



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN EL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL HOTEL WYNDHAM  
QUITO AIRPORT, UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA,  
CIUDAD DE QUITO

AUTOR

Santiago Andrés Guillín Saavedra

AÑO

2019



**ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN EL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL HOTEL WYNDHAM  
QUITO AIRPORT, UBICADO EN LA PARROQUIA DE TABABELA, CIUDAD  
DE QUITO, ECUADOR**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar por el título de  
Ingeniero en administración de empresas turísticas y hoteleras.**

**Profesor guía  
Gabriela Salas Mantilla**

**Autor  
Santiago Andrés Guillín Saavedra**

**AÑO  
2019**

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, plan de negocio para el mejoramiento de la calidad de servicio en el área de recepción del Hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela, ciudad de Quito, Ecuador , a través de reuniones periódicas con el estudiante Santiago Andrés Guillín Saavedra, en el semestre 2019-2, 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".

**Gabriela Salas Mantilla**  
**Coordinadora de Estudiantes**  
**C.I. 10023575734**

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, plan de negocio para el mejoramiento de la calidad de servicio en el área de recepción del Hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela, ciudad de Quito, Ecuador, del Santiago Andrés Guillín Saavedra, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

**Agurtzane Goyarzu de la Serna**

**C.I. 1754521050**

## **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.”

**Santiago Andrés Guillín Saavedra**

**C.I. 1718864943**

## **AGRADECIMIENTOS**

Como dijo Christopher McCandles: *"Happiness is only real when is shared"*. Por tal motivo, para mí no tendría razón este logro si no pudiera agradecer a mi esposa; que es la persona que me incitó a crecer. A mis padres por apoyarme en este proceso y creer en mí; y a mis amigos y profesores ya que siempre me guiaron y apoyaron, haciéndome sentir como en mi segundo hogar.

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro al Santiago inseguro del pasado; que creyó que esto nunca sería posible y ahora se lleva este título como otra meta cumplida en su vida, demostrando que lo imposible no existe. A mis padres que fueron un soporte emocional y económico para seguir y a Rebecca mi esposa, que tanto creyó en mí.

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo de titulación es presentar una propuesta de calidad en el área de recepción del hotel *Wyndham Quito Airport*, que se encuentra localizado en las afueras de la ciudad y dentro del complejo del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito. A continuación, se proponen soluciones para mantener altos estándares de calidad dentro del área mencionada.

En el primer capítulo se hace énfasis al aspecto teórico en referencia a la hotelería, el servicio y la calidad dentro de la recepción de un hotel, los mismos que se relacionan directamente con los estándares propios de la cadena *Wyndham Hotels and Resorts*.

Dentro del segundo capítulo se describe el negocio, tanto en su cultura organizacional, así como su localización, factores que influyen su operación, competencia y perfil del cliente objetivo. Al mismo tiempo la perspectiva del cliente con respecto a lo que se ofrece en el establecimiento.

Dentro del tercer capítulo se realiza un diagnóstico del departamento, donde se estipulan los procesos actuales, mediante un mapa de procesos y plan de auditoría. De esta manera se puede dar lugar a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que existen dentro de la recepción del hotel.

Después de este diagnóstico, en el capítulo cuatro, se plantean las propuestas para poder cumplir con la visión estratégica; determinando roles y responsabilidades, haciendo uso de estrategias, tácticas y acciones para cumplir con la calidad requerida.

Para finalizar, dentro del capítulo cinco se indica la propuesta de intervención con un cronograma activo y el presupuesto necesario para el mismo.

## **ABSTRACT**

The objective of this certification work is to present a quality proposal in the reception area of the Wyndham Quito Airport hotel, which is located on the outskirts of the city and within the Mariscal Sucre International Airport complex in Quito. In the next chapters, solutions are proposed to maintain high quality standards within the afore mentioned area.

The first chapter emphasizes the theoretical aspect about the hotel, service and quality within the reception of a hotel, which are directly related to the standards of the Wyndham Hotels and Resorts chain.

Within the second chapter the business is described, both in its organizational culture, as well as its location, factors that influence its operation, competence and profile of the target client. Also, the client's perspective regarding what is offered in the establishment.

In the third chapter, a diagnosis of the department is made, where the current processes are stipulated, through a process map and audit plan. This lead us to know the strengths, weaknesses, opportunities and threats that exist within the hotel reception.

After this diagnosis, in chapter four, proposals are presented in order to fulfill the strategic vision; determining roles and responsibilities, making use of strategies, tactics and actions to comply with the required quality.

Finally, chapter five indicates the intervention proposal with an active schedule and the necessary budget for it.

## ÍNDICE

Introducción .....	1
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Justificación .....	3
Metodología.....	4
Capítulo I .....	6
Marco teórico.....	6
Capítulo II .....	9
2.1. Descripción del negocio: .....	9
2.1.1. Localización .....	9
2.2. Misión, visión y objetivos .....	10
Misión .....	10
Visión.....	10
Objetivos empresariales .....	10
2.3. Estructura organizacional .....	11
2.3.1. Organigrama recepción .....	11
2.3.2. Descripción y funciones.....	11
2.4. Producto, servicio ofertado y precios.....	12
2.5. Mapa de actores stake – holders.....	13
Primarios:.....	13
Son lo que se encuentran directamente afectando al establecimiento.....	13
Secundarios:.....	14
2.6. Cadena de valor .....	14
2.6.1. Antes de la estadía/uso .....	14
2.6.2. Durante la estadía/uso.....	14
2.6.3. Después de la estadía .....	15
2.7. Análisis de competitividad .....	16
2.8. Análisis desde la perspectiva del cliente .....	17
2.8.1. Perfil del cliente del establecimiento.....	17

2.9. Breve análisis de las expectativas del cliente .....	18
2.9.1. Determinación de la muestra .....	18
2.9.2. Encuestas.....	19
Capítulo III .....	22
3.1. Descripción del área de análisis .....	22
3.1.1. Descripción de los procesos del área .....	23
3.2. Mapa de procesos actual .....	24
3.1.2. Cuadro de incidentes críticos y posibles soluciones.....	27
3.3. Auditoría .....	28
3.3.1. Plan de Auditoría .....	28
3.3.2. Resultados relevantes del informe de auditoría.....	28
3.4. FODA.....	30
Capítulo IV.....	31
4.1. Propuesta de Mejora.....	31
Visión estratégica: .....	31
Política de calidad:.....	31
4.2. Definición de roles y responsabilidades .....	34
4.3. CAME .....	35
4.4. Estrategia, tácticas y acciones de comunicación .....	36
Documentación que permitan el cumplimiento de la política de calidad. ...	36
4.5. Mapa de Procesos optimizado.....	37
4.5. Matriz de medición de indicadores.....	40
Capítulo V.....	41
1.1. Programación de la intervención: .....	41
1.1.1. Presupuesto de inversión para propuesta de mejoramiento.....	41
1.1.2. Cronograma de intervención .....	43
1.2. Estimación para la recuperación de la inversión.....	44
prevista para la mejora de calidad .....	44
Conclusiones y recomendaciones .....	45
Conclusiones .....	45
Recomendaciones.....	46

Referencias .....	47
Anexos .....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cadena de valor antes de la estadía .....	14
Tabla 2. Cadena de valor durante la estadía .....	15
Tabla 3. Cadena de valor después de la estadía .....	15
Tabla 4. Nombre de establecimientos .....	16
Tabla 5. Benchmarking .....	16
Tabla 6. Rangos de la encuesta.....	19
Tabla 7. Descripción de funciones .....	23
Tabla 8.Blueprint actual en la reserva .....	24
Tabla 9. Blueprint actual en el check in.....	25
Tabla 10. Blueprint actual en el check out.....	26
Tabla 11. Cuadro de incidentes críticos .....	27
Tabla 12. Plan de auditoría .....	28
Tabla 13. FODA .....	30
Tabla 14. Matriz de calidad .....	32
Tabla 15 roles y responsabilidades .....	34
Tabla 16. CAME .....	35
Tabla 17. Estrategias, táctica y acciones .....	36
Tabla 18. Blueprint optimizado en la reserva .....	37
Tabla 19. Blueprint optimizado al check.....	38
Tabla 20. Blueprint optimizado al check out.....	39
Tabla 21. Matriz de indicadores .....	40
Tabla 22. Presupuesto de manual de calidad de sistema y situacional .....	41
Tabla 23. Presupuesto personal capacitado .....	42
Tabla 24. Inversión total .....	42
Tabla 25. Cronograma de intervención .....	43
Tabla 26. Información general.....	44
Tabla 27. Incremento de valores en tarifa promedio .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Hotel Wyndham Quito Airport .....	10
Figura 2. Estructura organizacional de la recepción.....	11
Figura 3. Fiabilidad.....	19
Figura 4. Reacción ante eventualidades .....	20
Figura 5. Seguridad.....	20
Figura 6. Empatía.....	21
Figura 7. Elementos tangibles.....	22

## Introducción

Tababela es una parroquia rural que se ubica al nororiente del Distrito Metropolitano de Quito. Esta zona se ha convertido en el nuevo epicentro de llegada de turistas nacionales y extranjeros, gracias a la reubicación y apertura del nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (GAD parroquia Rural de Tababela, 2017).

El crecimiento comercial de la zona ha provocado una dinamización de la economía local (Maldonado, 2018). En esta zona se han establecido distintos establecimientos de alojamiento, entre ellos, cadenas hoteleras como: Wyndham Hotels, Eurobuilding y Holiday Inn aunque estaba en construcción pero actualmente se encuentra detenida hasta que paguen sus multas al Municipio de Quito (Quito Alcaldía, 2019).

El hotel Wyndham Quito Airport fue la primera cadena hotelera en establecerse en el área y se inauguró en el año 2016. Su propietario, el Grupo Pronobis, vio esta oportunidad como un punto estratégico para abarcar un mercado en crecimiento, siendo el primer establecimiento de la cadena hotelera estadounidense Wyndham Hotels and Resorts que opera en el Ecuador G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

El hotel se encuentra ubicado dentro del complejo del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y ofrece 150 habitaciones, 1 restaurante, 4 salones para eventos y servicio de spa. También cuenta con una ocupación promedio anual de 81.71%. El hotel se ha visto afectado solamente en menor escala por la aparición de nuevos competidores en la zona G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

Según Gabriela Luzuriaga, Jefe de Operaciones del hotel, se reciben diferentes quejas por parte de los huéspedes, referentes a la calidad de servicio en la recepción del hotel. Entre ellas predominan las siguientes: Falta de

confirmación de reservas realizadas, tiempo de espera largo que toma realizar el check-in, mal protocolo de saludo al huésped, mal registro de preferencias en el perfil del huésped, incumplimiento de requerimientos solicitados, no brindar la información adecuada al momento del check-in, y error de facturación al momento del *check-out* G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

Este conjunto de sucesos ha provocado que, alrededor de uno de cada diez huéspedes presentan su queja a las empresas que los direccionan hacia el hotel, las cuales mantienen alianzas estratégicas en cuanto a disponibilidad y tarifas especiales con el mismo. Las quejas suelen ser formales o informales, muchas veces se visibilizan en comentarios negativos dentro de redes sociales; las que son registradas mediante encuestas de calidad y portales electrónicos, se tiene una media de dos quejas con respecto al servicio en el área, y de tres a cinco diarias son las quejas recibidas directamente al personal de la recepción G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

Debido a estas quejas de los huéspedes, el departamento financiero y de recepción del hotel se ven afectados, ya que, para evitar el quebrantamiento de las relaciones comerciales entre el hotel y las empresas, se incurren en gastos adicionales, como cortesías y compensaciones. Mientras que en casos de mayor envergadura las empresas han terminado relaciones comerciales con el hotel, afectando así directamente a los ingresos económicos de la organización G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

## Objetivos

### Objetivo General

Diseñar un plan de mejoramiento de calidad en el área de recepción del hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela, ciudad de Quito.

### Objetivos Específicos

- Determinar un diagnóstico de la situación actual en el área de recepción del hotel Wyndham Quito Airport.
- Identificar los procesos operativos más complejos en la operación de la recepción del hotel Wyndham Quito Airport.
- Plantear soluciones para mejorar la calidad del servicio en el área de recepción del hotel Wyndham Quito Airport.
- Determinar una propuesta de intervención para la mejora del área de la recepción del hotel Wyndham Quito Airport.

## Justificación

Actualmente la industria de la hospitalidad debe sobrellevar diferentes retos en varios aspectos. Uno de ellos es el desarrollo de marca del establecimiento y la fidelización del cliente, enfrentándose a un sistema en constante cambio, cada vez más cerca de una era digital (Soler, 2016). El correcto uso de este recurso humano es esencial y forma parte de la creación de experiencias memorables y redituables con los clientes (Lovelock & Wirtz, 2009). Entregando al cliente un valor agregado para complementar el servicio con la experiencia esperada.

Por este motivo, en este trabajo se analizará la situación actual del servicio en la recepción del hotel Wyndham Quito Airport, en la cual se propondrá un plan de negocio de mejoramiento de la calidad de servicio en el área.

El objetivo principal será aumentar la satisfacción de la demanda y de esta forma incrementar los beneficios empresariales. Esto se debe alinear a los planes de

desarrollo del Ecuador y al Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2017- 2021  
Objetivo 9:

“Garantizar la Soberanía y la Paz, y Posicionar Estratégicamente al País en la Región y el Mundo. 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” (SENPLADES, 2017).

Por lo tanto, se cumple con la línea 1 de investigación de la Universidad de las Américas “Salud y Bienestar”; con las investigaciones generales referenciales de “Creación y mejora continua de empresas turísticas y/o de hospitalidad” (Universidad de las Américas, 2018).

## **Metodología**

Para esta propuesta de mejora de calidad del servicio en la recepción del hotel Wyndham Quito Airport, se desarrollará un análisis mixto, ya que tiene características cualitativas y cuantitativas.

Las técnicas cuantitativas se basarán en el uso de datos estadísticos que se recolectarán a lo largo de la investigación, para lograr determinar la correlación entre variables y obtener el resultado objetivo (Fernández & Díaz, 2002). Por otro lado, se usarán técnicas cualitativas basadas en el registro de información por individuo, con el fin de identificar la naturaleza real del problema (Fernández & Díaz, 2002).

Adicionalmente, se utilizará la investigación cuantitativa debido al aporte de valores estadísticos que permiten generalizar y normalizar los resultados obtenidos (Bernal C. , 2010). El método utilizado para la recolección de datos

fueron cuestionarios con preguntas cerradas, los cuales ayudarán a determinar las variables a medirse (Bernal C. A., Metodología de la Investigación, 2010).

Para el proceso de recolección de datos se aplicó la técnica de una lista de chequeo, o *check list*, conforme a las normas de calidad ISO 9001 2015. Este es un elemento para controlar auditorías internas y asegurar que los procesos se cumplan con las normas requeridas (Escuela europea de excelencia, 2016).

Con respecto a la investigación cualitativa se utilizó el método de observación estructurada en el área de la recepción del hotel, tomando en cuenta que se tiene definido el problema y posteriormente se realizará un registro semi sistematizado de la información recolectada (Tuleda, 2012). Utilizando este método para no influenciar en las posibles reacciones de cada individuo y así “conocer las verdaderas razones por que la gente hace las cosas” (Tuleda, 2012).

Mediante entrevistas estructuradas, en base a cuestionarios semi abiertos, (Bernal C. A., Metodología de la Investigación, 2010), contamos con el aporte tres expertos en el área de recepción de un hotel; Gabriela Luzuriaga, Gerente de Operaciones Hotel Wyndham Quito Airport; Jennifer Serrano, Jefe de Recepción del hotel Wyndham Quito Airport; Sandra Rodríguez, docente de la Universidad de las Américas (UDLA). Gracias a estas entrevistas fue posible obtener información sobre la investigación propuesta, siendo esta información sustentada en conocimientos y experiencia en el área (Fernández S. H., 2012).

## Capítulo I

### Marco teórico

Este proyecto tiene como objetivo, determinar un plan de calidad para el área de recepción del Hotel Wyndham Quito Airport, por lo que se definirán conceptos de calidad, servicio y estandarización.

Según Joseph Juran, conocido como el “gurú de la calidad” se refiere a la calidad como la ausencia de deficiencias en un producto y de las características que satisfacen las necesidades del cliente (Gryna, Chua H, y Defeo, 2007).

De esta manera la calidad se refiere a la atención en los aspectos que no tienen técnicas al momento de brindar un servicio, aspectos que no son automáticos y que dependen de circunstancias de terceros para que ocurran. Se debe tomar en cuenta que estos deben estar regidos mediante estándares pre- establecidos (Romero y Scherer Leibold, 2019).

Con respecto al servicio se hace relación a la prestación por una parte humana para satisfacer alguna necesidad social en la que no se producen elementos tangibles, mediante la prestación de un servicio por la parte humana de manera voluntaria, esperando generar una satisfacción hacia quien lo recibe (McCann, 1991).

La interacción entre calidad y servicio provoca la necesidad de establecer estándares mínimos; bajo los cuáles hay que se debe regir un proceso y los mismos que deben ser supervisados, donde cada uno de los actores tienen responsabilidades a las que están sujetos (McCann, 1991).

Esta calidad en el servicio se ve reflejada en la percepción del cliente, el cual es el resultado de la relación de lo esperado a recibir con respecto a lo recibido. Para que el servicio recibido sea catalogado como excelente, este debe superar las expectativas, mientras que si tan solo iguala lo esperado este será catalogado como bueno o adecuado; pero también puede llegar a ser calificado como pobre o deficiente si el servicio recibido no llega a cubrir las expectativas percibidas.

Debido a la calidad en el servicio percibida por el consumidor, los establecimientos deben otorgar la seguridad de que están regidos bajo estándares, tanto de la marca a la que representan como de certificaciones enfocadas a avalar estos procesos.

Una de las certificaciones más utilizadas, es la Q de Calidad Turística, que es una distinción para aquellos establecimientos que cumplan con estándares y normas de establecimientos turísticos, siendo esta marca un factor que otorga prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción para aquellos establecimientos que lo tengan (Implantació de Sistemes de Qualitat S. L. N. E., s. f.). y debe cumplir con requisitos locales como con la normativa nacional y local vigente dependiendo al tipo de actividad turística, contar con el registro turístico LUAE (Licencia de Actividades Económicas) y llenar el formulario de aplicación (QUITO TURISMO, 2014).

Adicional existen certificaciones que se pueden obtener para medir la calidad del servicio brindado, tales como la herramienta SERVQUAL. Mediante este instrumento de calidad las empresas pueden obtener un panorama más abierto acerca de las expectativas y percepciones de los clientes, enfocándose en el servicio (Zeithaml, Prasuraman, y Berry, 1993).

Este instrumento se basa en cinco criterios para determinar la calidad del servicio los cuales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad y empatía (Zeithaml, Prasuraman, y Berry, 1993).

Estos elementos tienen cada uno una calificación, por lo que para obtener el resultado se debe calcular la diferencia entre las puntuaciones de las percepciones recibidas por el cliente con la puntuación de las expectativas (Zeithaml, Prasuraman, y Berry, 1993). Con la información obtenida se puede cuantificar las deficiencias en la calidad del servicio de esta manera tener un resultado global o también determinar los factores críticos en el servicio (Zeithaml, Prasuraman, y Berry, 1993).

En la hospitalidad la calidad no se ve reflejada sino hasta la Revolución Francesa, debido a que la hospitalidad inició, alrededor de los años 4500 a.C. mediante el movimiento continuo de los seres humanos de un lugar a otro por la necesidad de buscar alimentos y poco después por la comercialización de productos. Todo esto se da debido a que los viajes, los mismos que eran jornadas muy extensas y lentas donde dependían de la hospitalidad, es decir de las personas que los acogían (Walker, John, 2015).

Gracias a la creación de vías de transporte, y al hecho que ciertos funcionarios debían descansar, los romanos construyeron posadas para poder brindar este servicio. Poco a poco se desarrolla este negocio, ya que muchos terratenientes, libertos o gladiadores encontraron en él una manera de invertir su capital y poder retirarse de sus actividades económicas principales (Walker, John, 2015).

Esta actividad siguió en constante transformación hasta llegar a la Revolución Francesa, donde la gastronomía y la hospitalidad se unen gracias a la interacción entre el aclamado administrador hotelero Cesar Ritz y el reconocido chef August Escoffier (Walker, John, 2015).

En el siglo XX después de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra del Golfo, las empresas dedicadas a la hospitalidad y al turismo intentan mantener su rentabilidad. Y Gracias al poder adquisitivo de los *Baby Boomers* (1993 - 2011), la industria de la hospitalidad finalmente se consolida y expande en los Estados Unidos, Europa y China con mejor calidad y con la motivación de innovar (Walker, John, 2015).

Como toda empresa un hotel está conformado de tres grandes áreas fundamentales, que son; administrativa, operativa y directiva. Dentro de las cuales están subdivididas jerárquicamente con el fin de mantener un mejor control sobre las decisiones a tomar. De esta manera todo se convierte en un solo organismo que funciona en armonía (Romero, y Scherer Leibold, 2009).

Para el correcto funcionamiento de un hotel se debe tener división de áreas, las cuales son creadas para satisfacer las necesidades de los huéspedes. Por lo

tanto, la división de departamentos de un hotel es directamente proporcional al tamaño de este (Walker, John, 2015).

“La recepción se describe con frecuencia como el centro neurálgico del hotel” (Walker, John, 2015).es un área en la que causa la primera impresión en el huésped y es el lugar donde el huésped recurrirá cada vez que necesite información o servicio. Dentro de las responsabilidades que tiene este departamento se encuentran las de vender habitaciones, *up-Seling* o venta mejorada, contabilidad y control de cuentas de cada huésped, brindar información general, asignación de habitaciones, gestionar las solicitudes de los huéspedes, entre otros (Walker, John, 2015).

## Capítulo II

### 2.1. Descripción del negocio:

El hotel Wyndham Quito Airport es un establecimiento hotelero de lujo, perteneciente al grupo empresarial Pronobis. Este hotel es parte de la cadena hotelera mundial Wyndham Hotels and Resorts y está ubicado en la parroquia de Tababela, dentro del complejo del aeropuerto internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito. El establecimiento hotelero entró en operaciones el 14 de julio del año 2016 J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

#### 2.1.1. Localización

El Hotel Wyndham Quito Airport está ubicado en la parroquia Tababela, s/n vía a Yaruquí corredor Alpachaca a 34.5 kilómetros de distancia de la ciudad.



Figura 1. Ubicación Hotel Wyndham Quito Airport  
Tomado de Google Maps, 2019.

## 2.2. Misión, visión y objetivos

### Misión

“Brindar experiencias inolvidables de hospitalidad a nuestros clientes y huéspedes, con un talento humano calificado y comprometido, trabajando con responsabilidad ambiental, social y financiera” (Hotel Wyndham Quito Airport, 2019).

### Visión

“Mantenernos como hotel líder de aeropuerto en Sudamérica y alcanzar en los próximos dos años (2021), el primer lugar en el ranking Wyndham Latinoamérica, con el compromiso de lograr el 90% de estabilidad laboral, cumpliendo metas financieras y obteniendo una certificación ambiental” (Hotel Wyndham Quito Airport, 2019).

### Objetivos empresariales

Según Gabriela Luzuriaga Gerente de operaciones del hotel Wyndham Quito Airport, no existen objetivos empresariales, ya que cada departamento tiene metas a cumplir para llegar a la visión planteada.

## 2.3. Estructura organizacional

La estructura organizacional del hotel se encuentra dividida de manera departamental jerárquica, de manera que cada área tiene sus funciones específicas y cada uno le reporta a su inmediato superior.

Para el organigrama completo del hotel ver Anexo 2.

### 2.3.1. Organigrama recepción



Figura 2. Estructura organizacional de la recepción

### 2.3.2. Descripción y funciones

**Jefe de recepción:** Se encuentra a cargo de revisión constante de novedades de turno anterior, manejo de quejas tanto internas como externas correspondientes al área, manejo de manuales, capacitaciones, elaboración de horarios y coordinación con los demás departamentos para una correcta operación día a día. J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

**Recepcionistas:** se dividen en tres turnos, los cuales tienen un diferente cronograma a seguir de acuerdo con el turno que les corresponde, pero sus funciones principales son las de realizar el check in y check out de los huéspedes en las habitaciones, además de la asignación según preferencias y brindar toda la información acerca de cada reservación. J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Botones: estar pendientes de huéspedes que llegan en la van del hotel cada treinta minutos, coordinar traslado de huéspedes dentro de los tiempos establecidos, subir y bajar equipaje de huéspedes, mantener estación de lobby siempre lista J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

## **2.4. Producto, servicio ofertado y precios.**

### 2.4.1. Alojamiento

El Hotel Wyndham Quito Airport tiene tan solo 3 años de antigüedad por lo que sus instalaciones son modernas, actuales y se encuentran en un buen estado. Dentro de sus instalaciones se ofrece principalmente el servicio de alojamiento, alimentos y bebidas, y alquiler de salas para organización de eventos. Con respecto al alojamiento, el hotel cuenta con 150 habitaciones en total; clasificadas en 21 Deluxe King, 74 Deluxe Full, 8 Standard King, 12 Club Full, 21 Club King, 8 Junior Suite y 8 Suite. Todas con acabados de lujo, aire acondicionado, acceso a internet de alta velocidad, televisión por cable y mini refrigerador. La diferencia entre las habitaciones standard y las habitaciones pertenecientes al piso ejecutivo, es el minibar el mismo que se encuentra totalmente incluido en las habitaciones del piso ejecutivo. Adicionalmente estas habitaciones cuentan con un acceso al lounge y son libres de humo J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

### 2.4.2. Alimentos y bebidas

Con respecto a la oferta gastronómica, el hotel cuenta con un restaurante en la planta baja su horario de atención es de 6 a.m. hasta la 11 p.m. sin interrupciones. Aquí se ofrece desayuno, almuerzo y cena buffet, adicional a esto tiene una carta con una gran variedad de platos nacionales e internacionales en el desayuno, almuerzo y cena buffet. El restaurante que se encuentra ubicado en el piso ejecutivo está abierto desde las 6 a.m. hasta las 10 p.m., donde se ofrece desayuno buffet, *snacks premium* y bebidas *soft* ilimitadas. El servicio de *room service*, es un servicio de 24 horas, para cada habitación del hotel y cuenta con una carta especial en donde la orden tiene un estándar de 30 minutos para llegar a la habitación J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

### 2.4.3. Spa y áreas húmedas

El área del *Spa* atiende en un horario de 11 a.m. a 11 p.m., con previa cita; ofreciendo servicios de masajes, tratamientos faciales, *pedicure* y *manicure*. En esta área se localiza el gimnasio que está abierto las 24 horas y además cuenta con sauna, turco e hidromasaje los mismos que están abiertos hasta las 10 p.m. J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

## 2.5. Mapa de actores stake – holders

Por medio del análisis del Hotel Wyndham Quito Airport se pudieron determinar los actores primarios y secundarios que se relacionan con el hotel.

Primarios:

Son lo que se encuentran directamente afectando al establecimiento.

Accionistas: como dueño principal Andrés Pachano y grupo Pronobis J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Cliente: divididos en segmentos, aerolíneas, agencias de viajes y corporativos, son quienes utilizan el hotel en su gran mayoría por una sola noche J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Empleados: el hotel cuenta con 130 empleados en nómina divididos en cada área J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Proveedores: el hotel cuenta con distintos proveedores dependiendo el área, pero cuentan con un respaldo de proveedores en caso de que alguno llegara a fallar J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Marca: El hotel debe cumplir con estándares exigidos por la marca y la cual afecta directamente tanto a la parte operativa como de posicionamiento en el mercado de este J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Competencia: los establecimientos hoteleros aledaños al hotel Wyndham Quito Airport, no representan competencia directa hacia el hotel, pero si existe un

establecimiento con las mismas características, EuroBuilding J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Secundarios:

Son aquellos actores que influyen de manera indirecta al hotel.

Entidades públicas: verifican que el establecimiento se encuentre bajo las normas requeridas J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Ver Anexo 3.

## 2.6. Cadena de valor

Mediante esta herramienta se demuestra la interacción del cliente o huésped, durante toda la interacción con el establecimiento.

El análisis es realizado antes de obtener el servicio, mientras se obtiene el servicio y después de haber hecho uso del servicio.

### 2.6.1. Antes de la estadía/uso

Tabla 1. Cadena de valor antes de la estadía

CONDICION DESEADA	REALIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recepción de reserva sea completamente clara y sin errores para tener lo solicitado al momento de su llegada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No siempre están bien gestionadas las reservas por lo que lo solicitado no siempre se cumple.</li> </ul>
<p>¿QUÉ HACER?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ingresar solicitudes con claridad en la reserva.</li> <li>Hacer una revisión previa a la llegada del huésped.</li> <li>Confirmar que lo solicitado en la reserva sea gestionado.</li> </ul>	<p>¿RESPONSABLE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Departamento de Reservas y <i>Revenue Junior</i>.</li> </ul>

### 2.6.2. Durante la estadía/uso

Tabla 2. Cadena de valor durante la estadía

<p>CONDICION DESEADA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su registro sea rápido de 1 a 3 minutos, sin errores cumpliendo con las solicitudes específicas del huésped.</li> <li>• Entrega de habitación adecuada.</li> <li>• Dirección del huésped hacia la habitación correspondiente.</li> <li>• Respeto de horarios de servicios establecidos.</li> </ul>	<p>REALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Check in</i> es rápido, con un estándar de 3 minutos.</li> <li>• Existen errores en asignación de habitaciones o cumplimiento de las solicitudes específicas.</li> <li>• El botones no siempre está atento a guiar al huésped en dirección hacia su habitación.</li> <li>• Los horarios de alimentos y bebidas y de <i>shuttle bus</i> hacia al aeropuerto se respetan, además se ofrece una extensión del <i>check out</i> sin costo hasta una hora adicional.</li> </ul>
<p>¿QUÉ HACER?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión con anterioridad de las reservas por llegar, para evitar errores y minimizar quejas.</li> <li>• Revisión correcta a la entrega de llave al huésped, indicando el tipo de habitación que es.</li> <li>• El botones debe estar pendiente de cada huésped que llegue al hotel.</li> <li>• Indicar horarios de manera clara para evitar molestias.</li> </ul>	<p>¿RESPONSABLE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepcionista.</li> <li>• Personal de <i>guest service</i> del turno de la mañana.</li> <li>• El botones.</li> </ul>

## 2.6.3. Después de la estadía

Tabla 3. Cadena de valor después de la estadía

<p>CONDICION DESEADA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir un cuestionario de satisfacción por el servicio recibido.</li> <li>• Recibir el estado de cuenta y la factura electrónica de manera sencilla.</li> <li>• Dar seguimiento y contestar percepciones positivas, negativas y quejas.</li> </ul>	<p>REALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío de cuestionario de satisfacción.</li> <li>• Envío del estado de cuenta, pero con difícil acceso a la información.</li> <li>• Recepción de medidas a tomar con respecto al servicio percibido.</li> </ul>
<p>¿QUÉ HACER?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío de cuestionario basado en método Servqual con un rango objetivo para su medición.</li> <li>• Cambio de manera de facturación.</li> <li>• Tomar en cuenta cada comentario positivo o negativo.</li> </ul>	<p>¿RESPONSABLE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de operaciones y calidad.</li> <li>• Gerencia, contraloría, costos, sistemas.</li> <li>• Gerente de operaciones y calidad.</li> </ul>

## 2.7. Análisis de competitividad

En este análisis, se ha tomado en cuenta los aspectos de ubicación geográfica, tipo de establecimiento y capacidad. Se ha determinado que solo existe un competidor acorde a lo dicho ya que los demás establecimientos de alojamiento no se encuentran en la misma categoría.

Tabla 4. Nombre de establecimientos

<b>Nombre del hotel</b>	Eurobuilding	Wyndham Quito Airport	Quito Airport Suites	San José de Puembo Quito Airport
<b>Presencia internacional</b>	Si	Si	No	No
<b>Año de creación</b>	2017	2016	2018	1989

Tabla 5. Benchmarking

<b>Factores claves del proyecto</b>	<b>Nombre de establecimiento</b>	<b>Práctica observada y seleccionada</b>
<b>Servicio al cliente</b>	San José de Puembo Quito Airport	Mantienen un control de satisfacción durante y poste consumo del servicio.
<b>Precio</b>	Wyndham Quito Airport	Su tarifa Rack es más alta que la competencia.
<b>Disponibilidad de habitaciones</b>	Quito Airport Suites	Manejan una menor ocupación por lo tanto su disponibilidad de habitaciones es mayor.
<b>Promociones</b>	Eurobuilding	Realizan promociones para fines de semana con mayores beneficios.
<b>Publicidad</b>	Wyndham Quito Airport	Mayor agresividad con su comercialización en redes sociales.
<b>Manejo de quejas</b>	San José de Puembo Quito Airport	No ofrecen descuentos, pero si cortesías, aunque sus quejas son pocas.
<b>Producto aumentado</b>	Wyndham Quito Airport	Plan de recompensas para acumulación de puntos mediante un programa a nivel global.
<b>Volumen de ventas</b>	Wyndham Quito Airport	Factura alrededor de 6'000,000 anualmente.
<b>Número de hoteles en el país</b>	Wyndham Quito Airport	5 hoteles en el país

## 2.8. Análisis desde la perspectiva del cliente

El hotel Wyndham Quito Airport, busca reducir las necesidades de sus huéspedes, mediante la prestación de todos los servicios que requiera el huésped. Esto lo hace mediante el manejo continuo de quejas y encuestas *post-stay*, las cuales son analizadas una por una, para registrar los incidentes y comentarios de los huéspedes durante su estadía G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

### 2.8.1. Perfil del cliente del establecimiento

Está enfocado principalmente en aerolíneas y agencias de viajes que forman parte fundamental de las cuentas corporativas que maneja el hotel, dentro de las mismas sus principales clientes son:

**Tripulantes:** principalmente de aerolíneas como COPA y LATAM, quienes tienen las mismas necesidades, tales como un check in y check out rápido principalmente y evitar las habitaciones con mucho ruido dentro del hotel, adicional estar alojados dentro del área central de la edificación del hotel, debido a que las dos tripulaciones vienen de un ambiente cálido ya que su base es la Ciudad de Panamá y Guayaquil. De tal manera solicitan las habitaciones en las que menos frío sienta. Este tipo de huéspedes no invierten en servicios adicionales en el hotel por lo que el promedio está entre 67.41\$ y 95.47\$ por habitación J. Serrano (comunicación personal, de julio de 2019).

**Baby boomers:** esta generación creció en un momento de desarrollo económico importante. Su gasto promedio va entre los \$53 y los 170\$ diarios. Cuenta con huéspedes tanto nacionales como internacionales, pero con fines empresariales sobre todo y en su mayoría de sexo masculino J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Los integrantes de este perfil acostumbran a informarse de forma tradicional. Sin embargo, cada vez son más los *baby boomers* que han migrado a las

plataformas digitales para llevar a cabo estas actividades J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

## **2.9. Breve análisis de las expectativas del cliente**

### **2.9.1. Determinación de la muestra**

La población analizada será aquella que haya aportado en un mayor porcentaje de ocupación y por lo tanto en mayores ventas para el hotel.

A partir de los datos recolectados en el período del 1ro de enero 2018 hasta el 31 de diciembre 2018, 23.122 habitaciones han sido ocupadas para el segmento empresarial, divididos en: Aerolíneas 8.522, corporativos 9.165 y agencias de viaje 5.435 G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

Entre ellos, los segmentos con mayor aporte al global de ventas son: 19 aerolíneas, 164 agencias de viajes y 1863 empresas con enfoque corporativo.

Mediante la relación de habitaciones anuales vendidas con respecto a la cantidad de empresas por segmento, se determina que, las aerolíneas aportan con un promedio de 448.53 habitaciones cada una, cada agencia de viajes con 33.14 habitaciones y respecto a lo corporativo, 4.92 habitaciones por cada empresa registrada.

Para el cálculo de la muestra se utilizará el modelo de distribución normal, en el cual se tendrá un margen de confianza del 95%.

Realizado el cálculo, se determina que la muestra debe ser de 335 unidades, por lo cual se tomará el 10% de la misma, que es la cantidad referencial que se utilizará en esta investigación. Gracias a esto la cantidad de encuestas a realizarse para esta investigación será de 34 unidades.

En entrevistas realizadas a empresas tour operadoras y agencias de viajes, tales como, Ecuador Unique, Original Ecuador, Geo Reisen Ecuador, Quimbaya tours, OAT y demás; trabajan directamente con el Hotel Wyndham Quito Airport desde que el hotel inició sus actividades hasta la actualidad.

Estas empresas coinciden que la mayor motivación para crear una relación laboral de prestación de servicios ha sido la cercanía al aeropuerto ya que sus clientes son principalmente personas de la tercera edad y que desean utilizar la habitación durante un corto período de tiempo L. Saavedra (comunicación personal, 05 de mayo de 2019).

### 2.9.2. Encuestas

Para medir los resultados obtenidos se utilizará la escala de medición de Likert, donde se necesita un punto medio y se determina cada ponderación en rangos.

Para este proyecto se utilizará la escala de 10 grados siendo los rangos de:

Tabla 6. Rangos de la encuesta

1-2	3-4	5-6	7-8	9-10
Totalmente insatisfecho.	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho

El objetivo de este cuestionario SERVQUAL es ayudar a identificar cada una de las áreas de estudio.

Ver Anexo 4.

#### 2.9.2.1. Fiabilidad

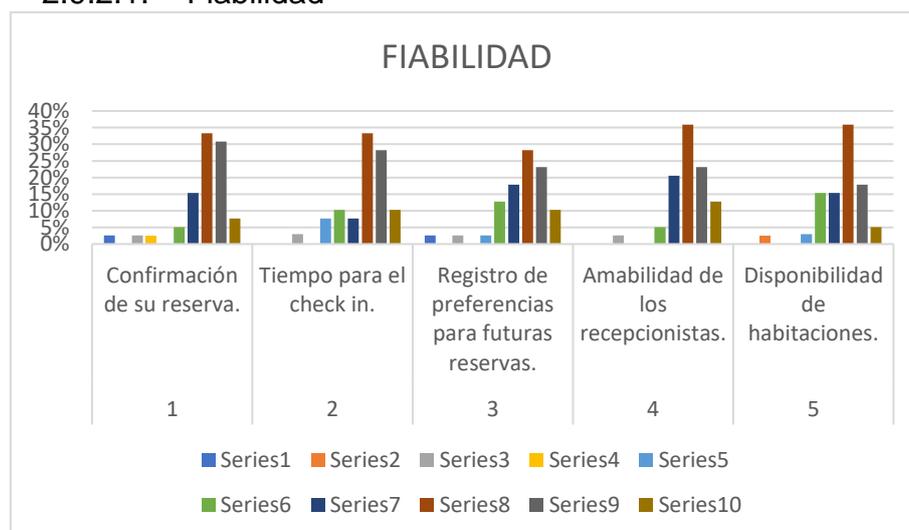


Figura 3. Fiabilidad

Con respecto a la fiabilidad se puede observar que la mayor cantidad de huéspedes están satisfechos en un 30% y 35%, con la amabilidad del personal y tiempo de check in y confirmación de la reserva. El registro de preferencias para reservas futuras y disponibilidad de habitaciones tienen una variación en los niveles medios de conformidad.

### 2.9.2.2. Reacción ante eventualidades

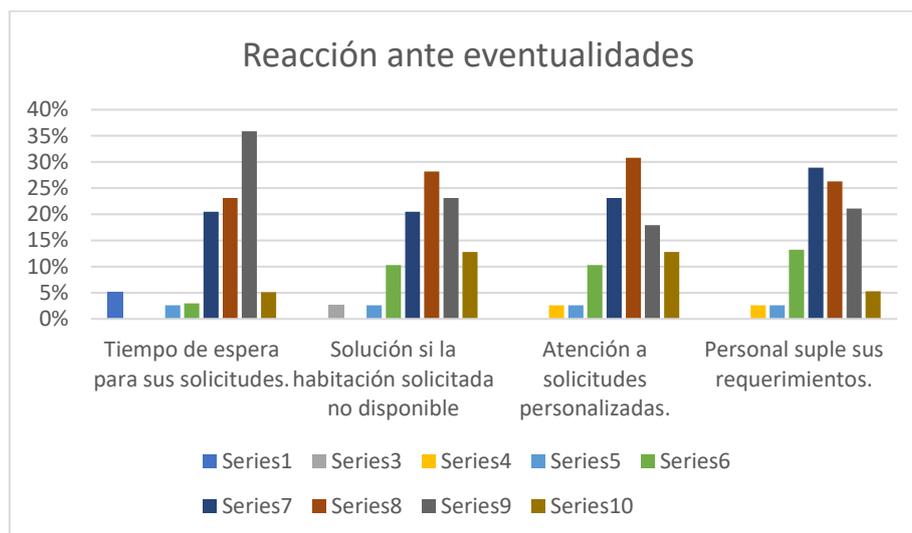


Figura 4. Reacción ante eventualidades

Con respecto a la reacción del personal de la recepción ante eventualidades, hay un alto porcentaje (25%), de estar totalmente satisfecho.

### 2.9.2.3. Seguridad

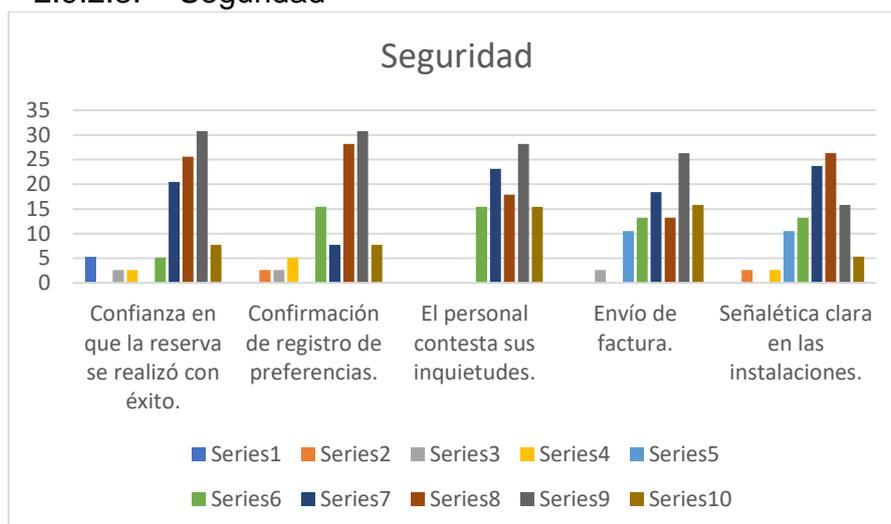


Figura 5. Seguridad

En la seguridad los huéspedes indican que en general confían en que su reserva estará realizada con éxito y adicional a la confirmación de su reserva, pero los

porcentajes de señalética física y el envío de factura tienen niveles de satisfacción y también reflejan (25%) un nivel ni satisfechos ni insatisfechos.

#### 2.9.2.4. Empatía

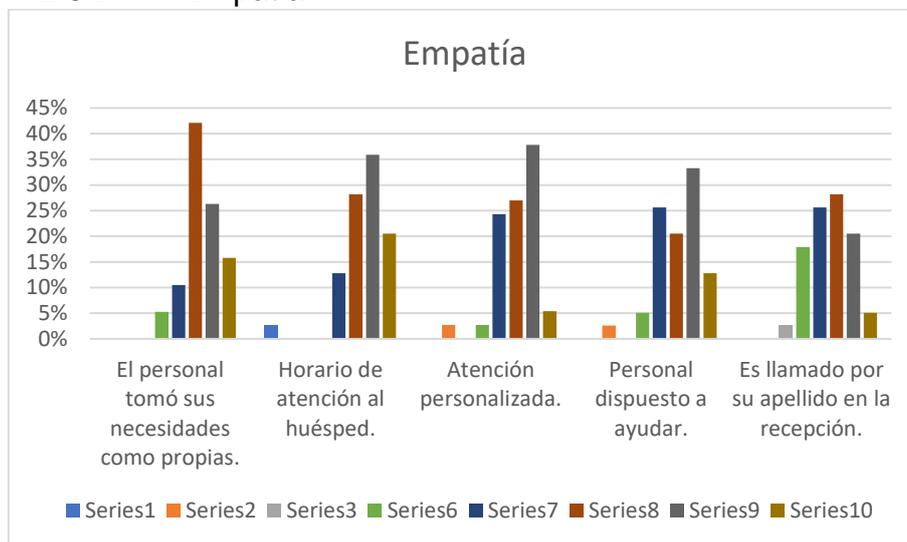


Figura 6. Empatía

Con respecto a la empatía del personal de recepción se puede observar una gran parte de encuestados se encuentran satisfechos y muy satisfechos, con respecto a que sus necesidades son tomadas como propias y se tiene una atención personalizada y el personal dispuesto a ayudar, mientras que los índices bajan al momento de dirigirse hacia los huéspedes por su apellido, pero aun así los resultados son de satisfechos.

### 2.9.2.5. Los elementos tangibles

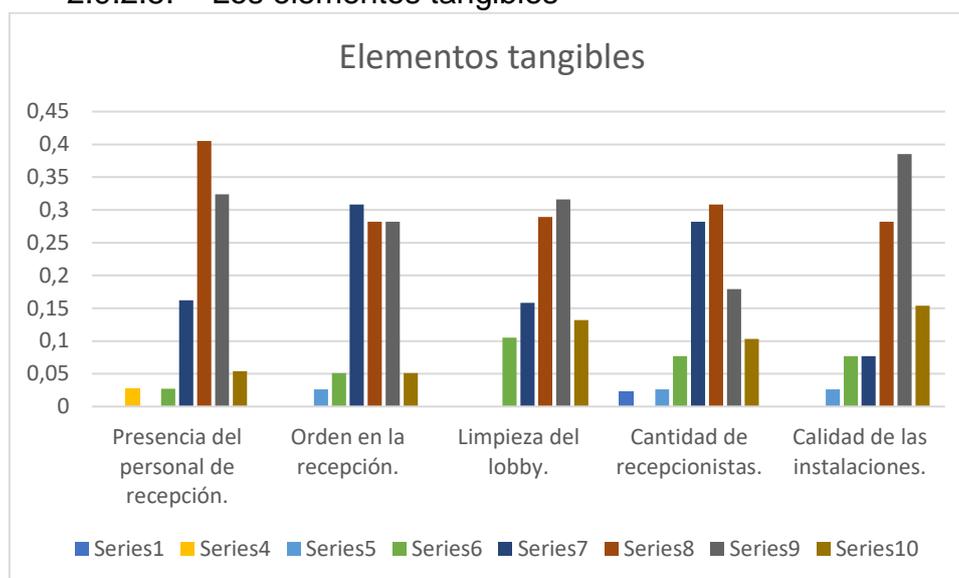


Figura 7. Elementos tangibles

En esta sección se puede observar donde la mayoría de las respuestas tienen un promedio de (30%) de satisfacción y de total satisfacción, teniendo como índices bajo el promedio el orden en la recepción y cantidad de recepcionistas.

## Capítulo III

### 3.1. Descripción del área de análisis

El área de Recepción del Hotel Wyndham Quito Airport, es un área neurálgica para la operación completa del hotel, en vista de que es la primera área que tiene contacto directo con el cliente final. El área de la recepción tiene como objetivo principal atender a los huéspedes con respecto a su alojamiento principalmente, pero siempre ofreciendo satisfacer sus requerimientos y necesidades de manera inmediata o guiando al huésped con la mejor alternativa posible para crear una estancia memorable dentro de las instalaciones del hotel G. Luzuriaga (comunicación personal, 15 de octubre de 2018).

### 3.1.1. Descripción de los procesos del área

La recepción se encuentra conformado por jefe de recepción, recepcionistas, botones y *hostess* de aeropuerto y sus funciones son.

Tabla 7. Descripción de funciones

<b>Posición</b>	<b>Funciones</b>
<b>Jefe de recepción</b>	<p>Coordinación del talento humano, determinar funciones y responsabilidades de cada uno por turno.</p> <p>Realiza los horarios del mes.</p> <p>Revisión de procesos en sistema (financiero y logística) y calidad de servicio.</p> <p>Evaluación constante mensual.</p> <p>Determina encargados de cada turno.</p> <p>Revisión de solicitudes pendientes por otras áreas para la recepción J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).</p>
<b>Auditor nocturno</b>	<p>Revisión de habitaciones, preferencias, tarifas, segmentación, movimientos, cargos, reversiones y facturación realizada en cada uno de los turnos.</p> <p>Realizar el cierre del sistema y envío de informe de gerencia con las estadísticas del hotel J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).</p>
<b>Recepcionista</b>	<p>Realiza la revisión de reservas diarias para asignación de acuerdo a preferencias.</p> <p>Check in, check out, manejo de habitaciones a la venta y disponibilidad diaria.</p> <p>Atiende llamadas telefónicas y dirige las mismas hacia los departamentos correspondientes.</p> <p>Proporciona información general del hotel, ciudad y vuelos J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).</p>
<b>Hostess aeropuerto</b>	<p>Revisión de llegadas diarias vía aérea.</p> <p>Coordinación transfer in y out.</p> <p>Espera de huéspedes en los arribos J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).</p>
<b>Botones</b>	<p>Recibir a los huéspedes y clientes que llegan al hotel.</p> <p>Entregar bebida de bienvenida.</p> <p>Llevar equipaje hacia las habitaciones J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).</p>

Revisar Anexo 5.

### 3.2. Mapa de procesos actual

Tabla 8.Blueprint actual en la reserva

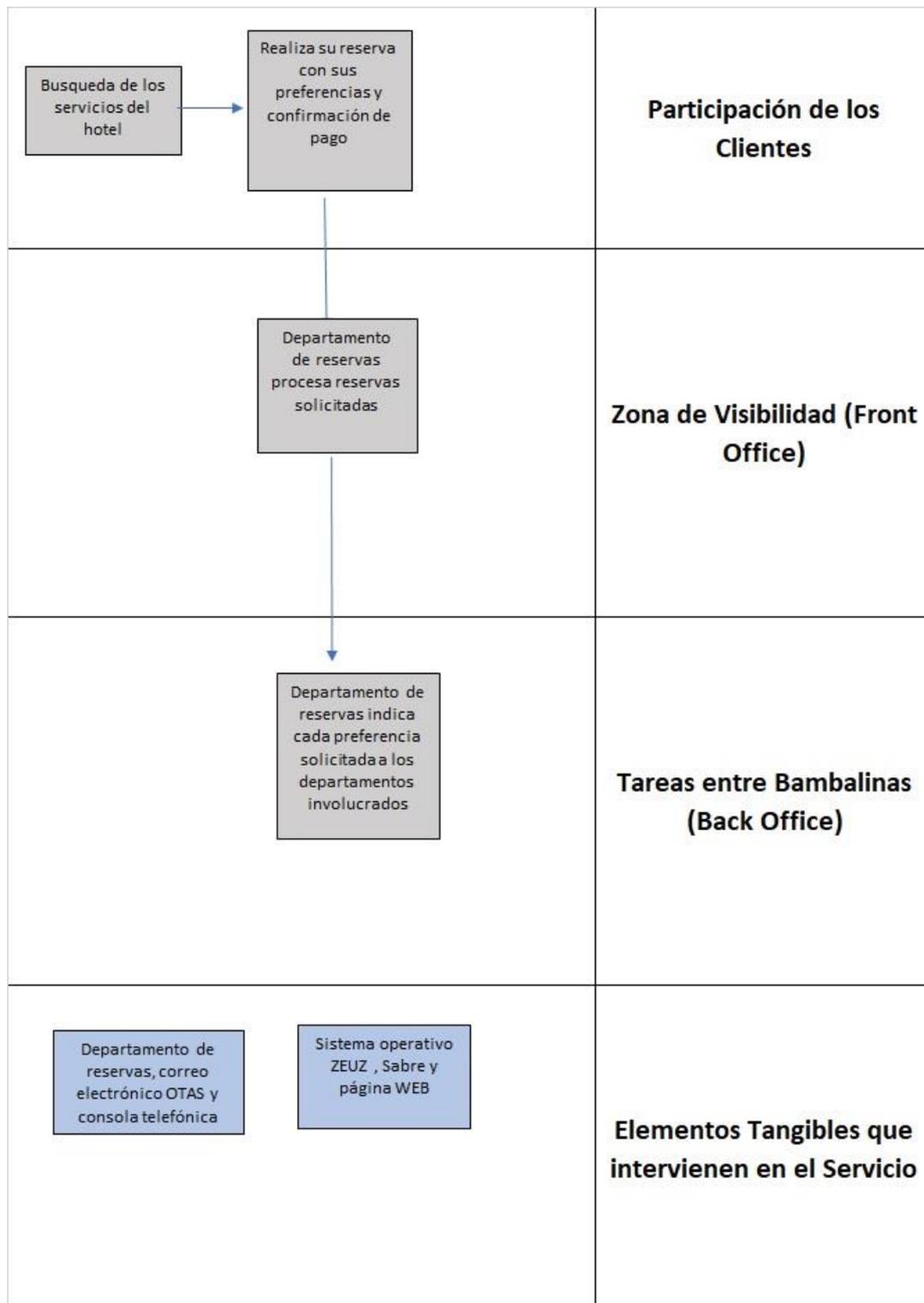


Tabla 9. Blueprint actual en el check in

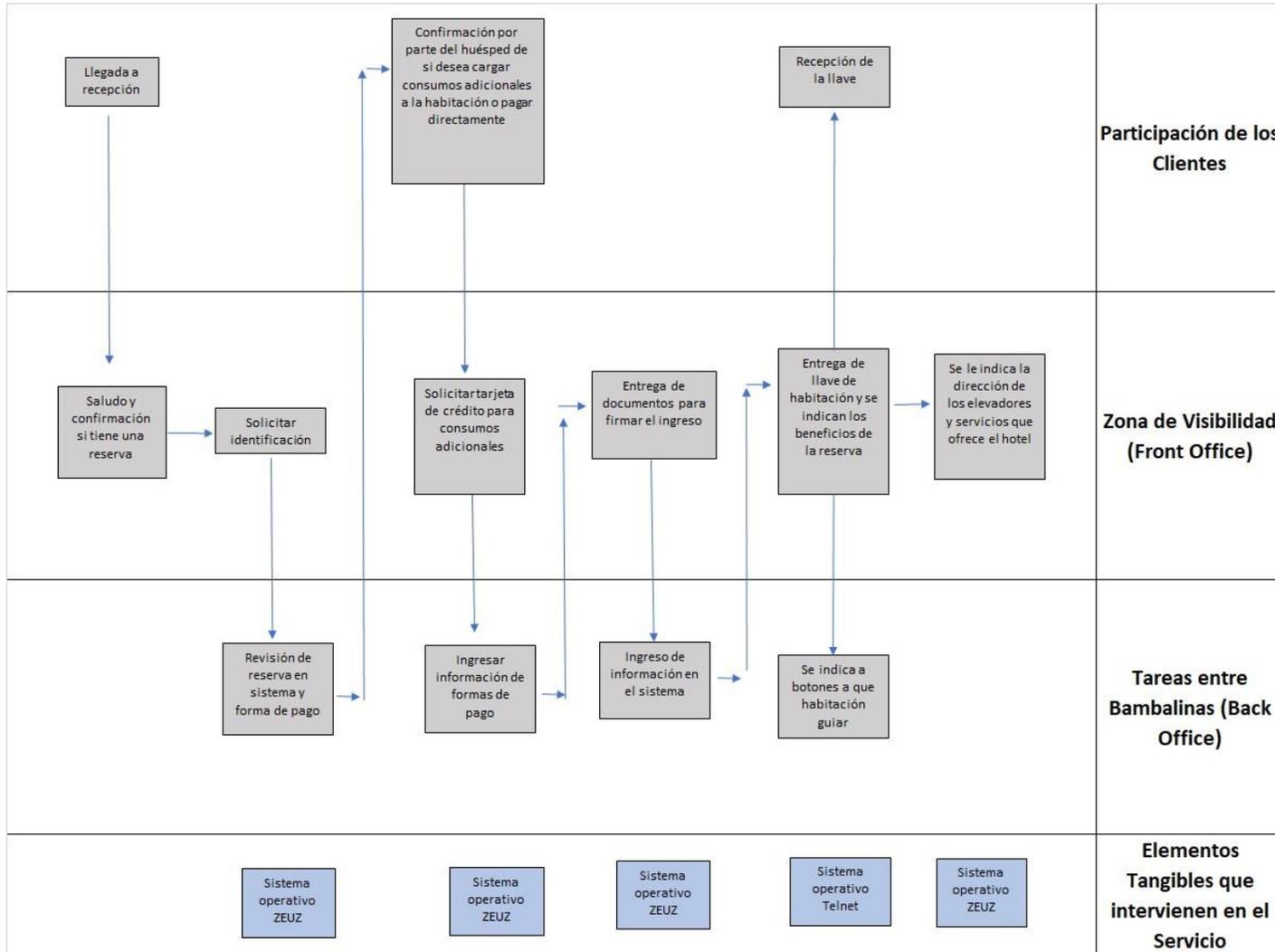
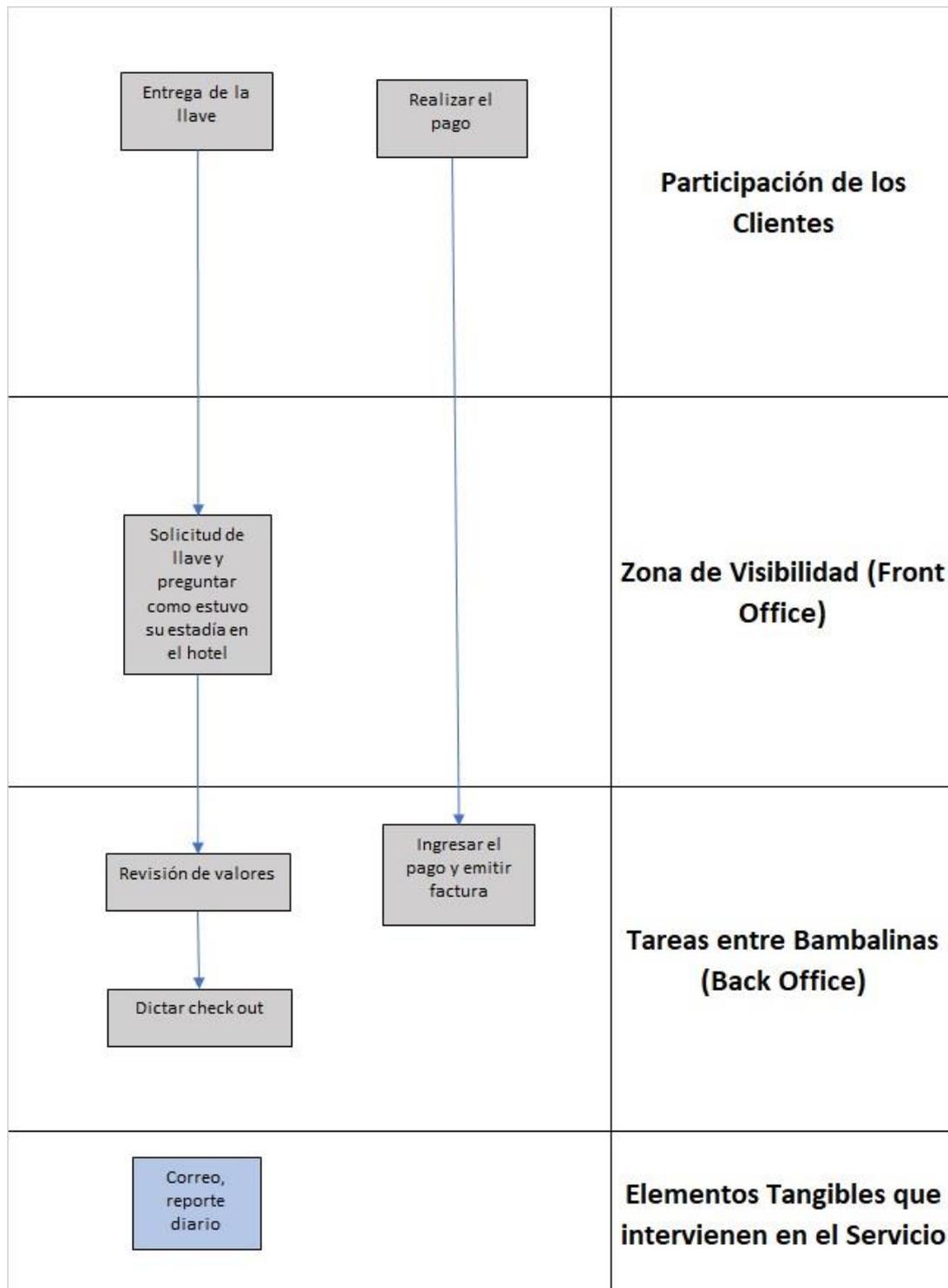


Tabla 10. Blueprint actual en el check out



## 3.1.2. Cuadro de incidentes críticos y posibles soluciones.

Tabla 11. Cuadro de incidentes críticos

PROCESO	INCIDENTE	SOLUCIÓN
Reserva	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingreso de preferencias de cada reserva.</li> <li>2. Confirmación de que la reserva se realizó con éxito.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leer atentamente preferencias solicitadas por los huéspedes.</li> <li>2. Enviar número de confirmación de la reserva vía correo electrónico.</li> </ol>
Check in	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludo estándar de bienvenida.</li> <li>2. Disminuir el tiempo de búsqueda de reserva.</li> <li>3. Disminuir el tiempo del check in.</li> <li>4. Explicar todos los beneficios de la reserva.</li> <li>5. Datos de facturación.</li> <li>6. Señalar las áreas del hotel.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación al personal.</li> <li>2. Capacitación al personal.</li> <li>3. Capacitación y control (roll play) de tiempo de check in.</li> <li>4. Capacitación de personal.</li> <li>5. Solicitar de manera clara los datos de facturación.</li> <li>6. Capacitación de beneficios y cada área del hotel al personal.</li> </ol>
Check out	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Datos de facturación.</li> <li>2. Definir forma de pago.</li> <li>3. Despedida estándar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Confirmación que los datos ingresados al check in sean los correctos.</li> <li>2. Ingresar correctamente forma de pago.</li> <li>3. Capacitación de personal.</li> </ol>

### 3.3. Auditoría

#### 3.3.1. Plan de Auditoría

Tabla 12. Plan de auditoría

<b>Nombre de la empresa</b>	Hotel Wyndham Quito Airport	
<b>Sector</b>	Recepción	
<b>Fecha de auditoría</b>	08 de mayo de 2019	
<b>Audidores - Auditados</b>	Santiago Guillín – Jennyfer Serrano / Jefe de Recepción	
<b>Horario</b>	<b>Participantes / unidades</b>	<b>Temas por tratar</b>
10am- 11am	Identificación de actores directos e indirectos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores.</li> <li>• Proveedores.</li> <li>• Empleados.</li> <li>• Huésped.</li> <li>• Entidades que están fuera de la empresa.</li> </ul>
11am- 12am	Evaluación física de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución de espacios en el área.</li> <li>• Señalización.</li> <li>• Revisión de si cuenta con normas de seguridad para los empleados como para el huésped.</li> </ul>
12am- 1pm	Análisis de la cadena de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos de servicio que se da al huésped en toda su estadía.</li> </ul>
1:30pm- 2pm	Diagrama y descripción de procesos de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión paso a paso de tareas en el área.</li> </ul>
2pm- 3pm	Cierre y conclusiones de la auditoría.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de resultados y análisis de lo auditado.</li> </ul>

Revisar Anexo 6

#### 3.3.2. Resultados relevantes del informe de auditoría

Se observó y localizó en el área de recepción del hotel Wyndham Quito Airport

- En reserva el personal necesita más capacitaciones en atención al cliente.
- En el área de recepción el personal no cuenta con una capacitación adecuada sobre las políticas de calidad o estándares para procesos.
- En Facturación se debe realizar con mayor eficiencia realizando un mejor mantenimiento de software.
- En Font office no hay adecuada señalética de atención a huéspedes y visitantes.

Para realizar la auditoría se utilizó una herramienta de check list del Distintivo Q, revisar Anexo 4, se da notar que por ser un hotel nuevo cuenta con todos los requisitos que se solicitan y cumplen con las funciones pertinentes que las leyes dictan para la obtención de este distintivo por lo que se alcanzó un 90% del cumplimiento de la herramienta, la misma que se encuentra adjunta como anexo.

En el área administrativa se puede notar que tienen un buen manejo de procesos como el respeto de las diferentes religiones, culturas, políticas y género; también cuentan con un reglamento de higiene que tiene como fin el de reducir cualquier tipo de riesgo y de esta manera poder mejorar el ambiente laboral, de igual manera el establecimiento posee un plan de evacuación dividido en brigadas y se encuentra aprobado por las autoridades competentes, como bomberos, policía nacional y Quiport.

En referencia al talento humano del hotel los resultados fueron positivos, notando que, el hotel cuenta con un reglamento interno. El hotel contrata personas sin impedimento de trabajar en el país y de igual manera se respalda con los documentos legales e informativos de cada trabajador. Para fomentar el aspecto personal, han desarrollado un programa de capacitación en el que se fortalecen las competencias laborales de cada individuo. Con respecto a la situación de salud y seguridad ocupacional, existen varias capacitaciones y brigadas para casos de emergencia y además cuentan con un seguro privado subsidiado en una parte por el hotel.

El Hotel Wyndham Quito Airport cuenta con letreros informativos y de prevención brindando una buena señalización a los huéspedes sean internos y externos. Estos letreros son de áreas restringidas y de uso exclusivo del personal. Las áreas peligrosas o con materiales inflamables se encuentran también bien marcadas.

### 3.4. FODA

Tabla 13. FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Talento humano capacitado en el área de hotelería.</li> <li>2. Talento humano bilingüe.</li> <li>3. Capacitaciones constantes.</li> <li>4. Manejo de estándares.</li> <li>5. Trabajo en equipo.</li> <li>6. Manejo de procesos en el sistema.</li> <li>7. Excelente clima laboral.</li> <li>8. Auditorías externas por parte de la cadena una vez al año.</li> <li>9. Equipo de trabajo completo.</li> <li>10. Opción de crecimiento laboral a corto plazo.</li> <li>11. Nuevas actualizaciones del sistema.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apertura de nuevas rutas aéreas con más aerolíneas y tripulación.</li> <li>2. Promoción de Ecuador como destino turístico.</li> <li>3. El aeropuerto internacional Mariscal Antonio José de Sucre siga ganando reconocimientos internacionales.</li> </ol>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de experiencia laboral en el personal.</li> <li>2. Falta de manejo de situaciones adversas y situaciones fuera de lo común.</li> <li>3. Falta de cumplimiento de las tareas.</li> <li>4. Poca de concentración en procesos.</li> <li>5. Talento humano que no está completamente comprometido.</li> <li>6. Talento humano no aprovecha las capacitaciones.</li> <li>7. Falta de equipos tecnológicos para check in.</li> <li>8. Alta rotación de personal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las necesidades de cada huésped son diferentes.</li> <li>2. Fenómenos naturales.</li> <li>3. Falta de convenios de comercio exterior entre países, para poder importar productos tecnológicos.</li> </ol>

## Capítulo IV

### 4.1. Propuesta de Mejora

A partir de la misión del hotel Wyndham Quito Airport se establece la política de calidad mediante objetivos de la calidad, metas y estrategias de acción para que se cumpla su visión.

Visión estratégica:

“Mantenernos como hotel líder de aeropuerto en Sudamérica y alcanzar en los próximos dos años (2021), el primer lugar en el ranking Wyndham Latinoamérica, con el compromiso de lograr el 90% de estabilidad laboral, cumpliendo metas financieras y obteniendo una certificación ambiental” (Hotel Wyndham Quito Airport, 2019).

Política de calidad:

La política de calidad del Hotel Wyndham Quito Airport, está basado en la cadena internacional de la que es parte, manteniendo altos estándares de calidad y enfocándose en la satisfacción de sus clientes J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

En el área de recepción, se enfoca en minimizar los errores mediante el amplio conocimiento del área, mejorar el uso del sistema para optimizar las herramientas que se poseen y de esta manera mejorar el tiempo de reacción ante situaciones que permitan satisfacer las necesidades de los huéspedes J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Tabla 14. Matriz de calidad

<b>POLÍTICA DE CALIDAD</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>METAS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>
El Hotel Wyndham Quito Airport, está basado en la cadena internacional de la que es parte, manteniendo altos estándares de calidad y enfocándose en la satisfacción de sus clientes.	Determinar funciones para el supervisor y el encargado de cada turno para septiembre de 2019.	Seleccionar a las personas más capacitadas para liderar en cada turno.	Determinar personas líderes dentro del grupo y realizar procesos por turno para establecer responsabilidades.
	Aumentar en 10 por ciento el nivel de satisfacción de los huéspedes hasta diciembre de 2019.	Establecer procesos en el sistema y en cada situación.	Cumplir con todos los procesos establecidos para reducir errores y satisfacer las necesidades individuales de cada huésped.
	Reducir errores que involucren a otras áreas del hotel, en un 80 por ciento para diciembre de 2019.	Minimizar los errores que afecten a otras áreas.	Evaluar trimestralmente a los recepcionistas mediante una lista de chequeo de procesos para evaluar. Después de determinar errores en las evaluaciones trimestrales

	Aumentar la posición actual de 20 en Tripadvisor hasta la 15, durante el segundo semestre del año 2019.	Establecer parámetros de calidad para el servicio en la recepción del hotel.	Establecer un programa de recompensa hacia quienes minimicen sus errores.
	Establecer un manual de procesos con respecto a situaciones y manejo de sistema hasta septiembre de 2019.	Tener un personal completamente capacitado y comprometido.	Elaborar un manual de procesos para obtener la satisfacción de los huéspedes.

## 4.2. Definición de roles y responsabilidades

Tabla 15 roles y responsabilidades

<b>Posición</b>	<b>Funciones</b>
<b>Jefe de recepción</b>	Coordinación del talento humano, determinar funciones y responsabilidades de cada uno por turno. Revisión de procesos en calidad de servicio. Evaluación constante. Revisión de quejas J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).
<b>Auditor nocturno</b>	Realizar check in bajo estándares de calidad. Manejo de quejas J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).
<b>Recepcionista</b>	Realizar check in bajo estándares de calidad. Manejo de quejas. Reporte de incidentes y novedades turno a turno para evitar quejas J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).
<b>Hostess aeropuerto</b>	Check in de aerolíneas bajo estándares de calidad. Coordinación transfer in de huéspedes VIP. Cumplir con los pick ups de huéspedes en los arribos J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).
<b>Botones</b>	Recibir a los huéspedes y clientes que llegan al hotel. Entregar bebida de bienvenida. Llevar equipaje hacia las habitaciones. Coordinar salida de la Van cada 30 minutos hacia el aeropuerto. Indicar a los huéspedes lo que se encuentra en la habitación y como utilizarlo J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

### 4.3. CAME

Tabla 16. CAME

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<p>F1+F6+O4: Mejorar el manejo del sistema y utilizar todas las nuevas actualizaciones para facilitar procesos.</p> <p>F2+O1+O3: Aumentar calidad del servicio para generar mayor fidelización de nuevos huéspedes.</p>	<p>D2+O4: Implementación de nuevos procesos en sistema.</p> <p>D7+O1: Simplificar procesos de check in manuales.</p> <p>D6+D8+O5: Crear un programa de capacitación en áreas de interés a ascender.</p> <p>D2+O5: Establecer programa de reconocimiento de méritos a personal que sobresalga en situaciones adversas.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p>F1+F2+F4+A1: Tener procesos claros para la cumplir con estándares que los huéspedes requieran.</p> <p>F5+F9+A3: Tener brigadas internas para situaciones de emergencia.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p>D9+D5+A2: Capacitar a los recepcionistas para mejorar la percepción del huésped.</p> <p>D7+A4: Implementar procesos para minimizar el tiempo al momento del check in.</p>

#### 4.4. Estrategia, tácticas y acciones de comunicación

Documentación que permitan el cumplimiento de la política de calidad.

Tabla 17. Estrategias, táctica y acciones

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>ACCIONES DE DOCUMENTACIÓN</b>
<p>Desarrollar un plan de comunicación con toda el área, para que se encuentren informados</p>	<p>Utilizar el correo electrónico, grupo de WhatsApp, llamadas telefónicas y reunión del área mensual.</p> <p>Utilizar un formato de novedades en cada turno, tanto informativo como de pendientes.</p> <p>Reunión del área para análisis de cada meta planteada.</p>	<p>Mejora de formato de novedades de turno diarias, donde se establezca un área informativa y una de pendientes para poder mantener seguimiento hasta que sea realizado.</p> <p>El supervisor realizará una evaluación semanal de procesos de cada turno.</p> <p>Mantener reuniones mensuales, para identificar procesos obsoletos, escuchar sugerencias y posibles quejas.</p>

## 4.5. Mapa de Procesos optimizado

Tabla 18. Blueprint optimizado en la reserva

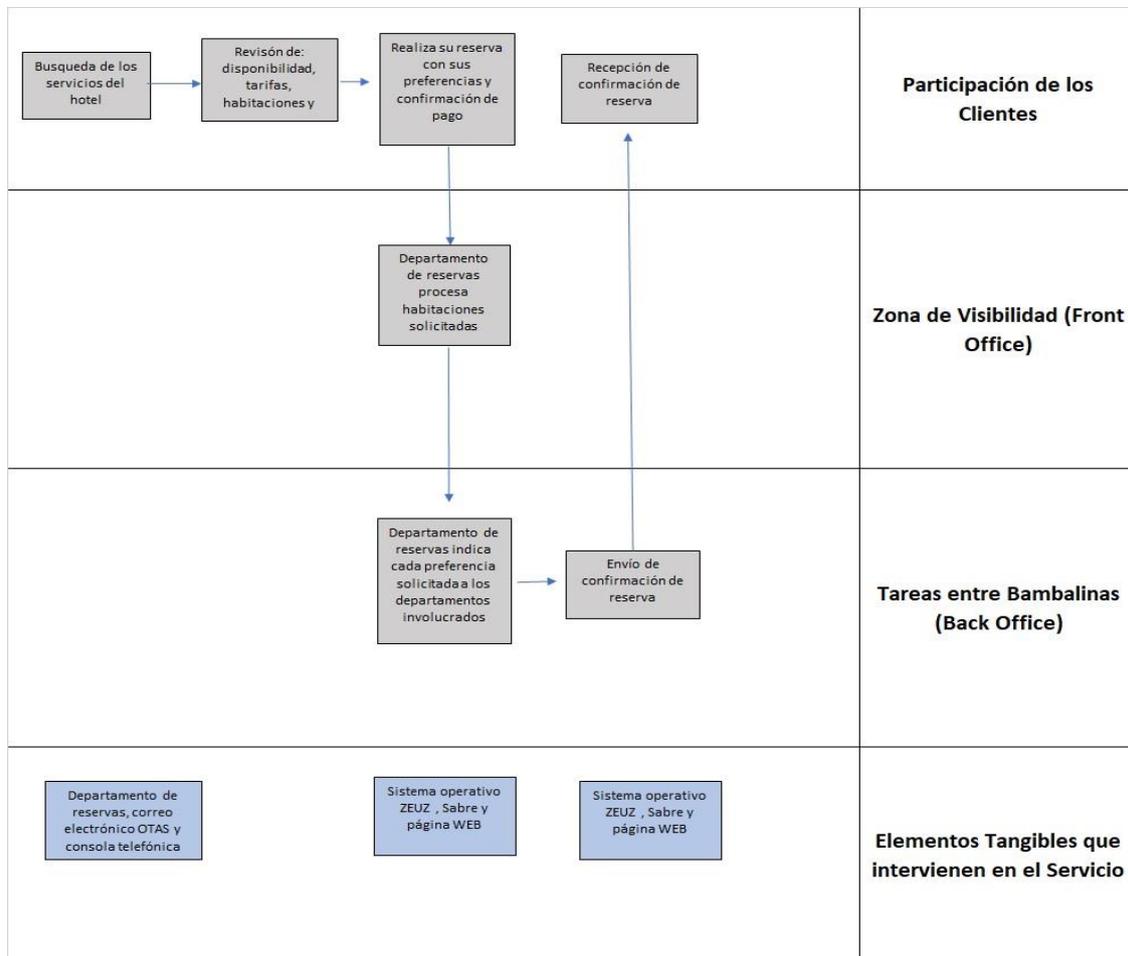


Tabla 19. Blueprint optimizado al check

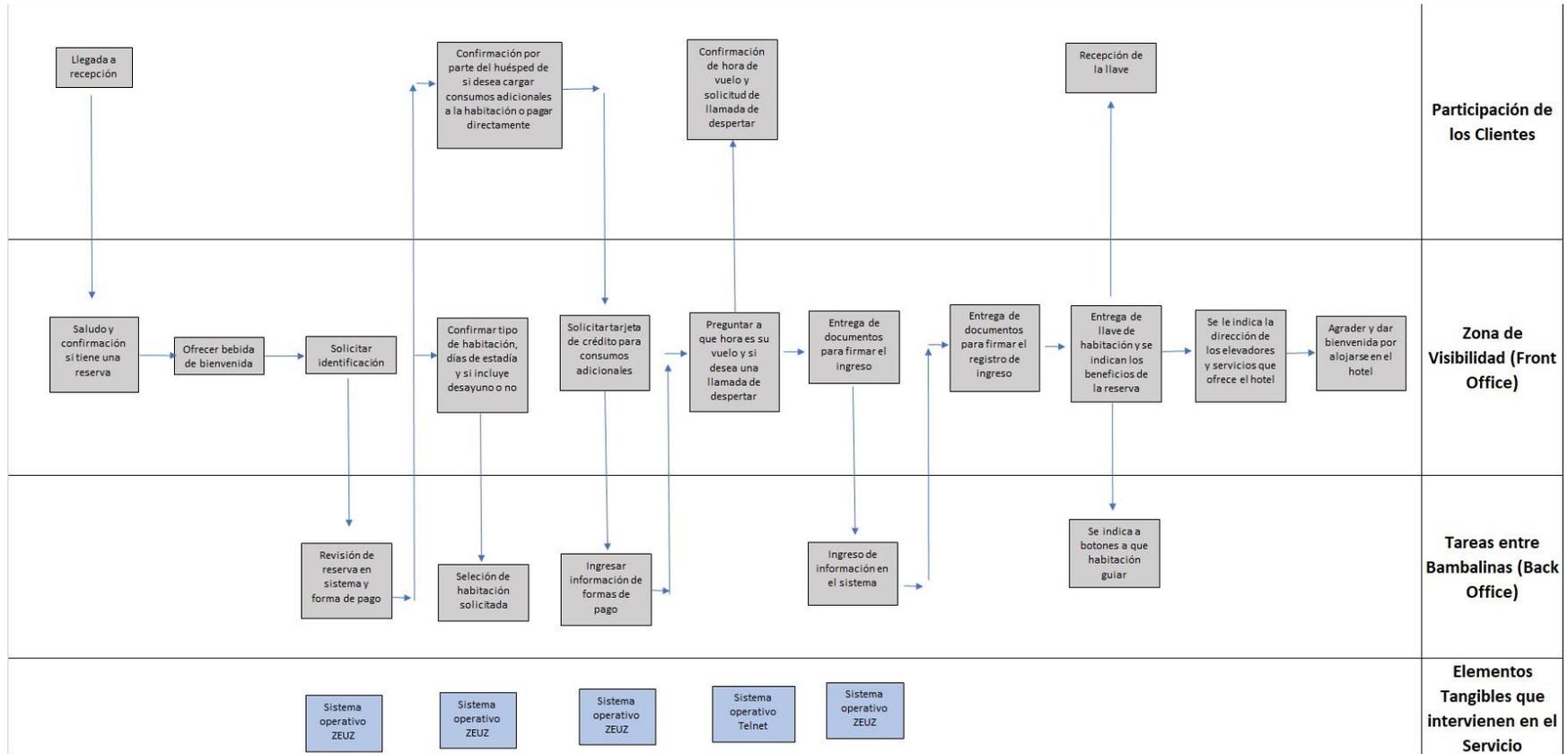
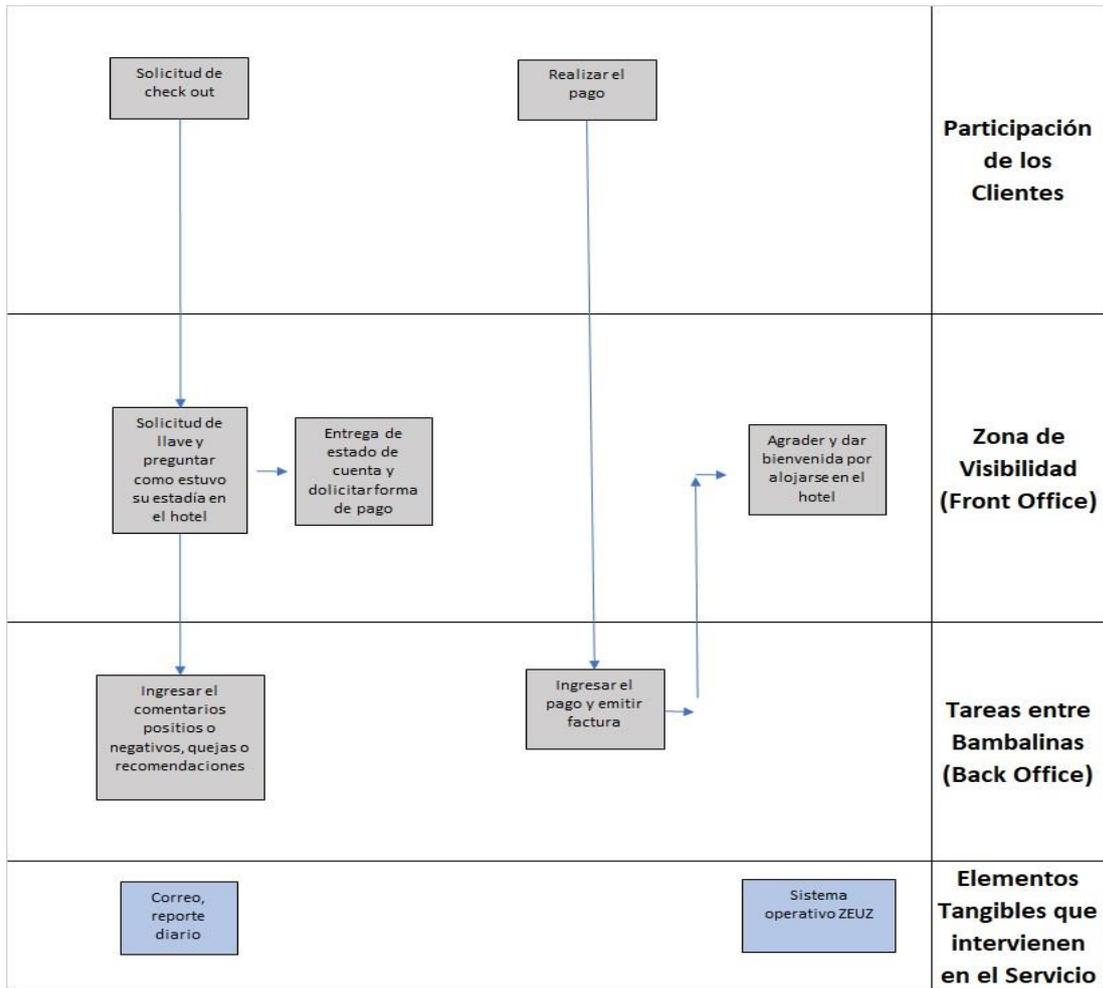


Tabla 20. Blueprint optimizado al check out



#### 4.5. Matriz de medición de indicadores

Tabla 21. Matriz de indicadores

META	INDICADOR	MÉTODO DE MEDICIÓN	FRECUENCIA DE MEDICIÓN
Seleccionar a 2 de las personas más capacitadas para liderar en cada turno.	Evaluación de que todo el personal de recepción y determinar los 2 que cometen menos errores, de acuerdo con las responsabilidades en cada turno. (cantidad de personas en turno)	Check list.	Mensualmente
Establecer procesos en el sistema y en cada situación.	Aumentar en 10 por ciento de satisfacción de los huéspedes hasta diciembre de 2019.	Evaluación de atención al cliente, mediante un check list de cumplimiento de procesos.	Mensualmente
Minimizar los errores que afecten a otras áreas.	Reporte de cada área del hotel para revisión de errores que afecten a cada área hasta diciembre de 2019.	Auditoría interna de procesos.	Mensualmente
Establecer parámetros de calidad para el servicio en la recepción del hotel.	Disminuir a porcentualmente (10%) mensual, los malos comentarios en las encuestas realizadas y <i>TripAdvisor</i> hasta diciembre de 2019.	Evaluación de procesos.	Semanalmente
Tener un personal completamente capacitado.	Manejo al 90 por ciento de sistema.	Evaluación del sistema.	Mensualmente

## Capítulo V

### 1.1. Programación de la intervención:

#### 1.1.1. Presupuesto de inversión para propuesta de mejoramiento

Para la ejecución de este plan para el mejoramiento de la calidad de servicio en el área de recepción, el Hotel Wyndham Quito Airport debe tomar en cuenta:

1. Se debe establecer un manual de procesos, de uso de sistema y situacional.

Para esto se debe contar con el apoyo de jefe de recursos humanos (Bernarda Rosero) y jefe de recepción (Jennyfer Serrano), para la elaboración del manual por cada turno.

La elaboración del manual con respecto al sistema tendrá una duración de 8 horas semanales durante un mes y la elaboración de un manual situacional tomará alrededor de dos meses, debido a la gran cantidad de situaciones que se puede encontrar en cada turno.

Debido a que la elaboración de este manual sería por parte de las jefaturas del hotel no tendrían costo adicional, más que el tiempo invertido semanalmente por parte del personal.

Según Jennyfer Serrano, jefe de recepción del Hotel Wyndham Quito Airport, quien ha estado en el área de calidad durante los últimos 7 años, indica que si la consultoría es realizada externamente tomaría un mes dedicando 8 horas diarias a este proceso J. Serrano (comunicación personal, 25 de enero de 2019).

Tabla 22. Presupuesto de manual de calidad de sistema y situacional

<b>MANUAL DE CALIDAD DE SISTEMA Y SITUACIONAL</b>				
<b>MANUAL</b>	<b>TIEMPO EMPRESARIAL JEFATURA</b>	<b>TIEMPO DE TERCERO</b>	<b>COSTO EMPRESARIAL JEFATURA</b>	<b>COSTO DE PAGO A TERCERO</b>
<b>Manual de sistema operativo ZEUS</b>	1 mes 2 horas diarias	5 días 8 horas diarias	USD 0.00	USD 1500.00
<b>Manual situacional para la recepción del Hotel Wyndham Quito Airport</b>	2 meses 2 horas diarias	15 días 8 horas diarias	USD 0.00	USD 3500.00
<b>TOTAL</b>			USD 0.00	USD 5000.00

2. Se necesita personal capacitado para cumplir cada uno de los procesos establecidos en el manual y a su vez la selección de un supervisor y personas encargadas en cada turno, quienes deben ser los más capacitados para seguir los procesos. Para la selección de este personal se debe realizar pruebas de manejo de sistemas, crear un *roll play* y utilizar una empresa que se analice y evalúe mediante la técnica de cliente fantasma (Espinoza, 2019). El mismo que evaluará mediante un *check list*, los aspectos importantes de la recepción.

Tabla 23. Presupuesto personal capacitado

<b>SELECCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO</b>			
<b>OBJETIVO</b>	<b>MÉTODO</b>		<b>VALOR</b>
<b>CAPACITACIÓN</b>	Capacitación a personal acerca del manual de sistema y situaciones		USD 0.00
<b>EVALUACIÓN PERSONAL DE</b>	Evaluación de conocimientos	<i>Roll play</i>	USD 0.00
		Test de sistema	USD 0.00
		Huésped fantasma semestral	USD 1200.00
<b>SELECCIÓN PERSONAL DE</b>	Evaluación de conocimientos		USD 0.00
<b>TOTAL</b>			USD 1200.00

Tabla 24. Inversión total

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>CREACIÓN DE MANUAL DE SISTEMA Y SITUACIONAL</b>	USD 5000.00
<b>SELECCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO</b>	USD 1200.00
<b>TOTAL</b>	USD 6200.00

Revisar Anexo 7.



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

Para el hotel Wyndham Quito Airport la inversión que deberá tomar en cuenta para destinar al área de la recepción del hotel será de USD 6200.00 durante 6 meses para instaurar manuales de procesos y evaluaciones para diagnóstico de operativo. Para recuperar la inversión realizada se debe tomar en cuenta el historial de ganancias y ocupación de los últimos años y con el cual se llegará a la cantidad estimada de habitaciones que se deben vender para recuperar lo invertido.

Tabla 26. Información general

INFORMACIÓN GENERAL		
AÑOS	2017	2018
HABITACIONES VENDIDAS	43.647 UNI	43.831 UNI
% OCUPACIÓN	79.72%	81.16%
TARIFA PROMEDIO	103.00 USD	113.36 USD
VALOR DE INVERSIÓN	-	6.200 USD

Tabla 27. Incremento de valores en tarifa promedio

INCREMENTO DE VALORES EN TARIFA PROMEDIO		
	POR HABITACIÓN	GENERAL
VALOR ADICIONAL EN LA TARIFA PROMEDIO PARA RECUPERAR LA INVERSIÓN	0.14 USD	113.50 USD
CANTIDAD DE HABITACIONES REQUERIDAS	43.831 UNI	43.831 UNI

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Tomando en cuenta que el hotel pertenece a una cadena internacional que cumple con estándares de calidad, tanto para el producto como para el servicio que se ofrece, se puede afirmar que existen procesos en cada departamento los cuales han evolucionado constantemente de acuerdo a las exigencias de los huéspedes. Al encontrarse a 5 minutos de distancia del aeropuerto Mariscal Sucre; la localización del hotel es su mayor ventaja ante la competencia, sumado a que presta servicio de alojamiento de un establecimiento de lujo y con una tarifa competitiva dentro del mercado.

Debido a que el perfil del cliente como consumidor final es el de *Baby Boomers*, pero como cliente comercial, son las agencias de viajes o aerolíneas: el servicio debe ser enfocado a estos dos grandes segmentos antes señalados. Con esto se busca suplir sus necesidades específicas y de tal manera continuar con el acuerdo comercial que se tiene entre el hotel, que es quien brinda el servicio, y las empresas que son quienes hacen uso del mismo.

Mediante la elaboración de manuales de procesos, tanto para el sistema como para diferentes situaciones, lo que se intenta evitar es que la demora en los tiempos de *check in*, *check out*, solicitudes especiales de habitaciones, etc, afecten la experiencia que se intenta brindar al momento en que cada huésped se aloja en el hotel.

Se debe tomar en cuenta el mantener un presupuesto para mejoras en la calidad y control del servicio brindado y que a su vez sea medido mediante un estándar y así mantener a los huéspedes frecuentes y aumentar la cartera de clientes actuales.

## Recomendaciones

Es importante recordar que la fidelización de los clientes se da cuando se presenta estándares de calidad de alto nivel y se supera las expectativas de estos.

De igual forma se debe realizar de manera más continua las capacitaciones de personal, ya que es aconsejable que todos manejen la misma información para completar las tareas de cada turno y a su vez brindar un excelente servicio. Para tener un mejor control dónde se cumplan estas exigencias, se debería establecer un supervisor de departamento, cuya misión será cumplir y exigir a los trabajadores cumplir con los estándares antes mencionados.

Las reuniones mensuales se deben mantener, pero es necesario hacer un enfoque en las necesidades del talento humano y a su vez poder escuchar posibles recomendaciones que tenga cada empleado acerca de procesos y del área, basadas en su experiencia en el día a día. Cada trabajador es una de las partes vitales del buen funcionamiento del hotel, y al tomar en cuenta sus opiniones no solo se puede descubrir nuevos problemas o soluciones, también se le otorga protagonismo, lo cual ayudará a mejorar el ambiente laboral y por ende su labor.

## Referencias

- Abud, D. (2009). *Calidad Total*. El Cid Editor.
- Alves, G. N. (2005). *Marketing en los servicios de educación*. Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=3161172&query=servqual>
- Aquino, J. A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=3181587&query=servqual>
- Barrows, C., Powers Tom, & Reynolds, D. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Barrows, C., Powers, T., & Reynolds, D. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Aquino, J. A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=3181587&query=servqual>
- Barrezueta, I. H. (24 de marzo de 2015). *Registro Oficial*. Obtenido de Suplemento: <http://www.hotelesecuador.com.ec/imagenes/contenidos/Reglamento%20de%20Alojamiento%20Turistico%20con%20observaciones.pdf>
- Barrows, C., Powers, T., & Reynolds, D. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Bejarano, G. N. (17 de 12 de 2011). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Cuarta ed.). Bogotá D.C.: Pearson Educación.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Casillas, S. B. (2009). *Hotelería*. México: Grupo Editorial Patria.
- Chon, K. S., & Sparrowe, R. T. (2001). *Atención al cliente en hostelería*. Madrid: Ma Teresa Gómez- Mascaraque Pérez.
- Contraloría General de la República Chile. (abril de 2012). *Guía práctica para la construcción de muestras*. Recuperado el 29 de noviembre de 2018, de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_chl\\_const.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_chl_const.pdf)
- Escuela europea de excelencia. (2 de agosto de 2016). *Nuevas Normas ISO*. Recuperado el 29 de noviembre de 2018, de ¿Cómo realizar una lista de verificación ISO 9001 2015?: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/08/lista-de-verificacion-iso-9001-2015/>
- Espinoza, A. (07 de 06 de 2019). cliente fantasma. (S. Guillin, Entrevistador)
- Estructura organizacional. (20 de 05 de 2019). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Fernández, P., & Díaz, P. (27 de Mayo de 2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2018, de [https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp)
- Fernández, S. H. (2012). *Universitat de Barcelona*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2018, de Histodidáctica: [http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy&catid=11&Itemid=103](http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy&catid=11&Itemid=103)
- GAD parroquia Rural de Tababela. (2017). *Parroquia*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de Tababela GAD: <http://tababela.gob.ec/index.html>
- Google maps. (s.f.). *Google maps*. Recuperado el 14 de 07 de 2019, de <https://www.google.com/maps/@-0.1384464,-78.3703945,13.66z>
- Grupo Radar. (s.f.). *Grupo Radar investigación de mercado y opinión*. Recuperado el 30 de noviembre de 2018, de calcule usted mismo el tamaño de su muestra o su margen de error: <http://www.gruporadar.com.uy/01/?p=567>
- Gryna, F. M., Chua H., R. C., & Defeo, J. A. (2007). *Método Juran* (Quinta edición ed.). McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Recuperado el 10 de 06 de 2019, de Análisis y planeación de la calidad: <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>
- Heredia, V. (16 de junio de 2014). *En Puembo, lotes y viviendas cuestan más*. Recuperado el 19 de octubre de 2018, de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/vivienda-puembo-tababela-plusvalia.html>

- Hotel Wyndham Quito Airport. (2019). *Cultura empresarial. Visión*. Quito, Ecuador.
- Implantació de Sistemes de Qualitat S. L. N. E. (s. f.). *Q de calidad turística*. Obtenido de ISQTurística: <https://www.isq-turistica.com/servicios/q-de-calidad-tur%C3%ADstica/>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios*. Naucalpan de Juarez, Estado de México, México: Pearson educación de México, S.A. de C.V. Obtenido de <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Luzuriaga, G. (15 de octubre de 2018). Situación actual del área de recepción. (S. Guillín, Entrevistador) Quito.
- Maldonado, P. (2018). *Locales comerciales de Tababela registran mejores ventas*. Recuperado el 25 de octubre de 2018, de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/locales-comerciales-de-tababela-registran.html>
- McCann, R. (1991). *El placer de servir con calidad*. México: Pax México.
- Quito Alcaldía. (22 de enero de 2019). *Hotel Holiday Inn Quito Airport se construirá luego del pago de multas al Municipio*. Recuperado el 10 de julio de 2019, de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2019/01/22/proyecto-hotel-holiday-inn-quito-obtiene-permisos-de-construccion/>
- QUITO TURISMO. (2014). *Calidad Turística*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>
- Romero, I. O., & Scherer Leibold, O. A. (2009). *El Cliente y la Calidad en el Servicio*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.
- Romero, I. O., & Scherer Leibold, O. A. (2009). *El Cliente y la Calidad en el Servicio*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.
- Saavedra, L. (05 de 05 de 2019). Expectativas del cliente SERVQUAL. (S. Guillín, Entrevistador) Quito, Ecuador. Recuperado el 05 de mayo de 2019
- Santamaría, M. (15 de 04 de 2019). Revenue Junior. (S. Guillín, Entrevistador)
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. (SENPLADES, Ed.) Recuperado el 29 de 10 de 2018, de Planificación de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

- Serrano, J. (25 de 01 de 2019). Descripción general del hotel. (S. Guillin, Entrevistador)
- Soler, C. (30 de noviembre de 2016). *Los ocho retos más relevantes para el sector hotelero*. Recuperado el 25 de octubre de 2018, de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/119267\\_ocho-retos-relevantes-sector-hotelero.html](https://www.hosteltur.com/119267_ocho-retos-relevantes-sector-hotelero.html)
- Sozoranga, E. (15 de 04 de 2019). Coordinadora de eventos. (S. Guillín, Entrevistador) Quito, Ecuador. Recuperado el 15 de Abril de 2019
- Tuleda, J. B. (2012). Investigación cualitativa. En J. B. Tuleda. México DF: Alfaomega.
- Universidad de las Américas. (2018). Matriz de líneas de investigación de titulación. *Matriz de líneas de investigación de titulación*. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www2.udla.edu.ec/udlapresencial/course/view.php?id=7340>
- Walker, J. (2013). *Introduction to Hospitality*. New jersey: Pearson.
- Walker, J. (2013). *Introduction to Hospitality*. New Jersey: pearson.
- Walker, J. (2015). *Administración de la Hospitalidad*. México: Pearson.
- Walker, J. (2015). *Administración de la Hospitalidad*. México: Pearson.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *CALIDAD TOTAL EN LA GESTIÓN DE SERVICIOS*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S. A. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=3175059&query=servqual>
- Walker, J. (2013). *Introduction to Hospitality*. New Jersey: pearson.
- Walker, J. (2015). *Administración de la Hospitalidad*. México: Pearson.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *CALIDAD TOTAL EN LA GESTIÓN DE SERVICIOS*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S. A. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=3175059&query=servqual>

## **Anexos**

## Anexo 1. Requisitos obligatorios para categoría de hotel.

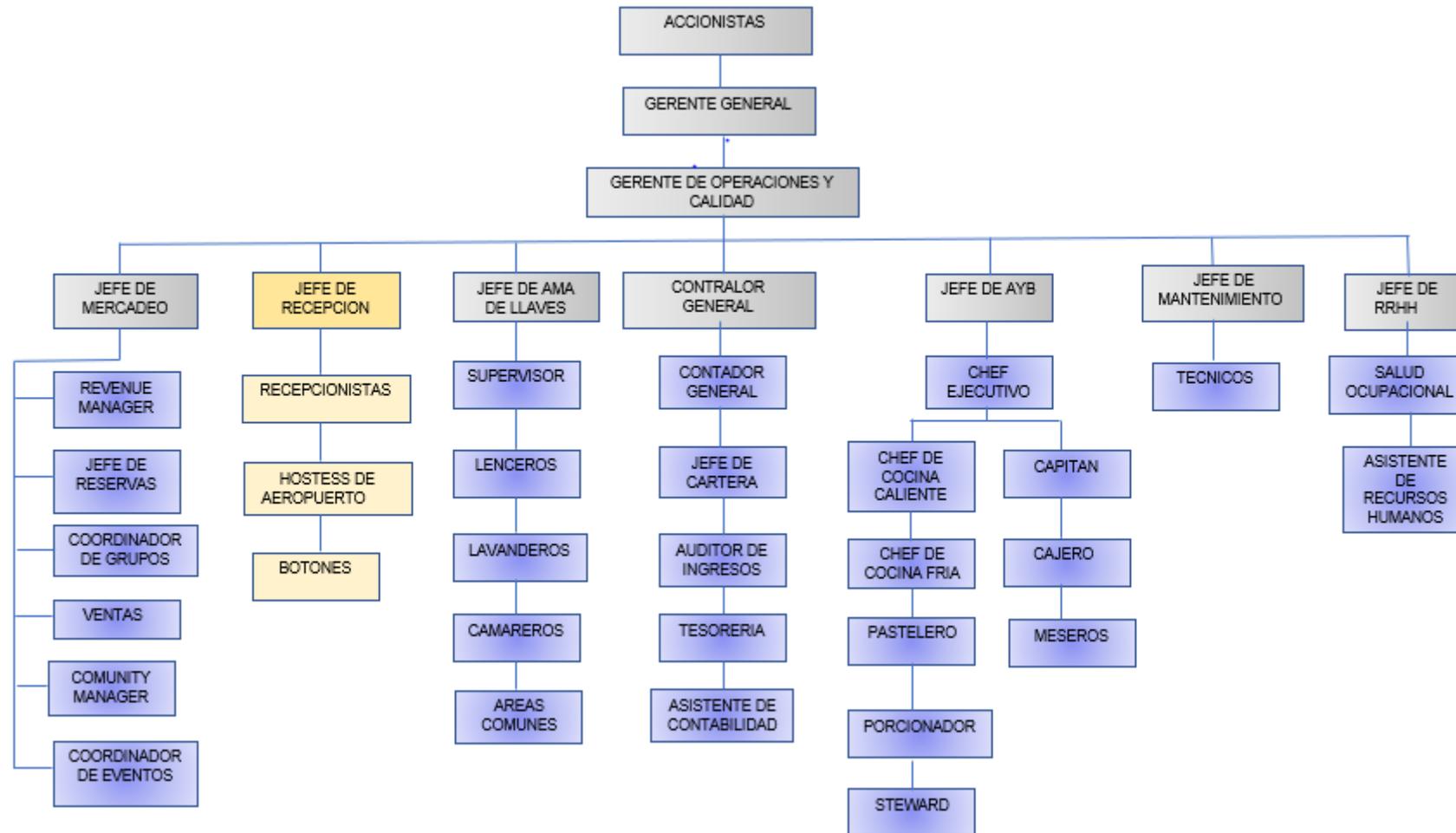
ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGIAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA	
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS
1	Mantener las instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.
2	Limpieza e higiene son condiciones básicas para todas las categorías.
REQUISITOS GENERALES	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.
4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, según las disposiciones de la Autoridad competente.
5	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.
6	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.
7	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.
8	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.
9	Equipar con contenedores de desechos, deberán estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.
10	Identificar y señalar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.
11	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.
12	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.
13	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.
14	Identificar y señalar el número de piso.
15	Identificar y señalar las habitaciones por piso.
16	Identificar y señalar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.
17	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.
18	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).
19	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.
20	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.
21	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
22	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.
23	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se proveerá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.

<b>ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA</b>		
<b>Nro.</b>	<b>CONDICIONES MÍNIMAS</b>	
24	Los establecimientos de alojamiento turístico ubicados en la franja Marino Costera deberán contar con filtros de arena para aguas grises.	
25	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.	
26	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>		
27	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.	
28	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.	
29	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).	
30	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.	
31	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).	
32	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).	
33	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.	
34	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.	
35	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.	
36	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).	
37	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.	
38	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separados y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.	
<b>SERVICIOS</b>		
39	Proveer de agua las veinticuatro horas.	
40	Servicio de custodia de equipaje.	
41	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.	
42	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.	
43	Servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas.	
44	Proveer el servicio diario de limpieza.	
45	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.	
<b>ÁREAS DE CLIENTES</b>		
<b>CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES</b>		
46	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	
47	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.	
48	Equipamiento e insumos	Inodoro con asiento y tapa;
49		Lavamanos;
50		Espejo sobre el lavamanos;
51		Tomacorriente;
52		Basurero con funda y tapa;
53		Dispensador de jabón de pared o desechable;
54		Jabón líquido;
55		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
56		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA		
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS	
		Área de cuarto de baño y aseo;
57		Papel higiénico;
58		Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico;
59		Gel desinfectante de manos;
60		Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
61		Cartilla de control de limpieza.
<b>HABITACIONES</b>		
62	Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 3 habitaciones.	
63	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	
64	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.	
65	Equipamiento	Colchón;
66		Protector de colchón;
67		Sábanas;
68		Cobija(s);
69		Cubrecama, edredón o plumón duvet;
70		Almohada(s) por plaza;
71		Protector de almohada;
72		Al menos un velador o mesa de noche;
73		Basurero con tapa.
74	Cobija extra a petición del huésped.	
75	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.	
76	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.	
77	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.	
78	Contar con agua para consumo en la habitación.	
<b>CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE)</b>		
79	Equipamiento	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
80		Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño;
81		Lavamanos;
82		España sobre el lavamanos;
83		Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso;
84		Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas);
85		Inodoro con asiento y tapa;
86		Basurero con tapa;
87		Toallero y/o gancho;
88		Jabón en lavamanos;
89		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
90		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo;
91		

ANEXO B. REQUISITOS DISTINTIVOS		
No.	REQUISITOS DISTINTIVOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO CATEGORIZADOS COMO 5, 4 Y 3 ESTRELLAS	PUNTAJE
<b>SERVICIO</b>		
1	Proveer del servicio o renta de equipos deportivos.	2
2	Contar con al menos dos facilidades para mascotas (areas de descanso, areas de paseo, entre otras).	3
3	Contar con torres de observación o miradores.	4
4	Contar con senderos o caminos para recorridos exteriores de personas con discapacidad, conforme lo establecido por la Autoridad competente.	5
5	Personal multilingüe.	5
6	Señalética en todo el establecimiento en idiomas: inglés y español.	3
<b>CALIDAD</b>		
7	Contar con sistemas de cortesías y atenciones a huéspedes destacados y/o frecuentes.	3
8	Demstrar la ejecución de auditorías internas de calidad al menos una vez al año.	5
9	Al menos el 15% de los productos para alimentación son orgánicos.	5
10	Contar con un manual de procedimientos.	5
11	Contar con ropa de cama hipoalergénica	4
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>		
12	Ofrecer al huésped actividades que involucren a la comunidad local.	4
13	Al menos el 15% de sus proveedores son microempresas o grupos comunitarios de su entorno local más cercano.	5
14	Contar y aplicar con una política de responsabilidad social corporativa.	4
<b>AMBIENTAL</b>		
15	Fomentar el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona que armonice con el entorno.	5
16	Contar con cocinas de inducción.	5
17	Contar con programas de manejo de desechos (elaboración de abono, reciclaje de plásticos, entre otros).	5
18	Contar con fuentes de energía alternativa (hidráulica, solar, eólica, entre otras).	5
19	Uso de productos biodegradables.	5
20	Demstrar la ejecución de auditorías internas de medio ambiente al menos una vez al año.	5
21	Contar y aplicar con una política de sostenibilidad.	4
22	Contar con un manual para la implementación de buenas prácticas ambientales.	4

## Anexo 2. Organigrama



**Anexo 3. Mapa de actores**





## Anexo 5. Funciones por turno en la recepción

Turno am	Turno pm	Velada
Revisión de <i>whatsapp</i> .	Contar caja.	Revisión de <i>whatsapp</i> .
Contar caja.	Pasar novedades.	Contar caja.
Cambio de turno.	Cambio de turno	Pasar novedades.
Pasar novedades impresas en carpeta.	Verificar y hacer llaves de habitaciones que faltan.	Cambio de turno.
Cambiar billetes de alta denominación.	Verificar salidas pendientes y bloqueos.	Recibir <i>Wake up calls</i> .
Asignación de habitaciones (tripulación, <i>day - use</i> y grupos).	Revisión de inconsistencias.	Revisar que no haya salidas pendientes ni habitaciones bloqueadas.
Revisión de cartas y reservas del día.	Revisión de sobres que se debe entregar.	Revisar que las reservas pendientes estén garantizadas y no duplicadas.
Registro de cartas, sobres, paquetes y mensajes para cada día.	Sacar discrepancias.	Registrar los sobres o paquetes recibidos de huéspedes y colocarlos en preferencias.
Asignar habitaciones según lo solicitado en reservas.	Contestar correos.	Revisar inconsistencias.
Revisión de instructivos de grupos y dar <i>express check in</i> .	Cargar puntos de <i>rewards</i> .	Dictar check out por radio.
Enviar asignación a ama de llaves, especificar cada preferencia dependiendo de grupo.	Mantener cargados datáfonos.	Dictar check in por radio.
Enviar llaves de tripulación que llega a las 11 am.	Mantener constante revisión de habitaciones sacar al cierre en caso de sobreventa.	Revisión de reservas del día siguiente, dejar cartas y garantías pre- pagadas en orden alfabético.
Revisión de llaves de todo el hotel.	Realizar check in con datos completos.	Contestar correo.
Sacar discrepancias.	Dictar check out por radio.	Cargar <i>rewards</i> .
Revisar inconsistencias.	Dictar check in por radio.	Gestionar entrega de box lunch.
Contestar correos.	Enrolar en programa de recompensas.	Verificar montaje de <i>coffee Station</i> del lobby.
Cargar <i>rewards</i> al check out.		Mantener cargados datófonos.
Mantener cargados datáfonos y celular.		En caso de recibir un correo de reservas verificar que quede pendiente para el departamento encargado si no fue gestionado.
Dictar check out por radio.		Enrolar en programa de recompensas.
Dictar check in por radio e informar si hay objeto olvidado de anteriores estadias.		
Enrolar en programa de recompensas.		

Aeropuerto Turno A1	Aeropuerto Turno A2
Descargar archivo de llegadas filtradas por vía aérea y revisar preferencias de reservas pendientes a llegar.	Recibir novedades del turno A1.
Verificar llegadas nacionales e internacionales en la página del Aeropuerto.	Revisar reporte de llegadas Leer y responder correos.
Ingresar hora de llegada de los vuelos en formato diario.	Recibir pasajeros agendados.
Destacar grupos importantes con colores distintivos (Azul Copa, Tomate Aurelian; Amarillo Agencias de Viajes).	Revisar todos los <i>transfers</i> del día siguiente y dejar coordinando el transporte desde la culminación de turno
Destacar si son huéspedes VIP.	Enviar reporte de llegadas a jefe de recepción con copia a calidad.
Imprimir reporte de llegadas actualizado y entregar al señor conductor del transporte.	Enviar todos los <i>transfers</i> coordinados.
Entregar cartas de beneficios de aerolíneas.	Pasar las novedades al auditor acerca de llegadas. Corregir novedades y <i>check in</i> realizados.
Recibir a tripulación según horario de vuelos.	Arreglar físicamente y en sistema folios.
Dar <i>check in</i> a aerolíneas excepto Qatar.	Enrolar en programa de recompensa.
Recibir a todos los pasajeros agendados en reporte de llegadas.	
Leer y responder correos.	
Descargar archivo de <i>check in</i> en rango de fechas para envío de encuestas de calidad.	
Enviar reporte de encuestas a calidad@wyndhamquito.com.	
Agendar todos los instructivos en calendario.	
Coordinar transporte o Bus de Quiport dependiendo de número de pax.	
Actualizar reporte de llegadas antes de cambio de turno.	
Enviar reporte de novedades y llegadas con copia a jefe de recepción y calidad	
Pasar novedades a recepción.	
Arreglar preferencias y folios.	
Enrolar en programa de recompensas.	

## Anexo 6. Distintivo Q

QUITO		EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO		GRUPO TURÍSTICO	
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.	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.-Dentro de sus políticas organizacionales se establece: la no promoción de la prostitución y la no venta de estupefacientes.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.-El establecimiento respeta la identidad religiosa, cultural, política y de género de sus colaboradores.	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.-Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.-El establecimiento cuenta con un plan de evacuación, aprobado por la autoridad competente.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.-El personal cuenta con carnet de salud actualizado.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación					
11.-Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.-Cuenta con certificados o registro de participación en capacitaciones del 30% del total del personal.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.-Cuenta con personal capacitado en temas de salud y seguridad ocupacional de por lo menos el 50% de sus empleados.	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> NC	<input type="checkbox"/> NA	<input checked="" type="checkbox"/>	<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<br><input type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/> | NA<br><input type="checkbox"/>            |
| 16.- Cuenta con registros de aportes que el establecimiento realiza a la población local.  | C<br><input type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/> | NA<br><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<br><input type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/> | NA<br><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<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input type="checkbox"/> |
| 19.- La jardinería o espacios verdes del establecimiento también cuenta con especies vegetales nativas y/o endémicas de la zona.  | C<br><input type="checkbox"/>            | NC<br><input checked="" type="checkbox"/> | NA<br><input 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<br><input type="checkbox"/>            | NC<br><input checked="" type="checkbox"/> | NA<br><input type="checkbox"/> |
| 21.- El establecimiento evita comercializar, consumir especies o productos derivados de flora y fauna prohibidos por la ley.  | C<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input type="checkbox"/> |

Protección y conservación ambiental

- |  |  |   |                                |
|--|--|---|--------------------------------|
| 22.- Cuenta con productos biodegradables para la limpieza del establecimiento.   | C<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input type="checkbox"/> |
| 23.- Minimiza la compra de insumos altamente contaminantes tales como: aerosoles, plásticos, químicos, pesticidas, desechables, entre otros.                                     | C<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><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<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input type="checkbox"/> |
| 25.- Los aceites usados son entregados a los gestores ambientales autorizados por la autoridad ambiental local.  | C<br><input type="checkbox"/>            | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input 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<br><input type="checkbox"/>            | NC<br><input checked="" type="checkbox"/> | NA<br><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<br><input type="checkbox"/>            | NC<br><input checked="" type="checkbox"/> | NA<br><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<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input type="checkbox"/> |
| 29.- En caso que el establecimiento utilice sistemas alternativos de agua deberá contar con registros de uso y mantenimiento.  | C<br><input checked="" type="checkbox"/> | NC<br><input type="checkbox"/>            | NA<br><input 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

AMBITO C: Infraestructura y equipamiento

INFRAESTRUCTURA

Infraestructura general

- 31.- Cuenta con un área especial para el almacenamiento de sustancias tóxicas.  C  NC  NA
- 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
- 33.- Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva ó 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

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
- 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
- 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
- 37.- Lo 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

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

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
- 40.- Posee servicios higiénicos exclusivos para uso del personal.  C  NC  NA
- 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

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.  | <input type="checkbox"/> C            | <input type="checkbox"/> NC            | <input type="checkbox"/> NA |
| 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.   | <input checked="" type="checkbox"/> C | <input type="checkbox"/> NC            | <input type="checkbox"/> NA |
| 44.-Cuenta con señalética en: áreas restringidas y de uso exclusivo del personal; áreas peligrosas o con material inflamable.   | <input checked="" type="checkbox"/> C | <input type="checkbox"/> NC            | <input type="checkbox"/> NA |
| 45.-Los tachos de residuos se encuentran señalizados de acuerdo a su clasificación.   | <input type="checkbox"/> C            | <input checked="" type="checkbox"/> NC | <input type="checkbox"/> NA |
| 46.-El área de servicios higiénicos se encuentran identificados, de manera que facilite su ubicación al cliente.  | <input checked="" type="checkbox"/> C | <input type="checkbox"/> NC            | <input type="checkbox"/> NA |
| 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. | <input type="checkbox"/> C            | <input type="checkbox"/> NC            | <input type="checkbox"/> NA |

EQUIPAMIENTO

Equipamiento general

- |  |                                       |                             |                             |
|--|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 48.-El establecimiento cuenta con equipamiento adecuado para el uso y ahorro de energía.   | <input checked="" type="checkbox"/> C | <input type="checkbox"/> NC | <input type="checkbox"/> NA |
| 49.-La ambientación (decoración, mobiliario e iluminación) se encuentra en armonía con el concepto del establecimiento.  | <input checked="" type="checkbox"/> C | <input type="checkbox"/> NC | <input type="checkbox"/> NA |
| 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. | <input type="checkbox"/> C            | <input type="checkbox"/> NC | <input type="checkbox"/> NA |

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

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

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.  C  NC  NA
- 56.- El área de cocina cuenta con sistemas de refrigeración y congelación y/o cuartos fríos mixtos o por separado.  C  NC  NA
- 57.- El área de almacenamiento de productos congelados está correctamente dividida.  C  NC  NA
- 58.- Cuenta con lios (toallas de tela) en buen estado para secar utensilios de cocina.  C  NC  NA
- 59.- Las tablas para picar son plásticas y se diferencian para cada clase de alimentos.  C  NC  NA
- 60.- El área de cocina cuenta con utensilios de cocina como pinzas, tenacillas, cucharas y tenedores para la manipulación de alimentos.  C  NC  NA

Equipamiento habitaciones

- 61.- Cuenta con servicio telefónico en cada una de las habitaciones.  C  NC  NA
- 62.- Las habitaciones deben estar dotadas de: colchón, protector de colchón, sábanas, cobija(s), cubrecama, y almohada(s), por cama.  C  NC  NA

Equipamiento área de personal

- 63.- El establecimiento cuenta con un área destinada para el personal, para el resguardo de sus pertenencias.  C  NC  NA

AMBITO 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.  C  NC  NA
- 65.- Las áreas de ingreso de clientes se encuentran: libres de obstáculos y limpias (sin olores, sin polvo y ordenados).  C  NC  NA

Personal

- 66.- El personal se encuentra uniformado de acuerdo al concepto del establecimiento y cuenta con su placa o credencial identificativa.  C  NC  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.  C  NC  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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 receptar los reclamos y sugerencias de los huéspedes, brindando el tratamiento correspondiente.

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

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

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

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q"

ALOJAMIENTO

81. No existen alimentos o recipientes con alimentos colocados sobre el piso.  C  NC  NA
82. Cuenta con dispensador de jabón líquido, desinfectante y toallas de papel para el aseo de las manos del personal  C  NC  NA

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  NC  NA
84. Se realizan simulacros de primeros auxilios y desastres naturales, por lo menos una vez al año.  C  NC  NA
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  NC  NA
86. Cuenta con vestimenta, equipos de seguridad y protección para el personal de acuerdo a sus actividades.  C  NC  NA

Mantenimiento

87. Toda área operativa del establecimiento (baños, cocina, bodegas, áreas de personal, entre otros) cuenta con un registro de limpieza diaria.  C  NC  NA
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  NC  NA
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  NC  NA
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  NC  NA
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  NC  NA
92. Cuenta con registros de control de plagas.  C  NC  NA
93. El establecimiento cuenta con inventarios de materia prima, productos, equipo y mobiliarios.  C  NC  NA
94. Cuenta con registros de mantenimiento general de cada área del establecimiento.  C  NC  NA

Anexo 7. Proformas.

OIT CONSULTORES

**OIT CONSULTORES**  
**ASESORÍA EMPRESARIAL Y**  
**DESARROLLO DE NEGOCIOS**

**1.) RESUMEN DE PROBLEMAS DE -----:**

- ✓ Inexistencia de un plan de negocio para consolidar los objetivos de -----,
- ✓ Falta de organización para desarrollar los procesos.
- ✓ Desconocimiento de los beneficios reales del ejercicio económico financiero (manejo de estados financieros, análisis de flujos de efectivo, manejo de centros de costos, toma de decisiones en base a los datos)
- ✓ Ausencia de estructura organizacional que soporte y ayude al desarrollo de ----
- ✓ Carencia de una visión estratégica a mediano y largo plazo.
- ✓ Desconocimiento de las oportunidades y beneficios al cambiar el marco legal de la empresa hacia una persona jurídica.

**2.) METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

- ✓ Diagnóstico de la empresa
- ✓ Análisis del perfil competitivo
- ✓ Análisis del entorno
- ✓ Estudio técnico
- ✓ Perfil de funciones
- ✓ Plan de Producción - Procesos
- ✓ Análisis del Mix de Marketing
- ✓ Plan Económico - Financiero

**3.) PROPUESTA ECONÓMICA A -----:**

- ✓ PAQUETE DE USD 3800 + IVA POR 6 MESES DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA  
(LOS PAGOS PUEDEN SER MENSUALES, LA VIGENCIA DE LA PROPUESTA ES DE 30 DÍAS)

JENNYFER SERRANO

**Proforma de elaboración de manual de calidad para Hotel Wyndham Quito Airport.**

Estimado Santiago,

Por medio de la presente me dirijo a usted, con el objetivo de presentar mi propuesta acerca de la elaboración de un manual de manejo de sistema ZEUS para el personal de recepción, adicional la creación de un manual situacional par los posibles escenarios que se den en la recepción del hotel.

Por mi parte tengo 7 años de experiencia en el área de calidad, en la industria hotelera, siendo Jefe de calidad del Hotel Howard Johnson, Hotel Wyndham Garden y Hotel Wyndham Quito Airport. En la actualidad soy Jefe de recepción del hotel Wyndham Quito Airport, cargo en el que me desenvuelvo durante el último año.

Tipo de manual	Tiempo	Valor unitario	Valor total
Manual de sistema operativo ZEUS	5 días 8 horas diarias	1500.00	1.500.00
Manual situacional para la recepción del Hotel Wyndham Quito Airport	15 días 8 horas diarias	3500.00	3.500.00
Sub - total neto		5.000.00	5.000.00
Iva			600.00
Total			5.600.00

Dentro de esta proforma, se encuentran los valores solicitados a cotizar, referentes a la creación de un manual de calidad con respecto al sistema operativo ZEUS y situacional.

Quedo atenta a cualquier comentario.

Saludos cordiales

Jennyfer Serrano.

Jefe de recepción del Hotel Wyndham Quito Airport

ALEX ESPINOZA

SAVING PARTNERS CONSULTING GROUP



## I OBJETIVO Y ALCANCE DEL SERVICIO

### 1.1. Antecedentes

El señor Santiago Gullin, en su objetivo de mejoramiento continuo y la optimización de sus procesos internos, ha evidenciado la necesidad de una evaluación, con la finalidad de mejorar su servicio con clientes internos y externos, mediante la implementación de los siguientes pasos:

- a. Evaluar las técnicas de servicio al cliente, manejo de conflictos y sentido de pertenencia.
- b. Recomendar indicadores de gestión y un proceso de mejora en el personal de la empresa enfocada al servicio al cliente en caso de ser necesario.

### 1.2. Objetivo

Desarrollar una capacitación que incluye:

Mystery Shopper, se harán 15 visitas cada mes, en donde se evaluará lo siguiente:

- a) Procesos de servicio al cliente
- b) Comunicación interna y externa
- c) Manejo de conflictos
- d) Sentido de pertenencia
- e) Trabajo en equipo
- f) Tiempos y movimientos

### 1.3 Alcance del Servicio.

De acuerdo con lo comentado hemos determinado como alcance la evaluación de nuestros servicios lo siguiente:

- a) Herramientas de resolución de conflictos.
- b) Motivación del personal.
- c) Procesos atención al cliente.
- d) Procesos de comunicación efectiva
- e) Visión y sentido de pertenencia a la empresa.
- f) Cultura Organizacional.

## II. METODOLOGIA

Los procedimientos que realizaremos serán los siguientes:

- 2.1. Evaluación y Diagnostico.
- 2.2. Levantamiento leve de clima laboral
- 2.3. Visita de clientes fantasma
- 2.4. Recomendaciones para mejorar el servicio.



### III. HONORARIOS PROFESIONALES

Como es de su conocimiento, nuestros honorarios se determinan en base a la experiencia y conocimientos especializados de los profesionales asignados al compromiso. Considerando lo antes mencionado, nuestra experiencia en trabajos similares y sus requerimientos, hemos estimado nuestros honorarios según se muestra a continuación:

Valor de la capacitación es de 800 más IVA, (por sucursal) 60% a la firma del contrato y el saldo a la terminación del proceso, adicional cualquier otro tipo de impuestos que graven o puedan gravar nuestros servicios.

Adicional necesitaremos libre consumo de sus productos o servicios para 5 personas distintas (con y sin acompañante) cada mes o cuantas se considere necesario para conocer el servicio de inicio hasta el fin.

### IV. EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo para atender las necesidades de GHL Hoteles estará conformado por los siguientes funcionarios de nuestra Firma: 1 Consultor, 1 especialista en RRHH, clientes fantasmas (cantidad a determinarse de acuerdo con la necesidad de la empresa, o sea cantidad de visitas y número de sucursales a intervenir)

### V. RESPONSABILIDADES Y CONDICIONES DE CONTRATACIÓN

1. Para el buen desarrollo del proyecto se requiere de la participación de todo el equipo de trabajo asignado en los tiempos propuestos para la realización del evento, así mismo la información histórica y datos estadísticos del área de servicio previa la intervención.

4. El pago lo realizará el cliente GHL Hoteles de los porcentajes establecidos, 60% a la firma del contrato y el restante 40% se realizará máximo a los 4 días hábiles de culminado el evento, caso contrario se incluirá un interés del 7% mensual del valor de la factura.

5. El tiempo de duración de la evaluación es de 3 meses o queda al buen juicio de GHL Hoteles incrementar el tiempo que se requiera para la obtención de servicio.

Esta propuesta ha sido preparada para uso exclusivo de GHL Hoteles. Y se considera propiedad intelectual de SAVING PARTNERS CÍA. LTDA. Sin previa autorización escrita, no podrá ser puesta a disposición de personas diferentes del destinatario.

Atentamente,

Alex Espinoza

Gerente General

Saving Partners Consulting Group

