilidad del servicio.

En el hotel “San Jacinto” el contacto personal estará a cargo de la recepción, ya que este servicio es la tarjeta de presentación de un hotel, es por ello que siempre hay que cuidar la imagen del establecimiento, manteniendo un trato amable con el cliente, mostrándole las habitaciones disponibles y los servicios que se ofrecen.

En esta sección se crea tarjetas de presentación para entregar a los huéspedes y así tengan a la mano la información del hotel y puedan contactarse directamente para hacer averiguaciones como disponibilidad de habitaciones o hacer uso de algún servicio.



Figura 19 Tarjetas de Presentación
Elaborado por: Patricia Gamboa y Kevin Silva.

4.10. Estrategia FA.- Estrategia de fidelización de clientes

Para fidelizar a los huéspedes se les otorgará lo siguiente:

- **Programas de puntos o incentivos.**

Cada compra genera una serie de puntos que posteriormente pueden canjearse por regalos o artículos gratis, cuanto mayor sea el gasto del cliente más puntos se acumularán.

- **Animar a los huéspedes a volver al Hotel**

Expresar su agradecimiento por instancia, se podría incluir un incentivo atractivo para su próxima visita como: al ocupar 3 noches solamente paga el precio de 2.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Después de haber obtenido los datos del catastro turístico se llegó a la conclusión de que la provincia de Tungurahua cuenta con varios establecimientos de alojamiento turístico los cuales se encuentran divididos en varias categorías, y mantienen una organización y comercialización específica las cuales les brinda ayuda para mantener estable el establecimiento, además después de haber realizado la investigación se pudo determinar que el cantón Tisaleo tiene grandes oportunidades para ser desarrollado turísticamente debido a las festividades y atractivos turísticos que existen en el lugar.
- Se ha cumplido con el segundo objetivo determinando un nuevo sistema de gestión administrativa y operativa del hotel San Jacinto lo mismo que ayudará a cumplir los objetivos tanto organizacionales y funcionales de la empresa, esto será factible de acuerdo al desempeño de los empleados quienes laborarán en el establecimiento manteniendo un seguimiento permanente de que se cumplan todas las labores planteadas, además se cumplió con este objetivo gracias a la elaboración de las matrices MEFE, MPC, MEFI, Matriz FODA las cuales ayudó a tener una mejor visualización de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el establecimiento.
- El tercer objetivo se cumplió mediante la Matriz FODA Cruzado el cual arrojó las estrategias de comercialización las mismas que se utilizarán para dar conocimiento al turista y ser seleccionados por poseer servicios diferenciadores.

5.2. RECOMENDACIONES

El cantón Tisaleo hoy en día se encuentra en constante desarrollo turístico, por ello se recomienda que los establecimientos de alojamientos turísticos, mantengan un servicio de calidad con los clientes, además de buscar comodidad se debe velar por su seguridad, en la estancia de los lugares donde decidan hospedarse.

Para que las empresas tengan un mejor beneficio, se recomienda brindar capacitaciones constantes al personal, para que tengan un mejor rendimiento en sus labores y así las empresas se beneficien económicamente.

Se recomienda que los estudiantes realicen estos tipos de trabajos de investigación referentes al tema involucrándose a los nuevos sistemas de organización administrativa, operativa y de comercialización hotelera, ya que esto contribuirá una mejora en los establecimientos hoteleros del país.

CAPITULO VI

6.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuerdo ministerial N° 24. Registro oficial suplemento 465. Ministerio de turismo. Reglamento de alojamiento turístico. Ecuador, de 24 marzo de 2015.

Alvarez, N. (18 de Enero de 2016). *Gestión y Dirección de Hoteles* .

Bruinsma, G.-J. (1996). *Booking*. Obtenido de <https://www.booking.com/>

CENSOS, I. N. (2010). *Municipio de Tisaleo*. Obtenido de <https://tisaleo.gob.ec/#>

compañías, S. d. (2016). *Las pymes en el Ecuador*.

Dentzel, Z. (2014). Ciencia y tecnología . En *C@mbio* (pág. 472). Madrid : Turner .

Domotica, A. E. (2001). *Cedom*. Obtenido de <http://www.cedom.es/quienes-somos/que-es-cedom>

Duarte, J. P. (2016). *Desarrollo de proyectos revenue management en hoteles*. Obtenido de www.ihcshotelconsulting.com

Fernández, A. M. (10 de Noviembre de 2017). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://www.iebschool.com>

Fonseca, E. (2011). *Turismo, Hoteleria y Restaurantes* . Barcelona: Lexus editores.

Foster, D. L. (1994). *La industria de la hoteleria*.

Gomez. (2014). *Gestion Hotelera* .

Guillén, Y. A. (27 de Junio de 2012). *Diselo Organizacional basado en el modelo de Sistemas Vables para los Hoteles* .

Hotel, T. (Mayo de 2019). *Smarth Hotel*. Obtenido de <https://www.tecnohotelnews.com/2019/05/siemens-smart-hotel-control-cliente/>

Louffat, E. (04 de Marzo de 2017). *Conexionexan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/>

Norval, A. (1936). *Antecedentes de la industria hotelera* . Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/146.pdf

Rodriguez, A. (10 de Agosto de 2011). *Evolucion historica del turismo*.

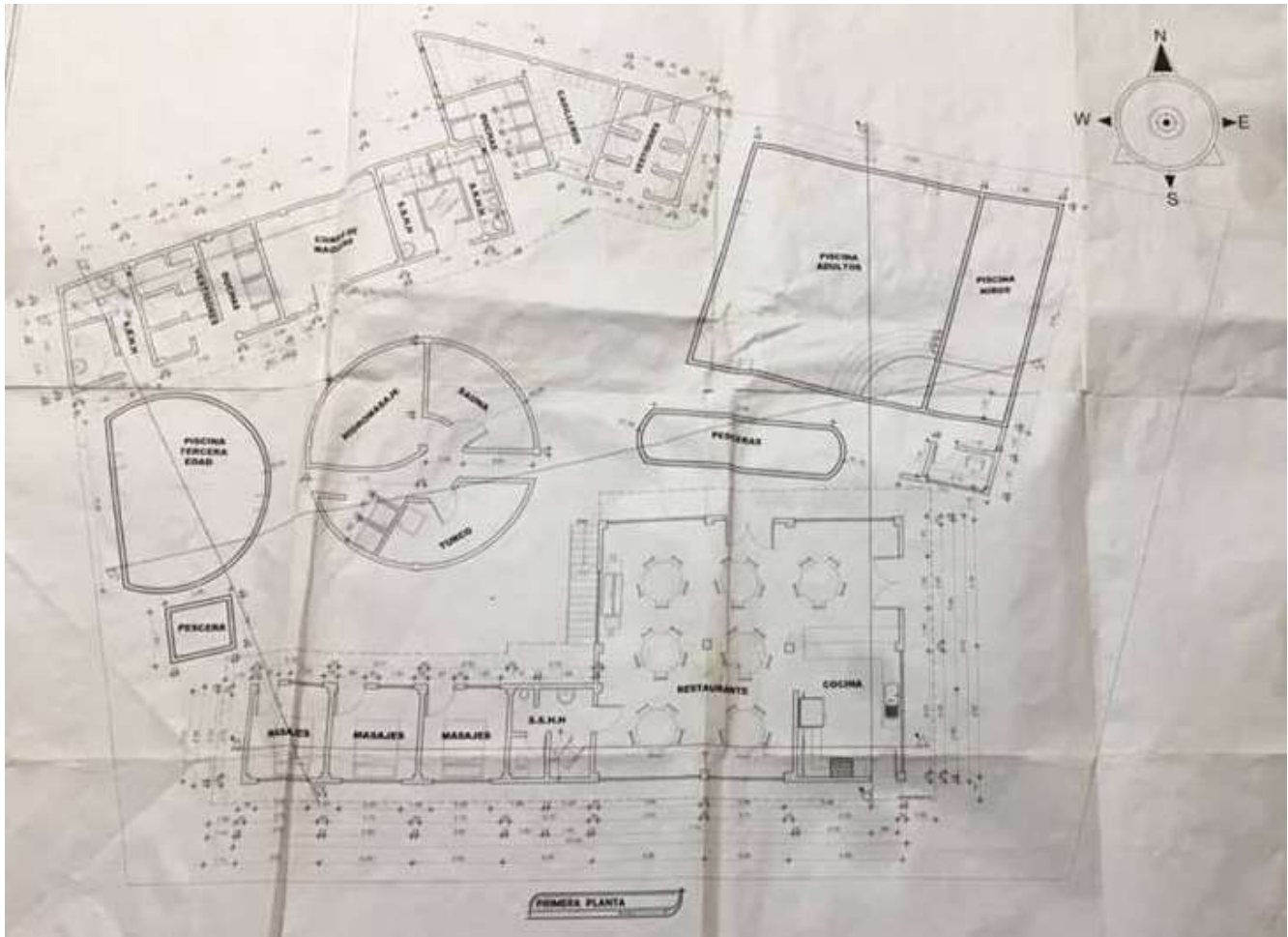
Velez, G. (Mayo de 2012). *Proyecto de factibilidad para la creacion de un hotel en la ciudad de Quito* .

Villena, E. (2003). *Técnico en hotelería y turismo*. Madrid: Cultural.

Yesenia, A. (Julio de 2012). *Diseño organizacional*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Diseno%20organizacional%20antecedentes.pdf>

ANEXOS

Plano del Hotel San Jacinto



Elaborado por: Arquitecto Juan Palacios Bonilla.