



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**EVALUACION DE LA GESTION DEL PERSONAL DEL AREA DE
RECEPCION DEL HOTEL HM INTERNACIONAL PARA EL
DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

AUTOR:

Danes Israel Carcelén Suárez.

TUTORA:

Lcda. Alba Caicedo Barreth, MSc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel Hm Internacional para el diseño de un manual de procedimientos.		
AUTOR:	Carcelén Suárez Danes Israel		
REVISOR/TUTOR:	Lcda. Solís Argandoña, Elisa / Lcda. Caicedo Barreth, Alba. MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Turismo y Hotelería		
GRADO OBTENIDO:	Licenciado en Turismo y Hotelería		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17/08/18	No. DE PÁGINAS:	144
ÁREAS TEMÁTICAS:	TURISMO		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Recepción, manual de procedimientos, gestión del personal.		

RESUMEN/ABSTRACT

La presente investigación desarrollada para el Hotel HM Internacional resuelve su situación actual donde presenta problemas permanentes y quejas en el departamento de recepción que tienen sus causas en la falta de capacitación constante, no existe vocación laboral por parte del personal, generando inconvenientes de comunicación entre recepcionistas y desconocimiento de procedimientos. Una de las técnicas utilizadas fueron las encuestas de opinión, por medio de la cual se concluyó que el principal problema que perciben los clientes es la falta de comunicación que tienen los colaboradores relacionados a la recepción para dar un servicio óptimo, es así que considerando el volumen de respuestas que superó el 50% de los encuestados a favor del servicio obtenido, existen un 25% de los encuestados que aglomeran quejas por falta de información, de rapidez en la respuesta dada y por no coincidir lo que se oferta frente a lo que se recibe en el servicio, además un 85% de los encuestados calificaron como poco satisfactorio el profesionalismo con que se brinda el servicio, por lo que se propuso el diseño del manual de procedimientos para el área de recepción del Hotel HM que incorpora los procedimientos básicos que todo proceso hotelero debe tener.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 0985097890	E-mail: danescarcelen@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Eco. Novillo Ortiz, Carlos. MSc.	
	Teléfono: 2887169	
	E-mail: fcs_turismo@uge.edu.ec	



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 17 de Agosto de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrada **ALBA VERONICA CAICEDO BARRETH**, tutora del trabajo de titulación **Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel Hm Internacional para el diseño de un manual de procedimientos**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **CARCELÉN SUÁREZ DANES ISRAEL**, con C.I. N° 092348181-6, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

.....

Lcda. Alba Caicedo Barreth, MSc.

C.I. No. 0924842354



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 31 de Agosto de 2018

CERTIFICACIÓN DEL REVISOR

Habiendo sido nombrado **ELISA VERONICA SOLIS ARGANDOÑA** revisor del trabajo de titulación **Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel Hm Internacional para el diseño de un manual de procedimientos**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **CARCELÉN SUÁREZ DANES ISRAEL** , con C.I. N° 0923481816, como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

LCDA. ELISA SOLIS ARGANDOÑA

C.I. No. 0922747274



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, DANES ISRAEL CARCELEN SUAREZ con C.I. N° 092348181-6, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel Hm Internacional para el diseño de un manual de procedimientos”, son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

DANES ISRAEL CARCELEN SUAREZ

C.I. No.092348181-6

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por DANES ISRAEL CARCELEN SUAREZ, con C.I. N° 092348181-6, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería.

Se informa que el trabajo de titulación: "Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel Hm Internacional para el diseño de un manual de procedimientos", ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (URKUND) quedando el 5.% de coincidencia.

INTRODUCCIÓN

La gestión hotelera actualmente enfrenta sus estrategias en el servicio de calidad que ofrece a sus clientes, en este caso el Hotel HM Internacional es una empresa hotelera que tiene una importante infraestructura hotelera, cuenta con diversos servicios accesorios y una privilegiada ubicación estratégica, pero al no contar con un proceso adecuado de recepción pone en riesgo su servicio y consecuentemente la reputación organizacional que tiene.

El primer capítulo se basa en el diagnóstico realizado al hotel HM Internacional donde se evidenció que las principales causas son problemas permanentes y quejas en el área del departamento de recepción que tienen sus causas en la falta de capacitación constante, no existe vocación laboral por parte del personal, falta de motivación al personal, inconvenientes de comunicación entre recepcionistas y desconocimiento de procedimientos.

En el capítulo II, marco teórico, logró establecer los estudios relacionados al entorno de las variables de la investigación, en este caso la gestión hotelera, recepción, evaluación de personal, procesos y procedimientos así como la revisión de las principales legislaciones ecuatorianas que dan el marco de funcionamiento para hoteles de esta categoría.

En el capítulo III, se logró establecer el diseño metodológico que es de tipo descriptivo, con método inductivo porque al realizar las encuestas se obtuvieron datos específicos los cuales permitieron obtener una conclusión general del tema, los que dieron evidencia de la falta de comunicación asertiva, trabajo en equipo y motivación del equipo de colaboradores del área de recepción del hotel.

En el capítulo IV se presenta la propuesta del diseño de un manual de procedimientos que tiene como objetivo el establecer un mecanismo de apoyo, ya que procesos dentro de la recepción están orientados a satisfacer las necesidades del cliente desde las políticas de calidad de la organización y la satisfacción de las necesidades de otros procesos como el de apoyo legislativo y limpieza.

CAPÍTULO I

<https://secure.orkund.com/view/40026301-758648-456346F8A9bMwDlhu3gmAonib64SZCiCtvcCQLBmD3r2vAH22TD2gbX6O5/u43qbMIZOrslmYrFdQZIUoWwsnAGNY4PZrjmBGtSgBqXkUlc61KEO9V2HOtShDuUxoAEJSEB1yABCQjhbCTdkm4JTWWhCE5r7HJpQbgUtaEELWtCCFrSghUE2pCENaUhDGtKQ3qRFRQdrZ5L9uIgrJ0GSFAEzQ2WlyhSVESrZUv5O+Xzlu5SXKv2WLDouuq2x90achJi4hJT0XY73+fs6f87H1+vxVzHZZiuHr34SfWk7L9/>

ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH
C.I. No. 0924842354



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 17 de Agosto de 2018

CERTIFICADO DEL TUTOR

Economista

Carlos Ortíz Novillo, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL HOTEL HM INTERNACIONAL PARA EL DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**, del estudiante **CARCELÉN SUÁREZ DANES ISRAEL**, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que la estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

.....
ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH
C.I. No. 0924842354

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación en primer lugar a Dios, por ser mí guía fundamental en cada paso que doy en mi vida, en segundo lugar a mis padres, la Sra. Esthela Suárez y el Sr. Antonio Carcelén quienes han sido pilares fundamentales para mi desarrollo en los estudios, y todos los sentidos de mi vida, y en tercer lugar a mi hermano por ser la persona que siempre me ha brindado su apoyo.

AGRADECIMIENTO

Vivo eternamente agradecido a Dios por darme las fuerzas necesarias día a día, para poder culminar este trabajo ya que sin el esto no hubiera sido posible.

A mis padres Antonio Carcelén y Esthela Suárez por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera estudiantil, y por haberme inculcado valores importantes para mi educación.

A mí querida tutora académica ya que siempre estuvo ahí presente guiándome con sus conocimientos y experiencias a lo largo del transcurso de mi proyecto de tesis.

A mi hermano Jonathan ya que siempre me ha brindado su apoyo incondicional en momentos de felicidad y de tristezas.

Mi enamorada Genesis Silva la persona el cual me ha dado las fuerzas para nunca decaer en mi propósito de salir adelante.

INDICE GENERAL

Ficha de registro de tesis/trabajo de graduación.....	vi
Certificación del tutor.....	vii
Certificación del revisor	viii
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos.....	ix
Certificado porcentaje de similitud.....	x
Certificado del tutor	xi
Dedicatoria	xii
Agradecimiento	xiii
Indice general.....	xiv
Indice de tablas	xviii
Indice de figuras	xxi
Indice de anexos	xxiv
Resumen.....	xxv
Abstract.....	xxvi
Introducción.....	1
Capítulo i.....	2
El problema	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Ubicación del problema en el contexto.....	2
1.4 Situación en conflicto.....	3
1.5 Relevancia social	3
1.6 Evaluación del problema	4

1.7 Alcance.....	4
1.8 Objetivo general	5
1.9 Objetivo específico	5
1.10 Justificación.....	5
1.11 Campo y objeto	6
1.12 Idea a defender	6
1.13 Interrogante de la investigación.....	6
Capítulo II.....	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.1.1 Turismo.....	7
2.1.2 Historia de la industria hotelera	8
2.1.2 En Ecuador.....	9
2.1.5 Historia del hotel Hm Internacional.....	11
2.1.6 Evaluación de la gestión del personal.	12
2.2 Marco teórico.....	13
2.2.1 Hotel.....	13
2.2.2 Administración hotelera.....	14
2.2.3 La recepción como corazón del Hotel	15
2.2.4 Gestión del personal.....	16
2.2.5 Evaluación de personal	17
2.2.6 Manual de procedimientos	18
2.2.6.1 Conformación Del Manual.....	20
2.2.7 Encuestas de opinión de clientes	24
2.3 Marco contextual.....	25
2.3 Marco legal.....	27

Constitución de la república del Ecuador	27
Ley de Turismo.....	30
Reglamento general de actividades turísticas	30
Plandetur 2020	32
Plan toda una vida.....	33
2.5 Marco conceptual	33
Capitulo III	37
Metodología.....	37
3.1 Diseño investigativo	37
3.1.1 Enfoque investigativo	37
3.2 Métodos teóricos	37
3.3 Técnicas de investigación	37
3.4 Muestra	38
3.5 Resultados de la observación	40
3.5 Resultados y procesamiento de datos	41
3.5.1 De las encuestas a los huéspedes	41
3.5.2 Evaluación del personal de Recepción.....	60
3.6 Análisis de la entrevista.....	76
3.7 Triangulación de datos	79
Capitulo IV.....	81
Propuesta	81
Manual de procedimientos para el área de recepción del hotel Hm Internacional	81
4.1 Introducción.....	81
4.2 Objetivo general	81
4.2.1 Objetivos específicos.....	81

4.3 Justificación de la propuesta	81
4.4 Factibilidad de la propuesta.....	82
4.5 Descripción de la propuesta	82
4.5.1 Procesos involucrados	82
4.5.2 Procesos de Recepción.....	82
4.5.3 Descripción del diagrama de flujo de los procesos de Recepción.....	85
4.5.4 Implementación del manual.....	96
4.5.4 Presupuesto y financiamiento	97
Conclusiones.....	98
Recomendaciones.....	99
Referencias bibliográficas	100
Anexos	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores de llegadas de Guayaquil.....	11
Tabla 2 Parámetros de medición en población finita.....	39
Tabla 3 resolución de muestra en población finita	39
Tabla 4 Género de la muestra estudiada	41
Tabla 5 Edad de la muestra estudiada.....	42
Tabla 6 Experiencia de servicio al cliente	43
Tabla 7 Entrega a tiempo del servicio	44
Tabla 8 Profesionalismo del personal	45
Tabla 9 Experiencia de compra.....	46
Tabla 10 Calidad del servicio	47
Tabla 11 Comprensión de las necesidades del cliente	48
Tabla 12 Infraestructura	49
Tabla 13 Precio del servicio	50
Tabla 14 Servicio de alimentación.....	51
Tabla 15 Servicio de limpieza.....	52
Tabla 16 Servicio de recepción	53
Tabla 17 Servicio de Gimnasio.....	54
Tabla 18 El recepcionista fue cortés al saludar Cortesía al saludo	55
Tabla 19 El recepcionista manejo mi requerimiento de forma rápida.....	56
Tabla 20 El recepcionista estaba bien informado de los servicios que cuenta el hotel	57
Tabla 21 Comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir	58
Tabla 22 Aspectos que considera deben mejorar	59
Tabla 23 Su Presencia personal es:.....	60

Tabla 24 . Porta alguna identificación que denomine su cargo	61
Tabla 25 Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.....	62
Tabla 26 Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.....	63
Tabla 27 Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.....	64
Tabla 28 Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos al departamento de recepción.....	65
Tabla 29 Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del hotel	66
Tabla 30 Entrega de correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos	67
Tabla 31 Mantiene en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.....	68
Tabla 32 Elabora informes periódicos de las actividades realizadas	69
Tabla 33 Cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y hotel	70
Tabla 34 Comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros.....	71
Tabla 35 Comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos	72
Tabla 36 Gestiona la dotación de habitaciones.....	73
Tabla 37 Abastece la nevera de los consumidores del the shop (tienda)	74
Tabla 38 Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe	75
Tabla 39 Resumen de las entrevista	76
Tabla 40 Indicadores del proceso	83

Tabla 41 Formato de verificación de cumplimiento de procesos para el control de supervisores.....	95
Tabla 42 Glosario de términos	96
Tabla 43 Presupuesto	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Llegadas provisionales.....	10
Figura 2 Indicadores de alojamiento nacional	10
Figura 3 Panorámica del HM internacional	11
Figura 4 Etapas de manual de procedimiento	20
Figura 5 Identificación	21
Figura 6 Contenido de índice	21
Figura 7 Procedimiento general para la elaboración de manuales administrativos:	23
Figura 8 Tipos de encuestas de opinión.....	25
Figura 9 Género de la muestra estudiada	41
Figura 10 Edad de la muestra estudiada.....	42
Figura 11 Experiencia de servicio al cliente	43
Figura 12 Entrega a tiempo del servicio	44
Figura 13 Profesionalismo del personal	45
Figura 14 Experiencia de compras.....	46
Figura 15 Calidad del servicio	47
Figura 16 Comprensión de necesidades del cliente.....	48
Figura 17 Infraestructura	49
Figura 18 Precio del servicio	50
Figura 19 Servicio alimentación	51
Figura 20 Servicio de limpieza	52
Figura 21 Servicio de recepción	53
Figura 22 Servicio de gimnasio	54
Figura 23 El recepcionista fue cortés al saludar.....	55
Figura 24 El recepcionista manejo mi requerimiento de forma rápida.....	56

Figura 25 Conocimiento de servicios	57
Figura 26 Comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir	58
Figura 27 Aspectos que considera deben mejorar	59
Figura 28 Recepción, presentación personal	60
Figura 29 Porta identificación que denomine su cargo.....	61
Figura 30 Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.....	62
Figura 31 Atención al público que solicita información dándole la orientación requerida.....	63
Figura 32 Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.....	64
Figura 33 Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos al departamento de recepción.....	65
Figura 34 Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del hotel	66
Figura 35 Entrega de correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos	67
Figura 36 Mantiene en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.....	68
Figura 37 Elabora informes periódicos de las actividades realizadas	69
Figura 38 Cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y hotel	70
Figura 39 Comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabon, papel sanitario, desodorantes y otros.....	71
Figura 40 Comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos	72
Figura 41 Gestiona la dotación de habitaciones.....	73

Figura 42 Abastece la nevera de los consumidores del the shop (tienda)	74
Figura 43 Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe ..	75
Figura 44 Proceso de involucrados con la recepción del hotel HM Internacional	82
Figura 45 Diagrama del proceso de atención al cliente al arribo del hotel	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Indicadores de turismo.....	112
Anexo B Indicadores coyunturales de alojamiento.....	113
Anexo C Tarifa	114
Anexo D Encuesta de valoración del servicio al cliente	115
Anexo E Encuesta de valoración al personal de recepción.....	117
Anexo F Recepción	118
Anexo G Habitación	118
Anexo H Lobby.....	118
Anexo I Restaurante.....	119
Anexo J Salones de eventos.....	119
Anexo K Bar/sala lounge	119
.Anexo L Gimnasio	120
Anexo M The shop (Tienda).....	120
Anexo N Diagrama de caratula de manual de procedimientos.....	121



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

**EVALUACION DE LA GESTION DEL PERSONAL DEL AREA DE RECEPCION DEL
HOTEL HM INTERNACIONAL PARA EL DISEÑO DE UN MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

RESUMEN

Autor: Danes Israel Carcelén Suárez

Tutor: Lic. Alba Caicedo Barreth, Mgs.

La presente investigación desarrollada para el Hotel HM Internacional resuelve su situación actual donde presenta problemas permanentes y quejas en el departamento de recepción que tienen sus causas en la falta de capacitación constante, no existe vocación laboral por parte del personal, generando inconvenientes de comunicación entre recepcionistas y desconocimiento de procedimientos. Una de las técnicas utilizadas fueron las encuestas de opinión, por medio de la cual se concluyó que el principal problema que perciben los clientes es la falta de comunicación que tienen los colaboradores relacionados a la recepción para dar un servicio óptimo, es así que considerando el volumen de respuestas que superó el 50% de los encuestados a favor del servicio obtenido, existen un 25% de los encuestados que aglomeran quejas por falta de información, de rapidez en la respuesta dada y por no coincidir lo que se oferta frente a lo que se recibe en el servicio, además un 85% de los encuestados calificaron como poco satisfactorio el profesionalismo con que se brinda el servicio, por lo que se propuso el diseño del manual de procedimientos para el área de recepción del Hotel HM que incorpora los procedimientos básicos que todo proceso hotelero debe tener.

Palabras claves: hotelería, manual de procedimientos, recepción, gestión de calidad, evaluación de personal



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

**EVALUATION OF THE PERSONAL IN THE FRONT DESK AREA IN THE HM
INTERNATIONAL HOTEL TO DESIGN A PROCEDURE MANUAL**

ABSTRACT

Author: Danes Israel Carcelén Suárez

Advisor: Lic. Alba Caicedo Barreth, Mgs.

The present research developed to Hotel HM International resolve its current situation where it presents permanent problems and complaints in the front desk apartment that have their causes in the lack of constant training, there is no job vocation of the staff, lack of motivation to the staff, Disadvantages of communication between receptionists and ignorance of procedures, the technique used was that of opinion polls. It was concluded that the main problem perceived by clients is the lack of communication that employees have related to reception to provide an optimal service, So, considering the volume of responses that surpassed 50% of the respondents in favor of the service obtained, there is a 25% of respondents who agglomerate complaints due to lack of information, speed in the given response and because they do not coincide offer compared to what is received in the service, 85% of respondents They rated as unsatisfactory the professionalism with which the service is provided, for which reason the Design of the procedure manual for the reception area of the HM Hotel was proposed, which incorporates the basic procedures that every hotel process should have.

Keywords: hotel management, procedures manual, reception, quality management, personnel evaluation.

INTRODUCCIÓN

La gestión hotelera actualmente centra sus estrategias en el servicio de calidad que ofrece a sus clientes, en este caso el Hotel HM Internacional es una empresa que tiene una importante infraestructura hotelera, cuenta con diversos servicios y una privilegiada ubicación estratégica, pero al no contar con un proceso adecuado de recepción pone en riesgo su servicio y consecuentemente la reputación organizacional que tiene.

El primer capítulo se basa en el diagnóstico realizado al hotel, donde se evidenció que las principales causas son problemas permanentes y quejas en el área del departamento de recepción que tienen sus orígenes en la falta de capacitación constante, poca motivación y vocación laboral por parte del personal, inconvenientes de comunicación entre recepcionistas y desconocimiento de procedimientos.

En el capítulo II, se logró establecer los estudios relacionados al entorno de las variables de la investigación, en este caso la gestión hotelera, recepción, evaluación de personal, procesos y procedimientos, así como la revisión de las principales legislaciones ecuatorianas que dan el marco de funcionamiento para hoteles de esta categoría.

En el capítulo III, se estableció el diseño metodológico de tipo descriptivo, con método inductivo, porque al realizar las encuestas se consiguieron datos específicos, los cuales permitieron obtener una conclusión general del tema, y dieron evidencia de la falta de comunicación asertiva, trabajo en equipo y motivación del equipo de colaboradores del área de recepción del hotel.

En el capítulo IV se presenta la propuesta del diseño de un manual de procedimientos, que tiene como objetivo el establecer un mecanismo de apoyo, porque procesos dentro de la recepción están orientados a satisfacer las necesidades del cliente desde las políticas de calidad de la organización y la satisfacción de las necesidades de otros métodos como el de apoyo logístico y limpieza.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El Hotel HM Internacional es una empresa hotelera que tiene una ubicación estratégica y servicios complementarios que lo convierte en una opción adecuada para ser acogida por quienes visiten la ciudad, por lo que el servicio de recepción debe constituir un distintivo que lo caracterice, la competencia en Guayaquil es alta y se debe tomar en cuenta la existencia de una estructura organizacional definida con valores empresariales y estándares de calidad.

Sin embargo, se ha podido percibir como investigación preliminar quejas e insatisfacción por parte de algunos huéspedes, lo cual ha generado una reducida fidelidad de los clientes, así como también poca experticia y motivación del personal.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo se puede mejorar el desempeño del departamento de recepción en el hotel HM Internacional?

1.3 Ubicación del problema en el contexto

El hotel HM Internacional está situado en la parroquia Tarqui, en el sector de la Kennedy norte calle Alberto Borges y primer pasaje, a sus alrededores se encuentra la escuela de los chefs y el archivo histórico de Guayaquil.

Estratégicamente se encuentra ubicado en el núcleo comercial y turístico del norte de Guayaquil a 5 minutos del aeropuerto José Joaquín de Olmedo. El confort y el buen servicio son parte de sus valores y ha sido catalogado como, N° 35 de 66 hoteles en Guayaquil.

El hotel se creó ya hace 6 años el cual ha ofrecido desde su apertura el servicio de alojamiento, enfocado más al sector empresarial, obteniendo una alta demanda de clientes corporativos por la ubicación en la que se encuentra.

El promedio de visitas anuales en el hotel es de 5800 habitaciones ocupadas al año entre habitaciones sencillas y dobles. En cuanto al personal, cuenta con 21 colaboradores.

1.4 Situación en conflicto

En el Hotel HM international existen problemas permanentes y quejas en el área del departamento de recepción:

Causas:

1. Falta de capacitación constante
2. No existe vocación laboral por parte del personal
3. Al personal no se lo motiva
4. Inconvenientes de comunicación entre recepcionistas
5. Carencia de procedimientos para evaluar el correcto desempeño en el departamento de recepción.

Efectos:

1. No existe fidelización
2. Clientes insatisfechos
3. Baja demanda de huéspedes
4. Mala reseñas de experiencias del hotel OTA'S. (Booking, Despegar)
5. El personal no cuenta con un manual de procedimientos el cual ayude a mejorar el servicio al cliente.

1.5 Relevancia social

La presente investigación radica en que sus resultados brindan bases concretas a estudios en el área de gestión hotelera, y la propuesta no está enfocada en una sola institución sino que pretende ser un instrumento que pueda

ser replicado en otros emprendimientos hoteleros, constituyéndose por lo tanto también en un aporte de relevancia social.

1.6 Evaluación del problema

La investigación es útil porque tiene como objetivo encontrar por qué el bajo desempeño del departamento de recepción influye en la baja fidelización de los huéspedes con el hotel.

El estudio es importante porque se evaluará el desempeño del personal para mejorar el ambiente laboral y de manera técnica reconocer que estrategia organizacional implementar para lograr la comodidad de los huéspedes, esto servirá también para incrementar las ventas generando fidelización al hotel.

Ejecutar esta investigación es factible debido a que la información está disponible, y se cuenta con acceso directo a la parte administrativa del hotel.

Es relevante porque busca indagar las diferentes falencias que se presentan en el departamento de recepción, con el fin de mejorar el desempeño individual de cada recepcionista en el Hotel HM International, de esta manera mejorar la calidad en el servicio al cliente para alcanzar estándares internacionales.

1.7 Alcance

Esta investigación se llevará a cabo en el Hotel Hm International específicamente en el departamento de recepción desde Abril hasta Agosto de 2018.

Este trabajo posee un alcance descriptivo, porque a corto plazo se identificará la situación del problema, se redactarán las acciones del área de recepción del Hotel HM Internacional, a través de la obtención de datos que ayudarán al análisis de la investigación de forma precisa y sistemática, expresando la magnitud del problema en esta área de servicio, que pueda dar paso a gestionar posibles soluciones.

A largo plazo se pretende mejorar los procesos y procedimientos que están en el departamento de recepción con el firme compromiso de obtener un alto nivel de fidelización desde este punto de la organización.

1.8 Objetivo general

Evaluar la gestión del personal del área de recepción del hotel HM International para el diseño de un manual de procedimientos.

1.9 Objetivo específico

- Realizar un análisis de la situación actual del departamento de recepción de la empresa.
- Identificar los procesos dentro del área de recepción.
- Evaluar los servicios del hotel incluyendo los procesos de observación, encuestas, entrevistas, entre otros, basados en opinión de clientes.
- Diseñar un manual de procedimientos para el área de recepción del Hotel HM.

1.10 Justificación

El proyecto se basa en la evaluación de la gestión del personal, para mejorar la calidad de servicio en el área de recepción del hotel Hm Internacional, debido a que la gran mayoría de sus colaboradores son personas con conocimientos adecuados en la rama hotelera, pero que por diversas razones no están obteniendo la satisfacción del cliente en sus visitas.

En lo metodológico, con técnica de encuesta se conocerá la opinión de los clientes tanto internos como externos permitirá evaluar la gestión de los procesos que involucran a la recepción y la respuesta que estos reciben, así aportará significativamente a otros procesos relacionados con la gestión hotelera como la provisión de alimentos y bebidas, la gestión de hospitalidad, limpieza y actitud frente al conflicto que puedan manejar todos los involucrados. Por otra parte, la entrevista a expertos que recae en la conversación sostenida con el gerente del hotel y un experto en administración hotelera aportará significativamente en el desarrollo del servicio en esta investigación, además de dejar puertas abiertas a otras investigaciones al respecto del trato del talento humano en la gestión hotelera y demás.

Como justificación teórica, la presente investigación muestra dos aristas importantes del desarrollo organizacional, la primera que es la ruta crítica del servicio hotelero que pone a la recepción como el corazón del hotel donde recae la primera impresión, el equilibrio de la demanda y el tiempo de respuesta a las solicitudes del cliente que son factores de éxito en la gestión, mientras que la segunda se debe a que el talento humano debe tener la vocación y la preparación suficiente para responder ante la petición de un servicio de calidad. Estas ideas aportan a cambiar la visión que se tiene de la administración hotelera y evolucionar hacia un negocio que tenga su éxito centrado en la armonía de su gestión.

1.11 Campo y objeto

Objeto: Departamento de recepción del hotel HM

Campo: Manual de procedimientos

1.12 Idea a defender

Un manual de procedimientos para los trabajadores del área de recepción en el hotel HM International mejoraría la gestión del departamento.

1.13 Interrogante de la investigación

- ¿Cuáles son los factores que afectan el desempeño del personal de recepción?
- ¿Cuáles son los aspectos a mejorar dentro de la recepción en pro de la eficiencia del personal y la fidelización del cliente?
- ¿En que incide un instrumento de medición y seguimiento de las labores del personal?
- ¿Cómo diseñar un instrumento de evaluación para el análisis laboral en el departamento de recepción?

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes

2.1.1 Turismo

En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Kraft, definían al turismo como la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada. (Hunziker & Kraft, 1942)

Posteriormente, se definió el turismo como los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos. (Burkart & Medlik, 1981)

En esta definición, conceptos tales como “desplazamiento fuera del lugar de residencia y de trabajo” introduce positivamente la connotación de viaje y vacaciones/ocio por contraposición a “residencia” y “trabajo”, pero al mismo tiempo, deja fuera conceptos modernos de turismo como son los viajes por motivos de negocio, con o sin complementos lúdicos o las vacaciones en segundas residencias.

Mathieson y Wall (Mathieson & Wall, 1982), por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior aunque con algunas modificaciones: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

Como se puede observar acotan el espacio temporal de la actividad turística al introducir el término “periodo inferior a un año”. Así también introducen dos innovaciones importantes: por una parte, recogen la perspectiva de la oferta cuando mencionan las “las facilidades creadas”; por otra, introducen en la definición el fundamento de toda actividad turística: la satisfacción de las necesidades de los turistas/clientes.

En conclusión, hay que destacar la definición de la OMT (1995), que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. Esta es la siguiente: el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

2.1.2 Historia de la industria hotelera

Según Díaz (2018), el origen y la historia de la hospitalidad es de gran interés y resulta fascinante, es muy probable que los viajes y la hospitalidad comercial tiene su origen y su *raison d'être* en las necesidades del comercio y del transporte en la Antigüedad, pues en esos momentos no había alojamientos abiertos al público en sentido moderno para ofrecer acomodación a los viajeros a cambio del precio estipulado, mientras, a los extranjeros se les ofrecía hospitalidad de un modo generalizado por ser un compromiso social y un gravamen público que obligaba a los súbditos. Quienes realizaban un viaje al extranjero no estaban seguros de encontrar un recibimiento agradable. Los foráneos eran recibidos en el establecimiento y, al partir, se les preguntaba el nombre, el domicilio permanente y el objeto de la estancia.

Es así que en Grecia, entre el año 1000 y el 500 a. de C. se hicieron acuerdos entre estados para realizar intercambios comerciales en los que se contempló la apertura de alojamientos libres para los comerciantes. Algunos de estos antiguos estado griegos construyeron hospederías estatales en los que los peregrinos comían y se alojaban libremente. Olimpia, por ejemplo, tenía una posada que fue construida por los lacedemonios en la que se ofrecía hospitalidad a los reyes y a los embajadores de los estados amigos con origen griego. Así también en la Isla de Delos y en Delphi había posadas en las que se alojaban los extranjeros a expensas del estado. (Escalona, 2004)

Según el documentos acerca de la palabra Hotel (Frontera, 2017), presentada por Frontera, Hotel tiene su origen en el latín "hosped" que significa huésped.

La palabra hotel se admite proviene del francés *hôtel*; es internacional. La voz francesa, con circunflejo en la "O"; que señala una antigua "S", empezó a usarse a finales del siglo XI designando una "morada"; y en el siglo XIX cualquier establecimiento para huéspedes y viajeros. La voz viene del latín "*hospitalis domus*" casa para acoger a huéspedes (latín "*hospes*"). La "Hôtellerie" que también aparece con la forma antigua "*hostellerie*" conoció un gran desarrollo a lo largo del siglo XIX, y la forma "hotel" como edificio con habitaciones y demás servicios se formó a partir del latín "*hospitale cubiculum*" que significa "cuarto de dormir para huéspedes" (deChile.net, 2018)

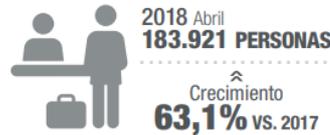
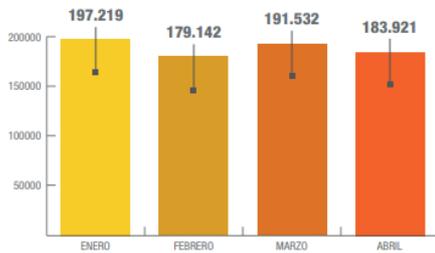
Sin duda alguna los hoteles forman un elemento primordial en la industria del turismo hace décadas por ende ayudan a la economía e ingresos propios de una país. .

2.1.2 En Ecuador

El Ministerio de Turismo (2017), concluyó que el descenso que sufriera el turismo en el país tuvo varios factores exógenos, por un lado la injerencia de la apreciación del dólar y la devaluación de la moneda en Perú y Colombia que los condujo a ser destinos económicos, y por otra parte el azote de virus como: zika, dengue, la actividad volcánica, sismos, entre otros. Para el año 2017, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC reportó un total de 1'608.473 personas que visitaron el país, presentando un 13.41% de crecimiento de visitas en comparación con el año 2016, con un promedio porcentual de visitas en orden decreciente de -8.2%. Según la estacionalidad, los meses de julio y diciembre mostraron un movimiento migratorio importante, mientras que por destinos fueron Quito, Tulcán, Guayaquil y Huaquillas los más visitados ese año. Mientras que las vías usadas con mayor frecuencia fueron la aérea con el 57,65% del total de los movimientos, seguido por el 38,92% correspondiente a vía terrestre.

Para este primer cuatrimestre del 2018, las visitas de turistas se han ido incrementando en comparación con el mismo periodo del año 2017, actualmente se registran 751.814 llegadas con un 52% de crecimiento respecto al mismo periodo del año 2017 en el que se generó un aproximado de 1.663 millones de dólares y representó un crecimiento de 14.8% frente a las llegadas del 2016.

LLEGADAS PROVISIONALES



751.814 Llegadas 52% de crecimiento respecto al mismo período del año 2017.

Ingreso de divisas



Figura 1 Llegadas provisionales

Fuente: Ministerio de Turismo (2018)

En lo que respecta a alojamiento, las cifras del Ministerio de Turismo, reporta para lo que va del 2018, que los turistas prefieren hospedajes de 5 estrellas con una tarifa promedio de \$ 117,4 la habitación y de 4 estrellas con una tarifa promedio de \$ 74,5 la habitación. La tasa de ocupación es de 51,7 % y de 45,3 % respectivamente.

ALOJAMIENTO*

• 5 ESTRELLAS

2018 Marzo
USD 117,4 TARIFA PROMEDIO $\hat{=}$ Crecimiento **36,1% VS. 2017**

2018 Marzo
51,7% TASA DE OCUPACIÓN $\hat{=}$ Crecimiento **0,9% VS. 2017**

*Indicadores de alojamiento con representatividad nacional, no incluyen la provincia de Galápagos.

• 4 ESTRELLAS

2018 Marzo
USD 74,5 TARIFA PROMEDIO $\hat{=}$ Crecimiento **23,1% VS. 2017**

2018 Marzo
45,3% TASA DE OCUPACIÓN $\hat{=}$ Crecimiento **12,4% VS. 2017**

Figura 2 Indicadores de alojamiento nacional

Fuente: Ministerio de Turismo (2018)

Guayaquil recibió la visita de 504.175 turistas, con una tendencia creciente del 2 % sobre el año anterior. Un total de 193.591 visitantes fueron ecuatorianos que corresponden al 38,40% mientras que 310.584 eran extranjeros.

Tabla 1
Indicadores de Llegadas de Guayaquil

Nacionalidad	Viaje	Viaje %
Ecuatoriano	193,591	38,40%
Extranjero	310,584	61,60%
Año 2017	504,175	

Fuente: *Ministerio de Turismo (2018)*

2.1.5 Historia del hotel Hm Internacional

La compañía BASFUE S.A, para septiembre del año 2009, propone el proyecto denominado HOTEL HM INTERNACIONAL “Hotel de Lujo”, que contaría con 5 pisos y con 51 habitaciones, restaurante, piscina, gimnasio y 3 salones de eventos que se dividen en dos, con capacidad para 20 personas y un gran salón de eventos que puede acoger hasta 200 personas. Este proyecto Hotel HM International, culmina su construcción de la primera fase en Febrero del 2011, fecha en la cual abre sus puertas al mercado hotelero guayaquileño, inicialmente con 21 habitaciones y el restaurante. (Riera & Naranjo, 2013).



Figura 3 Panorámica del HM internacional

Fuente: HM International (2018)

Posteriormente en el mes de Octubre del 2011, se habilita el tercer piso del hotel con 10 habitaciones más, quedando en ese entonces con 31 habitaciones. Hasta la actualidad solo se ha habilitado hasta el cuarto piso, alcanzando un total de 43 habitaciones para ofrecer el servicio de hospedaje.

Dentro de sus servicios cuenta con habitaciones equipadas con Televisor LCD, Caja fuerte, Cafetera, Radio-reloj, Secador de cabello, Acondicionador de aire ecológico, Internet inalámbrico, 3 áreas de lobby con facilidades de internet, teléfono y recursos audiovisuales, restorán con cocina nacional e internacional, salones de eventos con excelentes recursos de audio y sonido, un bar lounge para compartir con amigos, un gimnasio dentro de sus instalaciones que podrá disfrutar durante su estadía y un shop donde se cuenta con un stock de alimentos, bebidas y productos de higiene personal.

Su misión y visión están determinada en el siguiente slogan: “Nuestro objetivo su comodidad, Nuestra meta la Excelencia.” (HM International, 2018)

2.1.6 Evaluación de la gestión del personal.

Desde la visión de progreso turístico que tiene Guayaquil, reconocida internacionalmente como un modelo de desarrollo, se ha hecho meritorio de que cada empresa u organización aporte con su esfuerzo laboral para brindar el mejor de los servicios para propios y extraños. Desde este contexto diversos entes del Estado como el GAD Municipal, Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, entre otros; y el sector privado han unido esfuerzo y desplegado un amplio abanico de posibilidades para que los ciudadanos sean también un modelo de convivencia, desde lo social, lo económico y agentes de cambio en todo sentido. (Capital Humano , 2017)

Es así que la industria hotelera de la ciudad se ha enfocado en trabajar en el bienestar de su personal para a su vez llegar a ser referentes en el servicio prestado, lo cual hace de cada estadía una experiencia inolvidable. Por otra parte, el Gran Guayaquil evoluciona a pasos agigantados que reconoce, valora y empuja las iniciativas ciudadanas como parte del desarrollo de la identidad de esta ciudad y es necesario que se incorpore dentro de esta investigación la evaluación correspondiente a la gestión del personal para implementar un

proceso que apoye la gestión hacia el cliente y finalmente buscar soluciones a los conflictos mayores.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Hotel

Para la Real Academia de la Lengua (RAL, 2018), hotel se define como un Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros.

A continuación citamos el criterio de dos expertos alemanes de nuestro tiempo: Haussler y Stradner.

La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas. Ni siquiera aquellos lugares que tienen abundancia de recursos naturales y culturales pero no cuentan con establecimientos en los que comer y alojarse consiguen desarrollar un turismo importante. Su aparición tiene lugar en relación muy estrecha con la aparición de estos establecimientos (Häussler, 1930).

El alojamiento y la comida juegan en el turismo un importante papel. Así como la población de cada Land vive en él porque tiene donde hospedarse, del mismo modo los forasteros cuentan en su patria con idénticos servicios y tendrán pocos motivos para quejarse (...) (Stradner, 1917)

La buena voluntad se encuentra en cualquier parte, pero todavía falta en muchos sitios la comprensión de las necesidades de los forasteros. No se sabe con exactitud cuándo se construyó el primer hotel de la historia. Sin embargo, se suele determinar el siglo XIX como el inicio de la industria hotelera. La Revolución Industrial supuso un punto de inflexión. Aparecieron los albergues, la mayoría en Inglaterra, ofreciendo un gran servicio. Existían rutas que unían la capital con las ciudades más importantes. Los albergues se situaban a lo largo de estos caminos (Hotel Olid, 2018).

A partir de estos conceptos Socorro (2012), menciona como se dividen los establecimientos hoteleros, el cual son los siguientes: Apartamentos turísticos,

campings, hoteles, pensiones, balnearios, time sharing, establecimientos de turismo rural, viviendas vacacionales.

2.2.2 Administración hotelera

Según la publicación de Gestión y Administración (2017), el concepto de administración hotelera:

Se encuentra inicialmente limitada a la planificación y a la distribución eficiente de todos los fondos necesarios para cubrir aquellas operaciones que le corresponden a un negocio empresario de este estilo (prr. 1).

Según Ascanio (2011), la administración hotelera debe incorporar:

Teoría administrativa y financiera para resolver problemas prácticos, además, expone los asuntos que todo gerente debe conocer sobre la gestión hotelera, con un sentido integral de la actividad, es decir, la excelencia en la gestión, la necesidad de generar productos innovadores para lograr la calidad con rendimiento, el conocimiento profundo del cliente, la importancia de la comunicación y el mercadeo (p. 5).

El turismo en la última década, ha tenido un crecimiento agigantado como actividad económica, esto llama la atención a muchos emprendedores el cual buscan nuevas oportunidades en el entorno hotelero. Si bien es cierto los hoteles han existido hace mucho tiempo, la tecnología a influenciado a que surgen nuevos métodos eficaces y eficientes para la operatividad administrativa en la hotelería.

De manera que, la administración hotelera en la actualidad cuenta con un sin número de sistemas que pueden ser aplicables para la gestión financiera ya que en lo general tenemos que prestarle mucha atención para la formulación de presupuestos de activos y agendar inversiones que busquen el crecimiento del mismo. (Gestion y administración, 2017)

Para Santomá, Vila, & Costa (2008), la administración hotelera debe fundamentarse en:

...principalmente la presencia de siete áreas de gestión: gestión de los recursos humanos, gestión de la información sobre clientes, gestión de marketing estratégico, gestión interna de la calidad, gestión interna de la cadena hotelera, gestión estratégica de la calidad y gestión estratégica de la cadena hotelera (p. 1).

En toda administración hotelera existen dos ejes importantes como meta, por un lado se trata de cuidar el bienestar económico de la empresa, tomando en cuenta el valor monetario, el cual se cuenta y el otro velar por la satisfacción de los empleados pensando en que son ellos quienes atienden a nuestros clientes creando así un bienestar común.

2.2.3 La recepción como corazón del Hotel

La recepción en un hotel, constituye uno de los principales departamentos en una empresa hotelera ya que en esta se crean relaciones con clientes así también con asociados de la empresa. Tomando en cuenta esto con un organigrama clásico de una empresa hotelera, los departamentos se unifican según el alojamiento (Pisos, recepción y mantenimiento); y alimentos & bebidas, que conforman bar, restaurante y cocina. Mencionado esto todas las funciones que realizan cada departamento son de mucha importancia, ya que según esto dependerá la operatividad de todos los servicios que ofrece nuestra empresa turística. (Adillón, 2012)

Según Adillón la recepción de un hotel es importante por lo que se menciona a continuación: (Adillón, 2012)

- Es el departamento que ayuda a nutrir al hotel con clientes y garantizar una buena ocupación.
- Es la carta de bienvenida del cliente sea de manera presencial o no presencial (Vía correo o telefónica).
- Asiste con departamentos administrativos.
- Encargado de asistencia a clientes, requerimientos, sugerencias.

- Ofrece ayuda y brinda información a clientes de todos los servicios del establecimiento hotelero.

2.2.4 Gestión del personal

Según Rodríguez (2013), menciona que la Gestión de Recursos Humanos es la técnica administrativa aplicada a la suma de dedicación, el ejercicio diario, el cuidado mental, las destrezas, etc., del individuo que aporta a la organización de una empresa, alcanzado cubrir las necesidades el entorno habitual para un bien común. Se mencionan tres aspectos los cuales son: planificar, estructurar y desarrollar toda actividad que impulse el desarrollo del individuo.

Para Maraví (2018), que fundamenta su teoría en la importancia entre el empleado y el cliente, donde afirma que existe una perfecta relación simbiótica, basada en buscar la satisfacción del cliente y al mismo tiempo buscar la satisfacción del trabajador, considerando que ambos son piezas fundamentales para el crecimiento de la organización. La importancia de uno supone la importancia del otro. Por ello, se sugiere calificar a los trabajadores como "clientes internos" -y tratarlos como tales: "clientes", permitiendo que su gestión sea un factor clave para el crecimiento de la organización

Idalberto Chiaveno (2009) afirma al respecto de la gestión del talento humano que:

...ahora se habla de administración de las personas, con un enfoque que propende a individualizar a las personas y a verlas como seres humanos dotados de habilidades y capacidades intelectuales. Sin embargo, la tendencia actual va más allá y hoy se habla de administrar con las personas; es decir, de una administración que se refiere a la organización y también a sus colaboradores y asociados internos, que son quienes más entienden de ella, de sus negocios y de su futuro. Se trata de una nueva visión de las personas, ya no como un recurso de la organización, como objetos serviles o simples sujetos pasivos del proceso, sino fundamentalmente como sujetos activos que toman decisiones, emprenden acciones, crean innovaciones y agregan valor a las organizaciones. Es más, la persona es vista como un agente proactivo, dotado de visión propia y, sobre todo, de inteligencia, que

es la mayor de las habilidades humanas, la más avanzada y sofisticada. (p. 10)

2.2.5 Evaluación de personal

Según Parra (2009), la evaluación del desempeño sirve como indicador de la calidad de la labor del profesional de recursos humanos, obedeciendo el diseño del sistema como sus procedimientos hacia la responsabilidad del profesional de recursos humanos, quien seleccionará la metodología a utilizar considerando los objetivos del mismo. Si el objetivo consiste en evaluar el desempeño durante el pasado y en la concesión de sanciones y reconocimientos, es probable que se prefieran enfoques de carácter comparativo. Si lo que se busca es optimizar la gestión del recurso humano, quizás deban emplearse métodos basados en resultados.

Este autor determina que luego de establecer los criterios de desempeño, el evaluador hace una descripción de los resultados del empleado evaluado, además de que se hayan realizado revisiones periódicas, tanto de los criterios de trabajo inherentes a cada tarea, como de los objetivos en forma separada. Esta evaluación busca mejorar la práctica, desarrollar habilidades, permitir la distribución de recompensas y el conocimiento del potencial del trabajador. Las acciones a cumplir son: evaluación del cumplimiento general de los criterios de servicio, evaluación del logro específico de los objetivos, revisión de los logros especiales alcanzados y establecer el plan de mejoras para el desarrollo del trabajador.

Por su parte, Sánchez y Calderón (2012) concuerdan en que la planificación del proceso de evaluación debiera involucrar a todos y cada uno de los aspectos relacionados, debido a que se establece el cómo, quién y cuándo se ejecutarán los planes para alcanzar los objetivos planteados. Esta etapa del proceso hace necesario que se introduzca en el tema y busque toda la información relevante, de modo que sepa cuáles son los riesgos que enfrenta y que, por lo tanto, debe intentar aminorar, precisamente a través de la planificación. Es por esto que resulta imprescindible que la organización, una vez que reconoce la necesidad de realizar la evaluación del desempeño y decide implementar un sistema, recopile información respecto a todo el proceso. Una vez conocida esta

información y divisado el escenario al que se puede enfrentar, la organización debe realizar la planificación del proceso, de modo que se pueda satisfacer efectivamente sus necesidades.

En conclusión, la evaluación de desempeño es una herramienta orientada hacia la organización integral, con la consigna de que sus clientes internos y externos obtengan la mejor experiencia y su rendimiento o estadía sea lo mejor, haciéndose necesario para ello una planificación previa donde se debe recopilar información relevante a ser analizada posterior a implementar técnicas de evaluación.

2.2.6 Manual de procedimientos

La UNAM (2016), define al manual de procedimientos como un instrumento administrativo que apoya el quehacer cotidiano de las diferentes áreas de una empresa, dentro de los cuales existen, metódicamente las acciones como las operaciones que deben seguirse para llevar a cabo las funciones generales de la empresa, incluyendo además una técnica sobre la que puede lograr un seguimiento adecuado y secuencial de las actividades programadas y en un tiempo definido.

Dentro de la conceptualización de procedimientos, UNAM afirma que estos son una sucesión cronológica y secuencial de un conjunto de labores concatenadas que constituyen la manera de efectuar un trabajo dentro de un ámbito específico determinando actividades, tareas, tiempos, recursos que pueden ser materiales, tecnológicos y financieros que desde la aplicación metódica del trabajo y de control se pueda lograr un eficiente desarrollo en las operaciones hoteleras o de cualquier tipo de empresa.

Para Entrepeneur (2017) un manual de procedimientos es una herramienta que permite el funcionamiento de la empresa, además de ser un medidor de procesos. Entre los aspectos a considerar se tienen que definir la estructura del mismo, identificar el público y proceso hacia el que estará dirigido, los contenidos y el tipo de lenguaje que debe ser utilizado y a qué tipo de proceso se va a enfocar. Además se requiere saber si necesitará elaborar sub-manuales o guías operativas para cada caso, definir las políticas que van a delimitar el desempeño

de cada individuo, identificar los principales procesos del negocio, que habrás de plasmar en los documentos, redactar el manual de una manera ágil, dinámica, concreta y accesible. Usando elementos gráficos y visuales, revisar los manuales operativos al menos una vez al año, debe encadenarse a los objetivos de la organización en general.

Los manuales de procedimientos son un apoyo a todo el proceso administrativo ya que están considerados como elementos fundamentales para la coordinación, dirección, evaluación y el control de la empresa y la relación que debe existir entre cada área que la conforma. Así también, es importante que los manuales sean socializados con las personas responsables de las tareas y actividades, a fin de que conozcan a detalle su contenido y lo lleven a cabo. La utilidad de los manuales de procedimientos y organización radica en la veracidad de la información que contienen, por lo que es necesario mantenerlos permanentemente actualizados, a través de (Castañeda, 2010).

Según Franklin (1998), entre otras utilidades del manual de procedimiento se mencionan:

- Es una guía de los procesos internos que se deben ejecutar para lograr el cumplimiento de tareas.
- Complementan la capacitación del puesto de trabajo ya que contienen el paso a paso de lo que tiene que ejecutarse en el proceso.
- El personal puede acceder a absolver sus dudas al respecto de una actividad a través del manual físico.
- Es una base de medición para tiempos en los procesos que se han establecido y continuar con una mejora de procesos.
- Permite conocer y controlar el cumplimiento de todas las tareas necesarias y críticas para lograr el objetivo.
- Establece las personas responsables de los productos o servicios de la organización, evitando el doble esfuerzo o la falta de operación.
- Es un marco que puede llegar a sustentar las diversas evaluaciones de personal y de carga laboral que se presentan en la empresa.

- Genera equipos laborales de alto rendimiento ya que el manual de procedimientos le da claramente sus tareas y la medición de las mismas.
- Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

2.2.6.1 Conformación Del Manual

El manual de procedimientos tiene etapas que deben de cumplirse así lo menciona Franklin (1998) en su libro, previo a su realización; tal como se describe a continuación:



Figura 4 Etapas de manual de procedimiento

Elaboración: *Propia en base a Organización de empresa: diseño, análisis y estructura*

a) IDENTIFICACIÓN

El manual empieza con los datos generales de identificación del documento, tal como se muestra en la figura: logotipo, nombre de la organización, del tipo de manual, del departamento o área, fecha de creación, modificación o revisión y la firma de aprobación.

DESCRIPCIÓN DE UNIDAD.

	Manual de Organización Departamento de Costos	CÓDIGO:
		EDICIÓN:
		REVISIÓN:
ELABORADO:	REVISADO:	APROBADO:
DESCRIPCIÓN DE UNIDAD.		

Figura 5 Identificación

Fuente: Gobernación de Bolívar

b) ÍNDICE O CONTENIDO

Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.

Índice

Introducción.....	2
Corpus sobre la dependencia.....	2
Índice temático de la esclavitud y las relaciones de dependencia.....	2
Aspectos sociales del reinado de Alejandro Magno.....	2
La sociedad macedonia en el siglo IV.....	2
Transformaciones sociales durante el reinado de Alejandro Magno.....	2
Esclavitud y la dependencia personal en el índice temático.....	2
Las fuerzas productivas.....	2
Las relaciones de producción.....	2
Las prácticas sociales.....	2
Prácticas y sistemas ideológicos.....	2
Conclusiones.....	2
Bibliografía.....	2

Figura 6 Contenido de índice

Fuente: Gobernación de bolívar

c) PRÓLOGO Y/O INTRODUCCIÓN

El prólogo es una breve descripción del área de aplicación del manual, su contenido y lo que se espera con la implementación de dicho manual.

d) OBJETIVOS DE LOS PROCEDIMIENTOS

Se debe detallar la causa que se persigue al momento de ejecutar el procedimiento.

e) ÁREAS DE APLICACIÓN Y/O ALCANCE DE LOS PROCEDIMIENTOS

Es la descripción de hacia donde se relaciona el proceso descrito con todas las demás área de la investigación.

f) RESPONSABLES

Personas, equipos que han sido designados para llevar el proceso y sus resultados.

g) POLÍTICAS O NORMAS DE OPERACIÓN

Dentro de este segmento se detallan todas las normas que permiten garantizar la consecución del objetivo institucional, que deberá ser ligado al objetivo del procedimiento.

h) CONCEPTO

Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

i) PROCEDIMIENTO

Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo.

j) FORMULARIO DE IMPRESOS.

Formas impresas que se utilizan en un procedimiento, las cuales se intercalan dentro del mismo o se adjuntan como apéndices.

k) DIAGRAMAS DE FLUJO.

Representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita.

Además, suelen hacer mención del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas representados en forma sencilla y accesible en el manual, brinda una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, es aconsejable el empleo de símbolos y/o gráficos simplificados.

I) GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos, que sirven de apoyo para su uso o consulta.

Procedimiento general para la elaboración de manuales administrativos:

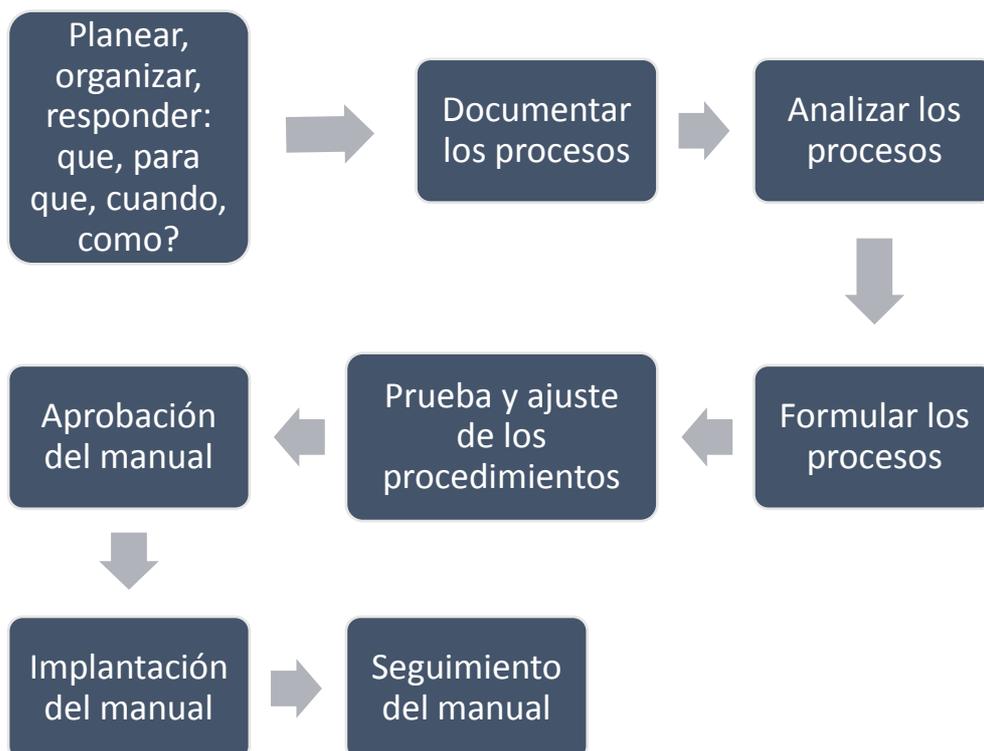


Figura 7 Procedimiento general para la elaboración de manuales administrativos

Fuente: Franklin (1998)

2.2.7 Encuestas de opinión de clientes

Según Joan Font Fàbregas y Sara Pasadas del Amo (2016) las encuestas de opinión se presentan en cada cosa cotidiana que se realiza un momento del día, ya que lo que se recibe o forma parte del mercado está siendo debatido en diferentes contextos que nos rodean, dando diversos enfoques al valor que se recibe como resultado de una preferencia que se esté manejando.

Dennis Kavanagh (1994) afirma que:

Una condición necesaria de los estudios de mercado y de opinión, que puede fácilmente pasar inadvertida, es la libertad para poder entrevistar a la ciudadanía y difundir los resultados de las encuestas relacionadas con las posiciones políticas y las intenciones de voto.

La clientela de las encuestas de opinión es variable. Toda ella tiene, presumiblemente, un interés compartido por descifrar el contenido de la opinión pública, pero sus objetivos difieren. Al editor de un periódico, por ejemplo, le interesa ante todo un golpe noticioso; las encuestas parecen constituir una fuente creciente de material periodístico en tiempo de elecciones. (p. 149)

Las encuestas de opinión dan una visión de cambios importantes en la opinión pública de un país atendiendo aspectos socio económico, ambiental. Y cada vez son mayores las variedades de temas donde se las utiliza. Entre la información que recurrentemente se utiliza se encuentra: deseos y necesidades del público, pensamientos o percepciones de la gente, necesidades del mercado, problemática actual que lo tribula. Estas pueden llevar resultados alrededor del mundo, haciendo diferencia de opinión entre zonas geográficas distintas.

Los sondeos o encuestas son una herramienta única que puede dar acceso a varios aspectos de un negocio y que permite planear soluciones para el futuro. Además permite obtener respuestas incluso anónimas de varias personas. Las encuestas de opinión son una herramienta de investigación de mercado que le permite a las empresas obtener opiniones sobre cualquier tipo de tema, incluso de temas personales, políticos y sociales. Se pueden llevar a cabo a través de una llamada telefónica, emails o incluso se puede incrustar en una página web.

También puedes realizar una encuesta de opinión a través de redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn (QuestionPro, 2018).



Figura 8 Tipos de encuestas de opinión

Fuente: Questionpro (2018).

2.3 Marco contextual

Cristina Inca (2017) en su tesis denominada “Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del hotel camino real” aplicó encuestas a los huéspedes, y una entrevista al Gerente del hotel; la información adquirida fue clave a la hora de diseñar la propuesta, tuvo el objetivo de definir los procedimientos generales y detallados del departamento de recepción para una adecuada gestión de calidad, establecer los grupos de trabajo para cada procedimiento, diseñar un manual de gestión de calidad para el hotel “Camino Real”.

Eder Cruz (Cruz, 2016), en su tesis denominada “Manual de procedimientos para el departamento de recepción y manual de puestos para el Hotel Arenal Manoa, La Fortuna de San Carlos”, propone brindar al Hotel dos herramientas

administrativas para el desarrollo de la empresa, concluyendo que la existencia de un Manual de Procedimientos para el Departamento de Recepción en el Hotel Arenal Manoa, permitirá el fácil acceso a las descripciones detalladas de las operaciones y trámites generales realizados dentro del área de Reservas y Front Desk, especialmente en el manejo de estos; lo que proporcionará un método para la ágil comprensión de los mismos y evitará confusiones por el no conocimiento de las tareas específicas de cada clase de puesto.

Giovana Cama (CAMA, 2013) presentó su estudio sobre los “Procedimientos de recepción y sus niveles de satisfacción en hoteles tres estrellas – ciudad de Puno, 2013”, el mismo que tuvo el objetivo de estandarizar actividades sobre la existencia del manual de procedimientos que tiene su impacto en los niveles de satisfacción del turista. Los procedimientos que se mencionan en dicha investigación son los del proceso de recepción que incluye: reserva, alojamiento (cobro), check in (bienvenida), servicios de atención directa al cliente, check out, auditoria de salida. Su conclusión es que la satisfacción del huésped no incide en la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción. La aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción puede mejorar la percepción de eficiencia en el servicio, pero no determina la satisfacción del huésped.

Diana Valle, en su tesis denominada “Propuesta para el diseño de un manual de procedimientos para el departamento de Recepción del Hotel Tamanaco InterContinental”, que tuvo el objetivo principal de desarrollar una propuesta para la creación de un manual de procedimientos, se considera que la ausencia de un manual de procedimientos implica una falta de uniformidad en la manera en que se realizan los procesos. Se concluyó considerar que la ausencia de un manual de procedimientos implica una falta de uniformidad en la manera en que se realizan los procesos. Además al ser una herramienta de consulta y entrenamiento se convierte en un material valioso para el departamento en términos de mejora de los recursos humanos y capacitación de los nuevos ingresos.

Catherine Angélica Auquilla y David Sebastián Capelo (Auquilla Saquicela & Capelo, 2015) en su tesis “Manual de procesos operativos del departamento

de hotelería, aplicado al hospital universitario del río de la ciudad de Cuenca”, que tiene el objetivo de mejorar la calidad en la atención al cliente o paciente y sus familiares, garantizando el bienestar en su estadía, concluyo que se necesita contar con una estructura organizacional adecuada y eficaz para el manejo de las actividades y responsabilidades que conlleva dicho departamento.

En referencia al Hotel HM Internacional se han realizado investigaciones como la desarrollada por Riera y Naranjo denominada “Propuesta de un Modelo de Sistema de Gestión de Calidad, basado en la Norma ISO 9001:2008 en el Hotel HM Internacional” (Riera & Naranjo, 2013), mediante la observación se obtuvo la descripción de la situación de las actividades, objetos, procesos y personas del hotel, además se expuso y se resumió la información de manera cuidadosa se analizaron minuciosamente los resultados, a fin de extraer e identificar los puntos de mejora en los procesos en cumplimiento de las normas.

2.3 Marco legal

Constitución de la república del Ecuador

Publicada en el registro oficial no. 449, 20 de octubre de 2008

TITULO I

Elementos Constitutivos del Estado

CAPITULO PRIMERO

Principios fundamentales

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

Art. 2.- La bandera, el escudo y el himno nacional, establecidos por la ley, son los símbolos de la patria.

El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas 27 ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respetará y estimulará su conservación y uso.

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: 1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes. 2. Garantizar y defender la soberanía nacional.

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

TÍTULO VII

REGIMEN DEL BUEN VIVIR

SECCIÓN TERCERA

Seguridad social

Art. 367.- El sistema de seguridad social es público y universal, no podrá privatizarse y atenderá las necesidades contingentes de la población. La protección de las contingencias se hará efectiva a través del seguro universal obligatorio y de sus regímenes especiales. El sistema se guiará por los principios del sistema nacional de inclusión y equidad social y por los de obligatoriedad, suficiencia, integración, solidaridad y subsidiaridad.

Art. 368.- El sistema de seguridad social comprenderá las entidades públicas, normas, políticas, recursos, servicios y prestaciones de seguridad social, y funcionará con base en criterios de sostenibilidad, eficiencia, celeridad y transparencia. El Estado normará, regulará y controlará las actividades relacionadas con la seguridad social.

Art. 370.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, entidad autónoma regulada por la ley, será responsable de la prestación de las contingencias del seguro universal obligatorio a sus afiliados. La policía nacional y las fuerzas armadas podrán contar con un régimen especial de seguridad social, de acuerdo con la ley; sus entidades de seguridad social formarán parte de la red pública integral de salud y del sistema de seguridad social.

SECCIÓN UNDÉCIMA

Seguridad humana

Art. 393.- El Estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. 29 a planificación y aplicación de estas políticas se encargará a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno.

Ley de Turismo

Ley 97 del registro oficial suplemento 733 de 27 de diciembre del 2002, la cual tuvo su última modificación el 29 de diciembre del 2014 menciona que:

Art 1.-La presente Ley de turismo tiene como objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ministerio de turismo, 2014)

Así mismo, determina el concepto de turismo como:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Ministerio de turismo, 2014)

Reglamento general de actividades turísticas

Por decreto ejecutivo 3400 se registró oficialmente el 17 de diciembre del 2002 el reglamento general de actividades turísticas, siendo su última modificación el 16 de septiembre del 2102. (Ministerio de turismo , 2012)

Este reglamento permite establecer el funcionamiento de las actividades turísticas desarrolladas en el país, en el caso de los alojamiento, permite determinar, en su artículo 1, el concepto de lo que es un alojamiento que lo determina como:

...los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintiva de la estrella, en cinco,

cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En cuanto al funcionamiento apropiado de los hoteles, se debe cumplir con ciertas características y condiciones, respecto a las estrellas que se les ha otorgado.

En cuanto al Hotel HM Internacional, se encuentra categorizado como de 3 estrellas, y la Ley identifica claramente dentro de su artículo 12 sobre los hoteles de tres estrellas, que deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción y conserjería, permanentemente atendido por personal experto. El Jefe de Recepción conocerá los idiomas español e inglés. Los demás recepcionistas y el Capitán de Botones deberán tener conocimientos básicos de algún idioma extranjero. El Capitán de Botones, los ascensoristas, los mozos de equipajes y los botones o mensajeros, dependerán de la recepción;

b) De pisos, para mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación; estará a cargo de una Ama de Llaves ayudada por las camareras de pisos. El número de camareras dependerá de la capacidad del establecimiento, debiendo existir al menos una camarera por cada diez y seis habitaciones;

c) De comedor, que estará atendido por el Maitre o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario, según la capacidad del alojamiento, con estaciones de ocho mesas como máximo.

Los jefes de comedor, además de conocer el idioma español, tendrán conocimientos básicos del inglés. El menú del hotel permitirá al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos.

El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido, de no existir el personal específicamente destinado a tal efecto, por el del comedor.

d) Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz. Los encargados de este servicio deberán hablar el español y tener, además, conocimientos de inglés;

e) De lavandería y planchado para atender el lavado y planchado de la ropa de los huéspedes y de la lencería del alojamiento. Este servicio podrá ser propio del alojamiento o contratado; y,

f) Botiquín de primeros auxilios.

Plandetur 2020

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 (Mintur, 2013) relacionados a la presente investigación e incorporados para ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.

8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

Por otra parte, el PlandeTur 2020, especifica claramente la relación de las Ley de turismo y los acuerdos internacionales y afirma que toda la actividad del turismo, una vez integrada con los criterios de sostenibilidad, deberá buscar que cualquier desarrollo esté orientado a mejorar la competitividad del destino en su conjunto y de los distintos destinos interiores del país. De forma paralela deberá

fomentar las actividades que tiendan a elevar la situación competitiva y definir elementos diferenciales en los cuales pueda ser líder indiscutible. Esta política se orienta al desarrollo de la oferta en un proceso, que al principio contribuya a alcanzar ciertos niveles de estándares internacionales, y a largo plazo lleve a desarrollar nuevos estándares donde se integre el valor local y la sostenibilidad como diferenciales competitivos, y así conseguir el liderazgo y la mejora continua.

Plan toda una vida

Según la Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES, el Plan Nacional del buen Vivir se cambió a uno denominado Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 – Toda una vida (SENPLADES, 2017), que generó 3 ejes de desarrollo:

- Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida,
- Eje 2: Economía al servicio de la sociedad,
- Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.

Estos 3 ejes, se apalancan en el desarrollo del ser humano como principio y fin, pasando por un proceso de garantías económicas, alimentarias, desde el ejercicio de una sociedad participativa que mejore el Estado desde su aporte. Fortalecer la oferta turística como fuente nacional dentro del **Eje 3: Mas sociedad, mejor estado; Objetivo 9: *Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.***

2.5 Marco conceptual

La definición de términos consiste en dar a entender ciertas expresiones o palabras de difícil comprensión para evitar confusiones en su significado

Amenities

Son los artículos de acogida para que el cliente utilice durante su estancia, como productos de aseo. (Hotelería, 2013)

Bitácora

Registro de actividades, problemas, eventos o quejas. (Hotelería, 2013)

Camarera

Persona encargada de la limpieza y puesta a punto de la habitación para su nuevo uso. (Hotelería, 2013)

Cambio de habitación

Transferir un huésped de una habitación a otra. (Hotelería, 2013)

Check in

Proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Se realiza en recepción a la llegada del cliente donde se registran sus datos personales, se le asigna un número de habitación y se hace entrega de la llave. (Hotelería, 2013)

Check out

Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos. (Hotelería, 2013)

Cuenta

Cargo o pago registrado a nombre de un cliente, se dice cuenta maestra cuando es enfocada a un grupo. (Hotelería, 2013)

Cuenta por cobrar

Cuenta en que los cargos son a crédito, cantidad que adeuda al cliente al hotel. (Hotelería, 2013)

Day use

Uso de una habitación o similar durante un periodo corto de tiempo. (Hotelería, 2013)

Departamento administrativo

Departamento de contabilidad, procesos de información y elaboración de informes, auditoría de ingresos, cuentas por cobrar y pagar, auditoría de calidad, compras. (Hotelería, 2013)

Disponibilidad

Número de habitaciones disponible para venta en día específico. (Hotelería, 2013)

Front Desk

Lugar del lobby donde está ubicada la recepción. (Larraiza, 2015)

Hoja de registro

Una hoja de planilla o formulario en la que los huéspedes que llegan registran sus nombres, direcciones y otros detalles, incluida la nacionalidad, el propósito de la visita, formas de pago y la duración de la estancia. Un espacio también está disponible para tarifa, firma y número de habitación. (Hotelería, 2013)

Huésped

Persona que se hospeda en un hotel cubriendo la tarifa asignada. (Hotelería, 2013)

Ocupación

Porcentaje de habitaciones disponibles que fueron vendidas durante un periodo específico de tiempo. La ocupación se calcula dividiendo el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles. (Hotelería, 2013)

Rack de habitaciones

Panel en el que están representadas todas las habitaciones del hotel y que sirve para controlar permanentemente el estado de las mismas (libre, ocupada, bloqueada, etc). (Hotelería, 2013)

Recepción

Este departamento es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación. (Larraiza, 2015)

Rate

Tarifa

Tarifa rack

Máxima tarifa publicada a la cual se puede vender una habitación sin descuento. (Hotelería, 2013)

Walk in

Huésped que llega al hotel sin reserva y al cual se procura vender sobre tarifa rack. (Hotelería, 2013)

Viaje / turismo

El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje (UNWTO, 2018).

Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (UNWTO, 2018).

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Diseño investigativo

El diseño de la investigación es no experimental, debido a que los fenómenos observados serán tomados tal como se dan en su contexto natural, también será de tipo descriptivo porque el fin de estudio es avalar los procesos que lleva a cabo la organización en el departamento de recepción. Se investigarán los problemas que existen en la organización, la cual revelará las funciones de la empresa para posteriormente sugerir soluciones.

3.1.1 Enfoque investigativo

El enfoque que se utilizará para la investigación será mixto. Con el fin de comprobar la problemática del objeto de estudio se desarrollaran técnicas de investigación para obtener información de los procesos que se ejecutan en el departamento y evidenciar las posibles falencias.

3.2 Métodos teóricos

• Método Inductivo – Deductivo

La investigación utiliza el método inductivo porque al realizar las encuestas se obtendrá datos específicos los cuales permitirán obtener una conclusión general del tema; mientras que el método deductivo se efectúa porque de los datos investigados sobre el área de recepción se obtendrá datos relevantes al problema, para luego ser expuesto con claridad.

3.3 Técnicas de investigación

Encuestas

Se procedió a realizar encuestas a clientes del establecimiento para obtener su punto de vista acerca del servicio recibido por el departamento de recepción.

Las encuestas fueron aplicadas con 17 preguntas cerradas y en base al modelo de selección de variables de la escala de Likert. Los temas centrales fueron el servicio ofrecido desde la recepción, servicios de infraestructura en general dentro del Hotel.

Entrevista

Se realizaron entrevistas dirigidas a los trabajadores del área de recepción, para mediante contacto directo definir sus necesidades, preferencias, y a su vez las falencias que se han detectado en los procesos. Las entrevistas fueron realizadas con preguntas cerradas, posteriormente serán utilizados formularios de evaluación de la gestión del personal que fue entrevistado.

Para ello se convocó a un grupo de trabajadores en el área de recursos humanos para brindar características presentes y posibles soluciones. El tema central es la percepción del servicio de recepción orientándose a la mejora continua del servicio.

Observación

Se aplicó la observación directa para el proceso de recepción y percepción de la infraestructura, para contrastar la situación actual en las diversas áreas del hotel y recepción, de esa manera recolectar datos de gran importancia para la presente investigación. Las áreas observadas fueron recepción, habitaciones Lobby, Gimnasio, Restaurante, Bar/Sala Lounge y The shop (tienda); para determinar las facilidades del establecimiento y contrastar con la atención brindada por el personal de recepción.

3.4 Muestra

La muestra para aplicar las encuestas se obtuvo de la población universo "clientes del hotel" considerando los registrados del 2017 que fue visitado por alrededor de 1350 turistas. Se considera además la ocupación mensual que esta alrededor de 110 a 120 turistas mensuales a los que se aplicará la muestra de población finita con 95% de fiabilidad y 5% de error que daría una muestra de 91 personas.

Por lo cual se realizó la fórmula de población finita

Tabla 2

Parámetros de medición en población finita

Simbología	Valores	Descripción
n	n	Muestra
N	1.350	Tamaño de población
p/q	0,5	Desviación estándar, suele utilizarse 0,5
Z	1,96	Nivel de confianza, el 95% es representado en 1,96; el 99% es 2,58
e / i	0,05	Valor de error, que varía entre el 1% que es 0,01 y el 9% que es 0,09

Elaboración: propia

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

Tabla 3

Resolución de muestra en población finita

RESOLUCION DE FORMULA DE POBLACION FINITA					
FORMULA		RESULTADOS		RESULTADO	DE LA
				MUESTRA	
1.350	0,25	3,8416	1296,5400		
1349	0,0025	0,25	3,8416	4,3329	299

Elaborado por: Autor, 2018

Para llevar a cabo las entrevistas se considerará directamente al personal de las 3 jornadas que tiene el hotel HM internacional en el área de recepción, siendo un número total de 4 trabajadores.

3.5 Resultados de la observación

Las instalaciones del HM Hotel tiene una excelente infraestructura, con diversos servicios que hacen de su estancia una gran experiencia, pero se pudo constatar lo siguiente:

Las áreas observadas fueron recepción ya que como objeto principal de estudio ayudo a evidenciar en que está fallando el departamento, recepción cuenta con dos computadoras, una impresora multifunción, dos centrales telefónicas (pbx), vingcard (generador de llaves); en los tres turnos observados tienen diferentes funciones como ejemplo en el turno de la mañana se realiza el check out, en ocasiones los recepcionistas son cordiales pero en otras no, o no entregan factura, en el check in que es el turno de la tarde no indican todos los servicios, y en el turno de la noche solo se remiten a realizar auditoria, con el supervisor de habitaciones se logró evidenciar que en ocasiones no había correcta comunicación para notificar el rack de habitaciones, se corroboró que siempre comunicaban cuando el área del lobby estaba sucio, se informaba a los huéspedes el área del gimnasio horarios de apertura, informaban también los horarios del Restaurante, comunicaban la apertura para el uso del bar/sala Lounge e informaban cuando necesitaba ser abastecido por nuevos productos The shop (Tienda); según esto se podrá determinar las facilidades del establecimiento y contrastar con la atención brindada por el personal de recepción.

3.5. Resultados y procesamiento de datos

3.5.1. De las encuestas a los huéspedes

Datos generales de la población

✓ Género

Tabla 4

Género de la muestra estudiada

Ítems	Frecuencia	%
Femenino	165	55%
Masculino	134	44%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)
Elaborado por: D. Carcelén, 2018

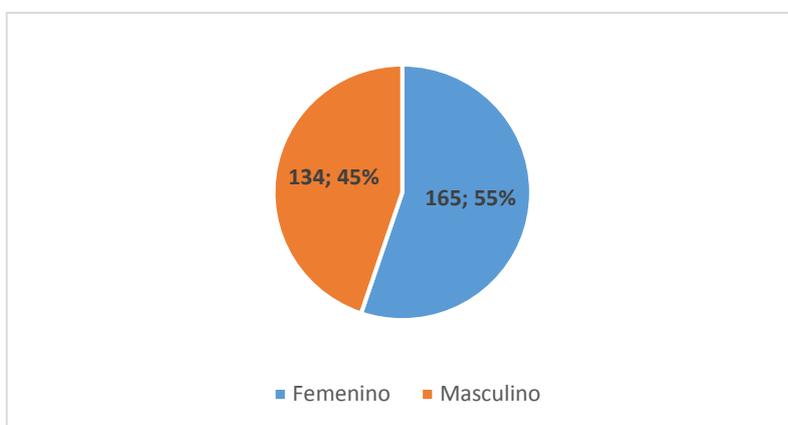


Figura 9 Género de la muestra estudiada

Análisis:

La muestra estudiada está compuesta de un 55% de personas con género femenino y 45% de género masculino, que permite identificar claramente quien es el turista y ajustar el servicio de prestaciones accesorias acorde a esta información preliminar de género.

✓ **Edad**

Tabla 5

Edad de la muestra estudiada

Ítems	Frecuencia	%
menos de 18	34	11%
18 a 25 años	25	8%
26 a 33 años	87	29%
42 a mas	153	51%
Total	299	100%

*Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)
Elaborado por: D. Carcelén, 2018*

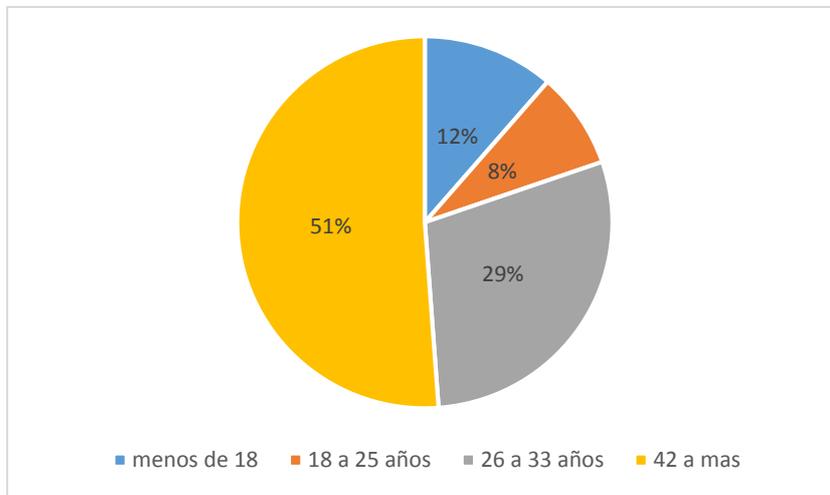


Figura 10 Edad de la muestra estudiada

Análisis:

La muestra estudiada está compuesta por un 51, 17% que corresponden a los que tienen más de 42 años, el 29.10% corresponde a los de 26 a 33 años, el 8,36% que corresponde a los de 18 a 25 años, el de 11,37% que corresponde a los de menos de 18 años. Esta segmentación me permite crear un perfil del visitante para mejorar el proceso de servicio orientado hacia un público específico, en este caso los que mayormente visitan el hotel HM son personas mayores a 40 años.

1.- De la satisfacción general del servicio, como clasificaría los servicios los siguientes aspectos en el hotel:

✓ **Como clasificaría los servicios**

Tabla 6

Experiencia de servicio al cliente

Ítems	Frecuencia	%
Malo	66	22%
Regular	54	18%
Bueno	61	20%
Satisfactorio	79	26%
Excelente	39	13%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

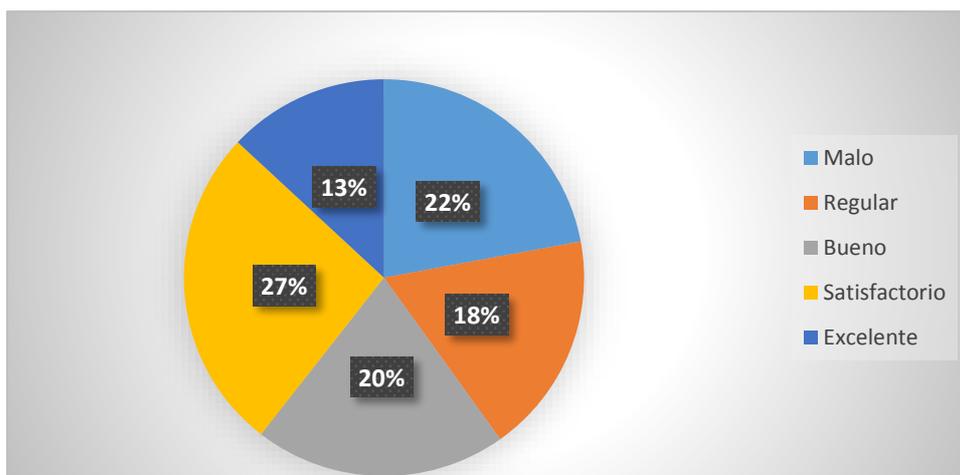


Figura 11 Experiencia de servicio al cliente

Análisis:

Las respuesta sobre la experiencia del servicio al cliente indicaron que el 26,42% lo calificaron como satisfactorio, el 22,07% lo calificaron como malo, el 20,40% lo calificaron como bueno, el 18,06% lo calificaron como regular y el 13,04% lo calificaron de excelente, lo que afirma que se debe mejorar inmediatamente la calidad del servicio al cliente.

✓ Entrega a tiempo del servicio

Tabla 7

Entrega a tiempo del servicio

Ítems	Frecuencia	%
Malo	13	4%
Regular	102	34%
Bueno	79	26%
Satisfactorio	49	16%
Excelente	56	18%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

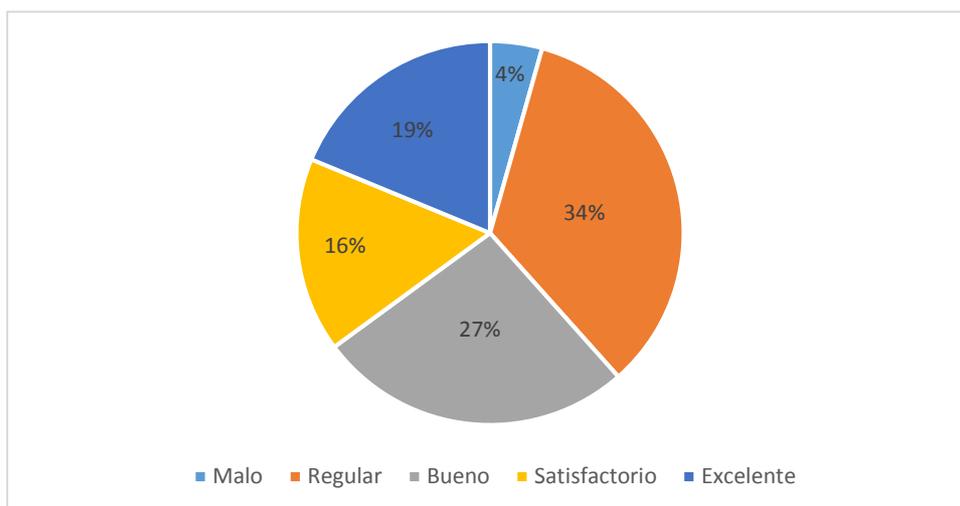


Figura 12 Entrega a tiempo del servicio

Análisis:

Las respuestas acerca del tiempo de entrega, el 34,11% lo calificaron como regular, y el 26,42% lo calificaron como bueno, solo un 19% lo calificaron como excelente, por lo que se podría indicar que el nivel de respuesta en entrega es catalogado como regular por parte de la clientela.

✓ Profesionalismo del personal

Tabla 8

Profesionalismo del personal

Ítems	Frecuencia	%
Malo	50	16,72%
Regular	86	28,76%
Bueno	80	26,76%
Satisfactorio	47	15,72%
Excelente	36	12,04%
TOTAL	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

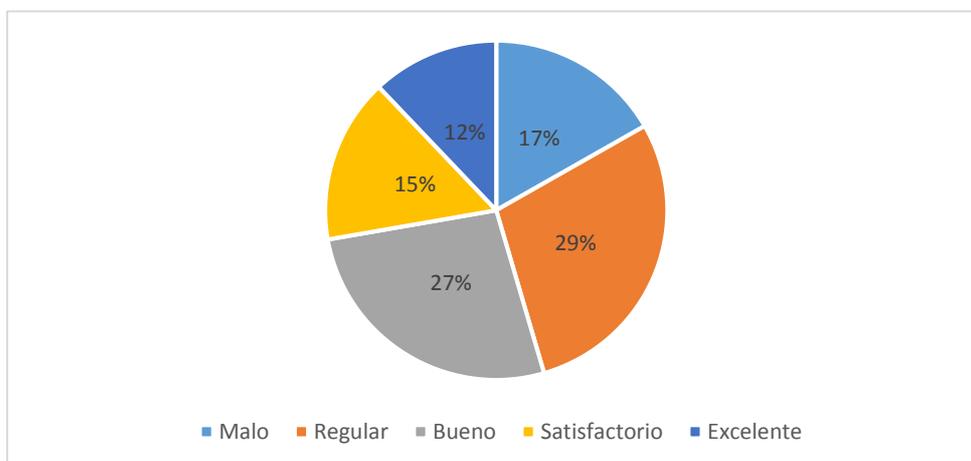


Figura 13 Profesionalismo del personal

Análisis:

Las respuestas obtenidas al respecto del profesionalismo del equipo de servicio al cliente resultaron que el 28,76% lo calificaron de regular, el 26,76% lo calificaron de bueno, el 16,72% lo calificaron de malo, el 15,72% lo calificaron de satisfactorio y solo el 12,04% lo calificaron de excelente.

✓ Experiencia de compra

Tabla 9

Experiencia de compra

Ítems	Frecuencia	%
Malo	45	15 %
Regular	38	13 %
Bueno	66	22 %
Satisfactorio	80	27 %
Excelente	70	23 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

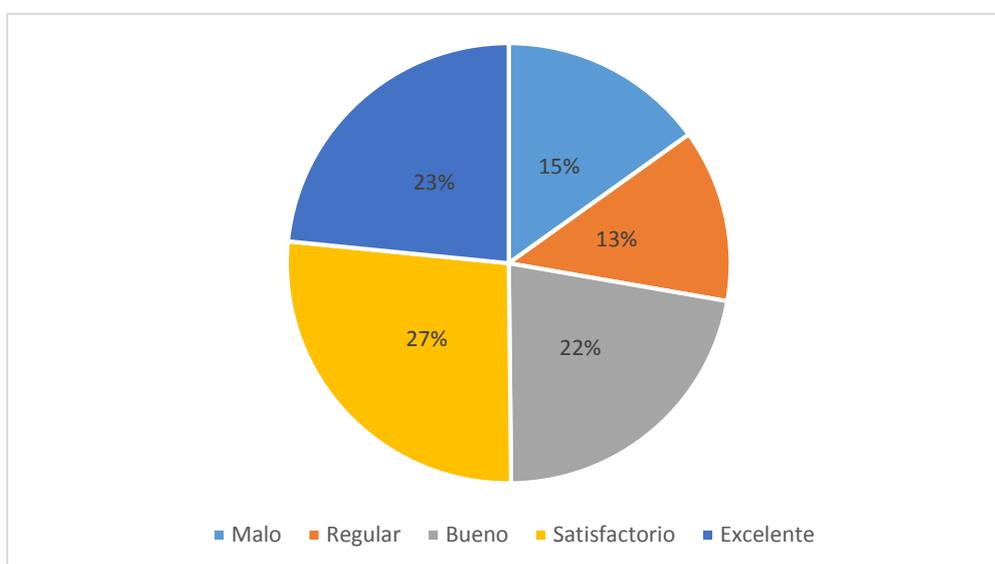


Figura 14 Experiencia de compras

Análisis:

La respuesta sobre la experiencia de compra para el 26,76% lo calificaron de satisfactorio, el 23,41% lo calificaron de excelente, el 22,07% lo calificaron de bueno, el 15,05% lo calificaron de malo y el 12,71% lo calificaron de regular.

✓ Calidad del servicio

Tabla 10

Calidad del servicio

Ítems	Frecuencia	%
Malo	65	22 %
Regular	54	18 %
Bueno	97	32 %
Satisfactorio	47	15 %
Excelente	36	13 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

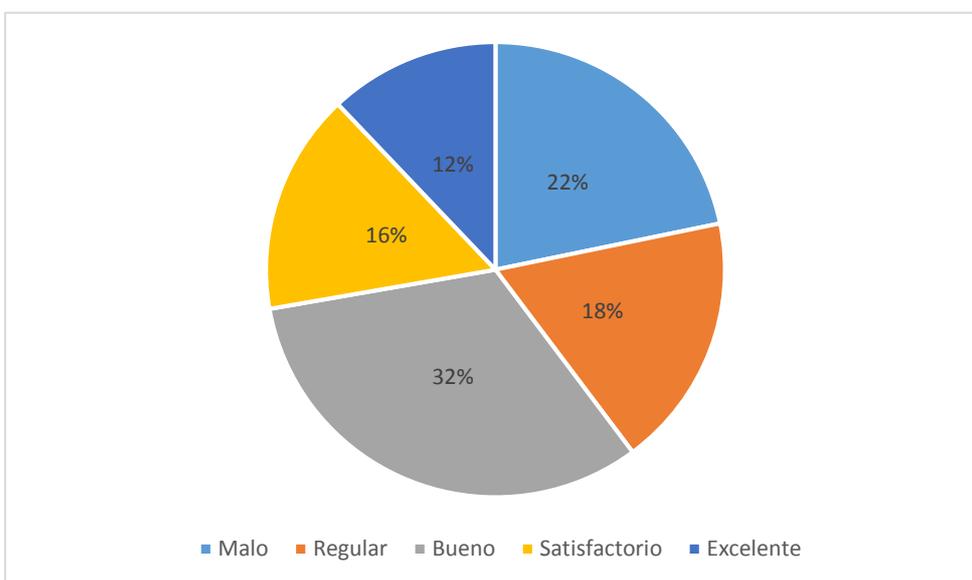


Figura 15 Calidad del servicio

Análisis:

La respuesta sobre la calidad de servicio al cliente resultó en que el 32,44% lo calificaron de bueno, el 21,74% lo calificaron de malo, el 18,06% lo calificaron de regular, el 15,72% lo calificaron de satisfactorio y solo el 12,04% lo calificaron de excelente.

✓ Comprensión de las necesidades del cliente

Tabla 11

Comprensión de las necesidades del cliente

Ítems	Frecuencia	%
Malo	18	6 %
Regular	37	12 %
Bueno	49	16 %
Satisfactorio	85	28 %
Excelente	110	37 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

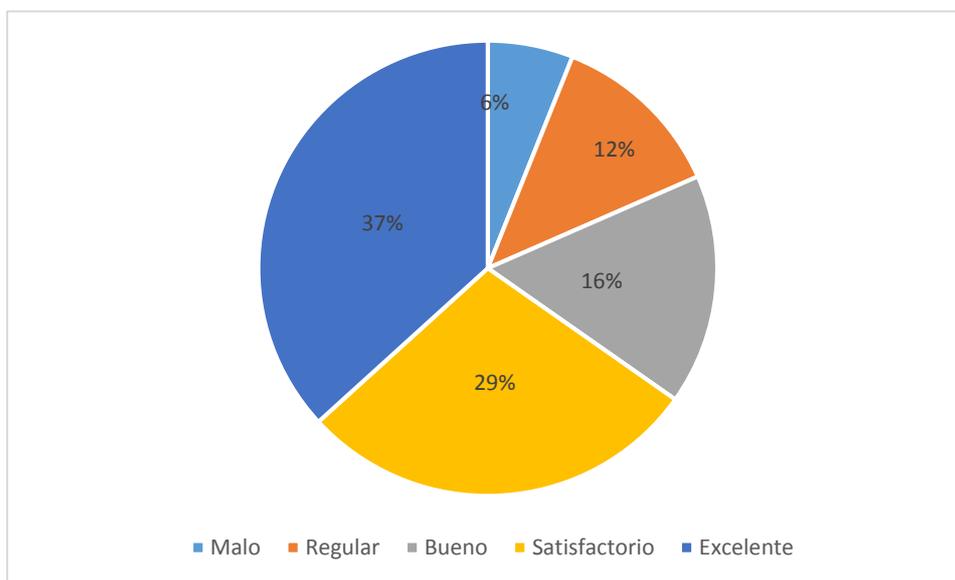


Figura 16 Comprensión de necesidades del cliente

Análisis:

Las respuestas sobre la comprensión de las necesidades del cliente fueron el 36,79% lo calificaron de excelente, el 28,43% lo calificaron de satisfactorio, el 16,39% lo calificaron de bueno, el 12,37% lo calificaron de regular y el 6,02% lo calificaron de malo.

2.- De la satisfacción con infraestructura y servicios específicos, como clasificaría los servicios los siguientes aspectos en el hotel:

✓ Infraestructura

Tabla 12

Infraestructura

Ítems	Frecuencia	%
Malo	23	8 %
Regular	45	15 %
Bueno	88	30 %
Satisfactorio	87	29 %
Excelente	56	18 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

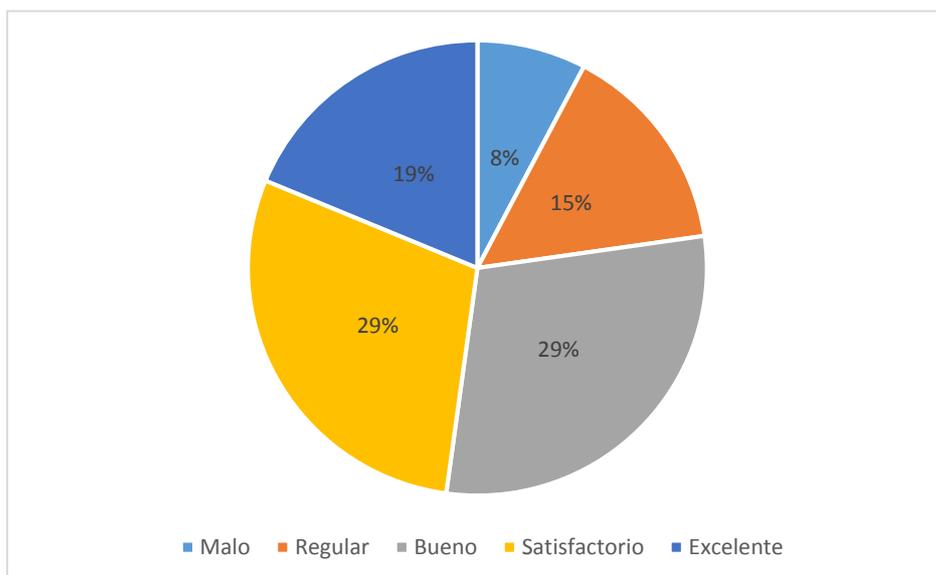


Figura 17 Infraestructura

Análisis:

Las repuestas sobre la infraestructura del lugar resultaron el 29,10% la calificaron de satisfactorio, el 18,73% lo calificaron de excelente, el 29,43% lo calificaron de bueno, el 15,05% lo calificaron de regular y el 7,69% lo calificaron de malo.

✓ Precio del servicio

Tabla 13 Precio del servicio

Ítems	Frecuencia	%
Malo	54	19 %
Regular	28	11 %
Bueno	87	21 %
Satisfactorio	39	15 %
Excelente	91	34 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

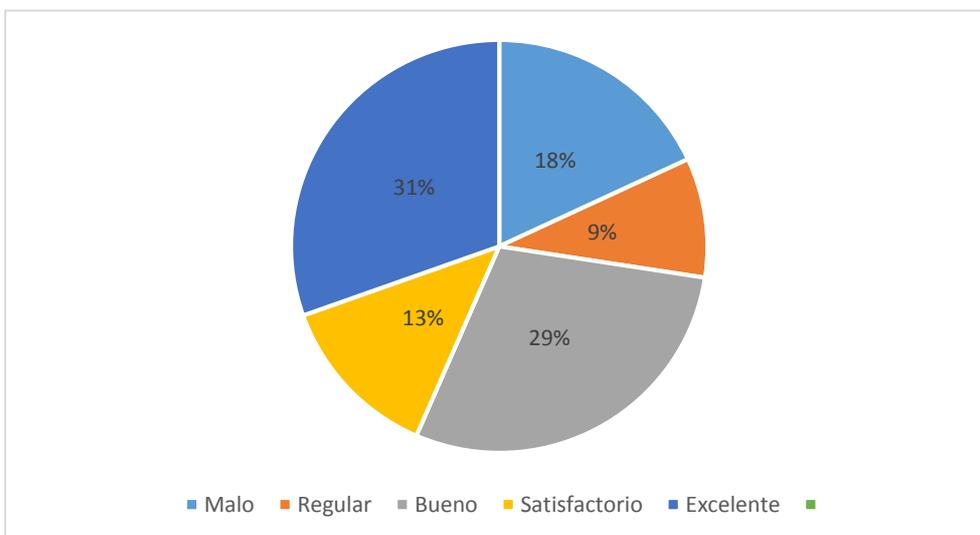


Figura 18 Precio del servicio

Análisis:

La respuesta acerca del precio de nuestro servicio se obtuvo que el 30,43% lo calificaron de excelente, el 29,10% lo calificaron de bueno, el 18,06% lo calificaron de malo, el 13,04% lo calificaron de satisfactorio y el 9,36% lo calificaron de regular.

✓ Servicio de alimentación

Tabla 14 Servicio de alimentación

Ítems	Frecuencia	%
Malo	27	9 %
Regular	47	15%
Bueno	60	20 %
Satisfactorio	98	32 %
Excelente	67	24 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

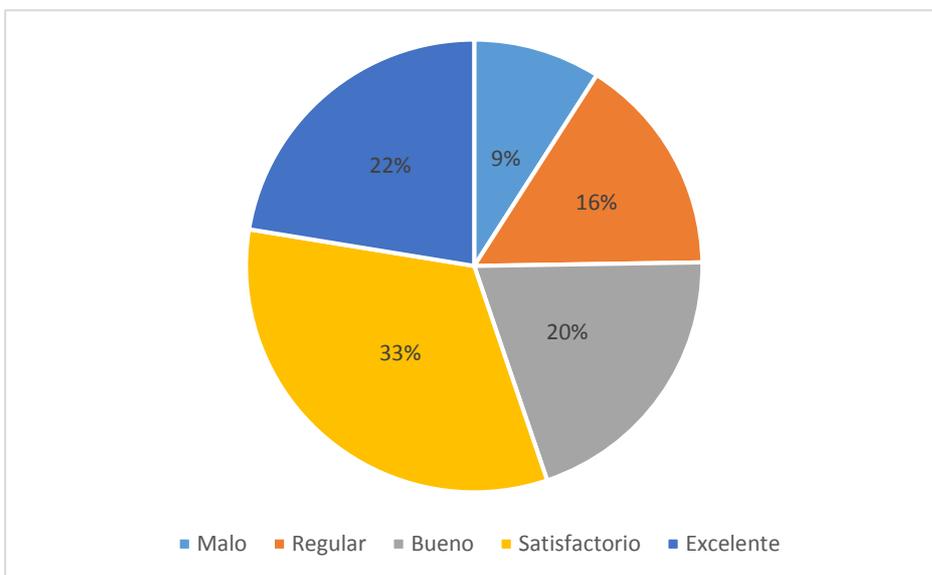


Figura 19 Servicio alimentación

Análisis:

La respuesta acerca del servicio de alimentación del lugar, se obtuvo que 98 personas que corresponden al 32,78% lo calificaron de satisfactorio, 67 personas que corresponden al 22,41% lo calificaron de excelente, 60 personas que corresponden al 20,07% lo calificaron de bueno, 47 personas que corresponden al 15,72% lo calificaron de regular, 27 personas que corresponden al 9,03% lo calificaron de malo.

✓ Servicio de limpieza

Tabla 15

Servicio de limpieza

Detalle	Frecuencia	%
Malo	36	12 %
Regular	76	25 %
Bueno	47	16 %
Satisfactorio	55	19 %
Excelente	85	28%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

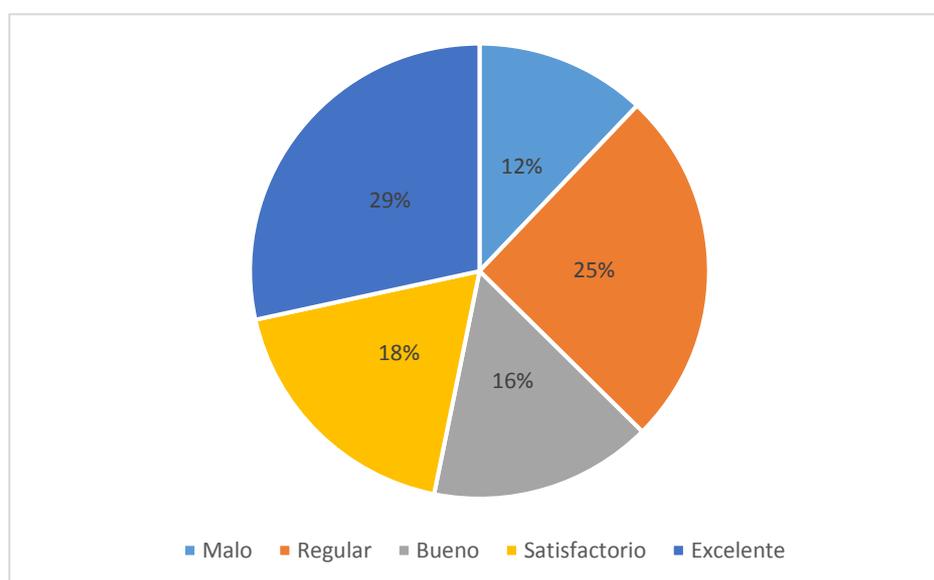


Figura 20 Servicio de limpieza

Análisis:

Las respuestas obtenidas sobre el servicio de limpieza del lugar resultaron el 28,43% lo calificaron de excelente, el 25,42% lo calificaron de regular, el 18,39% lo calificaron de satisfactorio, el 15,72% lo calificaron de bueno y el 12,04% lo calificaron de malo.

✓ Servicio de recepción

Tabla 16

Servicio de recepción

Ítems	Frecuencia	%
Malo	55	18 %
Regular	99	33 %
Bueno	97	34 %
Satisfactorio	33	10%
Excelente	15	5 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

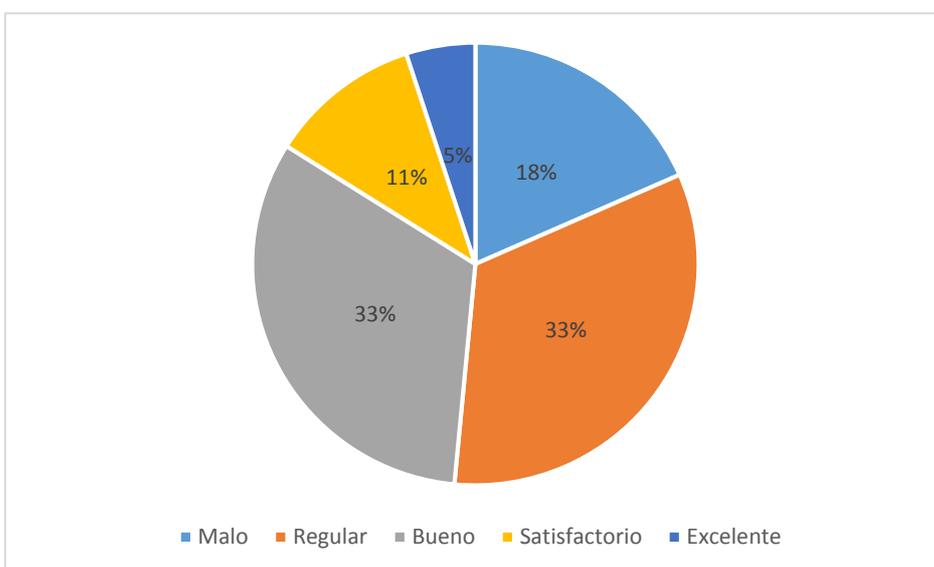


Figura 21 Servicio de recepción

Análisis:

Las respuestas obtenidas sobre el servicio de recepción del lugar resulto que 99 personas que corresponden al 33,11% lo calificaron de regular, 97 personas que corresponden al 32,44% lo calificaron de bueno, 55 personas que corresponden al 18,39% lo calificaron de malo, 33 personas que corresponden al 11,04% lo calificaron de satisfactorio y 15 personas que corresponden al 5,02% lo calificaron de excelente, lo que indica que existe una percepción regular del servicio de recepción.

✓ Servicio de gimnasio

Tabla 17

Servicio de Gimnasio

Ítems	Frecuencia	%
Malo	18	6 %
Regular	84	28 %
Bueno	63	21 %
Satisfactorio	47	16 %
Excelente	87	29 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

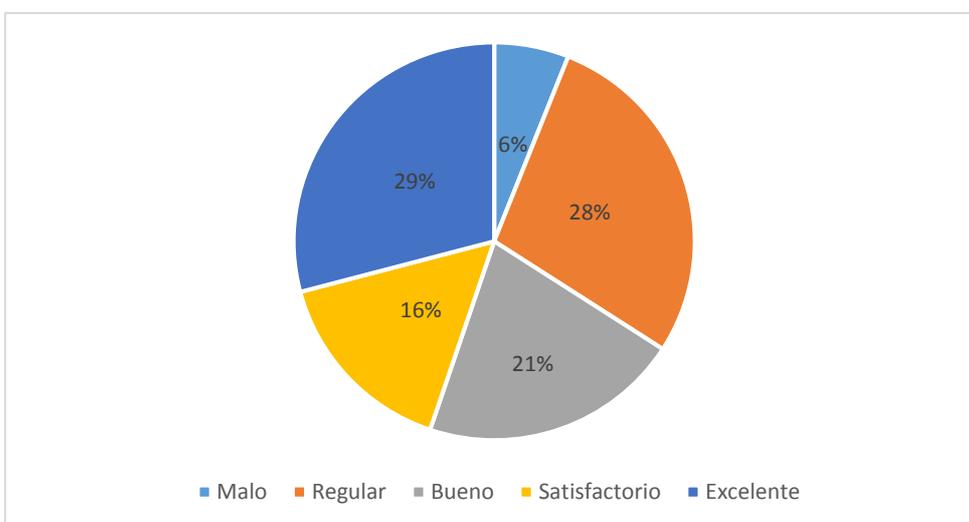


Figura 22 Servicio de gimnasio

Análisis:

La respuesta de percepción sobre el servicio de gimnasio fue que 87 personas que corresponden al 29% lo percibió excelente, 84 personas que corresponden al 28 % lo calificó de regular, 63 personas que corresponden al 21 % lo califico de bueno, 47 personas que corresponden al 16 % que calificaron de satisfactorio y 18 personas que corresponden al 6 % que lo calificaron de malo, por lo que la percepción del gimnasio frente a los clientes es aceptable.

3.- Basado en la atención recibida por el representante de servicio al cliente con quien hablo recientemente, indique si estuvo de acuerdo o en desacuerdo:

✓ **El recepcionista fue cortés al saludar**

Tabla 18

El recepcionista fue cortés al saludar Cortesía al saludo

Ítem	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	41	13 %
Muy de acuerdo	98	32 %
De acuerdo	77	25 %
Muy en desacuerdo	67	22 %
Totalmente en desacuerdo	16	5 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

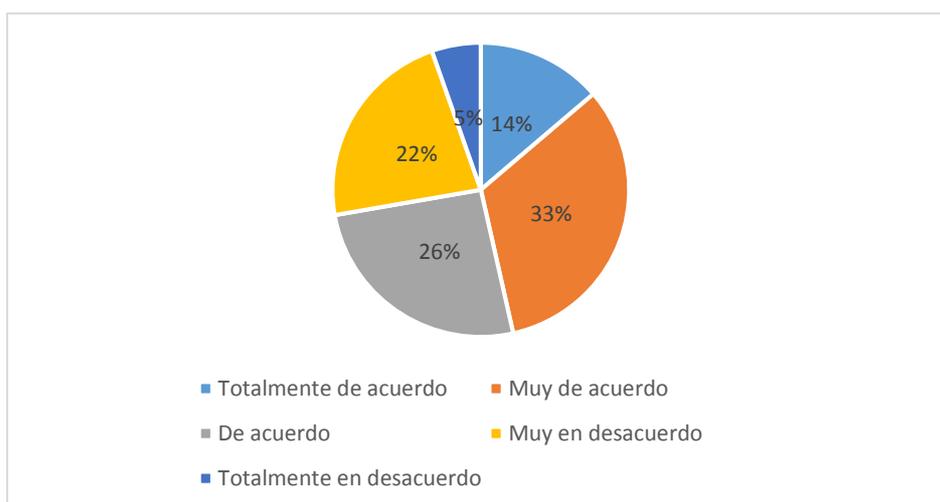


Figura 23 El recepcionista fue cortés al saludar

Análisis:

En relación a la respuesta recibida en cuanto a si el recepcionista fue muy cortés, el 32,78% contestaron que estaban muy de acuerdo, el 25,75% contestaron que estaban de acuerdo, el 22,41% contestaron que estaban muy en desacuerdo, 41 que corresponden al 13,71% personas contestaron que estaban totalmente de acuerdo y 16 que corresponden al 5,35% contestaron que estaban totalmente en desacuerdo con la cortesía que le mostraron en el Hotel, lo que permite evaluar la situación del hotel sobre el trato al turista.

✓ El recepcionista manejo mi requerimiento de forma rápida

Tabla 19

El recepcionista manejo mi requerimiento de forma rápida

Ítems	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	49	16%
Muy de acuerdo	88	29%
De acuerdo	94	31%
Muy en desacuerdo	23	7%
Totalmente en desacuerdo	45	15%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

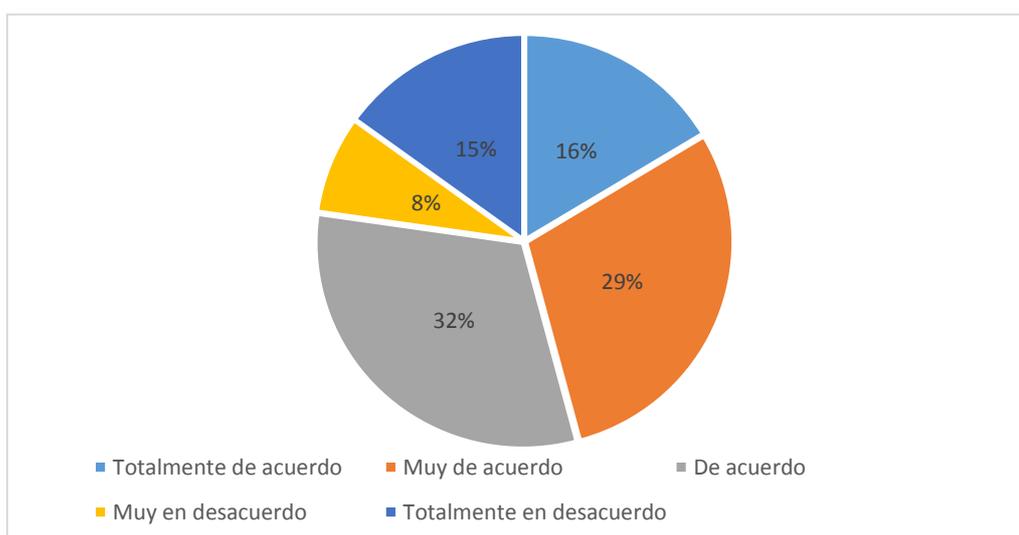


Figura 24 El recepcionista manejo mi requerimiento de forma rápida

Análisis:

En relación a la respuesta recibida de parte de los encuestados en cuanto al tiempo de respuesta en el servicio, un 31,44% estuvo de acuerdo, el 29,43% estuvieron muy de acuerdo, el 16,39% estuvo totalmente de acuerdo, y un 15,05% estuvieron totalmente en desacuerdo, por lo que se considera que se debe mejorar el tiempo de respuesta en el servicio.

✓ **El recepcionista estaba bien informado de los servicios que cuenta el hotel**

Tabla 20

El recepcionista estaba bien informado de los servicios que cuenta el hotel

Ítems	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	57	19%
Muy de acuerdo	79	26%
De acuerdo	28	9%
Muy en desacuerdo	68	22%
Totalmente en desacuerdo	67	22%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

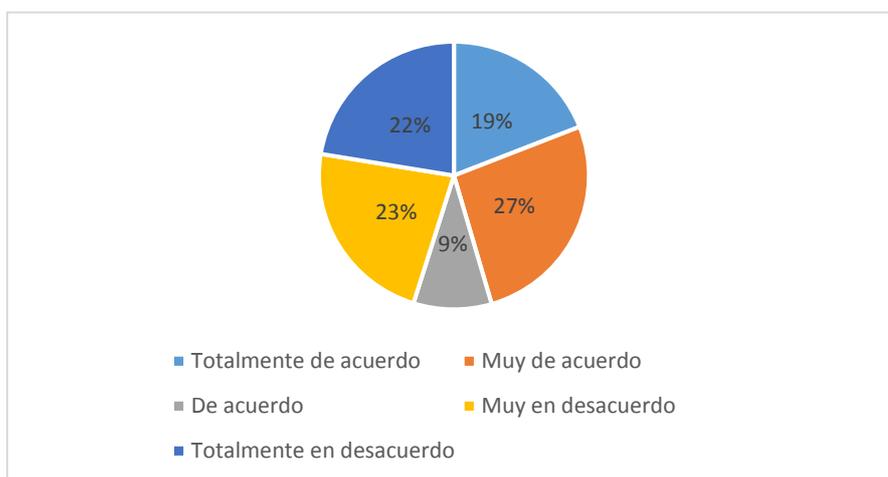


Figura 25 Conocimiento de servicios

Análisis:

En relación a la respuesta recibida de parte de los encuestados en cuanto a si el recepcionista estaba bien informado, un 26,42% estuvieron muy de acuerdo, un 22,74% estuvieron muy en desacuerdo, un 22,41% estuvieron en total desacuerdo, un 19,06% mencionaron estar en total acuerdo y un 9,36% estuvieron de acuerdo lo que refleja que debemos transmitir mejor el mensaje al cliente desde todas las áreas de servicio.

4.- ¿Hay algún otro comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir?

Tabla 21

Comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir

Ítems	Frecuencia	%
Hablar ingles	98	32%
Información de los servicios complementarios	92	30%
Información de las promociones como primer opción de hospedaje	73	24%
Ninguna	36	12%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

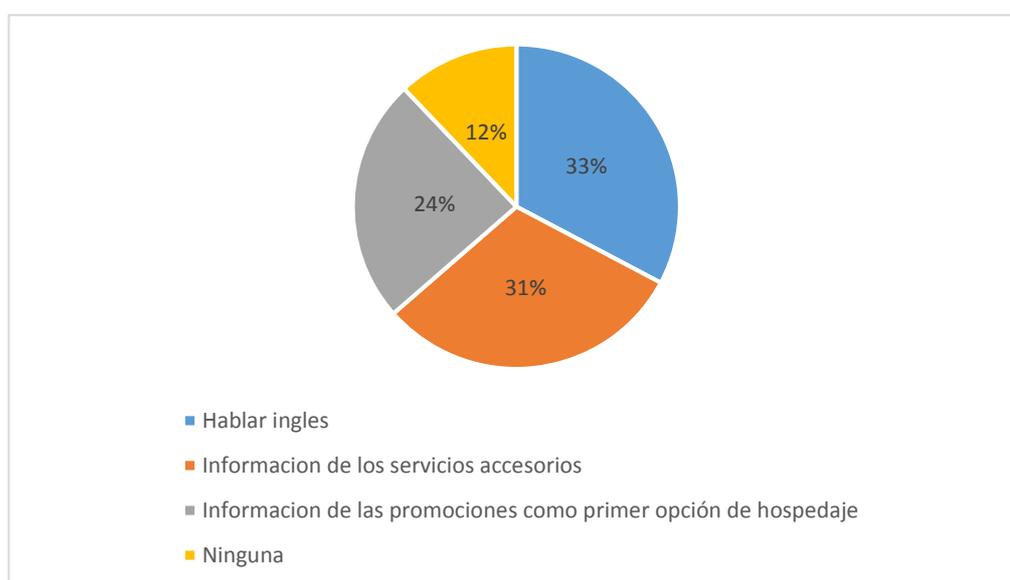


Figura 26 Comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir

Análisis:

En relación a la respuesta recibida de parte de los encuestados, el 32,78% mencionaron que Hablar inglés es importante para el cliente, el 30,77% afirmaron que requieren Información de los servicios complementarios, el 24,41% indicaron que necesitan Información de las promociones como primer opción de hospedaje y el 12,04% dijeron que Ninguna.

5.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted se deben mejorar?

Tabla 22

Aspectos que considera deben mejorar

Ítems	Frecuencia	%
Capacitación del personal	45	15, %
Atención del personal	53	18 %
Comunicación asertiva	56	19 %
Recepción bilingüe	57	19 %
Calidad del servicio	88	29 %
Total	299	100%

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

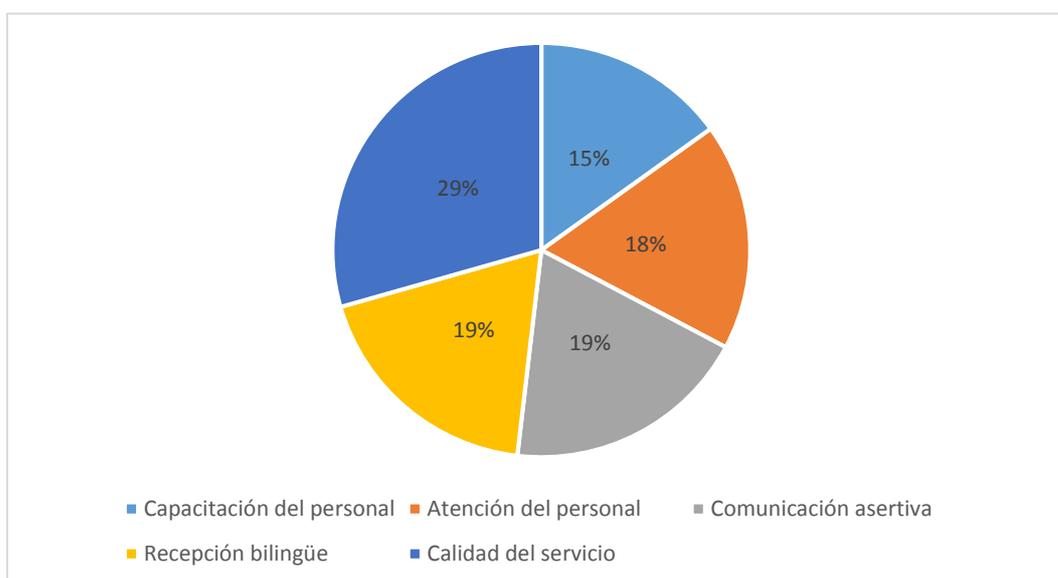


Figura 27 Aspectos que considera deben mejorar

Análisis:

La respuesta sobre los aspectos que se deberían mejorar en el servicio ofrecido fue que 88 personas que corresponden al 29% dijeron que se debe mejorar la calidad del servicio, 56 personas que corresponden al 19% mencionaron que hay que mejorar la comunicación asertiva, 57 personas que corresponden al 19% que hay que mejorar la recepción bilingüe, 53 personas que corresponden al 18% mencionaron que se debe mejorar la atención del personal y 45 personas que corresponden al 15% dijo que hay que capacitar al personal

3.5.2. Evaluación del personal de Recepción

✓ Su presentación personal es:

Tabla 23

Su Presentación personal es

Ítems	Frecuencia	%
Excelente	1	25 %
Buena	3	75 %
Regular	0	0 %
Mala	0	0 %
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

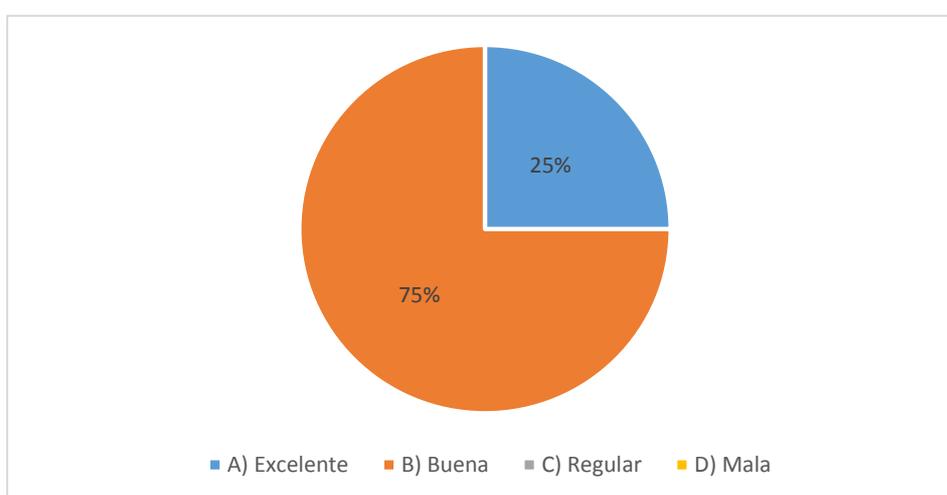


Figura 28 Recepción, presentación personal

Análisis:

La percepción de las recepcionistas de los diferentes turnos al respecto de su presentación personal fue buena para tres que corresponden al 75% mientras que 1 que corresponde al 25% afirmó que su presentación personal es excelente.

1. ¿Porta alguna identificación que denomine su cargo?

Tabla 24 .

Porta alguna identificación que denomine su cargo

Ítems	Frecuencia	%
Si	3	75 %
No	1	25 %
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018) (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

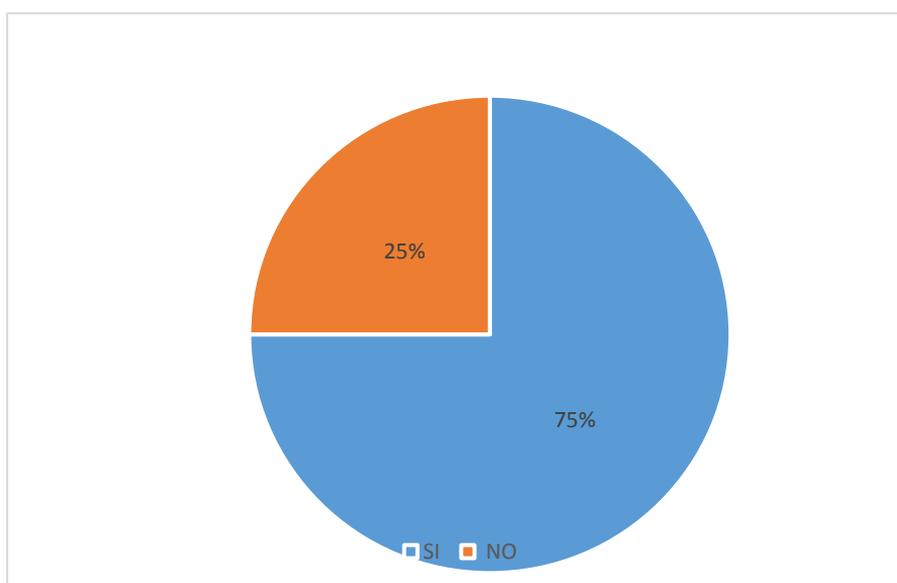


Figura 29 Porta identificación que denomine su cargo

Análisis:

Para la valoración de portar identificación alguna de su cargo, 3 que corresponden al 75% mantenían su identificación en un lugar visible, mientras que 1 que corresponde al 25% no portaba identificación.

2. ¿Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones?

Tabla 25

Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones

Ítems	Frecuencia	%
Si	3	75 %
No	1	25 %
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

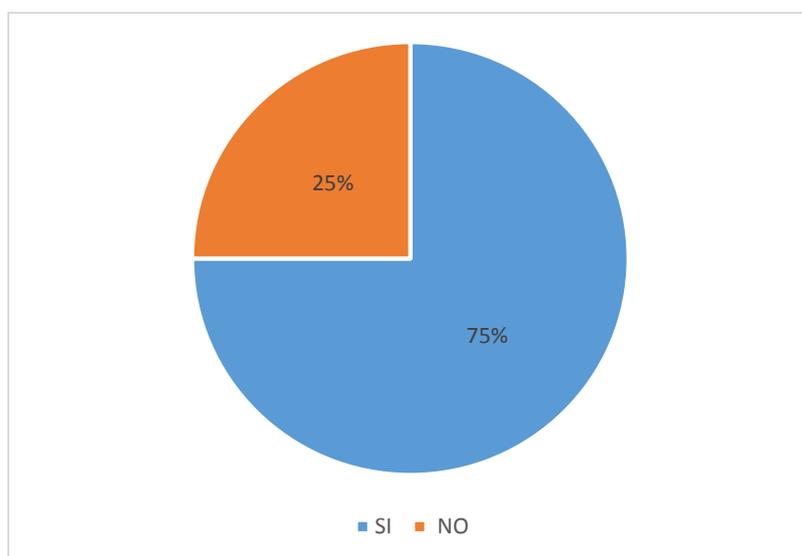


Figura 30 Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones

Análisis:

Para la valoración de opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones, tres que corresponden al 75% afirman que opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones, mientras que uno que corresponde al 25% no maneja adecuadamente la operadora de central telefónica.

3. ¿Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida?

Tabla 26

Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida

Ítems	Frecuencia	%
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

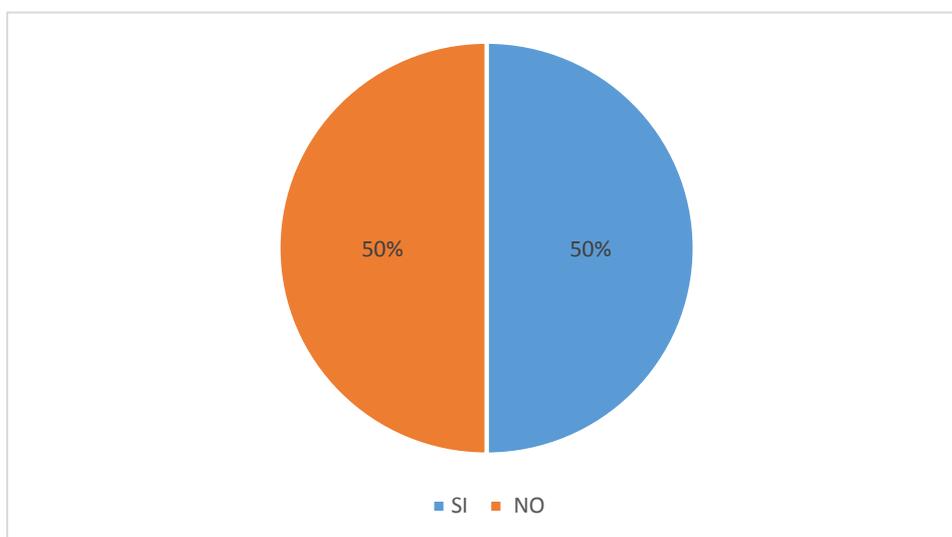


Figura 31 Atención al público que solicita información dándole la orientación requerida

Análisis:

Para la valoración de Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida, dos que corresponden al 50% afirman que atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida, mientras que dos que corresponde al otro 50% solo brindan la información básica necesaria que no llega a ser considerada como una orientación requerida.

4. ¿Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado?

Tabla 27

Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado

Ítems	Frecuencia	%
Si	0	0 %
No	4	100 %
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluacion del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

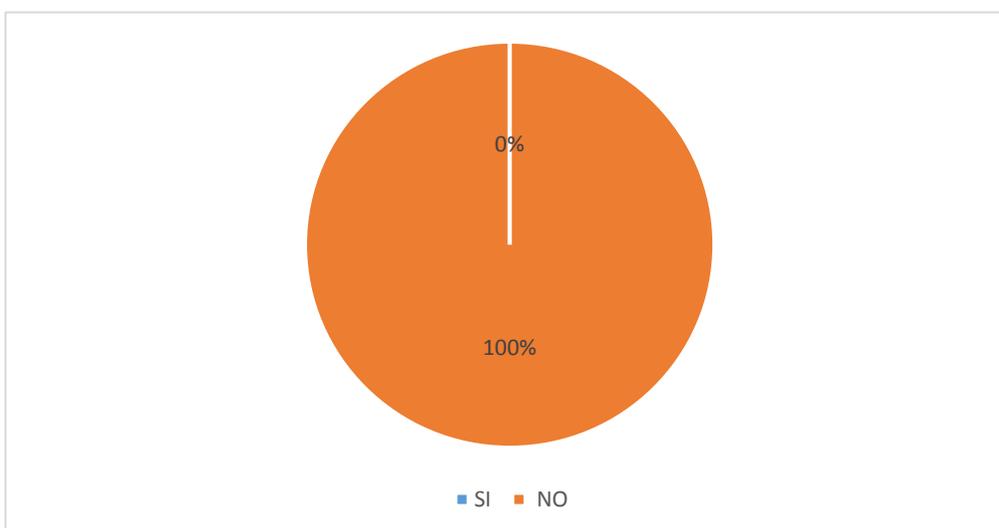


Figura 32 Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado

Análisis:

Para la valoración de que si anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado, el 100% mencionaron y afirmaron que no llevan un libro de control diario para las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.

5. ¿Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a al departamento de recepción?

Tabla 28

Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos al departamento de recepción

Ítems	Frecuencia	%
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluacion del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

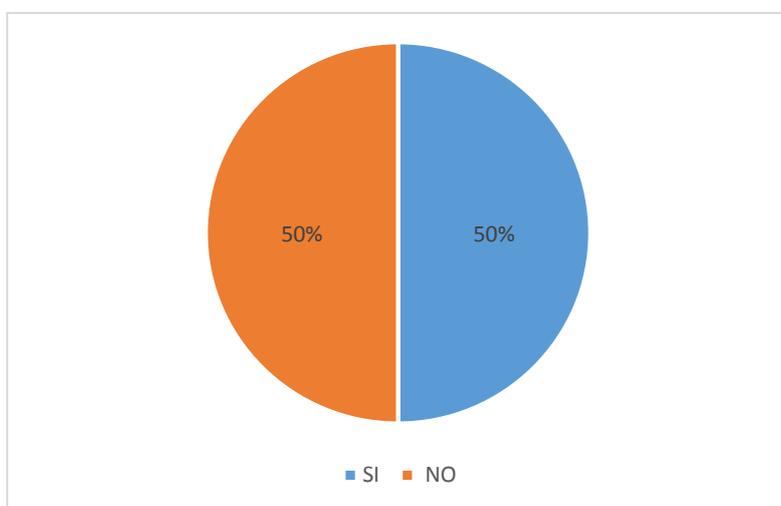


Figura 33 Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos al departamento de recepción

Análisis:

Para la evaluación de que si Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad, dos que corresponden al 50% mencionaron que si reciben la correspondencia y mensajes, mientras que otros dos que corresponden al otro 50% afirmaron que no reciben correspondencia directamente haciendo que pase a las asistentes administrativas directamente la persona que custodia la correspondencia a ser entregada.

6. ¿Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del hotel?

Tabla 29

Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del hotel

Ítems	Frecuencia	%
Si	2	50 %
No	2	50 %
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

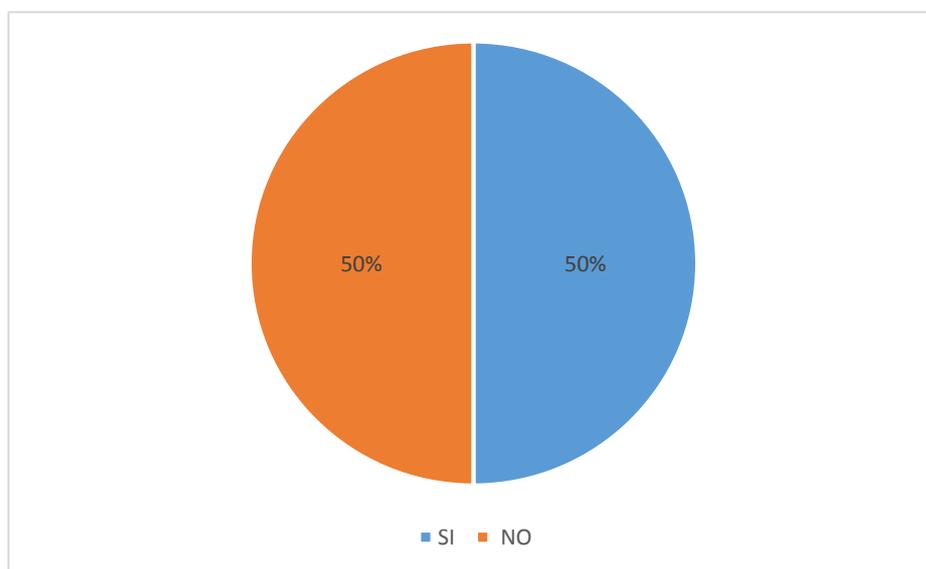


Figura 34 Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del hotel

Análisis:

Para la evaluación si anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad, el 50% si anota en pequeñas nonitas adhesivas para ser entregados a quien corresponda, mientras que el otro 50% afirmaron que no anotan porque los mandan a llamar o simplemente se limitan a decir que vuelva sin inmiscuirse.

7. ¿Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos?

Tabla 30

Entrega de correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos

Ítems	Frecuencia	%
Si	1	25%
No	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

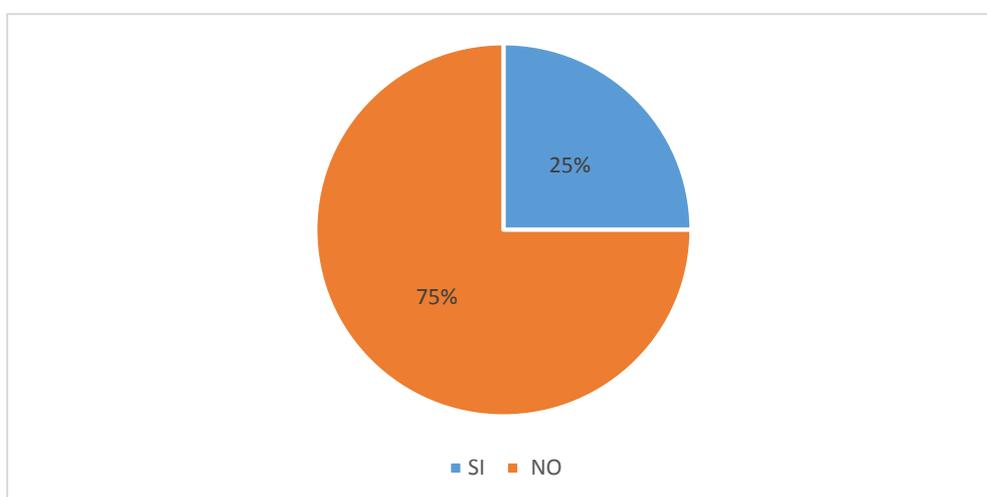


Figura 35 Entrega de correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos

Análisis:

Para la valoración de que si Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos, 3 que corresponden al 75% mencionaron que no tienen como entregar la correspondencia porque no pueden dejar sola la recepción, mientras que 1 que corresponde al 25% mencionó que si Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos usando la llamada por interno o con un asistente de limpieza o por radio.

8. ¿Mantiene en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía?

Tabla 31

Mantiene en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía

Ítems	Frecuencia	%
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Fuente: *Encuesta de evaluación del personal (2018)*

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

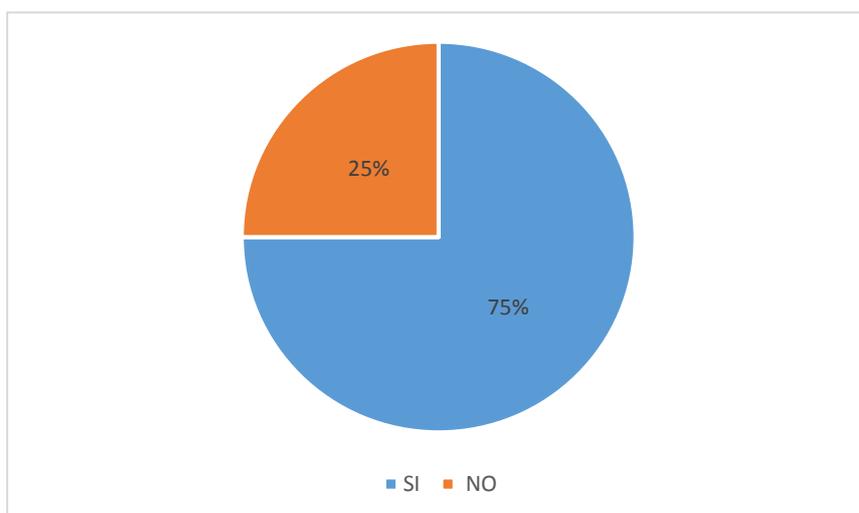


Figura 36 Mantiene en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía

Análisis:

Para la valoración de que si mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía, 3 que corresponden al 75% mencionaron que siempre tratan de mantener en orden equipo y sitio de trabajo, mientras que 1 que corresponde al 25% mencionó que mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía siempre que no tenga clientes nuevos haciendo check in o check out.

9. ¿Elabora informes periódicos de las actividades realizadas?

Tabla 32

Elabora informes periódicos de las actividades realizadas

Ítems	Frecuencia	%
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

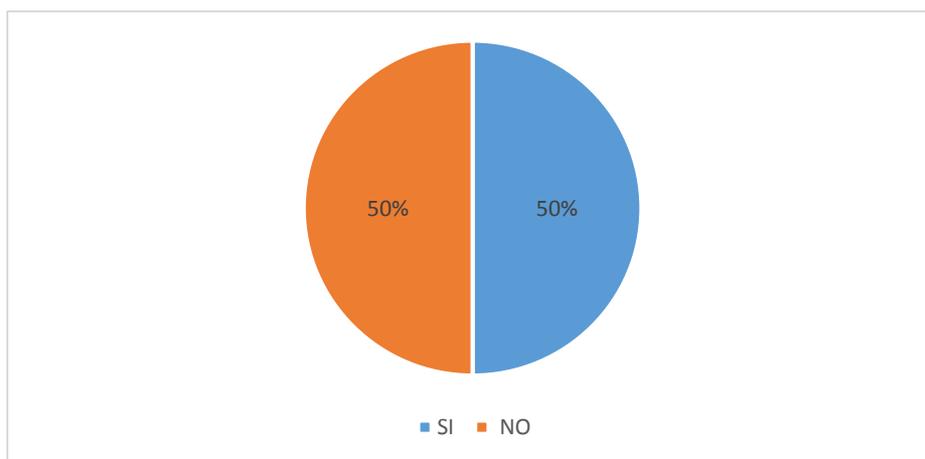


Figura 37 Elabora informes periódicos de las actividades realizadas

Análisis:

Para la valoración de que si elabora informes periódicos de las actividades realizadas, dos que corresponden al 50% mencionaron que si elaboran informes periódicos de las actividades realizadas, mientras que dos que corresponde al otro 50% mencionó que solo envían correos informando todo y que no es necesario hacer un informe de actividades realizadas.

10. ¿Cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y en el hotel?

Tabla 33

Cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y hotel

Ítems	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Buena	3	75%
Regular	1	25%
Mala	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

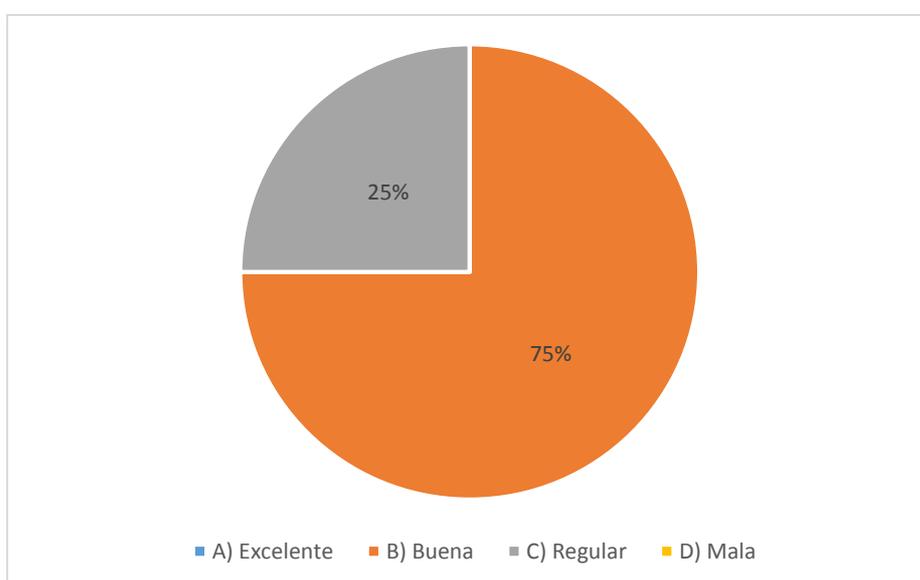


Figura 38 Cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y hotel

Análisis:

Para la valoración de que cómo percibe el respectivo servicio de aseo en las habitaciones y en el hotel, tres que corresponden al 75% mencionaron que lo consideran bueno, mientras que uno que corresponde al 25% mencionó que lo consideran regular.

11. ¿Comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros?

Tabla 34

Comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros.

Ítems	Frecuencia	%
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

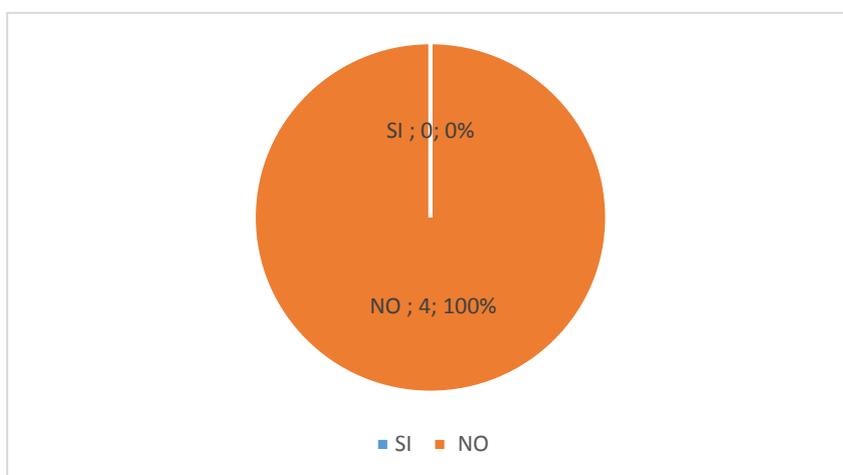


Figura 39 Comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros.

Análisis:

Para la valoración de que comunica al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros, el 100% mencionaron que no comunican al personal para que coloquen en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros ya que todos saben lo que hay que hacer.

12. ¿Comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos?

Tabla 35

Comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos

Ítems	Frecuencia	%
Si	0	0,0%
No	4	100,0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

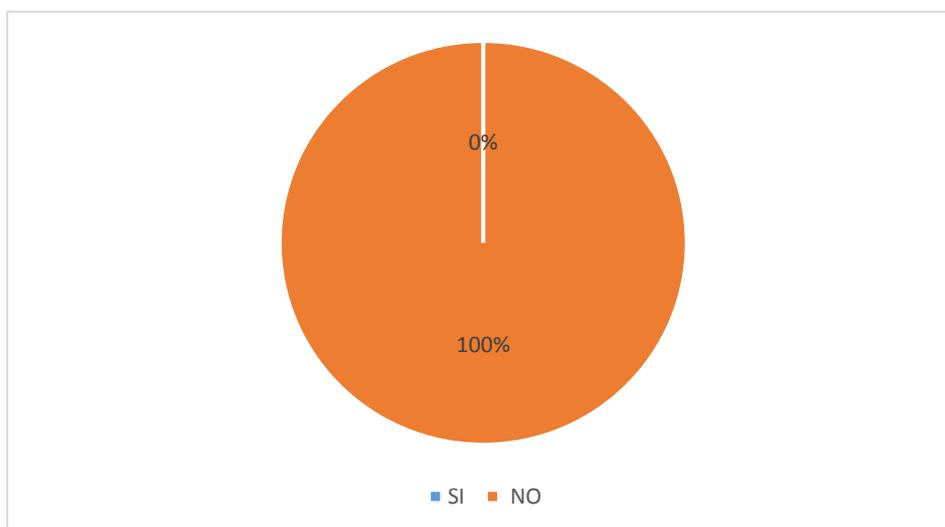


Figura 40 Comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos

Análisis:

Para la valoración de que comunica al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos, el 100% mencionaron que no comunican al supervisor para que recojan, embolsen y coloquen la basura en sus respectivos depósitos ya que ellos son recepcionistas y nadie les ha dicho que esas son sus actividades también.

13. ¿Gestiona la dotación de las habitaciones?

Tabla 36

Gestiona la dotación de habitaciones

Ítems	Frecuencia	%
Si	0	0,0%
No	4	100,0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

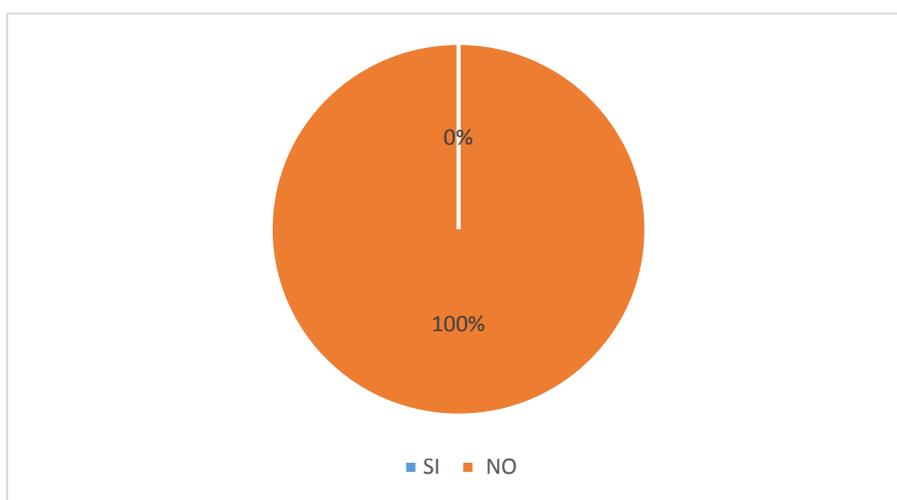


Figura 41 Gestiona la dotación de habitaciones

Análisis:

Para la valoración de que gestiona la dotación de las habitaciones, el 100% mencionaron que no gestionan la dotación de las habitaciones ya que los de limpieza se encargan de eso.

14. ¿Abastece la nevera de las consumiciones del the shop (tienda)?

Tabla 37

Abastece la nevera de los consumidores del the shop (tienda)

Ítems	Frecuencia	%
Si	0	0,0%
No	4	100,0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

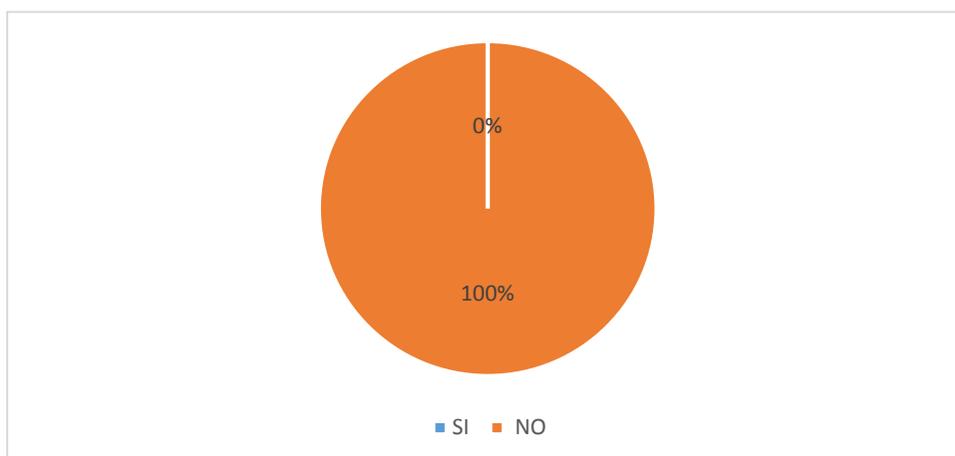


Figura 42 Abastece la nevera de los consumidores del the shop (tienda)

Análisis:

Para la valoración de que surte la nevera de las consumiciones de the shop (tienda), el 100% mencionaron que no surte la nevera de las consumiciones de the shop (tienda) ya que de eso se encargan los de limpieza, y ellos le comunican a la recepción sobre esta situación.

15. ¿Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe?

Tabla 38

Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe

Ítems	Frecuencia	%
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta de evaluación del personal (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

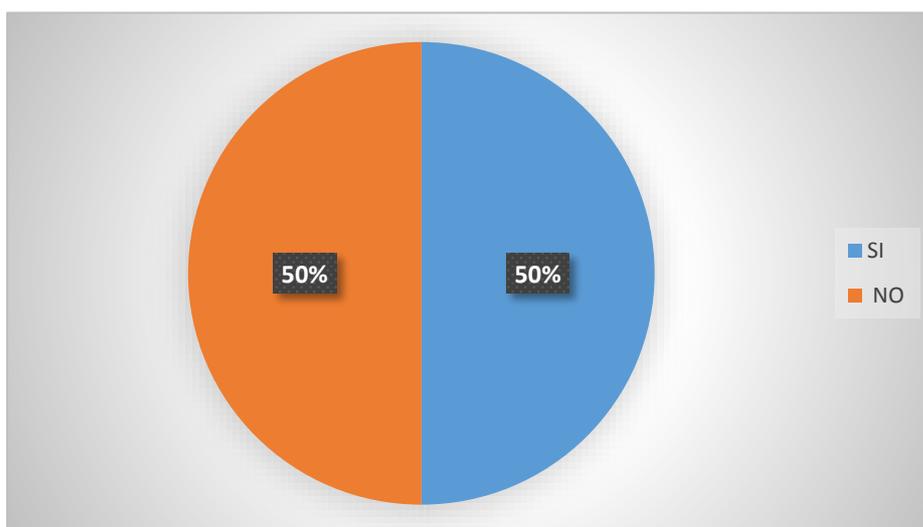


Figura 43 Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe

Análisis:

Para la valoración de que Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe, 2 que corresponden al 50% mencionaron que si comunican cualquier incidencia o situación anómala que observen mientras sea su turno y eso incluye a los de personal de limpieza, mientras que 2 que corresponden al otro 50% no comunican cualquier incidencia o situación anómala que observen, solo se dedican a su trabajo.

3.6. Análisis de la entrevista

Tabla 39 Resumen de las entrevista

Tema	Respuestas
Presentación personal Identificación	<p>- Persona 1: La presentación personal dentro de la recepción es importante, además le garantiza al turista que somos una empresa bien organizada. La identificación es un accesorio importante porque transmite nuestra información para cualquier consulta.</p> <p>- Persona 2: La recepción es la primera impresión que tiene quien nos visita, por eso se requiere mejorar continuamente. La credencial es un accesorio que ayuda a identificarse pero no creo que sea lo más importante en la atención al cliente.</p> <p>- Persona 3: La recepción es la puerta del hotel, todos los ojos están sobre nosotros, por eso siempre debemos presentar nuestra mejor sonrisa y la credencial tenerla en un lugar visible para ser contactada.</p> <p>- Persona 4: La imagen es lo principal pero la comunicación y la actitud que tiene frente al cliente es lo que hace la diferencia.</p>
Da información completa	<p>-Persona 1: Si. No siempre tengo la información completa porque no puedo moverme de la recepción.</p> <p>-Persona 2: Si. Trato de guiar al cliente para que tenga como decidir o lo direccionó a quien tiene la información para ayudarlo.</p> <p>-Persona 3: No. Siempre contesto las preguntas del cliente. Si alguna no sé entonces lo derivo a quien tiene la información.</p>

-Persona 4: No. Solo brindo la información de los folletos o les indico con quien hablar.

Recibe y entrega llamados y/o mensajes -Persona 1: No tengo libro de registros. Recibo y entrega las llamadas en notas. A veces me contacto por teléfono con el cliente o lo abordo en mi turno.

-Persona 2: No registro en ninguna parte. Solo en mis notas personales. Le gestiono la entrega de los mensajes por medio del auxiliar.

-Persona 3: No registro en libros. Les entrego personalmente los mensajes a las personas.

-Persona 4: No registro más que en mi libro de anotaciones. Por lo general me ayudo con el auxiliar. Siempre trato de entregar todo en mi turno para no tener mensajes pendientes que quizás en otro turno se entregue.

Organización del trabajo | Elabora informes -Persona 1: Siempre tengo en orden mi espacio para evitar que se me pierdan las cosas. Elaboro un reporte cada que cambiamos de turno asi no perdemos la continuidad de las cosas.

-Persona 2: Aquí no hay mucho que organizar ya que la recepción tiene sus propios ficheros y las anotaciones son en mensajes pequeños que no requieren mayor cuidado. Mis compañeros ya saben lo que tienen que hacer. Yo solo les dejo anotado todo y pegado en el escritorio para q lean.

-Persona 3: Yo organizo por fechas, por habitación y por cada paquete que me entregan, asi no se me pierden o puedo verificar cuanto fue entregado. Los

reportes los hago cada que hay cambio de turno, eso me ayuda a retroalimentarme de lo que ha quedado pendiente y como recibo la recepción.

-Persona 4: Limpio cada día mi trabajo, a veces me dejan hecho un desastre y yo debo arreglar. Los informes se los entregó al supervisor cada vez que me los pide.

**Comunicación
interna: Aseo| Kit de
limpieza| Dotación
de habitaciones |**

-Persona 1: No sabía que tenía que comunicarme con todos para hacer la dotación de los alimentos.

-Persona 2: Yo comunico las incidencias pero no siempre, estoy llevando muchas cosas que creo que no me corresponden.

-Persona 3: Trato de seguir el ritmo de los auxiliares porque ellos a veces se olvidan de las cosas y no siempre atienden los requerimientos que se le hacen.

-Persona 4: Estoy siempre gestionando con todos los insumos, las cosas que se necesita con los clientes pero no siempre puedo con todo porque los auxiliares no se alcanzan.

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente (2018)

Elaborado por: D. Carcelén, 2018

3.7 Triangulación de datos

Item	Observación	Encuesta	Evaluación de personal
Objeto: Departamento de recepción del hotel HM	Según Stradner (Stradner, 1917) el alojamiento y la comida juegan en el turismo un importante papel. En el establecimiento se realizó la observación directa, se pudo evidenciar que existen anomalías que no van acorde al departamento de recepción, como servicio al cliente, respuestas a requerimientos, información a los huéspedes.	Para Maraví (2018), que fundamenta su teoría en la importancia entre el empleado y el cliente, donde afirma que existe una perfecta relación simbiótica, basada en buscar la satisfacción del cliente y al mismo tiempo buscar la satisfacción del trabajador. Mediante encuestas se pudo constatar que clientes se sintieron insatisfechos por el deficiente servicio de recepción, así mismo mediante encuestas a recepcionistas se pudo distinguir la falta de preparación para el cargo.	Según Parra (2009), la evaluación del desempeño sirve como indicador de la calidad de la labor profesional de recursos humanos, obedeciendo el diseño del sistema como sus procedimientos hacia la responsabilidad del profesional de recursos humanos. Se pudo constatar que es necesario para el personal un manual de procedimientos para la satisfacción del cliente.

Campo: La UNAM (2016), Según (Castañeda, Para Entrepeneur

Manual define al manual de 2010) los manuales (2017) un manual

de procedimientos como de procedimientos de procedimientos

procedi un instrumento son un apoyo a todo es una

mientos administrativo que el proceso herramienta que

apoya el quehacer administrativo y la permite el

cotidiano de las relación que debe funcionamiento de

diferentes áreas de una existir entre cada la empresa,

empresa, dentro de los área que la conforma. además de ser un

cuales existen, Así también, es medidor de

metódicamente las importante que los procesos.

acciones como las manuales sean Ayudará a la

operaciones que deben socializados con las supervisión de

seguirse para llevar a personas tareas asignadas

cabo las funciones responsables de las al departamento y

generales de la tareas y actividades. se podrá realizar el

empresa. correcto

A través de las

En la observación se encuestas se logró seguimiento.

logró descubrir que no constatar que

existe un manual de proponer el diseño

procedimientos para el del manual de

departamento de recepción brindara un

recepción. gran aporte a la

operación del

departamento.

CAPITULO IV

PROPUESTA

Manual de procedimientos para el área de recepción del hotel Hm Internacional

4.1 Introducción

Luego de un diagnóstico de las operaciones en el área de recepción del Hotel HM Internacional, se considera importante y de vital apoyo que se establezca un documento que permita definir claramente los procedimientos que se dan dentro de esta área y como esta se relaciona con las demás áreas administrativas de la organización. Por lo que, ha desarrollado este manual que recoge las principales actividades que se dan frecuentemente dentro del área de recepción de un hotel.

4.2 Objetivo general

Elaborar un manual de procedimientos que detalle los principales procesos del área de recepción del Hotel HM Internacional

4.2.1 Objetivos específicos

1. Identificar los procesos que se involucran en el área de recepción.
2. Identificar los procesos internos y externos del área de recepción.
3. Establecer indicadores de gestión de procesos.
4. Detallar un presupuesto estimado por implementación del manual.

4.3 Justificación de la propuesta

El Hotel HM Internacional es uno de nivel internacional que debe ser considerado como un referente al respecto del servicio ofrecido, por lo que la implementación de un manual de procedimientos permitirá que las tareas asignadas a los colaboradores sean cumplidas en tiempo oportuno y con calidad.

Los procesos de la organización orientados hacia el contacto directo con el cliente, obligan a tener procedimientos claros de como ofrecer el servicio y cómo manejar las situaciones de crisis si las hubiera.

4.4 Factibilidad de la propuesta

Esta propuesta es factible porque se financiará desde pasantías con la Universidad de Guayaquil y la Facultad de Hotelería y Turismo que costaría solo gestión de las autoridades del Hotel HM Internacional.

Es factible operacionalmente ya que el Hotel HM Internacional cuenta con la estructura legal correspondiente para iniciar cualquier proceso de mejora continua dentro de los márgenes lícitos y las entidades de control estatal, asimismo cuenta con la infraestructura y el personal.

4.5 Descripción de la propuesta

La presente propuesta está orientada hacia el servicio que ofrece todo proceso de recepción hotelera, teniendo como principal eje la calidad del servicio ofrecido.

4.5.1 Procesos involucrados

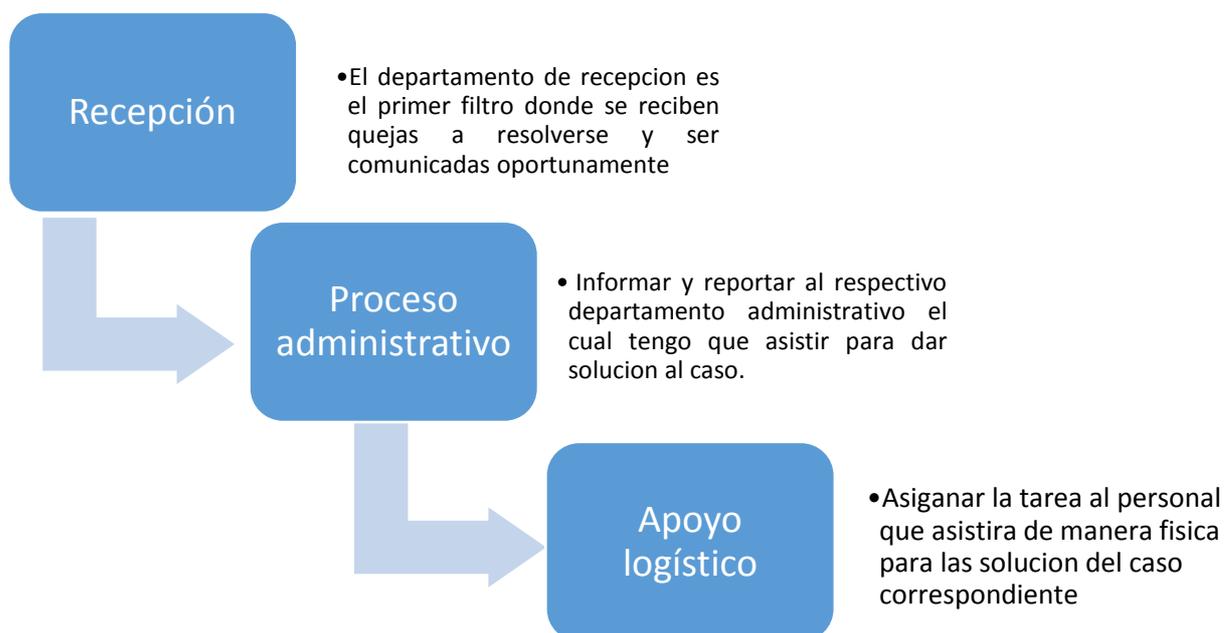


Figura 44 Proceso de involucrados con la recepción del hotel HM Internacional

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Procesos de Recepción

Los procesos dentro de la recepción están orientados directamente a alcanzar los objetivos estratégicos, satisfacer las necesidades del cliente desde

las políticas de calidad de la organización y la satisfacción de las necesidades de otros procesos como el de apoyo logístico y limpieza.

Procedimientos generales

- Recibir a los clientes a su arribo al hotel.
- Proceder al check - in de forma rápida e informar sobre la instalación y los servicios que brinda la misma.
- Trasladar a los clientes y sus equipajes hacia la habitación, informar sobre la misma e insistir sobre los servicios que brinda el hotel.
- Atender continuamente al cliente durante su estancia en el hotel, satisfaciendo sus necesidades.
- Proceder el check-out de forma rápida.
- Despedir al cliente.
- Trasladar el equipaje del cliente a la salida.

Indicadores de gestión del proceso de recepción.

Se han definido los indicadores que serán la métrica la cual el proceso de recepción y finalmente la satisfacción del cliente frente a nuestro servicio pueda ser retroalimentada y mejorada:

Tabla 40 Indicadores del proceso

	Indicador	Medida	Frecuencia	Medio de registro
Alojamiento	Tiempo del check in	Tiempo < a 5 mins. (10%)	Diaria	Hoja de control (chek in)
	Tiempo de respuesta a las solicitudes del cliente	Tiempo < a 10 mins.(5%)	Diaria	Hoja de requerimientos
	Tiempo del check out	Tiempo < a 5 mins.(10%)	Diaria	Hoja de control (chek out)
	Satisfacción del cliente	Encuesta (75%)	Por cliente	Encuesta

Fuente: Elaboración: propia

Diagrama del proceso de atención al cliente al arribo del hotel:

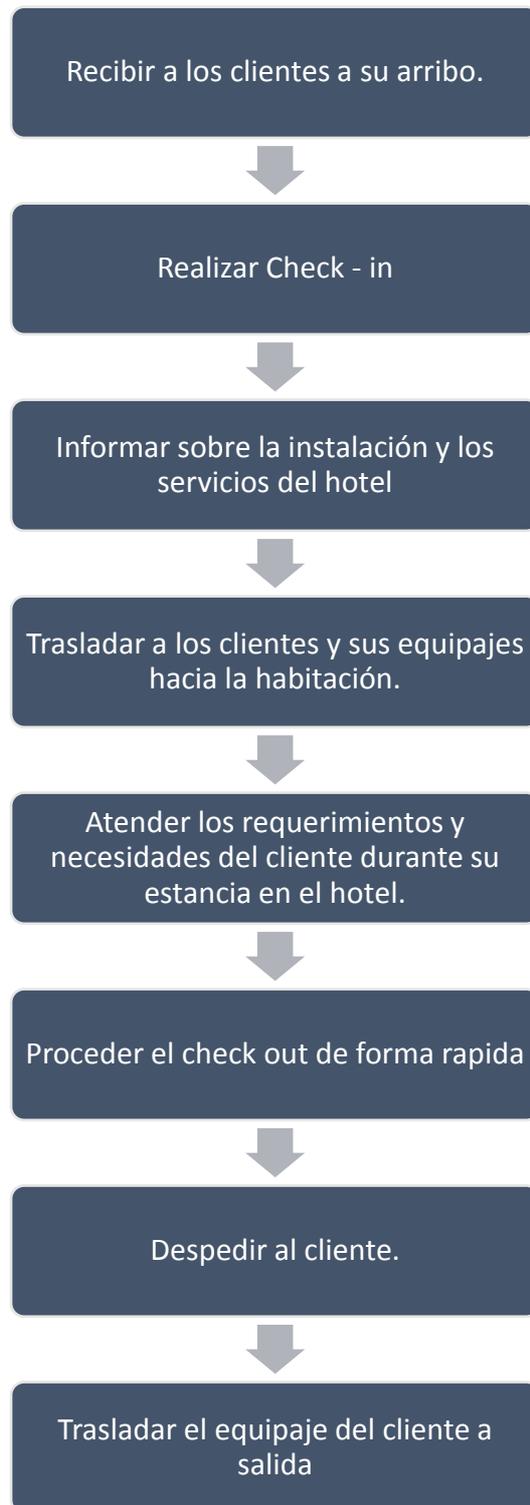
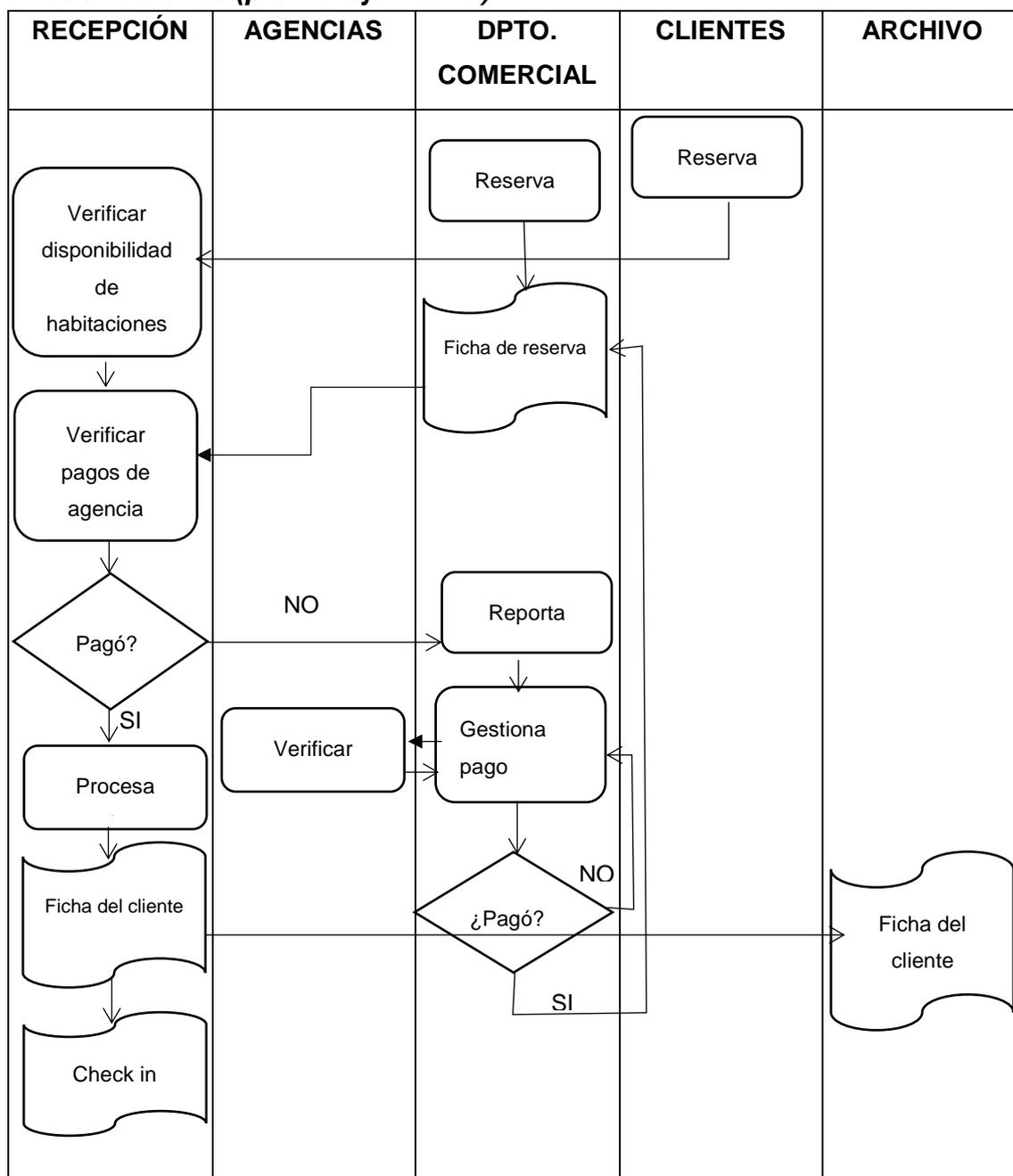


Figura 45 Diagrama del proceso de atención al cliente al arribo del hotel

Elaborado por: Autor, 2018

4.5.3 Descripción del diagrama de flujo de los procesos de Recepción

• Reservas (pre – alojamiento)

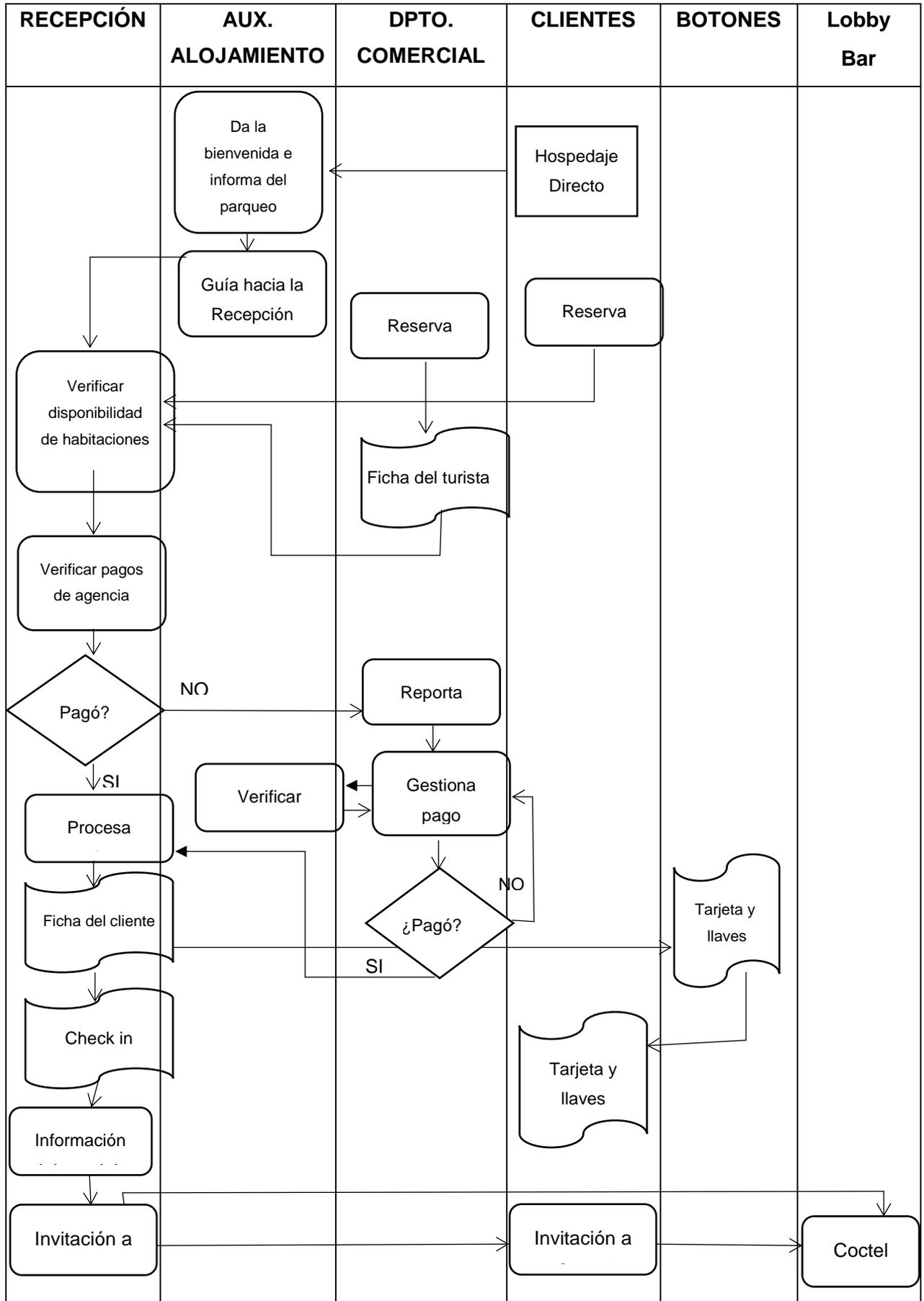


Detalle del flujo:

1. Para realizar el pre-alojamiento de los de turistas se toma en consideración la reserva gestionada por el departamento comercial en la cual deben aparecer los siguientes datos: fecha de entrada y salida (incluye retornos), nombre y apellidos de los turistas, nacionalidad, régimen de alojamiento, cantidad y tipo de habitación por turista, edad de los menores, nombre del turista líder, bodas y lunas de miel, clientes vip.

2. El jefe de recepción, a partir de las reservas, rack de habitaciones y reporte de salidas previstas realiza el pre- alojamiento el mismo día por la mañana al check in.
3. Comprueba si las agencias con crédito o pre pagadas han realizado el depósito correspondiente, en caso contrario lo comunica de inmediato al departamento de contabilidad.
4. Para los clientes individuales asiduos, se realiza el pre-alojamiento a partir de la ficha del cardex del huésped, asignándoles sus habitaciones preferidas, de ser posible, o las mejores disponibles teniendo en cuenta el tipo de cliente
5. Para el caso de clientes fam, vip o cualquier cliente que se considere muy importante, el pre alojamiento se realizará en coordinación con el botones de servicio.

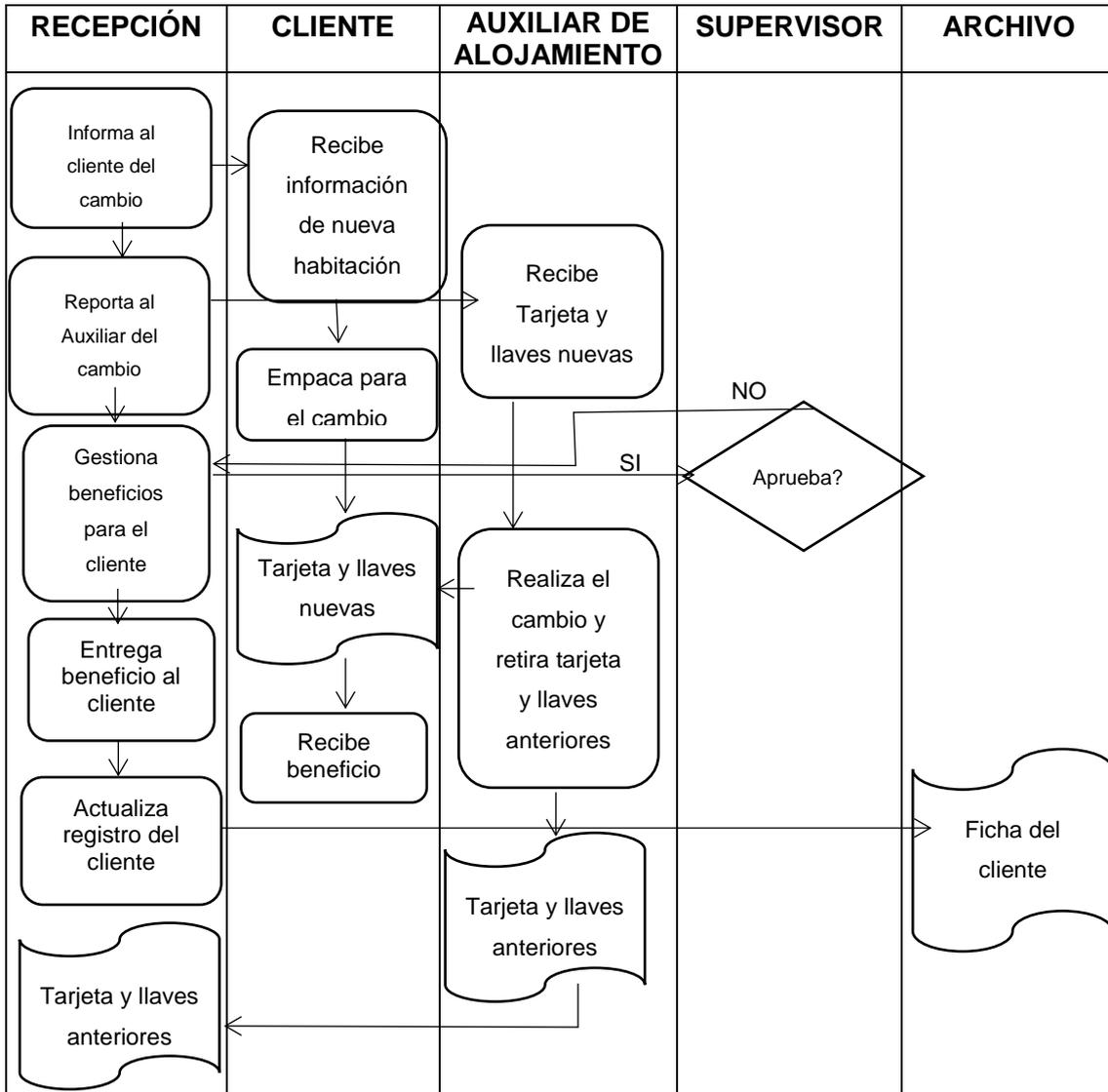
• **Check in (atención del arribo del cliente)**



Detalle del flujo:

1. El asistente de servicios de alojamiento le da la bienvenida al cliente tratándolo por su nombre, siempre precedido de señor(a), excepto en caso de grupos que deberá dirigirse en forma general.
2. Verificará si tiene vehículo para indicarle el lugar de parqueo e informarle sobre las condiciones del parqueo.
3. El asistente de servicios de alojamiento los conducirá a la recepción.
4. La recepcionista solicita los datos, agregándole el número del pasaporte y realizando las modificaciones que correspondan,
5. Verifica las entradas contra el pre-alojamiento, aclarando las diferencias con el guía y/o el cliente y realizando los correspondientes cambios.
6. Al turista individual se le solicita el voucher y pasaporte. A los turistas directos se les exige un depósito adelantado por el saldo de la primera noche, luego se anota el abono en la factura en máquina y entregando al cliente el recibo de cobro.
7. La recepcionista informa los servicios que no están incluidos en el precio pagado y la hora prevista para el check out.
8. La recepcionista entrega al botones, las tarjetas de identificación y llaves, el cual los distribuirá al cliente.
9. El botones llevará el equipaje hasta el lugar dispuesto y les informará sobre la hora del coctel de bienvenida.
10. El recepcionista solicita al responsable del bar los cócteles de bienvenida para la hora indicada.
11. El bar ofrecerá al cliente (tanto al huésped como a sus acompañantes) los cócteles de bienvenida.
12. Los vouchers de todos los clientes que realizan su viaje por agencias deberán ser presentados personalmente o a través del guía que ampara el régimen y servicios pagados. En caso contrario se les pedirá una garantía al momento del check in. El jefe de recepción gestionará los vouchers con el representante de la agencia e informará al cliente de la solución o no en un plazo de veinte cuatro horas. En caso negativo, se le mantendrá como directo. A solicitud del cliente podrá entregarle documento que certifique que el cliente se hospedó como directo, pagando en recepción sus gastos para un posible reintegro de la agencia al cliente por los servicios pagados.

• **Cambio de habitación (por necesidad del hotel)**

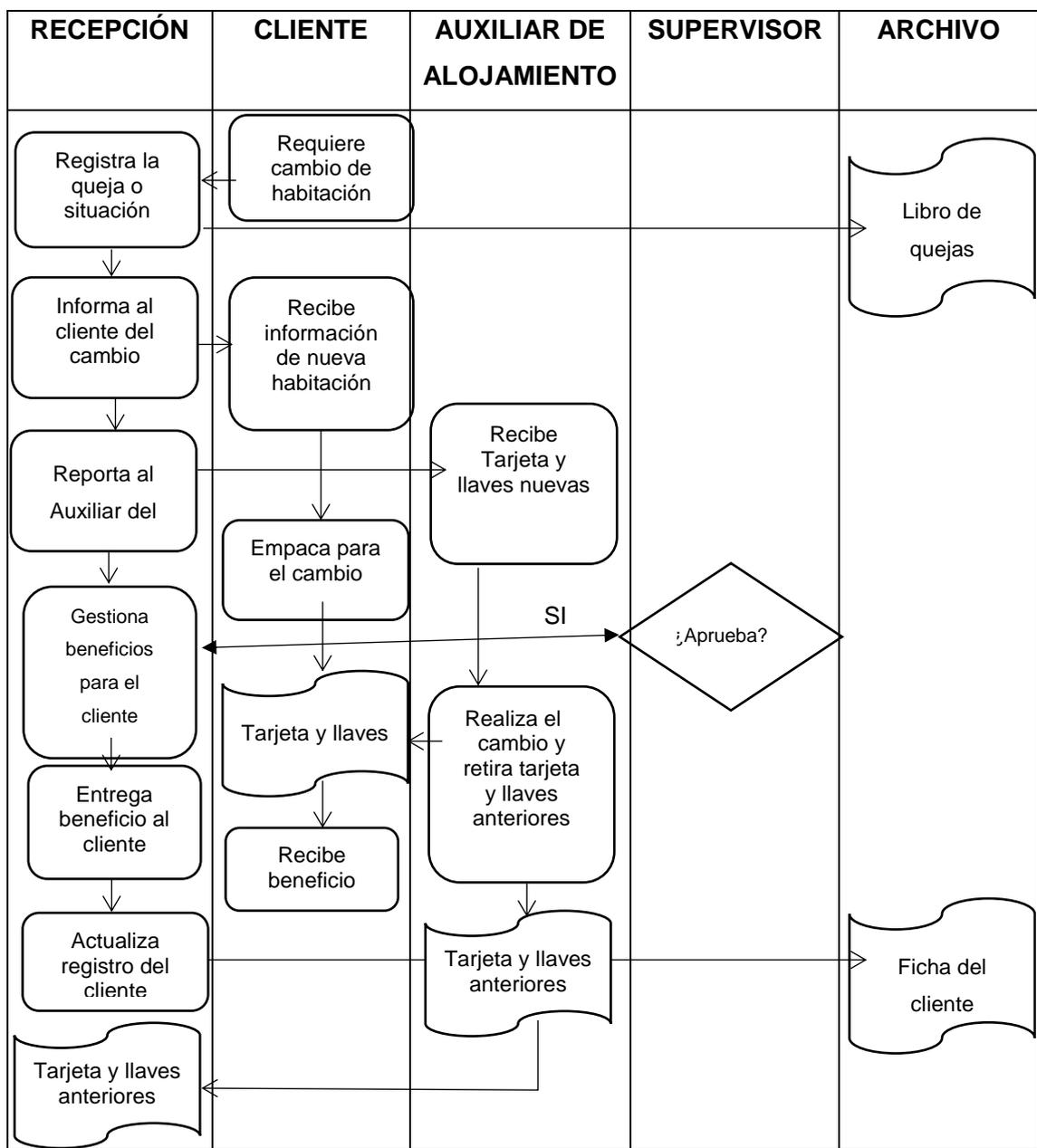


Detalle del flujo:

1. El recepcionista le informa al cliente del cambio de habitación, trasladándolo a una habitación similar o mejor, con las mismas características de precio.
2. Gestiona la entrega de una cortesía junto al supervisor de recepción, que puede incluir uno o varios de los artículos siguientes: tarjetas, flores, cestas de frutas, confituras, bebidas alcohólicas, suvenir y artesanías, primero Supervisor debe aprobar.
3. El cliente recibe la información, llaves y tarjetas de la nueva habitación
4. El auxiliar de alojamiento recibe las tarjetas y llaves de la habitación anterior y se las entrega a la recepcionista.

5. La recepcionista registra y actualiza la información de la nueva habitación del cliente y recibe las llaves anteriores.

• **Cambio de habitación a solicitud del cliente**

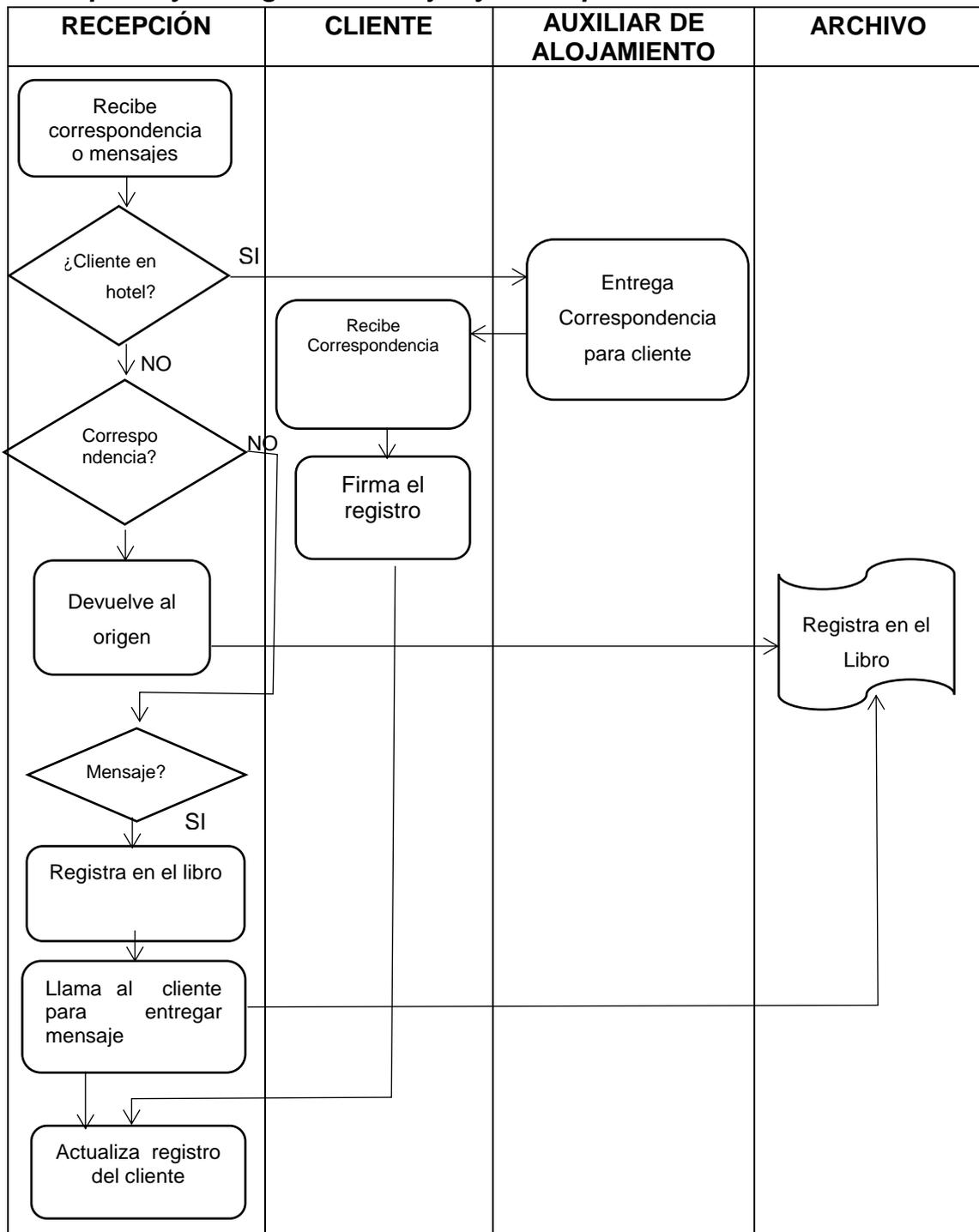


Detalle del flujo:

1. El cliente solicita cambio de habitación
2. El recepcionista indaga las causas del cambio y siempre que sea posible, complace al cliente. Si la causa del cambio necesita el cambio de habitación se la registra en su libro de quejas y solicitudes de los clientes.
3. Comunica al auxiliar de alojamiento la hora en que se realizará el cambio de habitación.

4. Se ejecuta el cambio con el auxiliar de alojamiento y se entrega las llaves nuevas al cliente.
5. El auxiliar le informa a la recepción del cambio y entrega las llaves anteriores.
6. El recepcionista hará la actualización del cambio del cliente y reportará que la habitación está disponible para el aseo.

• **Recepción y entrega de mensajes y correspondencia**



--	--	--	--

Detalle del flujo

1. El recepcionista al recibir correspondencia o mensajes, anota en el modelo de mensajes los siguientes datos: nombre de la persona que quiere transmitir un mensaje, entidad o procedencia de esa persona, número telefónico o forma de localizarlo, para quien es el mensaje (nombre, número de habitación), texto del mensaje, fecha y hora del mensaje, nombre y firma del que toma el mensaje.

2. Si el mensaje es telefónico se comunicara directamente a la habitación, si no está el cliente registrará en su libro los mensajes recibidos para entregarlos cuando arribe al hotel.

3. Si es correspondencia, se registra en el libro y se solicita al auxiliar de alojamiento que haga la entrega directamente en la puerta de la habitación.

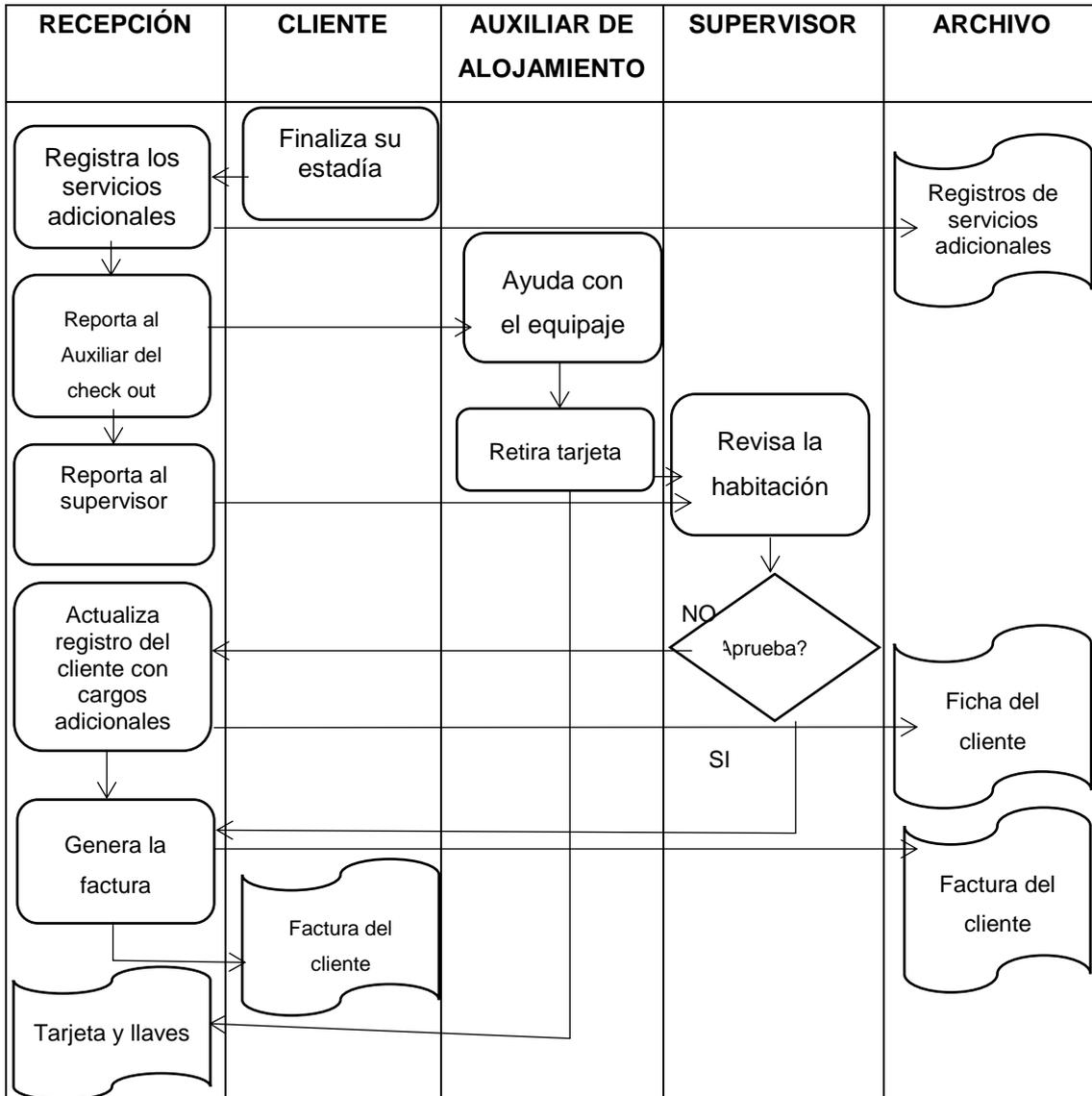
4. El cliente debe registrar su firma en el Libro de Correspondencias entregadas.

5. Si la correspondencia llegare cuando el cliente ya hizo check out se haría la devolución inmediata a la dirección de origen y se registrará en el correspondiente libro.

6. El auxiliar de servicios es el encargado de distribuir la correspondencia en un tiempo máximo de diez minutos.

NOTA ESPECIAL: Los mensajes siempre serán considerados importantes y urgentes para todos los clientes.

• **Check out**



Detalle del flujo:

1. La recepción llama a todas las habitaciones que no hayan pasado por la recepción a realizar el check-out. Para los clientes individuales y directos, también la noche anterior, le llama confirmando hora y salida y ofreciéndole la posibilidad de realizar una liquidación de su cuenta.
2. El cliente confirma su salida y la recepcionista gestiona la revisión de la habitación comunicando al auxiliar de Alojamiento y al supervisor. En caso de transfer o vuelos posteriores a la hora del check out se les da el servicio de *late check out* según disponibilidad de hotel o se le ofrece una habitación de cortesía, con la autorización del Supervisor.
3. El auxiliar de alojamiento hace la asistencia con las maletas y entrega las llaves al supervisión para la respectiva revisión de la habitación.

4. El supervisor chequea que la habitación ha quedado sin daños, de existir se le informa a la recepción a fin de gestionar cargos adicionales a su factura.
5. El recepcionista hace la revisión de cuentas y en caso de existir un consumo de última hora realiza el cargo en factura, Imprime la cuenta antes de cerrarla, para su revisión por el cliente.
6. El auxiliar de alojamiento entrega las llaves que recogió de la habitación que fue verificada y las entrega a la recepción.
7. La recepcionista circula en el listado de salidas, recoge las llaves, archiva la tarjeta de registro y actualiza la ficha del cliente.
8. Archiva las tarjetas de registros y la copia de la factura para la gestión pertinente.

• A continuación se adjuntan formatos de verificación de cumplimiento de procesos para el control de supervisores

Tabla 41

Formato de verificación de cumplimiento de procesos para el control de supervisores

ORDEN DE SERVICIO

<i>Fecha:</i>	<i>Habitación:</i>	<i>Turno:</i>
<i>Hora</i>	<i>Inicio:</i>	<i>Fin:</i>
<i>requerimiento:</i>		
<i>Detalle</i>		
<i>Recibe conforme:</i>		<i>Entrega conforme:</i>
<i>Observación:</i>		

Elaborado por: Danes C. (2018)

• **Glosario de términos de la ficha de verificación del cumplimiento de procesos para el control de supervisores**

Tabla 42

Glosario de términos

Orden de servicio:	de	Requerida para toda actividad relacionada con el servicio que ofrece el hotel.
Fecha:		Fecha del requerimiento de parte del cliente.
Turno:		Especificar el turno de la recepción: T1, T2, T3
Hora requerimiento:		Segmento que especifica las horas ocupadas en la atención
Inicio:		Hora de inicio del servicio
Fin:		Hora de fin del servicio
Detalle :		Especificación del servicio que requirió.
Habitación:		Numero de habitación requirente del servicio
Entrega conforme:		Firma de quien entrega
Recibe conforme:		Firma de quien recibe
Observación:		Espacio para anotaciones adicionales.

Elaborado por: Danes C. (2018)

4.5.4 Implementación del manual

Para la implementación del manual se lo presentara al gerente general el cual lo analizara y aprobara según cuales sean sus criterios personales, luego de ser aprobado lo socializara con cada supervisor de departamento para opinar si es necesario algún cambio. Hecho cualquier cambio se citara a todo el personal del hotel a un salón de evento en dos jornadas con un coffee break para socializar la presentación del manual; dado esto los supervisores se encargaran de hacer el respectivo seguimiento e implementación del mismo para que el departamento se desarrolle según las pautas del manual. En el anexo N encontraran un diagrama para la caratula del manual de procedimientos.

4.5.4 Presupuesto y financiamiento

La siguiente tabla muestra el presupuesto estimado para realizar la propuesta de investigación: Evaluación de la gestión del personal del área de recepción del Hotel HM Internacional para el diseño de un manual de procedimientos. El cual constará de financiamiento propio en el estudio de mi tesis

Tabla 43 Presupuesto

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Para impresión del manual				
Impresiones	17	Hojas	\$0.15 ctvs.	\$2,40
Encuadernación	6	Unidad	\$4,00	\$24,00
Resmas de papel	2	Unidad	\$4.00	\$8,00
Copias	85	Unidad	\$0.03 ctvs.	\$2,55
Gastos de internet	4	Meses	\$35.00	\$140,00
Materiales de oficina	15	Varios	\$3.00	\$45,00
Diseño de portada	1	Unidad	\$ 20.00	\$20.00
Para socialización del manual				
Alimentación	23	Unidad	\$5.00	\$115.00
Movilización	23	Unidad	\$5.00	\$115.00
Imprevistos (10%)				\$58,69
VALOR TOTAL				\$530,64

Elaborado por: Danes C. (2018)

CONCLUSIONES

- La situación actual del Hotel HM Internacional presenta problemas permanentes y quejas en el área del departamento de recepción que tienen sus causas en la falta de capacitación, vocación laboral, falta de motivación al personal, inconvenientes de comunicación interna. Ocasionando una mala reseña de experiencias dentro de la estadía en el hotel y repercutiendo en su servicio.

- Se pudo identificar los principales procedimientos dentro del área de recepción, *apoyo logístico* que se traduce en los auxiliares tanto de parqueo, de alojamiento, de limpieza y aseo y *apoyo administrativo*, además la gestión comercial que tiene relación directa con las Agencias y operadoras de turismo.

- El principal problema que perciben los clientes es la falta de comunicación y el mal servicio que brindan es así que considerando el volumen de respuestas que superó el 50% de los encuestados además un 85% de los encuestados calificaron como poco satisfactorio el profesionalismo con que se brinda el servicio.

- La evaluación de las recepcionistas dejó en evidencia que no coinciden con los objetivos institucionales, la comunicación es limitada y casi nula, poca confianza y estabilidad que se requiere transmitir al cliente pero se debe mejorar en capacitación, atención, comunicación y mejorar la calidad del servicio al cliente.

- Se requiere el Diseño del manual de procedimientos para el área de recepción del Hotel HM que incorpora los procedimientos básicos que todo proceso hotelero debe tener el cual influirá al desempeño del personal del departamento para brindar un excelente servicio a los huéspedes, así también se llegara a tener un comunicación efectiva entre empleados a supervisores y empleados clientes.

RECOMENDACIONES

- Se considera importante que se apliquen pruebas de habilidades y psicométricas a los colaboradores de la recepción, considerando que los aspectos a evaluar sean proactividad, motivación, liderazgo y comunicación asertiva.
- Se recomienda crear un Comité de Gestión de Calidad, a fin de ajustar esta propuesta a otros elementos que están relacionados con la recepción como la dotación de alimentos y servicios accesorios que brinda el Hotel HM Internacional, a fin de que su calidad sea visible en cada espacio confinado para sus clientes.
- Se debe socializar y hacer una integración de los colaboradores del Hotel en general, para dar un impulso a la mejora de la comunicación interna, el compañerismo y sobretodo el trabajo en equipo. La motivación es fundamental cuando se hace gestión hotelera porque se trabaja directamente con el aspecto socioeconómico de las personas.
- Es urgente que se capacite a todos los colaboradores en dicción, ingles con módulos intermedios y manejo del tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. Á. (2002). *Promoción Turística: Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Adillón, R. (29 de Marzo de 2012). *Cesae Business & Tourism School*. Obtenido de Cesae Business & Tourism School: <https://www.cesae.es/blog/la-recepcion-como-corazon-del-hotel>
- Alfonso González Damián,. (2010). *Epistemología del turismo/ Posturas subyacentes sobre orden y accion social en las teorías del turismo*. Mexico: Trillas.
- Álvaro Silva, G. X. (2004). *La guía del guía*. Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.
- Arqhys. (2012). *Historia del museo*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/arquitectura/museo-historia.html>.
- Arqueoblog. (2010). *Turismo Cultural*. Obtenido de <http://arqueoblog.com/turismo-cultural/>.
- Ascanio, A. (2011). *Principios de administración hotelera*. Mexico: Trillas.
- Aquilla Saquicela, C. A., & Capelo, D. (2015). *Manual de procesos operativos del departamento de hoteleria, aplicado al hospital universitario del rio*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21775/1/tesis.pdf.pdf>
- Barreno, S. (2010). *Manual de guías de turismo y operación turística*. Riobamba. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/38019732/MANUAL-DE-GUIAS-DE-TURISMO-Y-OPERACION-TURISTICA>

- Benavides Vindas, S. (Enero-Junio de 2005). El sector turismo: su aporte a la economía. *Revistas Académicas de la Universidad Nacional*, 1. Obtenido de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/635/570>
- Biosca, D. (2018). *La satisfacción de tus clientes depende de tus empleados*. Obtenido de <http://barradeideas.com/la-satisfaccion-de-tus-clientes-depende-de-tus-empleados/>.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (Cuarta ed.). México: Trillas.
- Burkart, A., & Medlik. (1981). *Turismo: Presente, pasado y futuro*. Londres.
- Cabo, M. (2004). *Asistencia y Guía de Grupos*. Madrid, España: Thomson Ediciones Paraninfo, S.A.
- CAMA, G. (2013). *Procedimientos de recepción y sus niveles de satisfacción en hoteles tres estrellas, Ciudad de Puno*. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1871/Cama_Pacompia_Giovanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Capital Humano . (05 de Mayo de 2017). *Capital Humano*. Obtenido de Capital Humano : <http://www.capitalhumano.com.co/gerencia/la-evaluacion-efectiva-del-area-de-gestion-humana-una-tarea-vital-para-las-organizaciones-7941>
- Cárdenas Tabares, F. (2001). *Comercialización del Turismo: determinación y análisis del mercado*. México: Trillas.
- Carrasco Fernández, S. (2013). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. España: Ediciones Paraninfo S. A.
- Castañeda. (2010). *Guía para la elaboración del manual de procedimientos*. Obtenido de https://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/guia_elab_manu_proc.pdf.

- Cenzano, P., & Mercado, C. (s/a). *Técnicas de Guiado - Material orientativo y de consulta para el examen de guías idóneos*. Salta: Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Cultura y Turismo.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Obtenido de <http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/administracion-de-personal-l/documentos/chiavena.pdf>.
- Cohen, S. (1972). *Tipos de Turistas*. Obtenido de <http://consumidorturistico21.blogspot.com/2009/09/tipos-de-turistas-segun-el-sociologo.html>
- Congreso Nacional. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>.
- Congreso Nacional. (2002). *Reglamento General de Actividades turísticas*.
- Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: lexis.
- Cruz, E. (2016). *Manual de Procedimientos para el Departamento de Recepción y Manual de Puestos para Hotel Arenal Manoa, La Fortuna de San Carlos*. Obtenido de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/4028/Manual%20de%20procedimientos%20para%20el%20departamento%20de%20recepti%C3%B3n%20y%20manual%20de%20puestos%20para%20Hotel%20Arenal%20Manoa%2C%20La%20Fortuna%20de%20San%20Carlos.pdf?sequence=1&isAl>.
- Dalles, P. (2012). *El turismo y sus antecedentes históricos*. Obtenido de <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/el-turismo-y-sus-antecedentes-historicos-468250.html>.
- deChile.net. (2018). *Etimología de hotel*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?hotel>.

- Díaz. (2018). *Aproximaciones a la historia del hospedaje en el mundo*. Obtenido de https://www.academia.edu/7138743/APROXIMACIONES_A_LA_HISTORIA_DEL_HOSPEDAJE_EN_EL_MUNDO.
- Dirección de Turismo y Promoción Cívica Municipio de Guayaquil. (2014). *Guayaquil es mi destino*. (A. Paredes Cazar, Ed.) Guayaquil, Guayas, Ecuador: Gloria Gallardo Zavala.
- El Comercio. (2017). *El turismo interno en el Ecuador generó 12,3 millones de viajes en el 2016*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-ecuador-genero-12millones-2016.html>.
- El Telégrafo. (2015). *El 54% de turistas en Guayaquil son extranjeros*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/el-54-de-turistas-en-guayaquil-son-extranjeros>.
- Entorno Turístico. (2011). *¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>.
- Entrepreneur Media. (2017). *Cómo diseñar un manual de procedimientos*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263642>.
- Escalona, F. M. (2004). Industria Hotelera. En F. M. Escalona, *La Industria Turística* (pág. Capítulo VI). Madrid: Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva.
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (6-7-8 de Octubre de 2016). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral: <http://noticias.espol.edu.ec/article/ruta-teatralizada-por-la-independencia-de-guayaquil>
- Espacio visual Europa. (2015). *Breve historia de los museos* . Obtenido de <https://evemuseografia.com/2015/11/30/breve-historia-de-los-museos/>.

Fàbregas , J., & Pasadas del Amo, S. (2016). *Las encuestas de opinión*.
Obtenido de http://www.csic.es/coleccion-que-sabemos-de?p_p_id=contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet&p_p_lifecycle=1&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_struts_acti.

Ferreira, A. M. (2009). *Turismo cultural*. Colombia: Unia.

Fincowsky Franklin, B. E. (-). *Manuales Administrativos: Guía para su Elaboración*. Mexico: Fca- Unam.

Fincowsky Franklin, Benjamin Enrique. (2008). *Manuales administrativos: guias para su elaboracion*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7809/1/142T0008.pdf>.

franklin. (2008). *hola*. Mexico: genesis.

Franklin, E. B. (1998). *Organizacion de empresa: analisis, diseño y estructura*. Mexico: Litografía Ingramex. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7809/1/142T0008.pdf>.

Frontera. (2017). *El origen de la palabra hotel*. Obtenido de <http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/LoCurioso/06022014/805365-El-origen-de-la-palabra-Hotel.html>.

Gestion y administración. (2017). *Evolución de la administración hotelera*. Obtenido de Gestión y Administración : <https://www.gestionyadministracion.com/cursos/administracion-hotelera.html>

González, A. (2010). *Epistemología del turismo/ Posturas subyacentes sobre orden y acción social en las teorías del turismo*. Mexico: Trillas.

Guzmán Ramos, A., & Fernández, G. (13 de Abril de 2002). *El turismo desde la geografía*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-365.htm>

Häussler, X. (1930). *Der Fremdenverkehr. Eine Studie über seine volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse im bayerischen Hochland.* *Universitätsverlag von Robert Noske.*

HM International. (2018). *Hotel.* Obtenido de <https://www.hmhotelec.com/seguridad.html>.

Hotel Olid. (2018). *Origen de los hoteles.* Obtenido de <http://www.hotelolid.com/origen-los-hoteles/>.

Hoteleria. (11 de Noviembre de 2013). *Glosario de terminos usados en recepción.* Obtenido de Glosario de terminos usados en recepción: <http://hospitalidad1.blogspot.com/2013/11/glosario-de-terminos-utilizados-en.html>

Hunziker, W., & Kraft, K. (1942). *Fundamentos de la teoria general del turismo.*

Inca, C. (2017). *Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del hotel camino real .* Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7246/1/PIURHYT012-2017.pdf>.

José Renato de Castro César. (2010). *Epistemología del turismo/ Ensayo critico sobre turismo como ciencia.* Mexico: Trillas.

Kavanagh, D. (1994). *Las encuestas de opinión publica .* Obtenido de <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Kavanagh-Dennis-Las-encuestas-de-opini%C3%B3n-p%C3%BAblica.pdf>.

Korstanje, M. (2007). *Antropología del Turismo.* Edición electrónica gratuita.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turistico* (5ta Edición ed.). (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

- Larraiza, L. (11 de Enero de 2015). *El blog de Leire Larraiza*. Obtenido de El blog de Leire Larraiza: <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>
- Ley de Turismo. (27 de Diciembre de 2002). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Loja, D., Ojeda, K., & Rivera, L. (2011). *Evaluación del uso recreativo de los jardines del malecón Simón Bolívar*. Guayaquil: Escuela superior politécnica del litoral facultad de ingeniería marítima y ciencias del mar.
- López, R. (2007). *Manual de técnicas de guiar y actividades turísticas escolares*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Lucas Marín, A., Cortés Beltrán, C., & Cáceres Zapatero, M. D. (2000). *Madrid en el siglo XXI transformaciones y retos de su realidad social* (Vol. II). Madrid, España: Fragua.
- Manual de guías de turismo local de la Costa Caribe de Nicaragua. (Mayo de 2013). *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. Obtenido de <http://www.pnuma.org/manglares/nicaragua/documentos/Proyectos%20comunitarios/Proyecto%20ecotur%20ADstico%20Kahkabila/Manual%20de%20gu%20de%20turismo%20de%20la%20Costa%20Caribe%20de%20Nicaragua.pdf>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. New York: Longman.
- Mestanza, J. (27 de Agosto de 2014). *El Comercio*. 1.6 millones de visitas al mes al Malecón 2000, pág. 2. Obtenido de *El Comercio*: <http://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-ecuador-visitas-malecon-2000.html>

Mincetur. (15 de Agosto de 2013). *Conceptos Fundamentales de turismo*.
Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Cultura. (2016). *Los 10 museos más populares de Ecuador*.
Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/los-diez-museos-mas-populares-de-ecuador/>.

Ministerio de Cultura. (2017). *Museo*. Obtenido de
<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/museo/>.

Ministerio de Cultura. (2017). *Red de museos nacionales del Ministerio de Cultura*. Obtenido de
<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1U3ZjyuUsf7dXtJUJJpeNtZYsmgA&ll=-1.1570067560174%2C-78.45219453125003&z=7>.

Ministerio de turismo . (16 de Septiembre de 2012). *Ministerio de Turismo*.
Obtenido de Reglamento general de actividades turísticas :
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>

Ministerio de turismo. (29 de Diciembre de 2014). *Ministerio de Turismo*.
Obtenido de Ley de turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de
<http://www.turismo.gob.ec/>.

Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR. (2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador 2017 Asociación de atractivos con el espacio turístico*. Quito.

Mintur. (2013). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.

- Mintur. (2015). *Anuario Estadístico*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>.
- Monterrubio Cordero, J. C. (2010). *Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Naciones Unidas. (2001). *CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL*. Santiago de Chile.
- Naciones Unidas. (2010). *Cuenta satélite de turismo*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf.
- Observatorio turístico de Guayaquil. (2016). *Observatorio turístico de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf>.
- Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2016). *Estructura del mercado turístico* (Segunda ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo, SA.
- OMT. (2017). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>.
- Parra, M. (2009). *La Evaluación de desempeño y la gestión de RRHH*. Obtenido de <http://www.rrhmagazine.com/articulos.asp?id=28>.
- Pazmiño, V. A. (Ed.). (2012). *Guía especializada en Turismo de Guayaquil 2012*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Inmediatur S.A.
- Pedroso, I. (2001). *El Guía de turismo: Principal Agente de Información en un Destino Turístico*. Camaguey: Centro de documentación e información del turismo.
- Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de buenas prácticas guías de turismo y operación turística gestión de servicio*. Lima.

- Plan nacional del buen vivir. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Quito.
- Portal Cultural. (2017). *Visitas a museos*. Obtenido de http://www.portalcultural.gob.ec/DCG_IVE/webpages/consultaVisitas.php.
- PWC. (2012). *Estudios de impacto economico*. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>.
- QuestionPro. (2018). *Encuestas de opinión, qué son y cuándo utilizarlas*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/encuestas-de-opinion/>.
- Rainforest Alliance. (2005). *Buenas Prácticas para Turismo*. San José, Costa Rica : Epicentro Publicidad.
- RAL. (2018). *Real Academia de la Lengua*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?w=hotel&origen=REDLE>.
- Ramallo Miñan, E. (2015). *El guía turístico diferencias y similitudes entre comunidades autónomas*. Murcia, España: Universidad de Murcia. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701018.pdf>
- Raymond, G. (2003). La hora de Guayaquil. *América Economía*.
- Reglamento general de actividades turísticas. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. Lexis.
- Reglamento Nacional de Guianza Turística . (2016). *Reglamento Nacional de Guianza Turística* . Limón Indanza: Lexis.
- Responsible Tourism Institute. (2017). *Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <http://www.sustainabletourism2017.com/es/17-objetivos-desarrollo-sostenible-turismo/>.
- Riera, P., & Naranjo, P. (2013). *Propuesta de un modelo de gestion de calidad ISO Hotel HM*. Obtenido de

<https://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5334/1/UPS-GT000449.pdf>.

Rodríguez, E. (2011). *Clases de turismo*. Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html.

Rodriguez, Y. (2013). *Gestión de recursos humanos*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/10/gestion-de-recursos-humanos/>.

Salazar Parrales, A. (15 de Abril de 2008). *Teoría Sociológica y Turismo*. Obtenido de http://impactodelasociedadenturismo.blogspot.com/2013/02/sociologia-y-turismo_27.html

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico : McGraw-Hill, Interamericana editores, S.A de C.V.

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill, Interamericana editores, S.A de C.V.

San Martín Gutiérrez, H. (2005). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador*. Santander: Universidad de Cantabria Departamento de Administración de Empresas.

Sánchez, J., & Calderón, V. (2012). *Diseño del proceso de evaluación del desempeño del personal y las principales tendencias que afectan su auditoría*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n32/n32a04.pdf>.

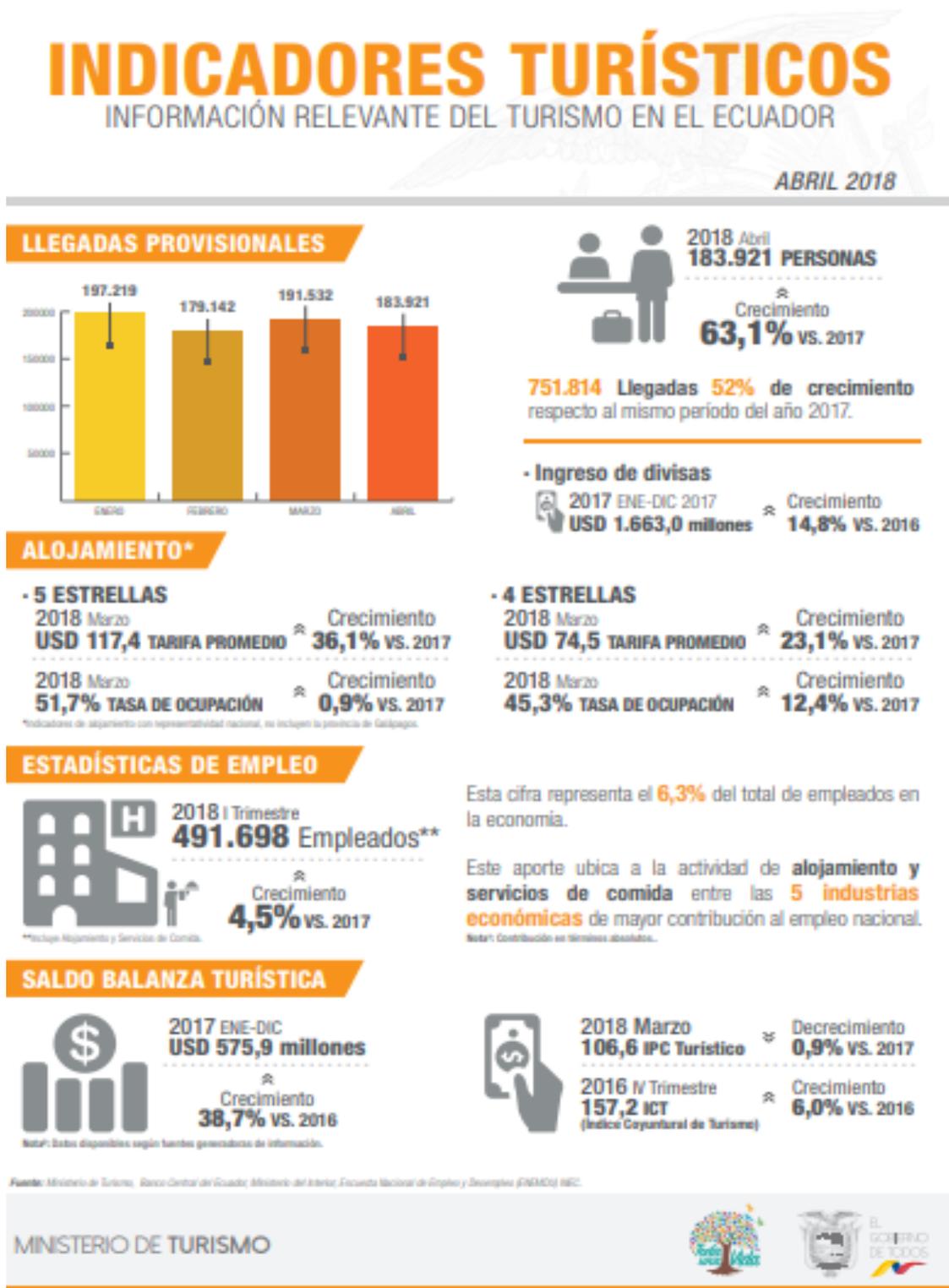
Santomá, R., Vila, M., & Costa, G. (2008). *Elementos de gestión que llevarán a una cadena hotelera a*. Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf16.pdf>.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Quito.

- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*.
Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf.
- Socorro, P. (1 de Enero de 2012). *Calameo*. Obtenido de *Hoteleria y Turismo* :
<https://es.calameo.com/read/00172820136565414289a>
- Stradner, J. (1917). *Der Fremdenverkehr*. *LeykamVerlag*, 50-54.
- Turismo.gob.ec. (2018). *Movimientos migratorios del Ecuador*. Obtenido de
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/movimientos-migratorios-del-ecuador/2>.
- UNAM. (2016). *MANUAL DE PROCEDIMIENTOS*. Obtenido de
<http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/disenoinfo/6/1.htm>.
- UNWTO. (2010). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- UNWTO. (2018). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Unwto, O. M. (1995). *Collection of tourism expenditure statistics*.
- Velandia Salazar, F., Ardón Centeno, N., & Jara Navarro, M. I. (6 de diciembre de 2007). Satisfacción y calidad: Análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 139-168. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/html/545/54501307/>

ANEXOS

Anexo A Indicadores de turismo

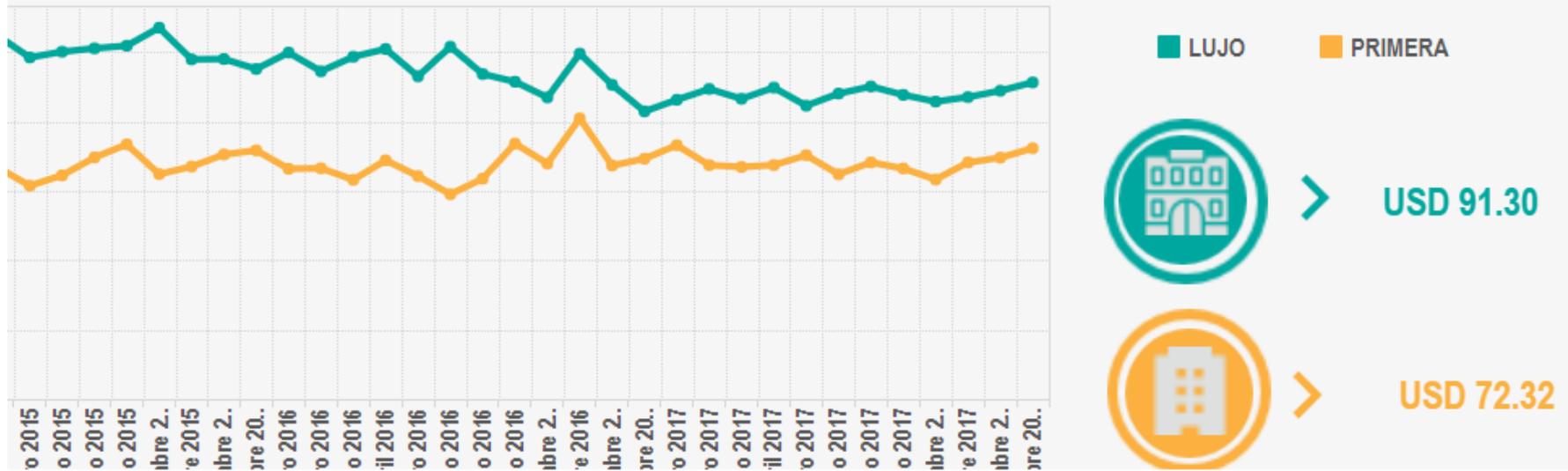


Fuente: Mintur (2015)

Indicadores coyunturales de alojamiento

Tarifa por Habitación Ocupada de Establecimientos de Alojamiento

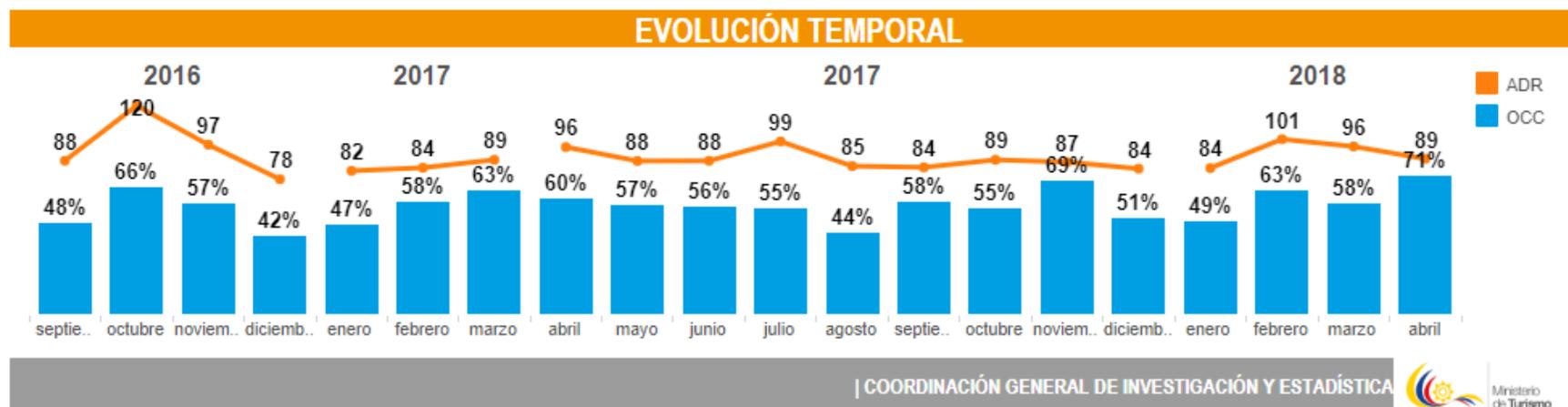
Las tarifas por habitación ocupada de establecimientos de alojamiento por categoría correspondiente al mes de diciembre del 2017 son:



Fuente: Mintur (2015)

Anexo C Tarifa

	2017 abril	2018 abril	VAR. INTERANUAL	2018
OCC	59.73%	70.87%	11.14%	60.27%
ADR	96.05	89.30	-7.03%	92.56
Revpar	57.37	63.29	10.31%	55.98



Fuente: Mintur (2015)

ENCUESTA DE VALORACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE

Objetivo: Las siguientes preguntas desean valorar la atención brindada en el Hotel HM INTERNACIONAL en el área de recepción:

Para: (Puede ser anónima)

Edad: Entre 16 a 25 () Entre 26 a 40 () Entre 41 a 60 () Mas de 60 ()

Motivo de visita: negocios () turismo () Vacaciones () De paso ()

Tiempo de estadía:.....(días)

1.- Satisfacción general el servicio:					
Como clasificaría los siguientes aspectos en el hotel:	Malo	Regular	Bueno	Satisfactorio	Excelente
✓ Experiencia de servicio al cliente					
✓ Entrega a tiempo del servicio					
✓ Profesionalismo del personal					
✓ Experiencia de compra					
✓ Calidad del servicio					
✓ Comprensión de las necesidades del cliente					

2.- Satisfacción con infraestructura y servicios específicos:					
Cómo calificaría los siguientes aspectos del hotel:	Malo	Regular	Bueno	Satisfactorio	Excelente
✓ Infraestructura					
✓ Precio del servicio					
✓ Servicio de alimentación					
✓ Servicio de limpieza					
✓ Servicio de recepción					
✓ Servicio de gimnasio					

3.- Por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones, basado en la atención recibida por el representante de servicio al cliente con quien habló recientemente:

✓ El recepcionista fue muy cortés al saludar

() Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Neutral () En desacuerdo () Muy en desacuerdo

✓ El recepcionista manejó mi requerimiento de forma rápida

() Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Neutral () En desacuerdo () Muy en desacuerdo

✓ El recepcionista estaba bien informado de los servicios que cuenta el hotel

() Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Neutral () En desacuerdo () Muy en desacuerdo

4.- ¿Hay algún otro comentario sobre el representante de servicio al cliente que le gustaría añadir?

5.-Cuál de los siguientes aspectos considera usted se deben mejorar:

Capacitación del personal ()

Atención del personal ()

Comunicación asertiva ()

Recepción bilingüe ()

Calidad del servicio ()

ENCUESTA DE VALORACIÓN AL PERSONAL DE RECEPCION

Objetivo: Evaluar los principales factores de éxito para mantener una excelente nivel de atención en la recepción.

Para: (Puede ser anónima)

Seleccione la opción según corresponda:

Su presentación personal es:

A) Excelente B) Buena C) Regular D) Mala

1. ¿Porta alguna identificación que denomine su cargo? SI () NO ()
2. ¿Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones? SI () NO ()
3. ¿Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida?
 SI () NO ()
4. ¿Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado? SI () NO ()
5. ¿Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos al departamento de recepción?
 SI () NO ()
6. ¿Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y áreas del Hotel?
 SI () NO ()
7. ¿Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos? SI () NO ()
8. ¿Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía?
 SI () NO ()
9. ¿Elabora informes periódicos de las actividades realizadas? SI () NO ()
10. ¿Cómo es su respectivo servicio de aseo en las habitaciones y en el hotel?

A) Excelente B) Buena C) Regular D) Mala

11. ¿Suministra y coloca en sus respectivos lugares: toallas, jabón, papel sanitario, desodorantes y otros? SI () NO ()
12. ¿Recoge, embolsa y coloca la basura en sus respectivos depósitos? SI () NO ()
13. ¿Dota las habitaciones? SI () NO ()
14. ¿Surte la nevera de las consumiciones del the shop (tienda)? SI () NO ()
15. ¿Comunica cualquier incidencia o situación anómala que observe? SI () NO ()

Anexo F Recepción



Fuente: HM Internacional (2018)

Anexo G Habitación



Fuente: HM Internacional (2018)

Anexo H Lobby



Fuente: HM Internacional (2018)

Anexo I Restaurante



Fuente: HM Internacional (2018)

Anexo J Salones de eventos



Fuente: HM Internacional (2018)



Anexo K Bar/sala lounge



Fuente: HM Internacional (2018)

.Anexo L Gimnasio

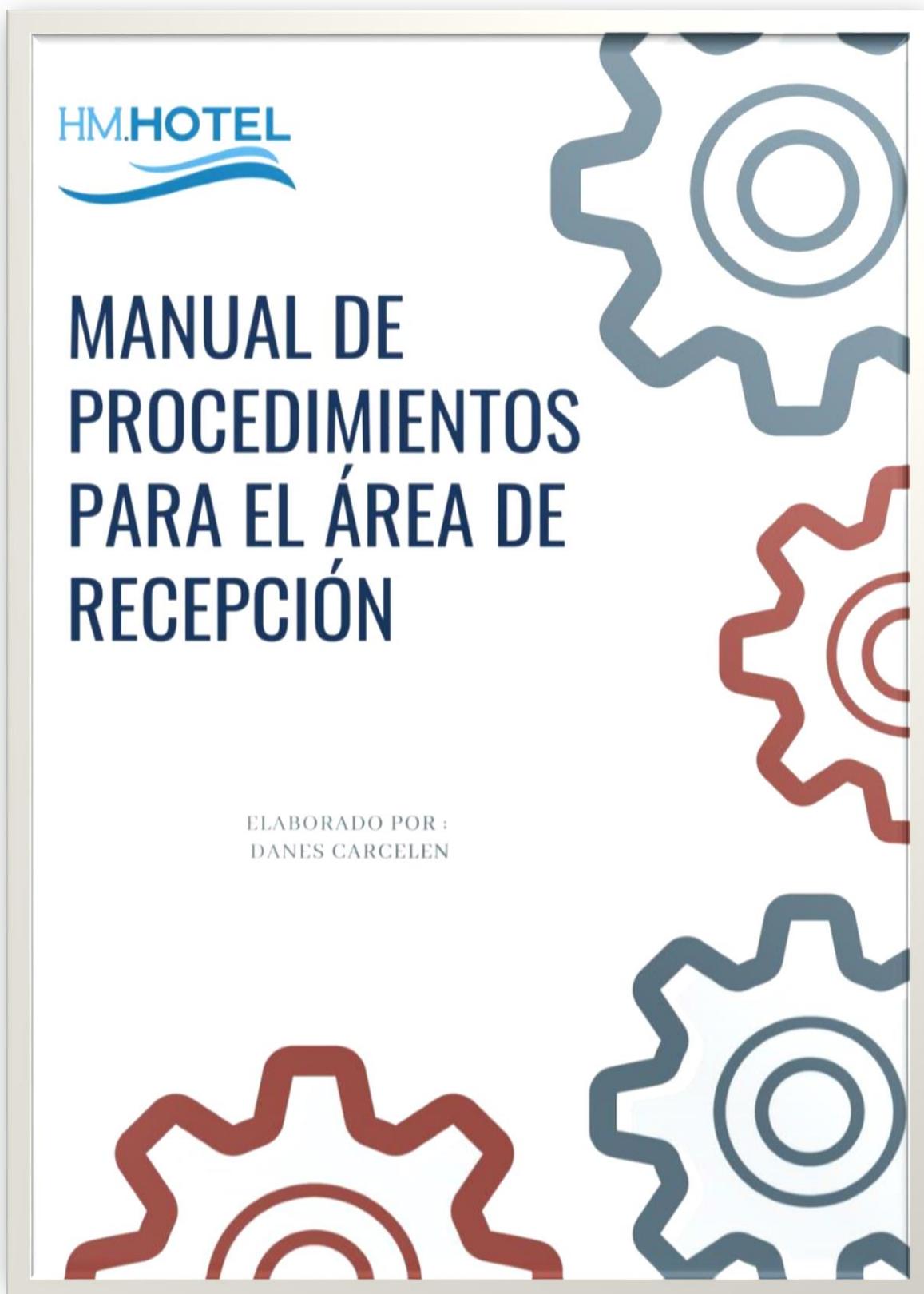


Fuente: HM International (2018)

Anexo M The shop (Tienda)



Fuente: HM International (2018)



Preguntas de la entrevista a recepcionistas.

Entrevista a Recepcionistas del Hotel HM Internacional

Objetivo: Determinar el ambiente laboral del área de recepción en el hotel HM Internacional

Lugar: Hotel HM Internacional

Fecha: 24 de Julio del 2018

1. **A su criterio ¿Que representa el área de recepción en un hotel?**

2. **¿Brinda la información completa que requiere el cliente?**

3. **¿Considera que tiene los materiales necesarios para recoger información cuando recibe llamadas o mensajes en el área de recepción?**

4. **¿De qué manera usted maneja la información interna y la organización en el área de recepción?**

5. **¿Tiene una adecuada comunicación interna con otras áreas importantes dentro del hotel?**
