



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN EL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL  
HOTEL COLONIAL SUITE UBICADO EN LA CIUDAD DE  
GUARANDA - ECUADOR

AUTOR

ANDREA CECIBEL VILLAFUERTE CEDEÑO

AÑO

2019



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

**PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN EL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL HOTEL  
COLONIAL SUITE UBICADO EN LA CIUDAD DE GUARANDA – ECUADOR**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y  
Turísticas

**Profesor Guía**

Agurtzane Goyarzu de la Serna

**Autora**

Andrea Cecibel Villafuerte Cedeño

**Año**

2019

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, "Plan de mejora de calidad en el área de recepción del hotel Colonial Suite ubicado en la ciudad de Guaranda-Ecuador" , a través de reuniones periódicas con la estudiante Andrea Cecibel Villafuerte Cedeño, en el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Agurtzane Goyarzu de la Serna  
**Magister en Dirección Hotelera**  
**C.I. 175452105-0**

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, "Plan de mejora de calidad en el área de recepción del hotel Colonial Suite ubicado en la ciudad de Guaranda-Ecuador" , de Andrea Cecibel Villafuerte Cedeño, en el semestre 2019-1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Patricio Alexander Velásquez Serrano  
**Magíster en Administración de Empresas**  
**C.I. 050163994-2**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Andrea Cecibel Villafuerte Cedeño  
**C.I. 020195684-4**

## AGRADECIMIENTOS

Primero, quiero agradecer a Dios, por ser siempre mi fortaleza en todos los pasos que he tomado en el transcurso de mi vida.

Agradezco a mis padres, tía, hermanos y prometido, por acompañarme y ser un apoyo incondicional en todo momento con ayuda, fuerza, y guía para cumplir con mis sueños y metas. Por otro lado, agradezco a todos mis profesores por regalarme un granito de arena de muchos conocimientos, experiencias y enseñanzas para ser una gran profesional en el futuro.

## DEDICATORIA

Dedico este logro a mi familia, en especial a mis padres Cecibelt Cedeño, Gustavo Villafuerte, y a mi tía Lucila Villafuerte, por brindarme el apoyo incondicional y ser mi pilar fundamental en todo momento.

## RESUMEN

Este estudio contiene un plan de mejora de calidad en el área de recepción para el Hotel Colonial Suite de la ciudad de Guaranda – Ecuador, tomando en cuenta las debilidades detectadas en dicho establecimiento de hospedaje.

El interés se centra en el área de Recepción por ser el primer contacto con el huésped, tomando en cuenta la más alta probabilidad de satisfacción o insatisfacción, que puede alentar o no una próxima visita o recomendación a familiares o amigos.

Por ello, se examinan las condiciones en que el personal brinda su atención a los huéspedes, así como las condiciones físicas de la referida área, la pulcritud del personal, el hecho de que haya siempre alguien esperando a los visitantes, la información clara y oportuna que se brinde al huésped, entre otros indicadores a considerar. En esta sección se fundamenta el estudio con los objetivos y la justificación, además de presentar la metodología empleada en el mismo.

Para alcanzar los objetivos, se eligió el modelo Servqual, ideal para medir la calidad de los servicios. También se aplican las técnicas de análisis situacional y el mapa de procesos, entre otras herramientas.

El marco teórico del estudio contiene los principales conceptos y categorías relacionados al tema seleccionado, para luego examinar el contexto del objeto de estudio, los procesos existentes, incluido el análisis situacional FODA, posteriormente la propuesta de mejora y la propuesta de intervención, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.



## ABSTRACT

This study contains a quality improvement plan in the reception area for the Colonial Suite Hotel in the city of Guaranda-Ecuador, taking into consideration the weaknesses detected on such establishment.

The interest focuses on the area of reception being this the first contact with the guests, taking into consideration the highest probability of satisfaction or dissatisfaction, that could turn into a future visit or recommendation to family and friends.

Because of this, the way that the personnel provides their services to guests is evaluated. The same way as physical conditions of the referred area, the neatness of the personnel, the fact that there should always be someone waiting for the guests, the clear and precise information provided to the guest, and other factors to consider. This section prioritizes the study with the objectives and justification, as well as to present the methodology applied in such.

To reach the objectives, the Servqual method was chosen. Ideal to measure the quality of the services. It also applies techniques of situational analysis and the map of steps, as well as other strategies.

The theoretical framework of the research contains the main concepts and categories related to the selected topic, to later examine the context of the object of research, the existent processes, including the situational analysis FODA, followed by the answer of improvement and the proposal of intervention, finalizing with the conclusions and recommendations.

# ÍNDICE

Introducción.....	1
Objetivos .....	2
Objetivo General .....	2
Objetivos Específicos.....	2
Justificación.....	2
Métodos, técnicas e instrumentos.....	3
1.    Capítulo I. Marco Teórico .....	5
2.    Capítulo II. Contexto de la organización.....	8
2.1 Breve descripción del negocio .....	9
2.2 Misión, visión y objetivos.....	10
2.3 Estructura organizacional y breve descripción de puestos .....	10
2.4 Producto/servicio ofertado y precios (tarifa/ticket promedio) .....	11
2.5 Mapa de actores y una breve descripción de su rol. ....	12
2.6 Análisis de la cadena de valor.....	13
2.7 Análisis de competitividad .....	15
2.8 Análisis desde la perspectiva del cliente .....	16
2.8.1 Perfil del cliente del establecimiento.....	16
2.8.2 Breve análisis de las expectativas del cliente .....	17
3.    Capítulo III. Análisis de Procesos .....	18
3.1 Descripción del área de análisis.....	18
3.2 Mapa de procesos / diagrama.....	30
3.3 Descripción de los procesos del área.....	31
3.4 Auditoría Interna.....	32
3.5 Resultados relevantes del informe de auditoría interna.....	34
3.6 FODA.....	34
4.    Capitulo IV. Propuesta de Mejora .....	36
4.1 Matriz: Política de calidad, objetivos de la calidad (método Smart), métodos por objetivo y estrategias.....	36

4.2 Definición de roles y responsabilidades en torno a la calidad.....	37
4.3 CAME .....	38
4.4 Definición de estrategias, tácticas y acciones de comunicación y documentos que permitan el cumplimiento de la política de calidad. .	39
4.5 Mapa de procesos optimizado .....	40
4.6 Matriz de medición de indicadores.....	41
5. Capítulo V. Propuesta de Intervención .....	42
5.1 Matriz de objetivos, metas, estrategias y acciones.....	42
5.2 Programación de la intervención .....	43
5.2.1 Presupuesto de inversión para propuesta de mejoramiento.....	43
5.2.2 Cronograma de intervención.....	45
5.3 Estimación para la recuperación de la inversión prevista para la mejora de calidad.....	46
6. Conclusiones y Recomendaciones .....	47
6.1 Conclusiones .....	47
6.2 Recomendaciones .....	49
Referencias .....	50
ANEXOS .....	52

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del Hotel Colonial Suite. Adaptada de Google Maps, 2018.....	9
Figura 2. Diagrama Blueprint actual .....	30
Figura 3. Diagrama Blueprint optimizado .....	40
Figura 4. Población según el sexo .....	51
Figura 5. Población según la edad .....	51
Figura 6. Población según la nacionalidad.....	51
Figura 7. Grado de instrucción .....	52
Figura 8. Ocupación .....	52
Figura 9. Elementos tangibles .....	52
Figura 10. Capacidad de respuesta .....	53
Figura 11. Seguridad.....	53
Figura 12. Fiabilidad de los clientes .....	54
Figura 13. Recomendación .....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de la cadena de valor ( <i>Customer Journey</i> ) .....	13
Tabla 2. Análisis de competitividad .....	15
Tabla 3. Perfil del Cliente .....	16
Tabla 4. Procesos por área .....	31
Tabla 5. Resultados de la Norma de Calidad Turística para el “Distintivo Q” .....	32
Tabla 6. Análisis FODA .....	35
Tabla 7. Política de calidad, objetivos y métodos por objetivo y estrategias. ....	36
Tabla 8. Roles y responsabilidades .....	37
Tabla 9. Matriz CAME .....	38
Tabla 10. Estrategias, tácticas y acciones de comunicación.....	39
Tabla 11. Medición de indicadores.....	41
Tabla 12. Matriz de objetivos prioritarios, metas, estrategias y acciones.....	42
Tabla 13. Programación de la intervención .....	43
Tabla 14. Inversión total .....	44
Tabla 15. Cronograma de intervención .....	45
Tabla 16. Cálculo del hotel .....	46
Tabla 17. Cálculo de huéspedes.....	46

## Introducción

Guaranda, capital de la provincia Bolívar, está ubicada en el centro de la Zona Interandina o Sierra ecuatoriana, consta de 7 cantones: Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes, Las Naves, Echeandía, Caluma. Guaranda tiene, 3 parroquias urbanas y 8 parroquias rurales. Guaranda es la principal ciudad de la provincia Bolívar, tiene una extensión territorial de 189.209 hectáreas y una población de 106.387 habitantes, según proyecciones para el año 2018, con base en el censo de 2010 (INEC, 2017). En Guaranda existe una planta hotelera compuesta por 25 hoteles, entre los que se encuentra el Hotel Colonial Suite, conceptualizado, planeado y construido entre el año 2009 y 2016, e inaugurado en febrero de 2017 (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda, 2011-2020).

El Hotel Colonial Suite es una empresa creada por el Ingeniero Dennis Ipiales. Se trata de una edificación de 3 plantas y 17 habitaciones, con una capacidad total de 44 huéspedes. Ofrece habitaciones simples, dobles y triples, y cuenta con un salón de eventos con capacidad para 150 personas. Durante sus primeros meses de operación tuvo una ocupación inferior al 30% y contó solo con 2 colaboradores. En la actualidad, tiene 4 colaboradores. Según entrevista personal con el Gerente propietario del hotel, Ing. Ipiales, este establecimiento necesita implementar estándares en sus procesos para mejorar la percepción de la calidad en sus servicios en el área de recepción. Además, el personal no tiene dominio del inglés u otra lengua extranjera, sin embargo, el hotel cuenta con un 20% de visitantes extranjeros interesados por llegar a algún atractivo cercano y eso dificulta la comunicación con los huéspedes (Ipiales, 2017).

La calidad de los servicios, si bien es una percepción subjetiva, particular, individual, es medible, tomando en cuenta lo que el cliente espera frente a lo que encuentra en el servicio recibido. En los hoteles, como en otros servicios de hospedaje, la gerencia y el personal deben estar siempre pendientes de identificar cualquier detalle que pueda reducir el nivel de satisfacción de sus clientes (Lara, 2013).

Con base en estas consideraciones iniciales, el presente trabajo de titulación se desarrolla planteando la necesidad de medir la satisfacción del huésped respecto al servicio recibido en el Hotel Colonial Suite.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar una propuesta de mejora de calidad en el área de recepción para el Hotel Colonial Suite de la ciudad de Guaranda – Ecuador

### **Objetivos Específicos**

- Describir la situación actual del Hotel Colonial Suite del cantón Guaranda.
- Identificar los principales problemas en cuanto a los procesos en el área de recepción de este hotel.
- Crear una propuesta de mejora de calidad para el área de recepción del Hotel Colonial Suite del cantón Guaranda.
- Estructurar una propuesta de intervención para este hotel.

### **Justificación**

El proyecto se basa en la creación de un plan de mejora de calidad en el área de recepción del Hotel Colonial Suite. Para esto, se identificará la brecha existente entre el servicio esperado y el servicio efectivamente recibido por los clientes, con base en las siguientes dimensiones: aspectos o elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad o capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 2013). Este estudio permitirá mejorar la calidad, promover las buenas prácticas y fomentar un buen servicio de recepción, que satisfaga las expectativas del cliente y mejore las perspectivas económicas del negocio.

El presente proyecto busca establecer altos estándares de calidad de servicio en el hotel mencionado, con el objetivo de aumentar su aceptación en el mercado hotelero, incrementando su participación en el mismo. Para ello, la gerencia debe aplicar las estrategias más apropiadas, buscando la satisfacción de sus huéspedes habituales, manteniendo su fidelidad, y atrayendo otros nuevos, para mejorar su

rentabilidad, asegurando su supervivencia y crecimiento en un mercado tan competitivo como es el hotelero.

Este proyecto se alinea con el objetivo 9 según el “Pan Nacional del Buen Vivir 2017-2021”, el cual indica “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo. Se ajusta a la política 9.4: *“Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural”* (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017). A su vez, este proyecto se ajusta a la línea de investigación de la UDLA: “Salud y Bienestar”, así cómo, a la línea de la Escuela de Hospitalidad y Turismo: “Creación y mejora continua de empresas turísticas y/o de hospitalidad” (Universidad de Las Américas, 2015).

### **Métodos, técnicas e instrumentos**

El tipo de investigación utilizado en este proyecto es el descriptivo, siendo el procedimiento que permite describir las características del fenómeno, sujeto o población estudiada, observando lo que ocurre sin buscar una explicación, encontrando diversas características o rasgos de la situación en la que se encuentra el objeto estudiado (Hernández, Fernández y Baptista, 2016). Diversos estudios utilizan este procedimiento para desarrollar las propuestas más apropiadas y las herramientas utilizadas en este tipo de investigación son encuesta, entrevista, observación y revisión documental (Bernal, 2010, p.113).

El enfoque del presente estudio será mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, tomando en cuenta los datos medibles en valores numéricos: frecuencia de llegadas de los huéspedes, su edad, capacidad de gasto, entre otros, así como cualitativos, al revisar datos cualitativos tales como el puesto que ocupa el personal, la satisfacción del cliente con los ambientes, con el trato del personal, entre otros. Además, se toma en cuenta el alcance y el diseño de la investigación, que se explican en el siguiente párrafo.



Un alcance de investigación básicamente descriptivo, pues se presentan las características generales del objeto de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2016), así como las principales debilidades e inconsistencias en la calidad de la atención al cliente. En cuanto al diseño de investigación, se hace uso del diseño no experimental – transversal. Es no experimental pues no se manipula deliberadamente la variable independiente, sino que se la estudia en su contexto, identificando sus características. Es transversal, por cuanto dicho proceso se da en un momento único, sin observar los cambios a lo largo del tiempo (Hernández, Fernández y Baptista, 2016). Si bien se plantea una serie de estrategias de mejora en la calidad del servicio, las mismas no serán aplicadas, sino propuestas a la gerencia del Hotel. Por tanto, no se medirán los cambios en la atención ni en la satisfacción del cliente, sino que se estudiarán las respuestas y actitudes que permitirán conocer el grado de satisfacción, sus expectativas y los cambios que podría aplicar la gerencia del hotel.

Por otra parte, el enfoque cualitativo requerirá el uso del método de observación estructurada, específicamente la técnica de entrevistas estructuradas, a fin de tener una interpretación más clara del fenómeno analizado, con los diferentes temas para discutir sobre la importancia del servicio al cliente en un hotel. El enfoque cualitativo “se caracteriza por recopilar información no medible en números, magnitudes o cantidades, sino en características, propiedades, particularidades, es decir, variables cualitativas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2016). La entrevista será aplicada a los expertos en la materia, es decir, en hotelería, atención al cliente y la medición de la satisfacción del mismo.

En cuanto a la percepción del cliente, las encuestas aplicadas corresponden al modelo SERVQUAL, uno de varios enfoques existentes para la medición de la calidad del servicio. Conceptualmente, el Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio “busca mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles” (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 2013). Esta herramienta está constituida por una escala de respuesta múltiple, diseñada para comprender las expectativas de

los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar la calidad en la atención al cliente, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

Otra herramienta es Blueprint, esta permite conceptualizar visualmente el proceso del servicio, identificando los puntos a mejorar, buscando conseguir una experiencia óptima del servicio por parte de los usuarios (Giménez, 2014). La Q de Calidad es un reconocimiento otorgado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo a los establecimientos turísticos que implementen sistemas de gestión de turismo sostenible y calidad, ofreciendo al turista servicios de primer nivel, con un equipo humano capacitado, elevando la calidad de la oferta turística del DMQ (Turístico, 2018).

Para finalizar, se recurrirá a la observación directa para analizar cómo realizan su trabajo dentro de la empresa, con el fin de que la información sea efectiva y clara. El mismo se llevará a cabo mediante un sondeo de opinión al 10% de la muestra calculada.

## **1. Capítulo I. Marco Teórico**

La calidad se entiende como “el grado de satisfacción que percibe el cliente en relación con su expectativa inicial” (Barbero & Díez, 2016). Se trata de un hecho absolutamente subjetivo y de percepción individual, a pesar de lo cual, las empresas y entidades de servicios instan a su personal a trabajar hasta sobresalir, creando condiciones que permitan cumplir las solicitudes y superarlas.

Los clientes asocian la calidad con atributos como seguridad en el proceso de solicitud de un producto o servicio. Consideran que debe ser algo bien hecho, esperan que sea un medio cómodo, de excelencia, con capacidad de un bien o servicio y de plena satisfacción de sus necesidades y expectativas, y consideran que deben recibir más de lo esperado (Dávila & Flórez, 2016).

La calidad de los servicios dejó de ser una oferta publicitaria o diferencial frente a la competencia, para convertirse en parte esencial de todo negocio, y se comercialice como bienes o servicios. Sin embargo, la teoría sobre la calidad en los servicios

todavía no llega a su madurez y aún existen varios sectores de la economía que requieren una guía que les permita ser más competitivos y buscar, en última instancia, la satisfacción del cliente. Esto se da tanto en el ámbito académico como en el empresarial, donde el interés por la satisfacción del cliente a través de servicios de calidad, sin lugar a duda, representa un gran desafío que la gerencia empresarial del siglo XXI debe tomar en cuenta (Londoño, 2012).

En toda investigación académica como en la práctica empresarial sugieren, desde hace mucho tiempo atrás, que un gran porcentaje de nivel de calidad de servicio proporcionan las “empresas con grandes beneficios en cuanto a cuota de mercado, productividad, en empresas ostes, motivación al personal, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes” (Peresson, 2007). Como resultado de las diferentes investigaciones, la gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los especialistas que intentan definirla, medirla y finalmente, mejorarla (Peresson, 2007).

Los conceptos y categorías que deben comprenderse para un adecuada planeación y ejecución de políticas de gestión de calidad y la satisfacción del cliente son: calidad de servicio, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia, lealtad de los clientes, captación de nuevos clientes, gestión de la calidad de servicio, estrategia prioritaria, medición de la satisfacción del cliente y mejora continua (Duque, 2015).

Entre los factores válidos que intervienen en la calidad de un producto o servicio, se encuentran el criterio individual, lo que necesitan, lo que les gusta y lo que esperan los clientes que acceden a ellos. Además, de forma definitiva se involucra la percepción del cliente y los valores agregados que requieren en cada etapa del proceso (Lara, 2013).

La calidad en el sector servicios se diferencia del sector manufacturero por el empleo predominante de personas, a diferencia de la producción de bienes, donde muchos procesos están automatizados en un porcentaje cada vez mayor (Valls, 2014). En el sector servicios, la calidad se da sobre todo por la atención que el personal brinda a los clientes. Por tanto, la calidad en este sector está directamente

asociada a los recursos humanos, y la gerencia del negocio debe concentrarse en seleccionar el mejor perfil para los diferentes puestos, brindar la capacitación necesaria, y efectuar un seguimiento sobre su desempeño, siendo para ello vital la información o retroalimentación que pueda generar sus clientes (Valls, 2014).

En el trato entre cliente y vendedor o servidor, muchas veces no se dan las respuestas que necesita el cliente. Londoño (2012) explica los diferentes tipos de cliente que existen, la creación de áreas específicas para darle una mejor atención y respuestas a los mismos, y cómo deben analizarse los costos indirectos y directos para dar un mejor servicio. También presenta la siguiente distinción entre queja y reclamación: "... una queja se diferencia de la reclamación, en cuanto que no se produce de manera formal ni ante las instancias adecuadas y no se exige ninguna compensación" (Londoño, 2012, pág. 29).

La calidad del servicio se incrementa a través de la satisfacción de las expectativas del cliente. La percepción de la calidad puede variar de un cliente a otro, pero es determinada por el cliente, es lo que este necesita y debe cumplir con lo acordado. El adecuado control de los procesos de servicio al cliente puede asegurar una mayor satisfacción, y, por ende, una mayor fidelización, asegurando un mayor número de clientes (Grijalva, 2015).

Como en cualquier otra empresa de servicios, un hotel debe buscar la excelencia en la atención al cliente, pues el principal activo de una empresa hotelera es su reputación. De ahí nace la relación de calidad de servicios con el éxito de un hotel. Esto es más evidente en los tiempos actuales, cuando las redes sociales y los foros turísticos de opinión en Internet, influyen de manera decisiva en la valoración de un hotel y su éxito como negocio (Valls J. , 2004).

Con muchos potenciales clientes viviendo a cientos e incluso miles de kilómetros del hotel, la gerencia requiere una fuerte imagen y reputación, tanto offline como online, que le permita desarrollar todas sus estrategias comerciales. Diversas investigaciones demuestran que los clientes potenciales toman sus decisiones bajo la influencia de comentarios en Internet realizados por otros huéspedes del hotel o

por la opinión de conocidos o contactos en redes sociales. Por ello, el personal de contacto directo es esencial para el éxito del negocio (Serra, 2017).

Un hotel es una edificación concebida para brindar servicios de hospedaje a las personas que visitan una localidad diferente de la de su residencia, facilitando su desplazamiento, y proveyendo servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles brindan espacios para conferencias o seminarios, animando y persuadiendo a diferentes grupos a organizar convenciones y reuniones en dichos espacios (Fernández & Valbuena, 2008).

El área de recepción de un hotel es el corazón del negocio, por ser el lugar en el que se identifica el número de piezas disponibles, se registra el ingreso y salida de los huéspedes, se atienden las reservas, y se asignan piezas y llaves, además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes (Valls J. , 2004).

El manejo de servicio dentro de un hotel depende principalmente de todo el personal, pero especialmente el de contacto en el servicio de recepción, por ser el más relevante para atender las quejas y requerimientos de los huéspedes. Para ello, el personal debe atender atenta y comedidamente los requerimientos del cliente, resolverlos o encargar a los responsables del establecimiento para atender el pedido del huésped: camareras, botones, personal de mantenimiento (Serra, 2017).

## **2. Capítulo II. Contexto de la organización**

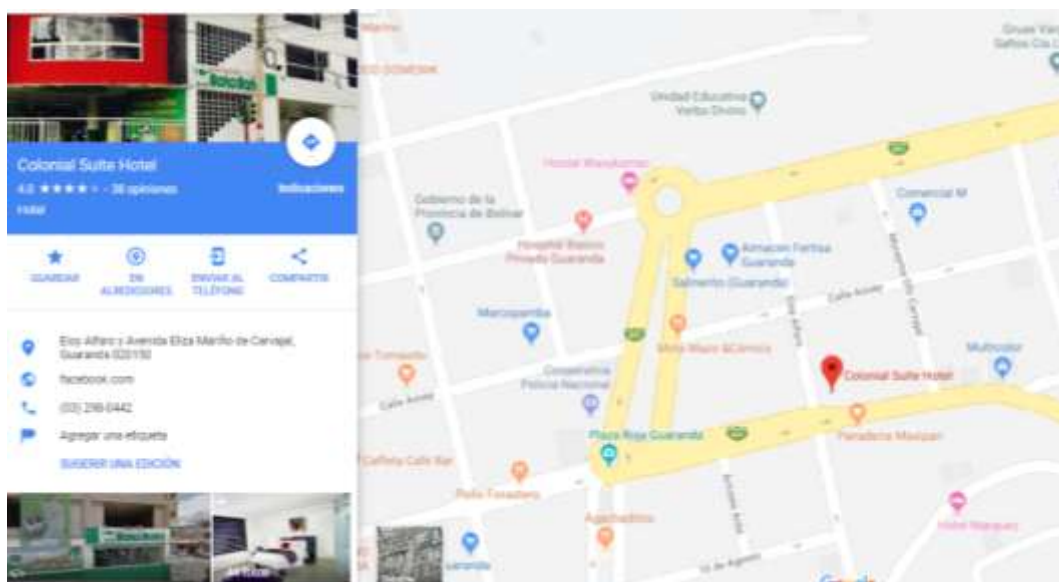
En el contexto de la organización, se detallarán temas puntuales de la condición actual del hotel mencionado anteriormente, por medio de la caracterización y la naturaleza de la empresa, investigando su competitividad y la oportunidad que tiene para mejorar su establecimiento ante la gran oferta hotelera existente en la ciudad. De igual manera, se analizará el perfil del cliente para comprender la expectativa del negocio.

## 2.1 Breve descripción del negocio

El Hotel Colonial Suite, ubicado en la ciudad de Guaranda, tiene una capacidad para 44 huéspedes en 17 habitaciones y dos salones arrendados como locales comerciales. En cuanto a alimentación y bebidas, tienen una alianza estratégica con la Panadería “El Pancito”, ubicada frente al hotel, negocio que provee desayunos para los huéspedes que así lo deseen. De esta forma, en temporada baja, el hotel cobra a cada huésped \$15 sin desayuno y \$ 20 con desayuno, debiendo aclararse que el hotel no cuenta con servicio de alimentos y bebidas dentro del establecimiento, quienes quieran adquirir el desayuno deben acercarse a la panadería anteriormente mencionada y presentar el recibo del hospedaje.

### 2.1.1 Localización

El Hotel Colonial Suite se ubica en la calle Eloy Alfaro y Avenida Eliza Mariño de Carvajal, en la vía principal que lleva al norte a Ambato o al sur a Guayaquil, conocida como la circunvalación de la ciudad de Guaranda.



**Figura 1.** Ubicación del Hotel Colonial Suite. Adaptada de Google Maps, 2018.

### 2.1.2 Horarios de atención

El hotel atiende las 24 horas al día, y los 7 días de la semana. El personal de Recepción tiene un horario rotativo por la mañana y por la noche. Los huéspedes

deben dejar la habitación hasta las 12 del mediodía, pero se les permite dejar sus maletas hasta dos horas más en la bodega del hotel (IpiALES, 2017).

## 2.2 Misión, visión y objetivos

### 2.2.1 Misión

“Que el cliente se sienta cómodo, tranquilo y engraido. Nuestra misión como hotel es brindar siempre el mejor de los servicios, siempre con la mejor calidad, ya que nuestros clientes son nuestra prioridad, hacerlo sentir en un ambiente de comodidad, tranquilidad y seguridad para que lo único a lo que venga a nuestro hotel sea a descansar en nuestras excelentes habitaciones” (IpiALES, 2017).

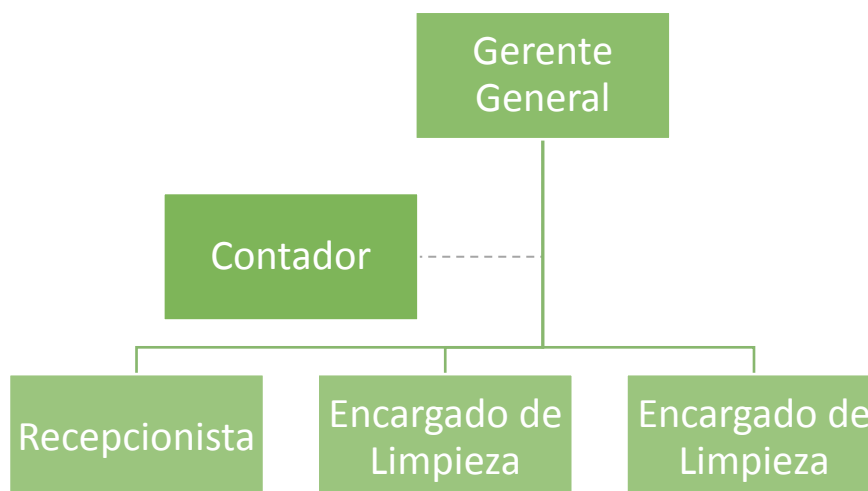
### 2.2.2 Visión

“El Hotel Colonial tiene la visión de lograr un liderazgo dentro del grupo de hoteles del mismo nivel. Tenemos la visión de ser el mejor hotel en nuestro medio, y como tal ubicarnos como el preferido de nuestros turistas. La calidad de servicio está basada en los años de experiencia adquiridos por los propietarios y trabajadores” (IpiALES, 2017).

### 2.2.3 Objetivos Estratégicos

El hotel Colonial Suite no cuenta con objetivos estratégicos, siendo parte de lo requerido por la organización para mejorar su estrategia empresarial.

## 2.3 Estructura organizacional y breve descripción de puestos



## **Figura 2.** Estructura orgánica

Adaptado de: (Ipiales, 2017)

### **2.3.1 Descripción de Funciones**

**Gerente General:** Responsable de la dirección, orden, organización, planificación y coordinación del hotel buscando mantener un buen ambiente laboral.

**Contador:** Se encarga de toda la contabilidad del hotel. En la actualidad, se tiene un contador externo, que visita las instalaciones una vez al mes.

**Recepcionista:** Entre sus funciones está dar la bienvenida al hotel, indicar sus instalaciones, sus precios y atender todos sus pedidos, desde el momento del check-in al check-out.

**Encargado de Limpieza:** Son las personas responsables de que cada habitación quede totalmente arreglada para el siguiente huésped y sea grata su estadía.

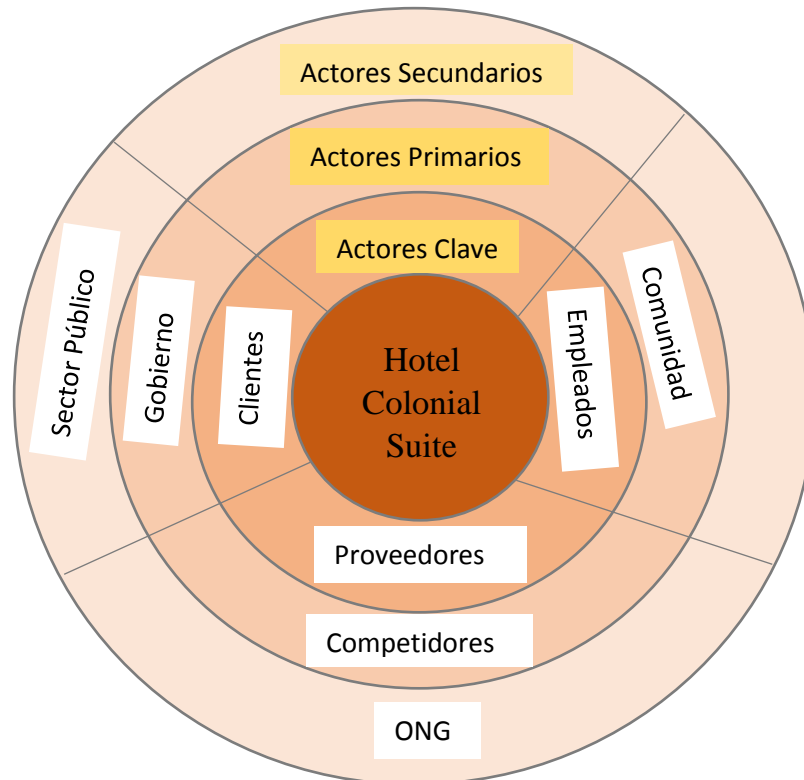
### **2.4 Producto/servicio ofertado y precios (tarifa/ticket promedio)**

El principal producto o servicio ofertado es el alojamiento. No cuenta con espacios para actos sociales tales como fiestas, matrimonios, graduaciones o similares, pero al arrendar dos locales de la planta baja para otras actividades comerciales (venta de ropa y una farmacia) procura un ingreso adicional para el hotel.

Los precios varían entre \$ 15 por persona sin desayuno o \$ 20 con desayuno incluido por pax. Las fiestas de Carnaval constituyen el único período de alta demanda, cuando pueden subir hasta \$ 30, con desayuno incluido, aclarándose que el precio del desayuno solo es de \$ 5. Con este plan de mejora de calidad se busca cambiar esta situación.



## 2.5 Mapa de actores y una breve descripción de su rol.



**Figura 3.** Mapa de actores

Según se aprecia en la anterior figura, existen tres tipos de actores: clave, primarios y secundarios. En el caso de los actores clave, están a los clientes, que son los visitantes de la ciudad de Guaranda que se alojan en el Hotel Colonial Suite, en diferentes temporadas y cancelando diferentes valores. Se trata de parejas o familias pequeñas que demandan los servicios del hotel. También se toma en cuenta a los empleados, quienes materializan los servicios brindados al público. Finalmente, se toma en cuenta a los proveedores. Tanto clientes como empleados y proveedores posibilitan la existencia y crecimiento del hotel.

Entre los actores primarios, están el gobierno, el municipio, la comunidad y los competidores. El Ministerio de Turismo regula a través de sus normativas el funcionamiento de los establecimientos hoteleros, y el negocio debe sujetarse a

tales disposiciones. La comunidad evalúa positiva o negativamente la presencia del hotel en la ciudad, sea por su contribución a dinamizar la economía local o por cualquier efecto negativo que pueda ocasionar (por ejemplo, contaminación acústica), por lo que la gerencia debe procurar mantener en todo momento buenas relaciones con la comunidad y sus representantes. Los competidores, constituyen la pauta de comparación en cuanto a instalaciones, servicios y precios que mantienen alerta al negocio, de forma que mantenga su competitividad en el mercado local del alojamiento.

Entre los actores secundarios, se cuenta el sector público y las ONG. El sector público, en cuanto a las directrices y requerimientos para la operación del negocio (patentes, impuestos, bomberos), y las ONG, por la posibilidad de generar cualquier alianza estratégica de beneficio mutuo.

## 2.6 Análisis de la cadena de valor

En esta matriz, se presentan los elementos centrales de la cadena de valor, señalando la condición deseada y la realidad, tanto antes, como durante y después del uso, en función a la perspectiva del cliente.

**Tabla 1.** Análisis de la cadena de valor (Customer Journey)

<b>Antes del uso</b>	<b>Condición deseada</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siempre está el recepcionista en su puesto cuando llega un cliente.</li> <li>• Se asigna fácilmente una habitación al cliente a través de un sistema informático.</li> </ul>	<b>Realidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal de Recepción no se encuentra en su puesto cuando el huésped llega.</li> <li>• Al llegar, no cuenta con un sistema informático que le permita ubicar la disponibilidad de habitaciones.</li> </ul>
	<b>¿Qué hacer?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar permanentemente con personal en Recepción, por turnos rotativos, pero con la prohibición de abandonar el puesto, salvo por situaciones excepcionales.</li> <li>• Contratar un sistema</li> </ul>	<b>Responsable</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> <li>• Gerente General</li> </ul>

	informático para asignar habitaciones.	
--	--	--

<b>Durante el uso</b>	<b>Condición deseada</b> Las quejas y solicitudes del cliente son atendidas siempre de forma inmediata.	<b>Realidad</b> Las quejas y solicitudes de los huéspedes no son atendidas de inmediato.
	<b>¿Qué hacer?</b> Establecer e implementar un protocolo de comunicación con el personal de apoyo, para atender de forma efectiva los requerimientos, inquietudes y reclamos de los huéspedes.	<b>Responsable</b> Gerente General / Recepcionista / Camarera

<b>Después del uso</b>	<b>Condición deseada</b> Las habitaciones son limpiadas y ordenadas siempre por las camareras una vez que son desocupadas.	<b>Realidad</b> Las camareras no están disponibles para revisar las habitaciones antes de su entrega.
	<b>¿Qué hacer?</b> Diseñar y mantener una programación estricta para la revisión de habitaciones desocupadas. Comunicar a las camareras las habitaciones que han sido desocupadas.	<b>Responsable</b> Gerente General / Recepcionista

Según se observa en la revisión de la cadena del valor, la cual está conformada por las etapas de antes, durante y después del servicio en el hotel Colonial Suite, específicamente en el uso de las habitaciones, se generan diversas situaciones negativas en el establecimiento, generando además incomodidad en el huésped y su familia.

## 2.7 Análisis de competitividad

Para el análisis de la competitividad, se debe plantear inicialmente la escala de calificación, que es la siguiente:

Buena	3
Regular	2
Deficiente	1

Con base en esta escala, se plantea el siguiente análisis de competitividad de los tres hoteles existentes en el sector:

**Tabla 2** Análisis de competitividad

Variable	Hotel Oasis	Hotel Márquez	Hotel Colonial Suite
Ubicación	3	2	3
Accesibilidad	3	2	3
Comodidad de las instalaciones	2	2	3
Mantenimiento de las instalaciones	2	2	3
Precio	3	3	2
Atención del personal	3	2	2
Promedio	2,67	2,17	2,67

Esta comparación es el resultado de la visita a los tres hoteles el mes de julio de 2018, donde se valoró cada ítem de forma individual, consultando en Recepción y mediante observación de los elementos de interés.

Según este análisis, el hotel Oasis iguala en puntaje promedio al Colonial Suite, mientras el hotel Márquez presenta el puntaje más bajo. Respecto a la ubicación y accesibilidad, los hoteles Oasis y Colonial Suite tienen una puntuación alta, en comparación al hotel Márquez, que es calificado como regular. Sobre la comodidad de las instalaciones y su mantenimiento, el Hotel Colonial Suite tiene la puntuación

más alta, frente a sus competidores. En lo referente al precio y la atención del personal, en cambio, el Colonial Suite tiene la puntuación más baja.

Estos datos indican que los puntos débiles, en los que el hotel Colonial Suite debe trabajar, son el precio y la atención del personal. Respecto a esta última variable, el presente estudio se constituye en una contribución de mejora.

## 2.8 Análisis desde la perspectiva del cliente

La perspectiva del cliente permite calcular el grado de satisfacción que tiene del hotel, de esa manera se aplica la herramienta de medición del servicio, específicamente la encuesta SERVQUAL, que permite evaluar con precisión y claridad la percepción de cómo trabaja la empresa por parte del cliente (Lara, 2013). Así, se determinará, qué tipos de clientes se hospedan en el hotel.

### 2.8.1 Perfil del cliente del establecimiento

Según los datos que se exponen a continuación y adjunto a los anexos 4 y 5, el perfil del cliente que visita el Hotel Colonial Suite es el siguiente:

**Tabla 3.** Perfil del Cliente

<b>Sexo</b>	60% Femenino
<b>Edad</b>	Predominan huéspedes de 21 a 30 años (32%) y de 41 a 50 (38%).
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatorianos (95%).
<b>Grado de educación</b>	Profesionales universitarios (45%) y con estudios secundarios (37%).
<b>Ocupación</b>	Trabajadores dependientes (85%) y estudiantes (12%).

Respecto al género de los encuestados, el 60% son mujeres y el restante son 40% hombres. También existen dos grupos de huéspedes en edades diferenciadas, con el porcentaje más alto (38%) correspondiente a personas entre 41 y 50 años de

edad, y el 32% de 21 a 30 años. Otros grupos menos representativos los forman sujetos de 31 a 40 años (15%) y de 50 o más (10%). El porcentaje más bajo está compuesto por encuestados menores de 20 años. Estos datos indican que la población que se hospeda en el hotel, son personas en edades activas laboralmente, por otro lado, el 95% de los encuestados son ecuatorianos, y el restante 5% son extranjeros. Este dato indica la importancia del visitante nacional para el negocio, pero también la necesidad de atraer más huéspedes extranjeros.

En base a las estadísticas, se evidencia que el porcentaje más alto (45%) son visitantes con un grado instrucción universitaria. Sin embargo, se constata un porcentaje alto de huéspedes con instrucción secundaria (37%). En cuanto a la ocupación, en la tabla tiene el mayor porcentaje (48%) de huéspedes que trabajan en empresa privada, el 37% en empresas públicas, sumando el 85%, el 12% estudiantes, y el restante 3% ama de casa.

### **2.8.2 Breve análisis de las expectativas del cliente**

Los huéspedes tienen diferentes valoraciones del servicio recibido u observado en el Hotel Colonial Suite. El 88% está de acuerdo en que la distribución de los espacios es buena, el 80% lo está respecto a la infraestructura y el 70% considera que el personal está bien uniformado.

En general, se tiene una percepción positiva respecto a los elementos tangibles, tomando en cuenta que el cliente tiende a valorar inicialmente la apariencia física externa del establecimiento en el que desea hospedarse.

Se observa en la categoría capacidad de respuesta, que la atención al huésped del Hotel Colonial Suite no es percibida de manera uniforme, pues el 75% huéspedes están en desacuerdo en que la atención sea rápida a sus necesidades. Respecto a la cordialidad, el 43% está en desacuerdo en que el personal es amable. Con respecto a los servicios que se brindan en las páginas web, el 63% está en desacuerdo con que el hotel brinde información a través de internet, debido a que el negocio no cuenta con un portal. Sobre el manejo de redes sociales, el 43% de los clientes no están de acuerdo ni en desacuerdo con estos servicios.

En lo referente a la fiabilidad, existen diversas valoraciones por parte de los huéspedes del Hotel Colonial Suite. El 88% de los encuestados no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto al servicio del hotel esperado por el huésped y el 70% tiene la misma percepción en cuanto al seguimiento del servicio. El 83% manifiesta estar totalmente de acuerdo con la facilidad de pago de los servicios y el 75% afirma estar de acuerdo con la relación calidad/pago. En general, se aprecia una valoración positiva de los servicios recibidos, pero la gerencia del hotel debe tomar en cuenta los puntos débiles identificados en este estudio, para mantener la fidelización del huésped.

Esto permitiría elevar su calidad de servicio, en cuestiones fundamentales como la limpieza de los ambientes, el trato y el servicio al huésped, debiendo, además, ejecutar diversas tareas para resolver la situación descrita.

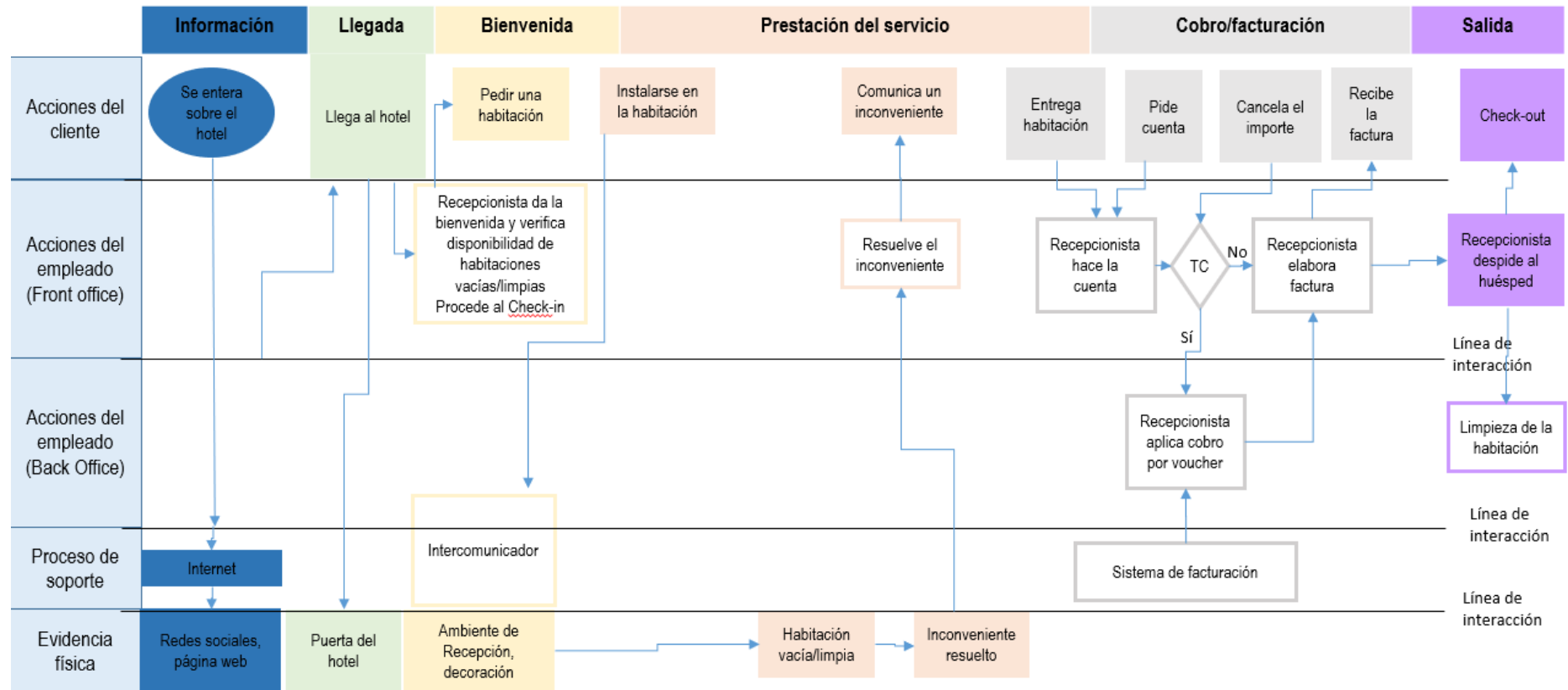
### **3. Capítulo III. Análisis de Procesos**

#### **3.1 Descripción del área de análisis**

El área de recepción del hotel Colonial Suite es atendida por tres empleados en forma rotativa. Mediante la gestión de reservas, se confirman las mismas unos días antes de la fecha acordada, registrando el ingreso y salida de los huéspedes junto a los requerimientos especiales o cualquier reclamo.

### 3.2 Mapa de procesos / diagrama

El Blueprint es una herramienta que permite visualizar el proceso del servicio, identificar los puntos que requieren una mejora, buscando conseguir una experiencia óptima del servicio por parte de los usuarios.



**Figura 2.** Diagrama Blueprint actual



### 3.3 Descripción de los procesos del área

En este apartado se especifican los posibles errores en el establecimiento, junto con las posibles soluciones para los mismos.

**Tabla 4.** Procesos por área

<b>Etapas de servicio</b>	<b>Error</b>	<b>Posible causa</b>	<b>Posible solución</b>
Llegada al hotel	No se da la bienvenida al cliente	Inexistencia de protocolo de atención al cliente  Personal deficientemente capacitado	Elaborar un manual de atención al cliente  Capacitar al personal
Check-in	Entregar una habitación ocupada	Comunicación interna entre housekeeping y recepción respecto a fallas en el manejo de habitaciones	Implementar un sistema de gestión de reservas
	Entregar una habitación vacía o sucia	Comunicación interna entre housekeeping y recepción por falla de entrega de habitación vacía-sucia	Capacitar al personal
Reserva	Se asigna la misma habitación a dos huéspedes	Falta de procesos para realizar una reserva	Implementar un manual de procesos para asignación de habitaciones
Check-out	Los huéspedes no reciben factura	Aplican una forma de pago equivocada	Elaborar un manual de atención al cliente

### 3.4 Auditoría Interna

La Auditoría Interna aplicada al hotel Colonial Suite permitió identificar los problemas más evidentes en los ámbitos de gestión administrativa, responsabilidad social empresarial, infraestructura y equipamiento y calidad en servicio y atención al cliente. Cada ámbito se descompone en diferentes categorías, algunas de las cuales no aplican, según se ve en las siguientes tablas, otras se cumplen, y otras no. De los cuatro ámbitos definidos, el de mayor relevancia es: Calidad de servicio y Atención al cliente.

**Tabla 5.** Resultados de la Norma de Calidad Turística para el “Distintivo Q”

<b>ÁMBITO A: Gestión administrativa</b>	<b>Administrativo</b>			
	Personal			
	Capacitación			
<b>ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial</b>	Social			
	Biodiversidad			
	Protección y conservación ambiental			
<b>ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento</b>	Infraestructura			
	Señalización			
	Equipamiento			
<b>ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente</b>	Presentación y servicios			
	Satisfacción del cliente			
	Registro y seguimiento			

Ámbito	Categoría	Cumple	No cumple	No aplica
<b>ÁMBITO A: Gestión administrativa</b>	Administrativo	3	2	1
	Personal	1	2	1
	Capacitación		3	1
<b>ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial</b>	Social	1	1	1
	Biodiversidad			4
	Protección y conservación ambiental	3	3	3
<b>ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento</b>	Infraestructura	4	2	5
	Señalización		6	
	Equipamiento	6	1	9
<b>ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente</b>	Presentación y servicios	6	5	3
	Registro y seguimiento	9	5	3

**Tabla 1.** Resultados de la Norma de Calidad Turística para el “Distintivo Q”

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL “DISTINTIVO Q”				
RESULTADOS				
	C	NC	NA	Preguntas
ÁMBITO A: Gestión Administrativa	4	7	3	14
ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial	4	4	8	16
ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento	10	9	14	33
ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente	15	10	6	31
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>94</b>
<b>Total Porcentaje</b>	<b>35.11%</b>	<b>32%</b>	<b>33%</b>	<b>100%</b>

En esta tabla se observa que la aplicación de la Norma de Calidad Turística para el “Distintivo Q” en el Hotel Colonial Suite genera el 35,11% de cumplimiento de los parámetros indicados por esta norma, por lo que no alcanza el porcentaje exigido para obtener el “Distintivo Q”. Por tal motivo, el hotel tiene la necesidad de implementar los requerimientos establecidos en la norma, para de esa manera poder alcanzar el mínimo requerido del 80% que le permitiría conseguir su respectivo conocimiento (Ver Anexo 10).

Al examinar detenidamente los procesos ejecutados por cada ámbito en el área de recepción del hotel Colonial Suite, se identificaron los siguientes problemas específicos:

### **1. No registrar un check-in en el sistema**

Esto se da sobre todo por el registro informático en el programa Excel, que no es un sistema de registro propiamente dicho, sin alertas ni seguimiento.

## **2. Entregar una habitación ocupada**

No es un problema frecuente, y se presenta sobre todo por una inadecuada comunicación o registro de las habitaciones ocupadas, y en tales casos, genera insatisfacción a los huéspedes involucrados.

## **3. Entregar una habitación vacía-sucia**

Esto se da especialmente cuando recepción cambia la habitación a un huésped, generando un registro incorrecto de vacía-limpia, cuando debería ser vacía-sucia.

Aunque esto no necesariamente se produce por un error de la recepción, es atribuido a esta área, cuando no se coordina de forma apropiada con el personal de limpieza.

## **4. Aplicar una forma de pago equivocada**

Aunque no son frecuentes, registrar un pago en efectivo, cuando se hizo con tarjeta de crédito, o viceversa, genera más de un conflicto, especialmente al personal que se ocupa del check-out.

### **3.5 Resultados relevantes del informe de auditoría interna**

El problema más relevante del informe de auditoría interna, con relación al área de Recepción del hotel Colonial Suite es la necesidad de mejorar el sistema de comunicación interna. El hotel carece de un sistema informático de registro y de un control de reservas, así como una bitácora física. En el primer caso se debe cotizar el diseño e implementación de un sistema informático, y en el segundo, adquirir o destinar un cuaderno, y preparar al personal sobre su revisión diaria. Otros problemas detectados en el área son fácilmente resolubles con una apropiada capacitación al personal sobre lo que pueden y no pueden hacer en su trato con los huéspedes del hotel.

### **3.6 FODA**

Después de analizar los datos anteriores, se plantea la matriz FODA en los siguientes términos:

**Tabla 2.** Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1: Ubicación</p> <p>F2: De fácil acceso por estar en la vía principal de viajeros</p> <p>F3: Comodidad de las instalaciones</p> <p>F4: Mantenimiento de las instalaciones</p>	<p>O1: Economía de la ciudad en recuperación</p> <p>O2: Mayor interés del turista ecuatoriano por conocer mejor el país</p> <p>O3: Pocos establecimientos hoteleros en la ciudad de Guaranda</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1: Precio alto en comparación a sus competidores</p> <p>D2: Personal no cualificado para realizar las actividades dentro del hotel.</p> <p>D3: Inexistencia de un sistema informático de registro de ingresos y salidas de huéspedes</p> <p>D4: Inexistencia de bitácora</p> <p>D5: Personal sin uniformes</p>	<p>A1: Desastres naturales que disminuyan la visita a la ciudad.</p> <p>A2. Aplicaciones como Airbnb y casas familiares que ofrecen una habitación para hospedar a visitantes que llegan por pocas horas o días.</p> <p>A3: Recesión económica del país.</p>

#### 4. Capítulo IV Propuesta de Mejora

##### 4.1 Matriz: Política de calidad, objetivos de la calidad (método Smart), métodos por objetivo y estrategias.

**Tabla 3.** Política de calidad, objetivos y métodos por objetivo y estrategias.

Visión	Política de calidad	N	Objetivos	N.	Metas de calidad	Estrategias	
Ser una empresa referente en el mercado del hospedaje en la ciudad de Guaranda, brindando a sus huéspedes la mejor estancia en vacaciones o por negocios en la capital de la provincia Bolívar.	El hotel Colonial Suite ofrece un servicio personalizado y de calidad a todos sus huéspedes, asegurando una estancia cómoda y placentera, gracias a procesos estandarizados, personal capacitado, innovación constante y la búsqueda permanente del mejoramiento de la calidad en el servicio hacia sus clientes.	1.	Capacitar al personal en atención al cliente con el apoyo de un manual diseñado para el efecto.	1.1	El manual de atención al cliente debe estar elaborado hasta el 15 de febrero de 2019.	Contratar los servicios de un experto en atención al cliente para la elaboración del manual de atención al cliente y la capacitación del personal del hotel	
				1.2	El 100% del personal debe estar capacitado en atención al cliente hasta el 28 de febrero de 2019.		
		2.	Mejorar la satisfacción de los huéspedes en la gestión de reservas y su registro de ingreso	2.1	Los huéspedes deben estar 75% satisfechos con la atención recibida hasta el 30 de agosto de 2019.		Implementar un sistema de gestión de reservas y capacitar al personal en su uso, evaluando mensualmente la satisfacción del cliente.
				2.2	Elaboración del manual de proceso hasta agosto de 2019 y capacitación del personal en su uso.		

#### 4.2 Definición de roles y responsabilidades en torno a la calidad.

En empresas con poco personal, como el caso del Hotel Colonial Suite, el control de calidad es tarea de todo el personal, pero la gerencia es la principal responsable por la medición y control, así como para dirigir los ajustes necesarios para lograr la satisfacción del cliente.

Los roles y responsabilidades en torno a la calidad, en este sentido, quedarían planteadas como propuesta en la siguiente tabla:

**Tabla 4.** Roles y responsabilidades

<b>Gerencia</b>	Dirigir y supervisar las operaciones del establecimiento
<b>Recepción</b>	<p>Verificar la disponibilidad de habitaciones vacías-limpias por lo menos 2 veces al día con Gestión Interna del hotel o housekeeping.</p> <p>Confirmar con recepción al menos 1 vez al día las habitaciones desocupadas en proceso de limpieza y las disponibles.</p> <p>Verificar las reservaciones confirmadas para las siguientes 72 horas.</p> <p>Revisar el software de reservas una vez al día, para mejorar la calidad de atención.</p>
<b>Camareras</b>	<p>Revisar el correcto funcionamiento de llaves de agua e interruptores y televisión después de cada check-out y cada vez que limpian la habitación.</p> <p>Reportar a la Gerencia cualquier dispositivo en mal estado.</p>

### 4.3 CAME

En esta matriz, se exponen los cruces de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificados, lo que permite señalar las estrategias que debe programar y ejecutar la gerencia del Hotel Colonial Suite.

**Tabla 5.** Matriz CAME

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación</li> <li>2. De fácil acceso por estar en la vía principal de viajeros</li> <li>3. Comodidad de las instalaciones</li> <li>4. Mantenimiento de las instalaciones</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Economía en recuperación</li> <li>2. Mayor interés del turista ecuatoriano por conocer mejor el país</li> <li>3. Pocos establecimientos hoteleros en la ciudad de Guaranda</li> </ol>
Explorar	Corregir
F3-O2 Diseñar promociones para mercado nacional F3-O1 Implementar precios accesibles, pero con buena calidad de comunicación	D1-O1 Revisar precios y programar promociones y ofertas para temporadas bajas. D2-O3 Generar programas de capacitación para el personal, evaluando mensualmente la satisfacción del cliente D3-O2 Desarrollar campañas para atraer nuevos clientes, incorporando sistema informático de registro y reservas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Precio alto en referente a sus competidores</li> <li>2. Personal no cualificado para realizar las actividades dentro del hotel</li> <li>3. Inexistencia de un sistema informático de registro de ingresos y salidas de huéspedes</li> <li>4. Inexistencia de bitácora</li> <li>5. Personal sin uniformes</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desastres naturales que disminuyan la visita a la ciudad.</li> <li>2. Aplicaciones como Airbnb y casas familiares que ofrecen una habitación para hospedar a visitantes que llegan por pocas horas o días.</li> <li>3. Recesión económica del país.</li> </ol>
Mantener	Afrontar
F3-A3 Aprovechar las condiciones físicas del hotel, ofertando precios especiales a grupos en temporada baja.	D3-A2 Mejorar la calidad de los servicios para generar buenas referencias D4-A3 Desarrollar estrategias de



	F4-A2 Continuar con programas de mantenimiento de las instalaciones, como ventaja frente a aplicaciones como Airbnb.	atención al cliente, que incluya la elaboración de una bitácora, buscando la satisfacción del cliente. D5-A2 Uniformar al personal para una mejor atención al cliente, marcando la diferencia con la competencia y con aplicaciones como Airbnb.
--	--	---

#### 4.4 Definición de estrategias, tácticas y acciones de comunicación y documentos que permitan el cumplimiento de la política de calidad.

La siguiente tabla contiene la descripción esquemática de las estrategias, tácticas y acciones de comunicación.

**Tabla 6.** Estrategias, tácticas y acciones de comunicación

Estrategia	Táctica	Acciones de comunicación
<b>Contratar los servicios de un experto en atención al cliente para la elaboración del manual de atención al cliente y la capacitación del personal del hotel</b>	Identificar los requerimientos del hotel en función a los reclamos más frecuentes de los huéspedes	Coordinar con el personal sobre la importancia de mantener satisfecho a un cliente
	Evaluar las dificultades detectadas con el personal	Comunicación directa con el personal, valorando sus aportes
	Incorporar medidas que permitan mejorar el servicio al cliente	Mantener constante atención a los pedidos y reclamos de los huéspedes
	Identificar los factores que posibilitan una baja calidad en los servicios	Mantener constante atención a las solicitudes y reclamos de los huéspedes
<b>Crear un sistema de gestión de reservas y capacitar al personal en su uso, evaluando mensualmente la satisfacción del cliente</b>	Evaluar las características y condiciones de los sistemas informáticos existentes en el mercado nacional	Mantener contacto directo con la persona encargada para evaluar la satisfacción del cliente

#### 4.5 Mapa de procesos optimizado

En este mapa, se ha realizado varias mejoras que están detalladas en líneas entrecortadas mejorando el proceso de trabajo que se realiza dentro del hotel Colonial Suite.

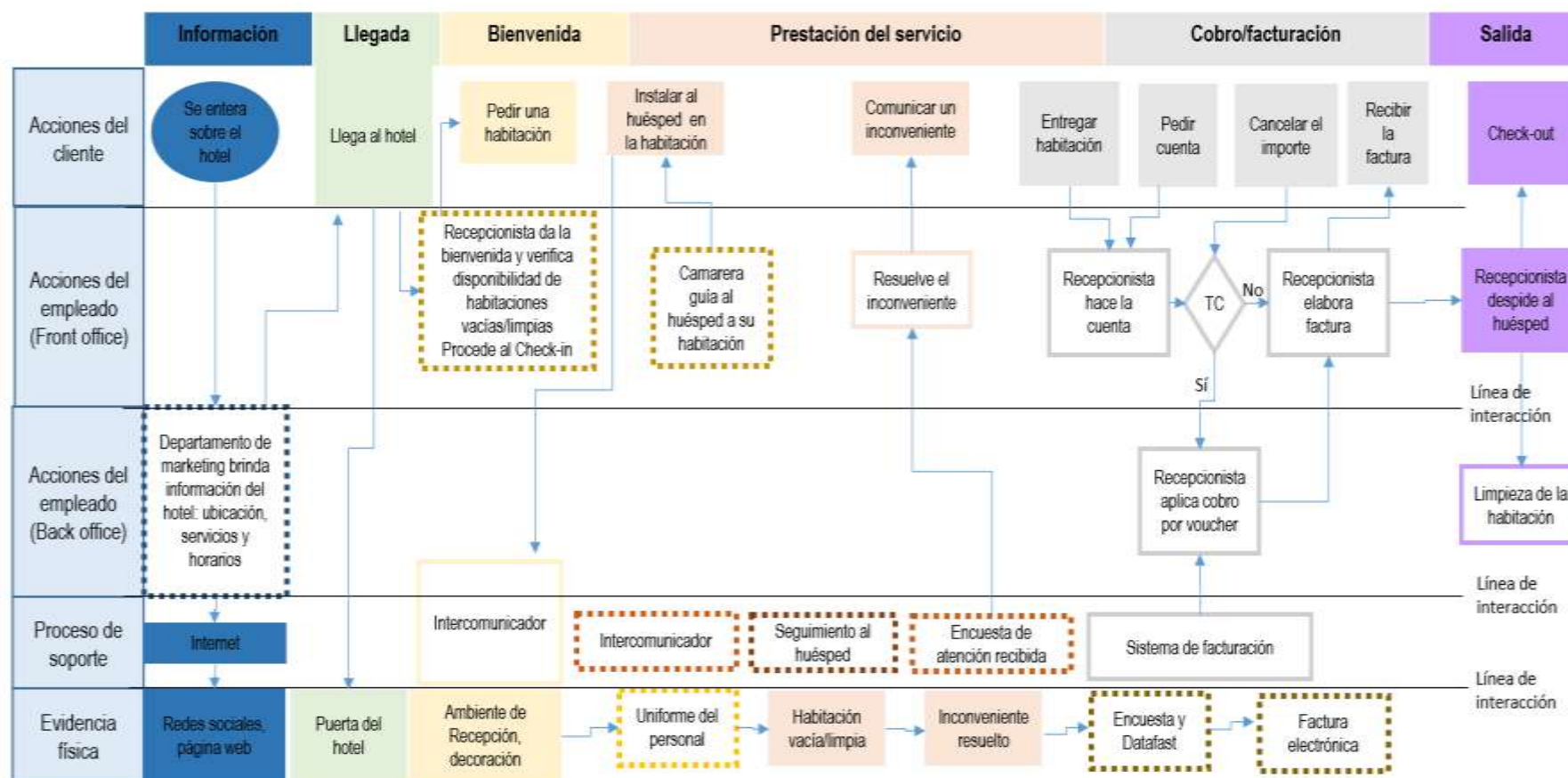


Figura 3. Diagrama Blueprint optimizado

#### 4.6 Matriz de medición de indicadores

La siguiente tabla contiene los ítems para la medición de indicadores, señalando la meta, el indicador, el mecanismo de evaluación y la frecuencia de medición.

**Tabla 7.** Medición de indicadores

Meta	Indicador	Mecanismo de evaluación	Frecuencia de medición
El manual de atención al cliente debe estar elaborado hasta el 15 de febrero de 2019	Manual de atención al cliente	Documento elaborado	Mensual
El 100% del personal debe estar capacitado en atención al cliente hasta el 28 de febrero de 2019	Número de personas capacitadas	Certificados de capacitación obtenidos	Mensual
El índice de satisfacción de los huéspedes debe alcanzar el 75% hasta el 30 de agosto de 2019	Porcentaje del índice de satisfacción	Encuestas de satisfacción	Mensual
Las facturas deben ser apropiadamente llenadas y entregadas a todos los huéspedes hasta el julio de 2019	Porcentaje de reclamos de los clientes por las facturas recibidas	Facturas anuladas	Semestral

## 5. Capítulo V Propuesta de Intervención

En este capítulo se detalla el contenido del programa de intervención: acciones, metas, presupuesto de inversión, cronograma y la estimación para recuperar la inversión propuesta.

### 5.1 Matriz de estrategias y acciones

En la siguiente matriz se desarrollan las acciones para cumplir cada una de las estrategias propuestas en el anterior capítulo.

**Tabla 8.** Matriz de estrategias y acciones

Estrategias	Acciones
Implementar un manual de calidad con los procesos establecidos.	Elaborar el contenido del manual de calidad. Capacitar al personal en los procesos establecidos del manual. Establecer protocolos para manejo de quejas. Medir el cumplimiento del proceso.
Llevar a cabo los procesos definidos en el manual.	Implementar una lista de chequeo para verificar la implementación de los procesos establecidos del manual.
Realizar encuestas para medir la satisfacción del cliente.	Elaborar un modelo de encuesta para los clientes. Analizar los resultados obtenidos.
Crear un modelo de evaluación de objetivos.	Implementar una lista de chequeo para evaluar el cumplimiento de objetivos.
Desarrollar cronogramas de capacitación mediante los programas ofrecidos por el Ministerio de Turismo.	Identificar las áreas de capacitación. Inscribir al personal en los módulos de capacitación. Verificar la asistencia a las

	capacitaciones.
Realizar convenios con agencias de viaje que traigan turistas al establecimiento.	Firmar convenios con las agencias y hoteles.
Promociones en redes sociales.	Elaborar un cronograma para publicar promociones en las redes sociales.
Aplicar las mejoras recomendadas por los distintivos de calidad.	Desarrollar políticas de responsabilidad social empresarial.

## 5.2 Programación de la intervención

### 5.2.1 Presupuesto de inversión para propuesta de mejoramiento

El presupuesto completo para la implementación del plan de mejora de calidad en el área de recepción del Hotel Colonial Suite, se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 9.** Inversión Total

Actividad	Institución	Costo unitario	Cantidad	Costo total
<b>Manual de calidad</b>	ISO&CALIDAD S.A.	1.000	1	1.000
<b>Capacitación Sistema de Gestión</b>	Proveedores Sistema de Gestión	270	3	810
<b>Atención al cliente</b>	Secap	25	3	75
<b>Auditoría Distintivo Q</b>	Auditor Particular	0	1	0
<b>Material de escritorio y papelería</b>	Bazar-papelería local	18,00	1	18,00
<b>Sistema de gestión de reservas</b>	Proveedores de programas informáticos	1.500	1	1.500
<b>Total</b>				<b>\$3.403</b>

El componente considerado clave dentro del plan de mejoramiento de la calidad es el que se refiere a la capacitación del personal del hotel Colonial Suite necesita contar con personal apropiadamente capacitado para brindar un servicio de calidad a sus clientes. Por ello, se plantean los siguientes cursos de capacitación para este personal:

- Atención al cliente: curso impartido por el municipio de Guaranda, a un costo de \$ 25 por persona, con una carga horaria de 15 horas, divididas en 5 días laborables.
- Inglés básico para recepcionistas: curso a ser impartido por el Centro de formación y capacitación turística (CAPACITUR) Carga horaria: 60 horas, divididas en 3 módulos a lo largo de 20 días laborables. Cada módulo tiene un costo de \$ 90.

La siguiente tabla contiene la programación de la intervención, especificándose el detalle de cursos, las horas previstas, el costo por persona, el número de persona y el costo total por actividad.

**Tabla 10.** Programación de la intervención

<b>Curso</b>	<b>Horas</b>	<b>Costo por persona</b>	<b>Personas</b>	<b>Costo total</b>
<b>Atención al cliente</b>	15	25	3	75
<b>Capacitación de sistema de gestión</b>	60	270	3	810
<b>Total</b>				885

Nota: Los valores indicados responden a comunicaciones directas con diferentes proveedores.



### 5.3 Estimación para la recuperación de la inversión prevista para la mejora de calidad.

Después de revisar el cronograma de intervención, a continuación se presentan los valores del costo total de la inversión propuesta para el área de Recepción del hotel Colonial Suite que nos permitirá obtener una mejor calidad en la empresa.

Facturación mensual ACTUAL: \$ 3,125.00

Costo intervención TOTAL: \$ 3,403.00

Costo de intervención MENSUAL: \$ 283.58

Una vez que se empieza a implementar el plan de mejora de calidad en el hotel Colonial Suite se estima alcanzar un índice de satisfacción del cliente de un 75% hasta el mes de Agosto y por tanto incrementar en un 10% las ventas.

**Tabla 12.** Cálculo del hotel

<b>Cálculo del hotel</b>	<b>Año 2018</b>	<b>TOTAL</b>
Ingresos anuales hotel	\$ 37.500	
Ingresos mensuales hotel	\$ 3.125	
Ingresos adicionales por mejoras de calidad (10%)	\$ 3.750	\$ 3.750
Total de ingresos incluyendo mejoras de calidad	\$ 41.250	
Inversión en Mejoras	\$ 3.403	\$ 3.403
<b>Utilidad Final</b>		<b>\$ 347</b>

Se espera que la implementación de esta propuesta incremente las ventas, a la vez que se optimiza el servicio del hotel, estimando con esa base la futura ganancia.



**Tabla 13.** Cálculo de huéspedes

<b>Cálculo de huéspedes</b>	<b>Año 2018</b>
<b>Huéspedes al año</b>	2.500
<b>Huéspedes al mes</b>	208
<b>Huéspedes adicionales (10%)</b>	250
<b>Total de huéspedes al año con las mejoras de calidad</b>	2.750
<b>Total de Huéspedes al mes</b>	229

## **6. Conclusiones y Recomendaciones**

### **6.1 Conclusiones**

Se describió la situación actual del Hotel Colonial Suite del cantón Guaranda, habiéndose determinado que el área de Recepción del hotel Colonial Suite tiene una serie de deficiencias que deben ser oportuna y correctamente atendidas, para lograr la satisfacción del cliente, lo que debe ser algo más que una simple declaración: se trata de la visión de sostenibilidad y crecimiento del negocio en su entorno competitivo.

Se identificaron los principales problemas en cuanto a los procesos en el área de recepción de este hotel, y están relacionados con la falta de capacitación oportuna del personal, la inexistencia de políticas organizacionales en materia de calidad y equipos de comunicación al personal, y otros.

Se planteó una propuesta de mejora de calidad para el área de recepción del Hotel Colonial Suite del cantón Guaranda, consistente en la formulación de una matriz de política de calidad, objetivos de calidad, entre otros. Con esta propuesta, se busca resolver las debilidades y deficiencias, logrando la satisfacción del cliente.

Se estructuró una propuesta de intervención para el hotel Colonial Suite, señalando la matriz de objetivos, estrategias y acciones, la programación de intervención y la estimación para la recuperación de la inversión. En este proceso, se consideran los

errores más frecuentes del hotel, así como las soluciones, tomando en cuenta la importancia de la capacitación del personal y la incorporación de un sistema informático de reservas.

La calidad en los servicios hoteleros es una demanda cada vez más frecuente por parte de la clientela de estos establecimientos de hospedaje. Con esto, se afianza la satisfacción del cliente, su fidelización, y el fortalecimiento del negocio, mejorando tanto su imagen como sus ingresos.

La inversión en mejoras, según el análisis correspondiente, es recuperable durante el mismo año.

## 6.2 Recomendaciones

Las deficiencias detectadas en el área de recepción del hotel Colonial Suite deben ser apropiadamente atendidas por la gerencia del negocio y sus colaboradores, para lograr la satisfacción del cliente.

Desarrollar soluciones para los principales problemas identificados en el área de recepción del hotel Colonial Suite, con el programa de capacitación sugerido para el personal, diseñando políticas organizacionales en materia de calidad y dotando uniformes y procesos para mejorar el servicio, de forma que se asegure la permanencia y crecimiento del negocio en el entorno competitivo en el que se desenvuelve.

Implementar el sistema de gestión de reservas y los procesos adecuados para el área de recepción del Hotel, que ayudará a aumentar el número de huéspedes y mejorar la satisfacción del cliente. Al llevar a cabo con este estudio, el plan de mejora y la propuesta de intervención que contiene la matriz de objetivos, estrategias y acciones podrá ayudar a recuperar la inversión, aunque no de inmediato, pero la proyección es incrementar sus ingresos con el paso de los meses y años.

Finalmente, se recomienda valorar la importancia que tiene la calidad en los servicios hoteleros, por ser una demanda cada vez más frecuente por parte de la clientela de estos establecimientos de hospedaje.

## Referencias

- Aiteco. (2016). El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. Recuperado el 05 de diciembre del 2017 de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Barbero, I., & Díez, V. (junio de 2016). Orientaciones para la implantación progresiva de sistemas de calidad en los servicios sociales locales de la CAPV. *EKAINA*, 39-47.
- CEREM Comunicación. (16 de Enero de 2017). *Vacaciones de calidad*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://www.cerem.ec/blog/vacaciones-de-calidad>
- Coronel, J. (2016). *Análisis de los resultados en la implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en MIPYMES de San Miguel de los Bancos – Mindo, durante el período 2014-2015*. UDLA: Quito.
- Dávila, J., & Flórez, M. (2016). Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y lealtad de la misma. *PECVNIA. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León* (7), 105-128.
- Duque, J. (2015). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia*, 15-27.
- Fernández, M., & Valbuena, M. (2008). *Satisfacción del cliente interno y calidad de servicio en el área de recursos humanos*. Maracaibo: Univ. Rafael Urdaneta.
- Giménez, R. (10 de Julio de 2014). *Diseño de Servicios ¿Qué es el BluePrint y para qué sirve?* Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de <https://www.clavei.es/blog/diseño-de-servicios-que-es-el-blueprint-y-para-que-sirve/>
- Grijalva, J. (2015). *Diseño de metodologías de calidad para incrementar la fidelidad de los clientes en una institución financiera privada*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- INEC. (10 de Agosto de 2017). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/Infografia\\_ECV.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/Infografia_ECV.pdf)
- Ipiates, D. (15 de Octubre de 2017). Hotel Colonial Suite. (A. Villafuerte, Entrevistador)
- Lara, J. (2013). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*(19).

- Londoño, M. (2012). *No sin mi cliente. Gestión de quejas y reclamaciones*. Madrid: FUNDACIÓN CONFEMETAL.
- Morillo, M. (2015). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. *Revista Economía*, XXXIV(27), 199-223.
- Peresson, L. (16 de Enero de 2007). *UTM*. Obtenido de [http://biblioteca.utm.edu.ec/opac\\_css/index.php?lvl=author\\_see&id=14888](http://biblioteca.utm.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=author_see&id=14888)
- Ruiz, C. (3 de Junio de 2010). *Gestión de la calidad del servicio*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2017, de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/calidadserv/>
- Serra, A. (2017). *Marketing turístico*. Madrid: Pirámide.
- TourCert. (2016). *Por qué Tourcert*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://www.tourcert.org/es/por-que-tourcert/>
- Valls, A. (2014). *La calidad en el sector servicios*. Recuperado el 3 de Octubre de 2018, de <http://www.antoniovalls.com/pdf/La%20Calidad%20en%20el%20sector%20servicios.pdf>
- Valls, J. (2004). *Gestión de empresas de turismo y ocio. El arte de provocar satisfacción*. Barcelona: Gestión 2000. .
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, A. (2013). *Calidad total en la gestión de los servicios*. Madrid: Diaz Santos.

# ANEXOS

## Anexo 1

### Área de análisis



Imagen 1- Recepción



Imagen 2- Logo

Imagen 3 - Pasillo de habitaciones - 2 Piso





**Imagen 4- Habitación**

**Imagen 5 – Baño**





## Anexo 2

### Redes Sociales



Colonial Suite Hotel  
@colonialsuitehotel

Inicio  
Información  
Fotos  
Opiniones  
Videos  
Publicaciones  
Comunidad  
Información y anuncios

Crear una página

Me gusta Seguir Compartir ... Enviar mensaje

4,3  
4,3 de 5  
Según la opinión de 3 personas

¿Recomiendas Colonial Suite Hotel?  
Si No

Recomendado por 6 personas  
MÁS ÚTILES MÁS RECIENTES

Anita Vaca opinó sobre Colonial Suite Hotel: 5+  
29 de junio de 2017 ·

Me gusta Comentar Compartir

### Anexo 3

### Encuesta

Objetivo: Conocer el segmento de mercado al que se dirige el Hotel Colonial Suite.

a) **Indicaciones: Señale con una "X" su respuesta.**

1.Sexo: 2. Edad: 3. Nacionalidad:

Masculino	
Femenino	

Menor de 20 años	
20-30	
30-40	
40-50	
Mayor a 50 años	

Ecuatoriano/ a	
Extranjero/a	

4.Grado de Educación: 5. Ocupación:

Secundaria	
Universidad	
Posgrado	
Otro	

Estudiante	
Trabaja en empresa pública	
Trabaja en empresa Privada	
Ama de Casa	

Elementos Tangibles	1	2	3	4	5
Personal bien uniformado					
Buena Infraestructura					
Buena distribución de espacios					

Capacidad de Respuesta	1	2	3	4	5
------------------------	---	---	---	---	---

Página Web / Redes Sociales					
Información necesaria en las páginas web del servicio que brinda					
Atención Rápida					
Cordialidad del personal					

Seguridad	1	2	3	4	5
Solución Rápida de problemas					
Personal Capacitado					
Buen trato al cliente					
Transmite seguridad en el servicio					
Limpieza constante					

Fiabilidad	1	2	3	4	5
Relación Calidad/ Precio					
Facilidades de Pago					
Seguimiento en el servicio					
El servicio cumple con la expectativas del huésped					

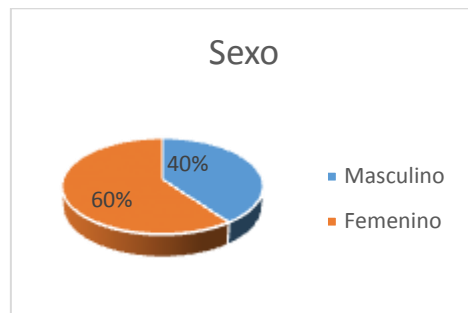
¿Recomendaría el hotel a sus conocidos?

Si  No

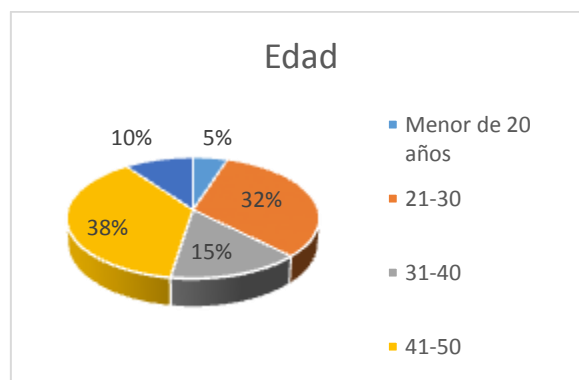
## Anexo 4

### Resultados de las encuestas

**Figura 4. Población según el sexo**



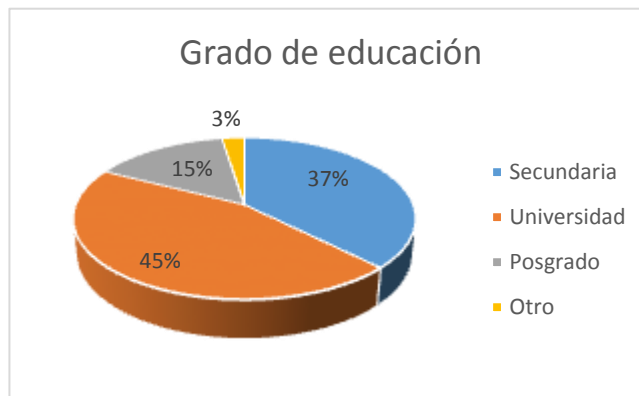
**Figura 5. Población según la edad**



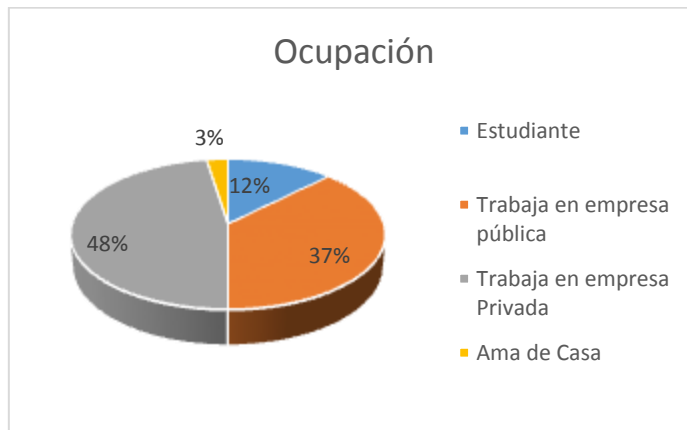
**Figura 6. Población según la nacionalidad**



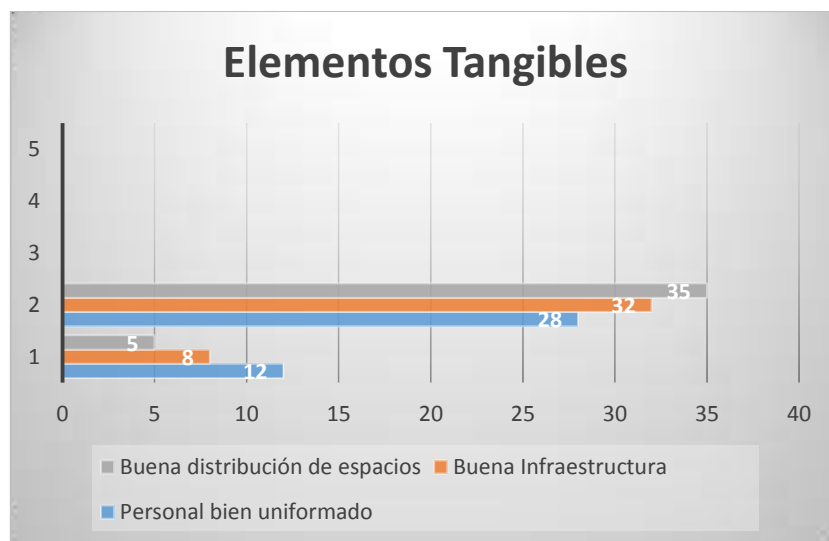
**Figura 7. Grado de instrucción**



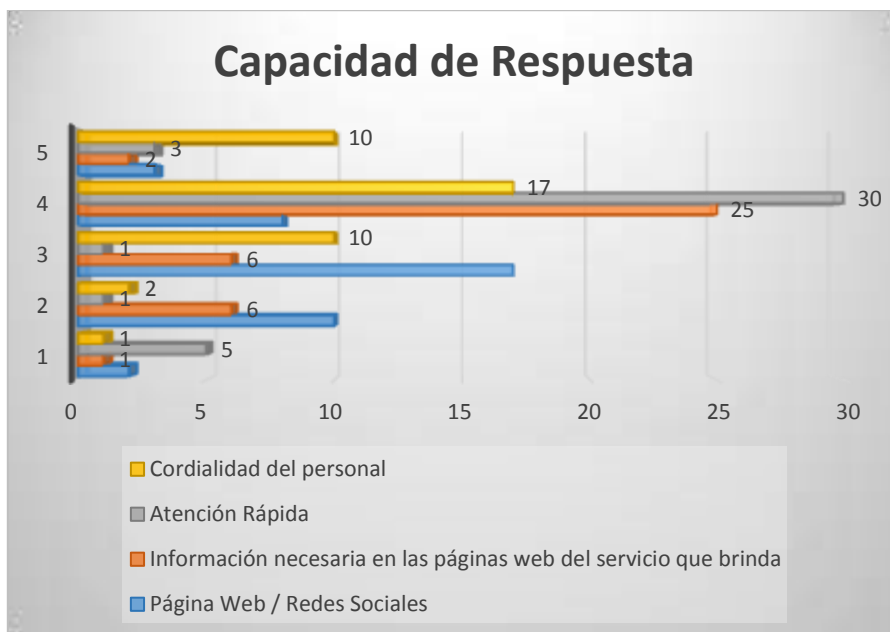
**Figura 8. Ocupación**



**Figura 9. Elementos tangibles**



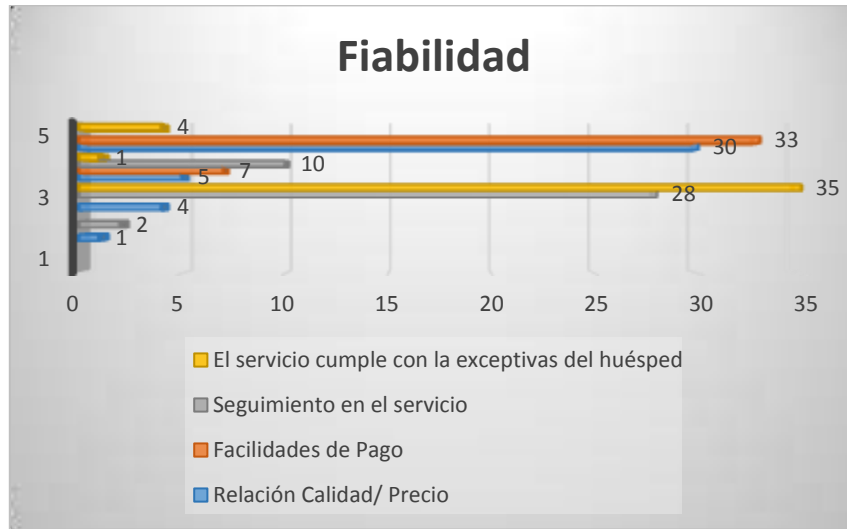
**Figura 10. Capacidad de respuesta**



**Figura 11. Seguridad**



**Figura 12. Fiabilidad de los clientes**

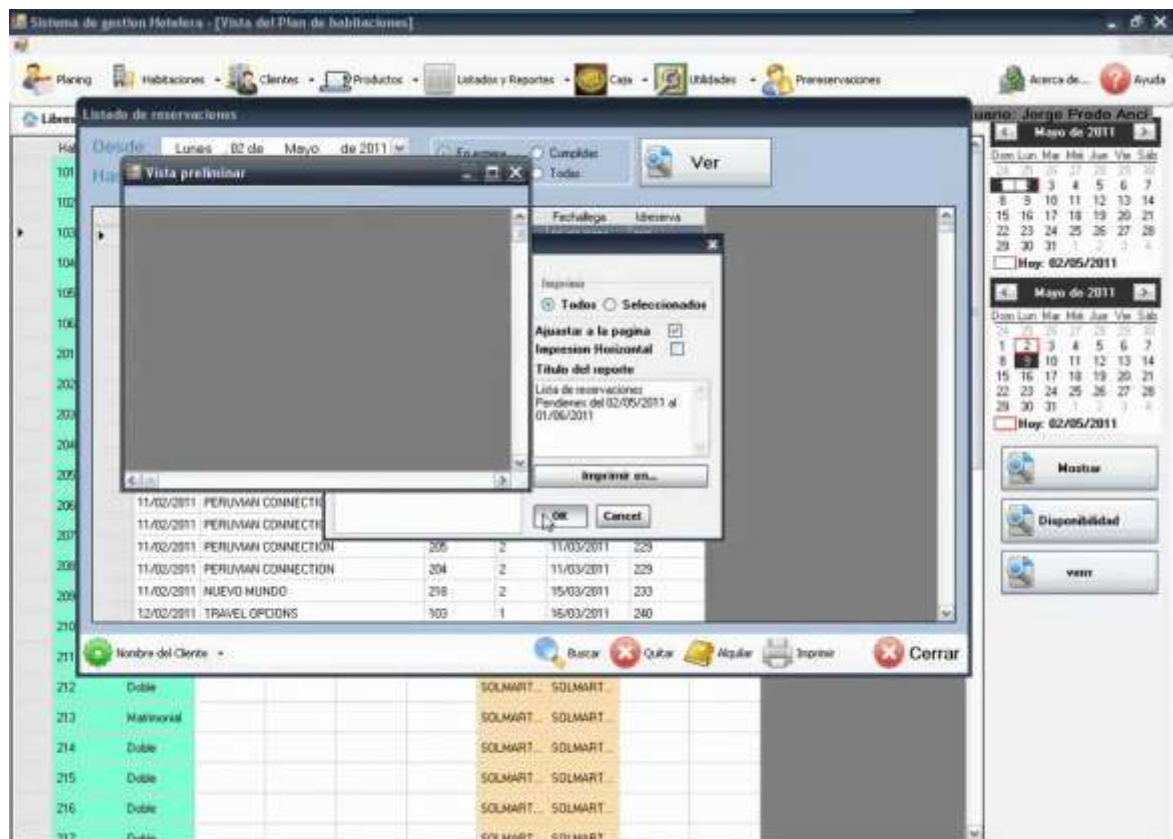


**Figura 13. Recomendación**



## Anexo 6

### Muestra de Sistema de Gestión de reserva



## Anexo 7

### Muestra de Encuesta de Satisfacción al cliente





	Malo	Regular	Medio	Bueno	Excelente
Hospitalidad	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comodidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Climatización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Anexo 8

### Índice de contenidos de Manual de Calidad

<b>ISO-9001: 2008 MANUAL DE CALIDAD</b>		
Rev.: 0	<small>Nota: Este Manual es Controlado solamente al consultarse en línea en la página <a href="http://www.mirsamfo.com">www.mirsamfo.com</a></small>	Página 1 de 40

#### INDICE

I	Indice
II	Introduccion
Section 1	Semblanza
Section 2	Aleance, Referencias Normativas
Section 3	Edicion y Control del Manual de Calidad
Section 4	Sistema de Gestion de la Calidad
Section 5	Responsabilidad de la Gerencia
Section 6	Gestion de los Recursos
Section 7	Realizacion del Producto
Section 8	Medicion, Analisis y Mejora
Anexos	1. Diagrama Holistico
	2. Matriz de Responsabilidades
	3. Organigrama
	4. Registros

## Anexo 9

### Muestra de procesos de facturación

#### Factura tradicional





#### Factura electrónica



## Anexo 10

### Resultados de la Norma de Calidad Turística para el Distintivo Q

 <b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO</b>			
NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".			
ALOJAMIENTO			
ÁMBITO A: Gestión administrativa			
Administrativo			
1.-Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento del personal.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
2.-Dentro de sus políticas organizacionales se establece: la no promoción de la prostitución y la no venta de estupefacientes.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
3.-El establecimiento respeta la identidad religiosa, cultural, política y de género de sus colaboradores.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
4.-Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
5.-Cuenta con un reglamento de higiene y seguridad, con la finalidad de prevenir y disminuir los riesgos del trabajo y mejorar el ambiente laboral.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
6.-El establecimiento cuenta con un plan de evacuación, aprobado por la autoridad competente.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
Personal			
7.-Cuenta con un documento en el que se detalla el perfil y funciones del personal administrativo y operativo de la empresa, lo que permitirá a la empresa registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática sobre las funciones, procedimientos, que se consideran necesarios para la ejecución de las actividades y tareas.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
8.-El establecimiento cuenta con reglamento interno para el personal, con la finalidad que el empleador detalle las obligaciones y derechos del talento humano que labore en el establecimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
9.-El establecimiento emplea trabajadores sin impedimento para trabajar en el país, respaldada con documentos legales de la información de cada trabajador.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
10.-El personal cuenta con carnet de salud actualizado.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
Capacitación			
11.-Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
12.-Cuenta con certificados o registro de participación en capacitaciones del 30% del total del personal.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
13.-El personal que labora en el área de alimentos y bebidas ha recibido capacitaciones en las áreas de recepción, almacenaje, manipulación, preparación, cocción, distribución y conservación de alimentos.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
14.-Cuenta con personal capacitado en temas de salud y seguridad ocupacional de por lo menos el 50% de sus empleados.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".**
**ALOJAMIENTO**
**ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial**
**Social**

15.-Cuenta con un sistema de indicadores para conocer el impacto del establecimiento en el desarrollo de la comunidad.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
16.-Cuenta con registros de aportes que el establecimiento realiza a la población local.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
17.-En caso que el establecimiento esté inventariado como patrimonio histórico y cultural, se informa a los huéspedes sobre el valor patrimonial arquitectónico de la edificación o del sector.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>

**Biodiversidad**

18.-El establecimiento no mantiene especies animales y vegetales en peligro y/o amenazadas, y/o la exhibición de piezas arqueológicas o patrimonio histórico sin los permisos correspondientes de la autoridad competente.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
19.-La jardinería o espacios verdes del establecimiento también cuenta con especies vegetales nativas y/o endémicas de la zona.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
20.-Las habitaciones del establecimiento cuentan con información sobre la flora y fauna nativas de la zona, así como las disposiciones legales vigentes sobre el tráfico de la flora y fauna.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
21.-El establecimiento evita comercializar, consumir especies o productos derivados de flora y fauna prohibidos por la ley.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>

**Protección y conservación ambiental**

22.-Cuenta con productos biodegradables para la limpieza del establecimiento.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
23.-Minimiza la compra de insumos altamente contaminantes tales como: aerosoles, plásticos, químicos, pesticidas, desechables, entre otros.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
24.-Informa a los huéspedes de aquellas medidas de sostenibilidad adoptadas por el establecimiento que puedan repercutir en los servicios del mismo.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
25.-Los aceites usados son entregados a los gestores ambientales autorizados por la autoridad ambiental local.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
26.-Se cuenta con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de agua, y es difundido a todo el personal de la empresa.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
27.-Se cuenta con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de energía, y es difundido a todo el personal de la empresa.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
28.- En caso que el establecimiento utilice sistemas alternativos de energía como: solar, eólica, geotérmica o biomásica, deberá contar con registros de su uso y mantenimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
29.- En caso que el establecimiento utilice sistemas alternativos de agua deberá contar con registros de uso y mantenimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>

**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".**
**ALOJAMIENTO**

30.- Los residuos son entregados a la red de recolección pública, gestores ambientales autorizados o son depositados en los puntos de recolección existentes en la ciudad.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento**
**INFRAESTRUCTURA**
**Infraestructura general**

31.- Cuenta con un área especial para el almacenamiento de sustancias tóxicas.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32.- Las áreas del establecimiento, principalmente cocina, baños y comedor están construidas con materiales y revestimiento de fácil limpieza y no muestran signos de deterioro ni de humedad.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33.- Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva o intelectual, personal capacitado para brindar las facilidades para una estadía cómoda. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille (identificación de habitaciones, ascensores, sitios de interés, manuales de orientación, carta del menú, elementos sonoros, parlantes), dispositivos de iluminación,

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Infraestructura del área de cocina**

34.- El área de almacenamiento de insumos secos se encuentra ubicado en repisas evitando el contacto de los alimentos con el piso y paredes de la bodega. Esta área debe estar seca, bien ventilada y limpia.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

35.- El área de almacenamiento de insumos frescos está correctamente dividida por tipo; los envases y productos no deberán estar rotos, mohosos o húmedos. Aplica la norma internacional PEPS (primero en entrar, primero en salir)

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

36.- El área de lavado es de acero inoxidable; este tipo de material es higiénico, durable, resistente a la corrosión y fácil de limpiar, evitando la acumulación de grasa, olores y contaminación.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

37.- Los pisos del área de cocina son antideslizantes y cuentan con un sumidero al cual se dirigen los líquidos producto del mantenimiento y limpieza.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**Infraestructura para la seguridad**

38.- Las instalaciones eléctricas se encuentran aisladas, protegidas y fijas. El cableado que atraviesa mangueras, tuberías y ductos no debe tener empalmes internos, así mismo no debe existir cajetines abiertos o cables expuestos.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Infraestructura para servicios higiénicos o baterías sanitarias**

39.- El servicio higiénico o batería sanitaria se encuentra independiente del área de preparación de alimentos y bebidas.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

40.- Posee servicios higiénicos exclusivos para uso del personal.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

41.- Los servicios higiénicos o baterías sanitarias de las áreas de uso público utilizan sistema ahorrador o se ha implementado medidas para el ahorro del agua.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".**
**ALOJAMIENTO**
**Señalización**

42.-Cuenta con letreros que promueven el uso eficiente del agua del establecimiento, tanto en áreas del personal como en áreas de atención al cliente.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
43.-Cuenta con letreros que promueven el uso eficiente de la energía del establecimiento, tanto en áreas del personal como en áreas de atención al cliente.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
44.-Cuenta con señalética en: áreas restringidas y de uso exclusivo del personal; áreas peligrosas o con material inflamable.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
45.-Los tachos de residuos se encuentran señalizados de acuerdo a su clasificación.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
46.-El área de servicios higiénicos se encuentran identificados, de manera que facilite su ubicación al cliente.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
47.-En caso que el establecimiento cuente en su interior con áreas abiertas, para que estas sean señalizadas como áreas de fumadores, deberán estar lejos de ventanas y puertas, de manera que se evite el ingreso de humo.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

**EQUIPAMIENTO**
**Equipamiento general**

48.-El establecimiento cuenta con equipamiento adecuado para el uso y ahorro de energía.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
49.-La ambientación (decoración, mobiliario e iluminación) se encuentra en armonía con el concepto del establecimiento.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
50.-El establecimiento que posee sistemas de ambientación musical y artistas en vivo, cuenta con aislamiento acústico, con el fin de que los niveles de ruido del interior no rebasen los límites permitidos en el exterior.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>

**Equipamiento para servicios higiénicos o baterías sanitarias**

51.-Todo servicio higiénico tanto de servicio al cliente como del personal debe contar con: basurero con tapa, dispensador de jabón, sistema de secado de manos (secador automático o dispensador de toallas de mano), dispensador de papel higiénico.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
52.-El establecimiento cuenta con al menos un servicio higiénico asignado a personas con capacidades diferentes. Este servicio higiénico cumple las especificaciones de la autoridad competente.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

**Equipamiento del área de comedor**

53.-Para el área de comedor, el establecimiento cuenta con el menaje necesarios para atender al 100% de su aforo.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
54.-El área de comedor cuenta con sistemas de ventilación natural, ductos de ventilación y/o extractores evitando la acumulación de olores y malestar a los clientes y moradores del sector.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>

## NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

## ALOJAMIENTO

## Equipamiento del área de cocina

55.-El área de cocina cuenta con sistemas de ventilación natural, ductos de ventilación y/o campanas de extracción evitando la acumulación de olores.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA
56.- El área de cocina cuenta con sistemas de refrigeración y congelación y/o cuartos fríos mixtos o por separado.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA
57.-El área de almacenamiento de productos congelados está correctamente dividida.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA
58.-Cuenta con litos (toallas de tela) en buen estado para secar utensilios de cocina.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA
59.-Las tablas para picar son plásticas y se diferencian para cada clase de alimentos.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA
60.-El área de cocina cuenta con utensilios de cocina como pinzas, tenacillas, cucharas y tenedores para la manipulación de alimentos.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA

## Equipamiento habitaciones

61.-Cuenta con servicio telefónico en cada una de las habitaciones.	<input type="checkbox"/> C	<input checked="" type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA
62.-Las habitaciones deben estar dotadas de: colchón, protector de colchón, sábanas, cobija(s), cubrecama, y almohada(as), por cama.	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA

## Equipamiento área de personal

63.-El establecimiento cuenta con un área destinada para el personal, para el resguardo de sus pertenencias.	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA
--	---------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

## ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente

## Presentación y servicios

## Accesos

64.-Las áreas designadas al ingreso de proveedores se encuentran libres de obstáculos.	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA
65.-Las áreas de ingreso de clientes se encuentran: libres de obstáculos y limpias (sin olores, sin polvo y ordenados).	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA

## Personal

66.-El personal se encuentra uniformado de acuerdo al concepto del establecimiento y cuenta con su placa o credencial identificativa.	<input type="checkbox"/> C	<input checked="" type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA
67.-El personal de preparación de alimentos debe contar con: chaqueta de cocina, pantalón de cocina, zapatos antideslizantes, cabello recogido y protección respectiva: malla, champiñón o cofia, uñas cortas y protección de manos.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input checked="" type="checkbox"/> NA

**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".**
**ALOJAMIENTO**

68.-El personal de preparación de alimentos no utiliza pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto con los alimentos.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

69.-El personal de preparación de alimento no utiliza perfumes ni maquillaje excesivo.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Satisfacción al cliente**

70.-Se aplica encuestas de satisfacción a los clientes del establecimiento y se generan reportes estadísticos.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

71.-Se cuenta con registros o actas de reuniones periódicas del personal operativo y administrativo, para conocer novedades y/o sugerencias de la operación del establecimiento .

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

72.-Cuenta con un procedimiento para receptor los reclamos y sugerencias de los huéspedes, brindando el tratamiento correspondiente.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Servicios**

73.-El establecimiento cuenta con servicio de transfer para sus huéspedes con compañías de transportes legalizadas por la autoridad competente.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

74.-Cuenta con servicio de lavandería para huéspedes.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

75.-Cuenta con información turística de la ciudad y el país, y su personal se encuentra capacitado para brindar la información correspondiente a sus clientes.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Material promocional**

76.-Provee información clara y fidedigna sobre sus servicios en su material promocional, evitando la publicidad engañosa.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

77.-Los precios ofertados incluyen impuestos y el servicio (según categoría), con excepción de los establecimientos que son parte del Sistema Tributario que permite la no inclusión del IVA.

C	NC	NA
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Registro y seguimiento**
**Cocina**

78.-Los productos congelados no son descongelados a temperatura ambiente.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

79.-Los alimentos se almacenan en recipientes limpios, herméticos etiquetados con fechas de recepción y caducidad.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

80.-Los productos cárnicos son almacenados en porciones de acuerdo a su tipo, es decir en porciones ubicando las carnes y pescados crudos en la parte inferior, evitando que la sangre y los residuos de la descongelación goteen sobre el resto de alimentos evitando la contaminación.

C	NC	NA
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".**
**ALOJAMIENTO**

81.-No existen alimentos o recipientes con alimentos colocados sobre el piso.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
82.-Cuenta con dispensador de jabón líquido, desinfectante y toallas de papel para el aseo de las manos del personal	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

**Seguridad**

83.-El establecimiento cuenta con un botiquín de primeros auxilios con: vendas, gasas, crema para quemaduras, alcohol, agua oxigenada; los productos no están caducados.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
84.-Se realizan simulacros de primeros auxilios y desastres naturales, por lo menos una vez al año.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
85.-El establecimiento cuenta con al menos una persona capacitada en primeros auxilios en cada turno (necesario en zonas rurales) y dispone de una guía visible con teléfonos de emergencia y hospitales cercanos (zonas urbanas).	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
86.-Cuenta con vestimenta, equipos de seguridad y protección para el personal de acuerdo a sus actividades.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

**Mantenimiento**

87.- Toda área operativa del establecimiento (baños, cocina, bodegas, áreas de personal, entre otros) cuenta con un registro de limpieza diaria.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
88.-Cuenta con un registro histórico de mantenimiento periódico de la maquinaria y equipos del establecimiento, de acuerdo a su uso y especificaciones técnicas, en el que se detalle por lo menos: fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
89.-Cuenta con registros de monitoreo de consumo de agua, luz, teléfono e internet; con la finalidad de determinar acciones para reducir su consumo.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
90.-Cuenta con registros del mantenimiento de las instalaciones eléctricas, con la finalidad de evitar posibles cortos circuitos, en el que se detalle por lo menos: fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
91.-Cuenta con registros del mantenimiento de todos los equipos y redes de agua, con la finalidad de evitar fugas de agua y desperdicio del recurso, en el que se detalle por lo menos: fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
92.-Cuenta con registros de control de plagas.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
93.-El establecimiento cuenta con inventarios de materia prima, productos, equipo y mobiliarios.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
94.-Cuenta con registros de mantenimiento general de cada área del establecimiento.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

