



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MEJORAMIENTO DE CALIDAD PARA  
EL HOTEL CASA REAL, EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, ECUADOR

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

Profesor Guía  
Yamil Hipolito Bermeo Balcazar

Autor  
Alejandro Javier Pumagualli Llerena

Año  
2015

### **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para el desarrollo del tema escogido y dado cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Msc. Yamil Hipolito Bermeo Balcazar  
Master en Relaciones Internacionales y Comercio Exterior  
1708413925

## **DERCLARACION 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”

---

Alejandro Javier Pumagualli Llerena

060335210-5

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a la Universidad de las Américas y a sus profesores, que durante mi vida universitaria, compartieron e impartieron su conocimiento para mi desarrollo profesional. Al hotel “Casa Real”, por su apertura, para que pueda realizar este trabajo sin ningún inconveniente. A mis hermanos: Rodrigo, Marcelo y Fernanda, por ser fuente de inspiración para mi desarrollo personal y profesional.

Un agradecimiento muy especial, a mis padres: Rodrigo e Ipatia, por su amor y apoyo en mis decisiones; y por enseñarme, que con esfuerzo y perseverancia, todo sueño se puede realizar.

## **DEDICATORIA**

A ustedes, mi amor y admiración total. Gracias por su apoyo incondicional.

Rodrigo e Ipatia

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objeto, ayudar al desarrollo empresarial del hotel “Casa Real”, ubicado en la ciudad de Riobamba, Ecuador. Al ser un establecimiento nuevo en la industria hotelera, tiene una participación en el mercado baja, por lo que, no le permite visualizarse como una empresa hotelera líder en el mercado local y nacional.

En el primer capítulo, se detalla conceptos e historia sobre hotelería y calidad, que ayudará a entender de mejor manera, como se han ido involucrando estos dos temas para el desarrollo de la industria hotelera.

En los capítulos dos y tres, el establecimiento anteriormente mencionado, es objeto de análisis, para identificar su situación actual, determinando deficiencias que comete al momento de prestar sus servicios a los clientes, lo que genera, la necesidad de establecer diferentes alternativas y propuestas de mejoras en el capítulo cuatro.

En el capítulo cinco, se realiza el diseño de estándares y procedimientos, que trata de establecer una atención homogéneo en todos los servicios que presta el hotel “Casa Real”, junto con normas y estándares que debe cumplir el hotel y su personal.

En el capítulo sexto, se elabora un presupuesto de inversión, que es en base a las propuestas de mejoras del capítulo cuatro. También, en este capítulo, se trata de proyectar las ventas que tendrá el hotel en años siguientes, basados en el posible incremento de clientes, por la ejecución de las propuestas de mejoramiento anteriormente proporcionadas.

Finalmente, se establecen conclusiones y recomendaciones, que se pudo obtener después del estudio y desarrollo de este trabajo.

## ABSTRACT

The present work has as objective to help the business development of the hotel "Casa Real", located in Riobamba, Ecuador. This is a new hotel in the hospitality industry, and this is the reason, it has a low market share, making it not enables to lead hospitality company in both, local and national markets.

The first chapter explains concepts about hospitality history and quality, which will help to better understand how these two concepts, has been related in this industry.

On the second and third chapter, the hotel Casa Real, is analyzed in order to identify the current situation, determining deficiencies that the hotel services has the moment to give his services to the guests. This generates the need to establish different alternatives, offers of improvements which are explain in chapter four.

On chapter five, standards and procedures has been designed, this kind of situation tries to establish homogeneous standards that hotel "casa Real" tries to provide, it is composed with procedures and standards that the hotel and his personnel must fulfill.

On chapter sixth, there is elaborated an investment budget, this is based on improvements mentioned on chapter four. This chapter, provides the hotel sales financial projection the hotel will have in the following years, it is based on the clients' possible increase, for the execution of improvement offers previously proportionate.

At the end, conclusions and recommendations are mentioned, it could establish after an analysis of the whole.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
Antecedentes .....	1
Justificación .....	1
OBJETIVOS .....	2
Objetivo General .....	2
Objetivos Específicos .....	2
1. Marco Teórico .....	4
1.1. Definición de Hotel .....	4
1.1.1. Breve Historia del Desarrollo Hotelero .....	6
1.1.2. Breve Historia de la Hotelería Mundial .....	7
1.1.3. Breve Historia de la Hotelería en Ecuador .....	7
1.2. Reglamento General de Actividades Turísticas .....	9
1.3. ¿Qué es Calidad? .....	10
1.3.1. Breve Historia de la Calidad .....	12
1.3.2. Cultura de la Calidad en las Empresas .....	13
1.3.3. Maestros de la calidad .....	15
1.3.3.1. Deming .....	15
1.3.3.2. Juran .....	16
1.3.3.3. Crosby .....	16
1.3.3.4. Taguchi .....	17
1.4. Calidad en la Hotelería .....	17
2. Análisis situacional de la empresa .....	19
2.1. Historia del Hotel “Casa Real” .....	19
2.2. Ubicación Geográfica .....	20
2.3. Servicios del Hotel .....	21
2.3.1. Alojamiento .....	21
2.3.2. Salones de eventos .....	22
2.3.3. Restaurante D´Linares .....	22
2.4. Misión .....	22
2.5. Visión .....	23
2.6. Objetivos .....	23



2.7. Estructura Organizacional .....	25
2.7.1. Organigrama Funcional.....	25
2.8. Descripción de Funciones .....	26
2.9. Análisis FODA.....	29
2.9.1. Estrategia FO: .....	32
2.9.2. Estrategia FA: .....	32
2.9.3. Estrategia DO:.....	33
2.9.4. Estrategia DA: .....	33
2.10. Benchmarking .....	33
2.11. Ventaja Competitiva.....	36
2.12. Investigación de mercado actual .....	37
2.13. Mercado Proyectado.....	38
3. Diseño del <i>blue print</i> actual y diseño del <i>blue print</i> optimizado .....	39
3.1. Lista de posibles errores, Hotel Casa Real. ....	39
3.2. Qué puede fallar y que se debe hacer para evitarlo .....	42
3.3 <i>BLUEPRINT</i> ACTUAL DE SERVICIO HOTEL “CASA REAL”	44
3.4. <i>BLUEPRINT</i> OPTIMIZADO DE SERVICIO HOTEL “CASA REAL” .....	45
3.4.1. <i>BLUEPRINT</i> DE RESERVA HOTEL “CASA REAL” .....	46
3.4.2. <i>BLUEPRINT</i> DEL RESTAURANTE HOTEL “CASA REAL” .....	47
3.4.3. <i>BLUEPRINT</i> DEL <i>CHECK IN</i> HOTEL “CASA REAL” .....	48
3.4.4. <i>BLUEPRINT</i> DEL <i>CHECK OUT</i> HOTEL “CASA REAL” .....	49
4. Propuestas de mejoramiento .....	50
Introducción .....	50
Objetivo General: .....	50
Objetivos Específicos:.....	50
4.1. Diseño de estándares y procedimientos de servicio. ....	51
4.2. Infraestructura .....	52
4.2.1. Señalética.....	53
4.2.2. Remodelación.....	54
4.2.3. Generador Eléctrico.....	54
4.2.4. Paneles Solares.....	55

4.2.5. Sensores y Luces de Emergencia .....	55
4.2.6. Biodigestor de Aguas Servidas.....	55
4.3. Capacitaciones.....	56
4.4. Imagen corporativa .....	57
4.4.1. Inscripción IEPI .....	58
4.4.2. Cromática .....	58
4.4.3. Indumentaria y uniformes .....	58
4.5. Software hotelero .....	59
5. Diseño de estándares y procedimientos .....	61
6. Presupuesto de Inversión.....	62
6.1 Proyección de Venta .....	70
Conclusiones .....	72
Recomendaciones.....	73
REFERENCIAS .....	75
ANEXOS .....	82

## INTRODUCCIÓN

### **Antecedentes**

La hotelería, es una industria que nunca terminara de innovar, puesto que siempre van a existir nuevos servicios o nuevos requerimientos que los clientes solicitaran. El mantenerse innovando, es el reto de muchas empresas de prestación de servicio, quienes tienen que realizar un continuo estudio a los gustos y preferencias de los consumidores.

Algo que difícilmente se podrá cambiar, es el deseo de los clientes de adquirir productos o servicios que sean de calidad; entrando en debate la definición de esta concepto. Cada persona tiene una definición o perspectiva de calidad diferente, por eso resulta un tema difícil de tratar en la actualidad.

Los autores Reeves y Bednar (1994), afirman que no existe una definición única de calidad, por ello se basaron en cuatro puntos para definir a la calidad, así pues: como una excelencia, como un valor, como un ajuste a las especificaciones y como una respuesta a las expectativas de los clientes.

Toda empresa debe ofrecer productos o servicios de excelencia, que no tenga errores o defectos, tratando de cumplir con todas las expectativas que existe sobre los mismos, lo que le generará un valor monetario. El brindar y garantizar productos o servicios de calidad creará prestigio a una empresa, y esto se puede lograr con la creación de estándares y procedimientos.

### **Justificación**

Hotel "Casa Real" es un empresa familiar, que ha tenido muchas dificultades para posicionarse en el mercado. En sus primeros años de funcionamiento, no conto con un claro asesoramiento por parte de profesionales en la industria hotelera, lo cual le hubiera permitido evitar ciertos errores en su funcionamiento

que en la actualidad se pueden observar, como por ejemplo en su infraestructura, servicio, imagen corporativa, entre otros.

El desarrollo de este trabajo, trata de brindar herramientas y estrategias adecuadas para el hotel "Casa Real", que brinden oportunidades de posicionamiento y crecimiento, en una industria que cada vez genera más expectativa.

Esto ha generado el gran interés por parte de la propietaria y gerente del establecimiento, a buscar alternativas que le permitan mejorar sus servicios y procedimientos de atención al cliente. Por lo tanto, el realizar una propuesta de un plan de mejoramiento de calidad para este hotel, es de mucha importancia, lo cual le servirá para el desarrollo empresarial de dicho establecimiento; para ello se necesita identificar cuáles son los errores que se están cometiendo en este hotel, y brindar alternativas que mejore todos los puntos críticos que existen en la actualidad en este establecimiento.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Proponer un plan estratégico para el mejoramiento de la calidad para el Hotel Casa Real en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

### **Objetivos Específicos**

1. Contextualizar el proyecto en la realidad actual, argumentando bajo referencias de alto valor académico.
2. Analizar la situación actual del hotel "Casa Real".
3. Diseñar el *blue print* actual y diseñar el *blue print* optimizado.
4. Proponer mejoras del servicio para el hotel "Casa Real".

5. Diseñar estándares y procedimientos de servicio.
6. Realizar un presupuesto de inversión y una proyección de ventas.

### **Metodología**

Para la elaboración de este trabajo de titulación se realizó un proceso de investigación exploratoria, que ayudara a recopilar información de gran valor para la propuesta que se desea realizar, lo cual se lo podrá lograr junto con el levantamiento de datos primarios y secundarios, por medio de la técnica de investigación cualitativa.

## CAPÍTULO I

### 1. Marco Teórico

Este capítulo, trata de profundizar los conceptos: hotelería y calidad. En primer lugar, se aborda el concepto de hotelería, junto con su definición e historia a nivel local y mundial, a través del desarrollo que ha tenido con el pasar de los años. Continuamente, se hace referencia al concepto de calidad, junto con su definición e historia, además de las aportaciones más importantes por parte de los maestros de la calidad, que para el autor de este trabajo tienen un interesante valor académico. Finalmente, la interacción que tiene la industria de la hotelería con el concepto de calidad, lo cual genera un mayor valor a los productos o servicios que se ofrecen para el consumo en un mercado.

#### 1.1. Definición de Hotel

La Real Academia Española (2014) define: “Hotel.- Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros”.

Según Gallegos y Peyrolon, la hotelería es “proporcionar alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica” (2004, p. 457).

Para el caso del Ecuador se consideran hoteles, a los establecimientos que, de manera continua, ofrecen servicios de alojamiento y alimentación al público en general; que, además, reúnan ciertas características para una categorización de aquellos, como: un mínimo de 30 habitaciones ocupadas en su totalidad de un edificio exclusivo para este fin; o, en su defecto, si parte de éste es destinado a otras actividades, debe ser adecuado con escaleras, entradas y salidas de uso exclusivo de la empresa hotelera (Registro Oficial 726, 2002).

##### 1.1.1. Breve Historia de la Hotelería

La hotelería u hospitalidad existió desde el renacimiento de la cultura occidental y oriental, pues, en años pasados existieron muchos conflictos por

la llegada del Cristianismo a Europa y Asia, lo cual trajo múltiples dificultades para los evangelizadores (Torres, 1997, p. 10).

Los primeros evangelizadores fueron los doce discípulos de Cristo, quienes continuaron con la evangelización de los pueblos; por esta fe cristiana, fueron perseguidos más de 300 años, por tratar de evangelizar en Europa, Asia y África (Slick, 2013).

Con el pasar del tiempo y con la protección de algunos gobernantes, se llegó a crear nuevos sentimientos de amor hacia las personas; además de brindar un trato diferente al peregrino que, en ocasiones, era recibido en casas o posadas como un huésped distinguido (Torres, 1997, p.11).

Las posadas eran lugares en los cuales se hospedaban, en especial, arrieros y viajeros; estaban ubicadas en zonas rurales que, también brindaban cobijo a la caballería, que servía como transporte de personas y mercancías (Gallegos y Peyrolon, 2004, p. 668).

Para esta protección, algunos reyes y emperadores empezaron a construir refugios en los caminos y éstos eran ofrecidos gratuitamente a los comerciantes, para protegerlos de los ladrones, con la finalidad de que el comercio pudiera expandirse, porque el intercambio de productos era una de las principales razones de la movilización de las civilizaciones (Centro Empresarial Gastronómico y Hotelero, 2013).

En la Edad Media, el Cristianismo como el Islamismo se propagaron considerablemente y, por tal motivo, empezó la rivalidad entre estas dos religiones que, incluso, llegaron a enfrentarse en muchas ocasiones, creando las muy conocidas “Cruzadas”, para los cristianos y “Guerras Santas”, para los musulmanes. Después de que los cristianos recuperaran los lugares santos ocupados por los “Moros”, se creó una orden religiosa llamada “San Juan de

Jerusalén”, cuyos integrantes brindaban protección y albergue a los peregrinos; así surge la decisión de fundar hospitales, para brindar sus servicios en mayor capacidad (Torres, 1997, p. 11). Eran conocidos como hospitales, porque la raíz de esta palabra proviene del Latín “*Hospes*”, que significa huésped o visita (Etimologías, 2014).

Los primeros lugares de hospedaje aparecen a principios de la Edad Moderna, que posteriormente serán llamados mesones, los cuales estaban ubicados fuera de los pueblos, en los que se podía encontrar alojamiento, alimentación y bebida (Torres, 1997, p. 12).

Así surgen las posadas y tabernas, que crecieron considerablemente en el siglo dieciséis, las cuales se ubicaban en lugares estratégicos, cerca de los ríos y caminos, por ser estas dos vías esenciales para cualquier viajero. En esta época se introdujeron leyes para crear un control de calidad del servicio y regular los precios en dichas tabernas y posadas (López, s.f.).

Las tabernas se consideraban como establecimientos públicos donde servían bebidas y, en ocasiones, comida (Gallegos y Peyrolon, 2004, p. 771).

### **1.1.1. Breve Historia del Desarrollo Hotelero**

El desarrollo de la hotelería era inevitable, y César Ritz fue uno de los principales precursores para el crecimiento de esta industria. Así lo indica Leire Larraiza en su blog (2014), que César Ritz llegó a revolucionar la hotelería con diferentes herramientas que no estaban siendo utilizadas en años pasados, como: la atención personalizada, el mejoramiento de la higiene en los establecimientos, el poseer información de los huéspedes y la implementación de baños privados en las habitaciones. Así aportó, indudablemente a esta industria, para que en la actualidad existan estándares de servicio, que sirven en todo el mundo.



### **1.1.2. Breve Historia de la Hotelería Mundial**

Como quedo indicado anteriormente, la hotelería mundial comienza en la antigüedad, como posadas y, una de ellas, la más antigua del mundo es *HoushiRoykan*, que fue fundada en el año 717 en Japón, administrada, hasta la actualidad, por la familia Houshi. El maestro budista Taicho Daishi descubrió en la zona de *Awazu* un manantial con poderes de restauración, que los habitantes de ese pueblo no lo conocía. Taicho ordenó a Garyo Houshi que construyera, en ese lugar, una posada, que en la actualidad se lo podría considerar como un spa (Ho-shi, s.f.).

En el año de 1311 aparece la posada *Zum Roten Bären* (El oso rojo) ubicado en la ciudad de Friburgo, Alemania. Esta posada fue un centro social de aquella época, en la cual se reunían los ciudadanos para comer, beber y compartir información. Es importante rescatar que a pesar de las guerras y reformas, nunca se cambió considerablemente su estructura, hasta la actualidad (*Zum Roten Bären, s.f.*).

La aparición de los primeros hoteles de lujo surge con el Hotel *Tremont* en Boston, fue el primero en obtener esta distinción por contar con dormitorios privados, con cerraduras en las puertas, aseos internos y hombres rotonda que, en la actualidad, serían los botones. Es así como empieza el surgimiento de la hotelería de lujo, creando grandes empresas en esta industria y con personajes muy destacados como César Ritz, Conrad Hilton, Howard Johnson y Williard Marriott, quienes aportaron para el crecimiento de la hotelería, pero cada uno de ellos con su propia historia de éxito, basado en la aplicación de estándares de servicio y calidad (Weissinger, 2001, pp. 6-8).

### **1.1.3. Breve Historia de la Hotelería en Ecuador**

La información sobre la historia de la hotelería en el país es escasa, por tal motivo, este punto se centrara en los primeros hoteles que se construyeron en la ciudad de Quito; es así que, la historia de la hotelería en el Ecuador, es

referirse a la ciudad de Quito, debido que, al ser la capital del país, es una de las primeras ciudades que tuvo un desarrollo turístico y económico hace muchos años.

Uno de los principales hoteles, y de gran historia, fue el Hotel Majestic, denominado actualmente Hotel Plaza Grande, en la ciudad de Quito. Esta edificación fue propiedad de la familia Guarderas, en el siglo XIX y, posteriormente, pasó a propiedad de la familia Andino, que por el año de 1930, junto a un inversionista francés decidió modificarlo y adecuarlo para convertirla en un lujoso hotel de la época, en el cual se reunían las familias más prestigiosas de la ciudad. Estaba ubicado en la parque central de la capital, con una privilegiada vista hacia el Palacio de Carondelet, La Catedral, El Panecillo y las cúpulas de las iglesias del Centro Histórico (Hotel Plaza Grande, 2014).

Por el continuo desarrollo del Ecuador y el crecimiento hacia el Norte de la ciudad de Quito, fue necesaria la construcción de un hotel que acoja mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros.

En el año de 1946 se construye el Hotel Colon, en la calle Pinzón. A mediados de los años sesenta, los directivos del hotel, junto con directivos de las agencias de viajes de mayor importancia en ese entonces, deciden la construcción de un hotel de ocho pisos, la cual tuvo una inversión de 14 millones de sucres y se ubica en la Av. Amazonas y Av. Patria, el cual acogió a jefes de Medio Oriente, presidentes, príncipes de Europa y celebridades de todo el mundo. Con tan sólo nueve años de historia desde su apertura, en 1974 se decide construir la segunda etapa del hotel, para aumentar el número de habitaciones, salones, restaurantes, bares y cafeterías, constituyendo así, el hotel más grande del país, en esa tiempo (Hilton Colon International, 2014).

Con el desarrollo hotelero en el país, fue necesario la creación de una asociación que reúna y represente a este grupo empresarial, por lo tanto se

crea la Asociación Hotelera Nacional del Ecuador, en el año de 1955, con la representación de empresarios guayaquileños (AHOTEC, 2014).

## 1.2. Reglamento General de Actividades Turísticas

En razón de que la hotelería es prestación de servicios, fue preciso controlar y estandarizar esta industria, lo cual se consiguió con el Reglamento General de Actividades Turísticas, que fue expedido en el gobierno de Gustavo Noboa Bejarano. El capítulo I de este reglamento constan: las categorías, calificaciones y nomenclaturas para las actividades turísticas de alojamiento.

Las categorías de los establecimientos hoteleros son establecidas por el Ministerio de Turismo, mediante estrellas doradas, de la siguiente manera (Registro Oficial 726, 2002):

- Cinco estrellas → Lujo
- Cuatro estrellas → Primera categoría
- Tres estrellas → Segunda categoría
- Dos estrellas → Tercera categoría
- Una estrellas → Cuarta categoría

Esta categorización está relacionada con los servicios que brinden los hoteles y con la calidad y tipo de las instalaciones que posean. También son calificados con estrellas plateadas de tres a una a los hostales, hostel residencias, pensiones, hosterías, moteles, refugios, cabañas, complejos vacacionales, campamentos y apartamentos (Registro Oficial 726, 2002).

En este reglamento, también se dispone que la nomenclatura a ser utilizada para cada establecimiento será la siguiente (Registro Oficial 726, 2002):

- Hotel H
- Hotel Residencia HR
- Hotel Apartamento HA
- Hostal HS
- Hostal Residencia HSR

- Pensión P
- Hostería HT
- Motel M
- Refugio RF
- Complejo Vacacional CV
- Apartamento AP
- Cabaña C

Esta categorización de los establecimientos hoteleros, no garantiza el éxito del negocio, por ello es necesario utilizar herramientas o estrategias que faciliten obtener dicho éxito, aspecto vital de toda empresa.

Estándares de calidad y procedimientos de servicios, constituye herramientas de mucha importancia para el éxito de una empresa de servicio, como demuestran las experiencias obtenidas de grandes empresarios.

### **1.3. ¿Qué es Calidad?**

Se define como calidad al compromiso que tienen las empresas de dar un producto o servicio, conforme a las especificaciones y características del mismo (Gallegos y Peyrolon, 2004, p. 172).

Un producto o servicio que esté libre de defectos y que llegue a satisfacer las necesidades de un cliente, se puede decir que es de calidad; pero, para ello, se debe crear un control o parámetros que ayuden a medir el nivel de satisfacción que causó el producto o servicio en el cliente (Mallol, Godoy y Villarroel, 2013).

Dar una definición de la calidad es complejo, porque cada persona tiene una percepción diferente. En este trabajo se ha tratado de relacionar el pensamiento del autor con la definición que dan Reeves y Bednar (1994), que intentan explicar a la calidad, desde cuatro puntos específicos:

- El primero de éstos es la calidad como excelencia, que se lo ve al producto o servicio como lo mejor que se puede ofrecer, porque si una empresa brinda algo de excelencia, necesariamente va a ser de calidad (García, 2000, pp. 15-16).
- El segundo punto es la calidad como valor, concepto que nace a mediados de Siglo XVII, cuando algunos comerciantes promovían crear y brindar productos de mala calidad a un precio más barato, es entonces cuando no se la ve a la calidad desde la perspectiva de lo mejor, sino que entra en juego el precio, que el generador del valor de un producto o servicio, según el criterio y el uso que le diera cada consumidor (García, 2000, pp. 16-17).

Por estos aspectos, regularmente se considera de calidad a un servicio o producto de muy alto costo, generando una confusión en los clientes, al momento de adquirir un bien o un servicio (Vásquez, 2007).

- El tercer punto es la calidad como ajuste a las especificaciones, concepto que surge en la época de la producción industrial en serie, con el propósito de minimizar el trabajo manual, por lo que se empezó a especificar parámetros que los productos y servicios debían cumplir, así como los componentes que debían tener, para su fácil utilización; constituyendo así al producto, según las necesidad que tenga el cliente (García, 2000, pp. 17-18).
- Finalmente, el cuarto punto que se plantea es la calidad como respuesta a las expectativas de los clientes, concepto surge porque la anterior no llegaba a satisfacer, en su totalidad, las necesidades del cliente, y era necesario crear una nueva categoría de calidad, desde el punto de vista de los consumidores. Es así como se llega a la conclusión de que calidad es lo que los clientes piensan y perciben, de acuerdo a sus deseos y necesidades (García, 2000, pp. 18-19).

### **1.3.1. Breve Historia de la Calidad**

El deseo del ser humano de realizar trabajos de calidad, se remonta a la antigua Babilonia, en la cual existió el “Código Hammurabi”, que establecía la pena de muerte para el albañil que realizaba un trabajo y como consecuencia de aquel, originaba la muerte de otra persona (Miranda, 2007, pp. 1-2).

La fabricación y venta de productos artesanales, en la época medieval, la realizaban los mismos artesanos que además, recibían las quejas de los consumidores y con ello mejoraban sus productos; en los Siglo XVII y XVIII aparecen los gremios que controlaban los materiales, los productos y el proceso que se utilizaba para su elaboración (Miranda, 2007, pp. 1-2).

A finales del Siglo XVIII, con la Revolución Industrial, surge la incorporación de máquinas a las fábricas; en los primeros años se trataba de tener una comunicación directa entre el fabricante y el consumidor, constituyendo así el trabajador como el único responsable del proceso de producción (Miranda, 2007, pp. 2-3).

Después de este tiempo nacen las grandes empresas con diversificación del trabajo, en las cuales existía personal para la producción y planificación, y otro para el control de la calidad de los productos, generando así departamentos de calidad, a los cuales se les adjudicaba toda responsabilidad sobre dicho control de la calidad de los productos finales, cuya ventaja de estos departamentos, era que en aquella época fue mayor la demanda que la oferta y los clientes recibían cualquier producto, sin importarles la calidad (Miranda, 2007, p. 3).

En el año de 1920, en los Estados Unidos de América se procede al control de calidad, que estaba operada por personal técnico especializado, en esta ocasión dirigidos por el Dr. Walter A. Shewhart, que trabajaba en los laboratorios de teléfonos Bell, quien introdujo un control gráfico y estadístico que supervisaba el proceso de manufactura, detectaba y daba respuestas a los errores en la elaboración de los productos (Molina, 2013).

La Segunda Guerra Mundial fue el inicio para la utilización de estos procesos y conceptos de calidad, que servirían para garantizar un armamento confiable, para lo cual se utilizó la estadística en el control de la calidad que ayudaba a comprobar el nivel de ésta, en los productos finales (Miranda, 2007, pp. 1-2).

En los años siguientes, las empresas se dieron cuenta que la calidad era muy importante en todas las etapas de su organización, ya sea la producción, administración, comercialización, entre otros; se llega a la conclusión de que la calidad afecta a toda la empresa y, por tanto, es responsabilidad de todas las personas que la conforman trabajar en ella (Miranda, 2007, pp. 1-2).

### **1.3.2. Cultura de la Calidad en las Empresas**

Para tratar este tema, es necesario referirse a la cultura de los servicio, porque estos han constituido un pilar fundamental, que las empresas han ido trabajando en las últimas décadas, para su desarrollo continuo y la mejora de las mismas. Claudia Hernández (2009) en su libro de “Calidad en el Servicio” manifiesta, que la cultura de los servicio aparece en el años de 1956 y está vigente hasta estos días; pues, cada vez hay más personas que se dedican a la prestación de servicios en hoteles, restaurantes, bancos y transporte, además del desarrollo académico de las personas para conseguir un mejor puesto de trabajo (Hernández, 2009, p. 17).

Es necesario crear una cultura de calidad que esté enfocada a satisfacer todas las necesidades, deseos, y expectativas del cliente. Se entiende que la cultura de la calidad es un enfoque que puede afectar a toda la sociedad involucrada, y que dicha cultura comprende: ideas, actitudes y sentimientos que forman parte de la vida de cada individuo para sentir seguridad (Cela, 2000, pp. 25-26).

Por esta cultura de la calidad, las empresas están más interesadas en implementar modelos de calidad en su administración, producción y

comercialización, que genere un mayor valor económico en sus productos o servicios que ofrecen en el mercado.

Un modelo de calidad significa hacer las cosas bien desde el primer momento, por medio de la cual se mejora la eficacia y la rentabilidad de las organizaciones, que además, reducirán costos, así como una mejor comunicación entre los integrantes de la empresa, para llegar a un bien común (Senlle y Torres, 2000, p. 11).

Actualmente los clientes, cada vez, son más exigentes sobre la calidad de los productos que están adquiriendo, lo que ha creado la necesidad a que miles de empresas se certifiquen sobre su calidad mediante una empresa internacional o nacional. El que una empresa u organización se certifique es de carácter voluntario inicialmente, lo cual lo valida con documentos y esto significa confianza en los clientes sobre los productos que están pagando (Senlle y Stoll, 1995, p. 33).

Existen empresas especializadas en calificar la calidad de un establecimiento público o privada. Es muy importante el prestigio de la empresa que brinda estas certificaciones de calidad, para que sea una ventaja diferenciadora de otros productos de la misma línea; además, de que pueda facilitar el posicionamiento y el crecimiento de la empresa en el mercado (Senlle y Stoll, 1995, p. 33).

Un organismo internacional de mucho prestigio es *International Organization for Standardization* (ISO), que fue creada en el año de 1947, con la finalidad de garantizar la calidad en las empresas. Las normas ISO 9000 ayudan a implementar un sistema de calidad, que es una forma de asegurar una gestión controlada y rentable, para que las empresas sean más sólidas y competitivas en el mercado, con lo cual se puede obtener empresas más rentables, con crecimiento continuo en el mercado, con aumento de empleo, entre otros (Senlle y Torres, 2000, p. 11).



### 1.3.3. Maestros de la calidad

#### 1.3.3.1. Deming

W. Edwards Deming fue físico-matemático, con doctorado en la Universidad de Yale. Se considera que por sus conocimientos en matemáticas, estadística y su personalidad, le permitieron entender a las organizaciones empresariales. Fue invitado por la industria de Japón para dar conferencias sobre calidad. Por el cariño y respeto que se supo ganar por el pueblo de ese país, crearon un premio empresarial en su honor y, además, fue premiado con “La Medalla de Segundo Orden del Tesoro Sagrado”, el mayor galardón que Japón puede dar a un extranjero (Deming *Collaboration*, 2013).

#### Circulo de Deming

Es también llamado como “Rueda de Deming” o “Circulo PDCA” (*Plan, Do, Check, Action*), que es utilizado para mejorar la calidad dentro de una empresa, en la cual, el trabajo hay que planificarlo, hacerlo, comprobarlo y ejecutarlo (Ruiz y López, 2004, p. 9).

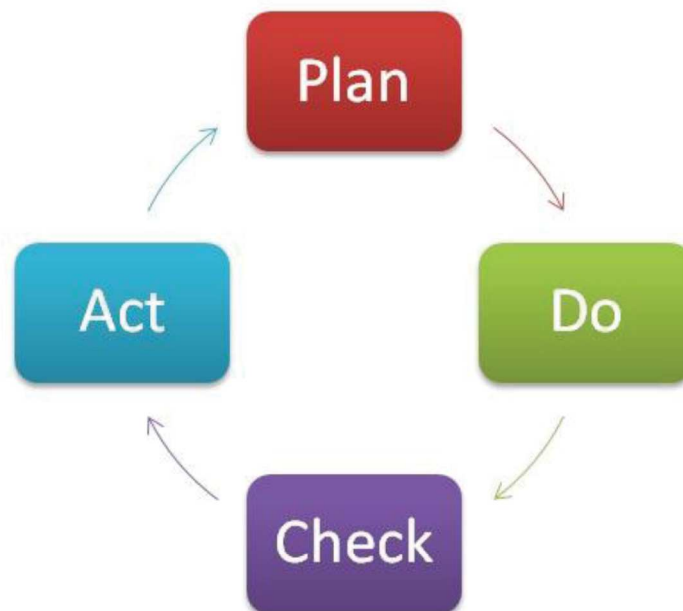


Figura 1. Circulo de Deming  
Tomado de Blog de EEN, 2014

### 1.3.3.2. Juran

Joseph M. Juran nació el 24 de diciembre de 1904. Fue licenciado en derecho e ingeniero, aportando en varias empresas europeas, americanas y japonesas. En Japón, se le considera que contribuyó a la revolución del plan de calidad, después de la Segunda Guerra Mundial. En el año de 1979, fue fundado Juran *Institute*, con el propósito de brindar congresos, seminarios y consultoría. Además, a Juran se le considera como el impulsor del concepto *Total Quality Management* (TQM) (Ruiz y López, 2004, p. 9).

#### La trilogía de la calidad

Juran señala, que la gestión de la calidad se realiza a través de tres procesos (Llorens y Fuentes, 2005, pp.61-63):

1. Planificación de la calidad.- Comprende las acciones que desarrollan las personas en la elaboración de los productos y en los procesos, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
2. Control de calidad.- Es el complemento de la planificación, en el cual, el personal operativo lo utiliza para alcanzar los objetivos del proceso y del producto.
3. Mejora de la calidad.- Trata de alcanzar resultados de calidad muchos más altos que en los ciclos anteriores.

### 1.3.3.3. Crosby

Philip B. Crosby nació el 18 de junio de 1926. Fue el creador de conceptos como: “Cero defectos” y “Relación cliente-proveedor”. Al ver que los altos directivos de las empresas tenían un concepto herrado sobre calidad, porque consideraban como algo intangible o productos y servicios de precios muy elevados, Crosby trató de cambiar este criterio, porque creía que si se

mejoraba la calidad, iban a bajar los costos de la empresa e iba a incrementar la rentabilidad de la misma (Ruiz y López, 2004, p. 12).

Fue el autor del libro "*Quality is Free*" (La calidad es gratuita), en el que asegura, que la calidad es gratuita, porque prevenir errores siempre va a tener un menor costo que el arreglarlo por completo. Crosby, también asegura que a una empresa le cuesta casi el 20% de los ingresos por la mala calidad (Omachonu y Ross, 1995, p. 9).

#### **1.3.3.4. Taguchi**

Genichi Taguchi nació el 1 de enero de 1924, en Japón. Se graduó de ingeniero mecánico y obtuvo un doctorado en Ciencias Estadísticas y Matemáticas. Formó parte de la *Japan Association for Quality* y, cuatro veces fue el ganador del premio Deming, en Japón; de las cuales, en tres ocasiones, por sus aportaciones a la literatura sobre calidad (Giugni, 2011).

Entre la principal contribución de Taguchi a la gestión de calidad, está la relativa a la eficacia de la calidad de diseño. Sus métodos están inclinados hacia el cálculo de los costos de los productos brindados, por no cumplir con lo especificado en las etiquetas de los mismos. Además, Taguchi dice, que se puede ahorrar esfuerzos en el futuro, si se diseña y planifica; que un diseño más eficaz se obtienen por tres fases (James, 1997, p.57):

1. Diseño del sistema.
2. Parámetro y diseño robusto.
3. Diseño de la tolerancia.

#### **1.4. Calidad en la Hotelería**

La hotelería junto con el turismo son industrias económica que ha venido desarrollándose con el pasar tiempo, llegando a ocupar un puesto muy importante en el ingreso de divisas a nuestro país. La participación en ferias internacionales, campañas, como *All you need is Ecuador*, entre otras; ha

despertado el interés por visitar nuestro país tanto de turistas extranjeros, de como turistas nacionales.

El porcentaje de turistas que ingresa al país aumenta cada año; así, en el periodo comprendido de enero a mayo del año 2014, se ha incrementado el ingreso de turistas en un 16%, en relación al mismo periodo del año 2013. (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, 2014).

Debido a este crecimiento en el ingreso de turistas al país, la demanda de los mismos, cada vez es mayor, por lo cual, la oferta hotelera también ha crecido considerablemente, para tener una mayor capacidad de acogida de turistas.

Cada empresa o marca hotelera ha tratado de posicionarse en el mercado nacional e internacional, usando estrategias de diferenciación, como ya sea en precio, en instalaciones, en prestación de servicios, entre otros.

Actualmente, existen más establecimientos de hospedaje, que tratan de ofrecer mejores servicios para poder alcanzar un mayor porcentaje de ocupación, además, de incrementar su oferta de plazas, pasando así, en la ciudad de Quito, de 23 790 plazas que se ofrecían en el año 2013 a 26 882 que se ofrecieron en el 2014, esperando que para el año 2015 exista un incremento de 900 nuevas plazas (Navarro J, 2015).

La calidad como estrategia, es una herramienta que en la actualidad se usa con mucha fuerza para el posicionamiento en el mercado, porque las expectativas de los clientes han aumentado y, en muchas ocasiones, han cambiado, por lo que es necesario satisfacer esas expectativas o superarlas, para que esta estrategia de calidad remplace a una estrategia de precios.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis situacional de la empresa.

#### 2.1. Historia del Hotel “Casa Real”

El hotel “Casa Real” ha formado parte de una descendencia dedicada a la prestación de servicios de hospedaje y alimentación.

La familia Pumagualli-Jácome incursiona en esta industria hotelera en la ciudad de Riobamba, desde hace 50 años. En sus inicios adaptaron una casa patrimonial de la ciudad, ubicada en las calles 10 de Agosto y Magdalena Dávalos, en el centro y parte del casco colonial, para que forme parte de uno de los primeros hostales que existió en esa época. Esta casa fue arrendada a la familia García-Cordero. Así nace la empresa hotelera de la familia antes nombrada, con el hostel “El Turista”; con 10 habitaciones y con servicio de alimentación, que recibía en su mayoría a personas de paso por la ciudad (Entrevista 001 Pumagualli, 2014).

Al comprobar que la prestación de servicios de alojamiento y alimentación, era un negocio rentable, en 1978 la familia Pumagualli-Jácome construyen una residencia ubicada en la calle Brasil y la Av. Daniel León Borja, la cual contó con una mayor capacidad de alojamiento de la citada anteriormente, para acoger a los turistas que visitaban la ciudad; esta residencial, hoy es el Hotel “Roció”, cuya estructura ha sido objeto de varias modificaciones para contar con un mayor número de habitaciones (Entrevista 001 Pumagualli, 2014).

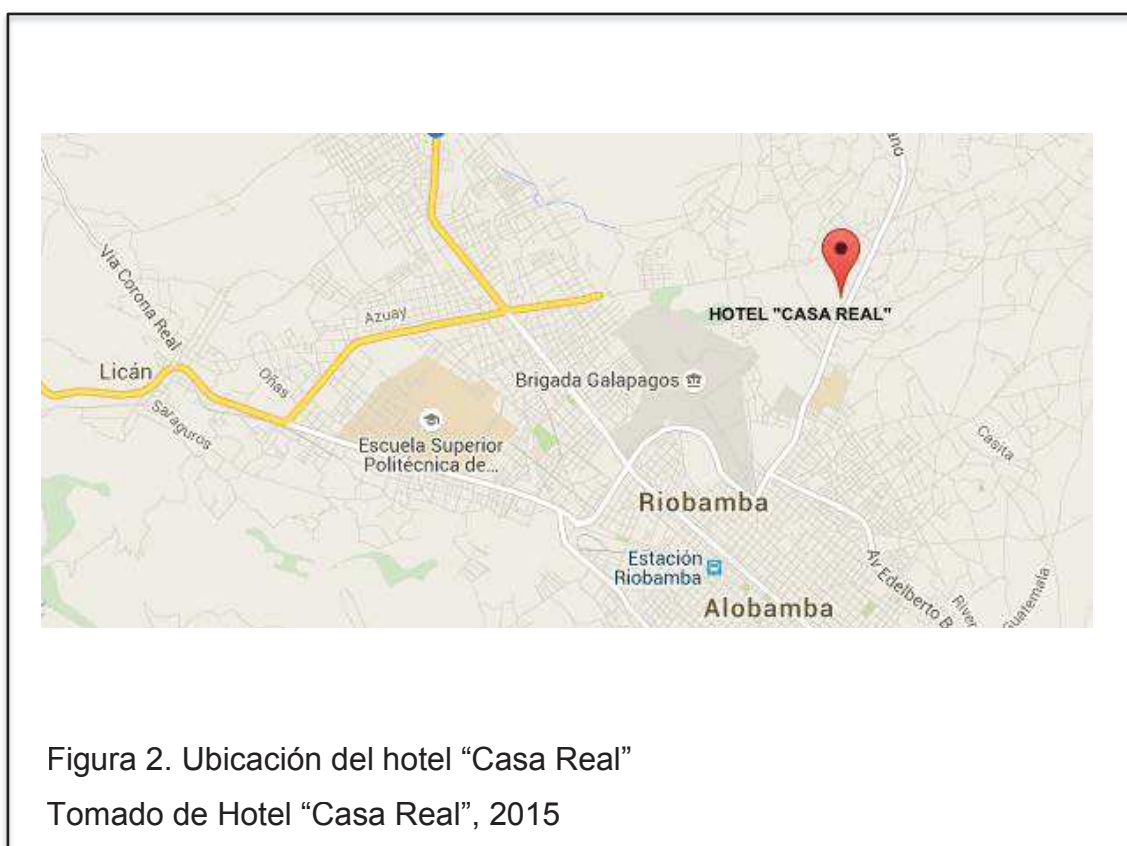
Roció y Yolanda Pumagualli Jácome, impulsadas por el amor al servicio y a su ciudad, principios inculcados por sus padres, deciden construir un nuevo hotel, que aporte al desarrollo y a la economía de la ciudad, con el nombre hotel “Casa Real”; su construcción se inicia en el año 2003, con el propósito de crear algo moderno y elegante, por lo que deciden ubicarlo en una de las zonas más

exclusivas de la ciudad de Riobamba, como es el sector de Las Abras (Entrevista 001 Pumagualli, 2014).

La construcción de la infraestructura del hotel, duró ocho años, en virtud de que la inversión era elevada y las empresarias vivieron etapas difíciles en la familia, por lo que fue necesario recurrir a entidades bancarias para solicitar un préstamo que ayude a la culminación de la obra, lo que ocurrió en el año 2011, en la que el hotel abrió sus puertas al público, con la ilusión de progreso mediante la eficacia en la prestación del servicio (Entrevista 001 Pumagualli, 2014).

## 2.2. Ubicación Geográfica

Hotel “Casa Real”, está ubicado en la ciudad de Riobamba, vía a Guano Km., 1 ½, en el sector de Las Abras, provincia de Chimborazo, Ecuador.



## 2.3. Servicios del Hotel

El hotel se caracteriza por su presentación elegante en su infraestructura, cuidando cada detalle para que el huésped se sienta cómodo.

Las áreas productivas que caracterizan al hotel son tres: el servicio de alojamiento, salones de eventos y el servicio de restaurante (Entrevista 002 Baquero, 2014).

### 2.3.1. Alojamiento

Dispone de 25 habitaciones, distribuidas de la siguiente manera:

- Diez habitaciones doble *standard*, que cada una ocupa 35 metros cuadrados, con dos camas tipo *twin*, teléfono en la habitación, baño privado, caja de seguridad, televisor LCD, con señal satelital de directv y acceso a internet. (Anexo C-1)
- Nueve habitaciones simples, que cada una ocupa 30 metros cuadrados, con una cama tipo *queen*, teléfono en la habitación, baño privado, caja de seguridad, televisor LCD, con señal satelital de directv y acceso a internet. (Anexo C-2)
- Tres habitaciones triples, que comprende cada una de un dormitorio matrimonial y un dormitorio con dos camas tipo *twin*, teléfono en la habitación, baño con tina, caja de seguridad, televisor LCD, con señal satelital de directv y acceso a internet. (Anexo C-3)
- Una Suite Ejecutiva Ángeles, que ocupa 70 metros cuadrados, con una cama tipo *queen*, desayunador en la habitación, mecedora, chimenea, mini-bar, teléfono en la habitación, baño privado, caja de seguridad, televisor LCD con señal de directv y acceso a internet. (Anexo C-4)
- Una Suite Ejecutiva Aragón, que ocupa 70 metros cuadrados, con una cama tipo *queen*, desayunador en la habitación, mecedora, mini-bar, teléfono en la habitación, baño con jacuzzi y ducha, caja de seguridad, televisor LCD, con señal satelital de directv y acceso a internet. (Anexo C-5)

- Suite Presidencial Andalucía: es una suite de 80 metros cuadrados, con ventanales grandes que dan al exterior del hotel, cama tipo *King*, desayunador en la habitación, mecedora, chimenea, mini-bar, teléfono en la habitación, baño con jacuzzi y ducha, caja de seguridad, televisor LCD, con señal satelital de directv y acceso a internet. (Anexo C-6) (Anexo C-7)

### **2.3.2. Salones de eventos**

Cuenta con dos salones:

- Salón “Almudena”.- Con una capacidad para atender hasta 50 personas, en donde se realizan, generalmente, eventos de negocios, seminarios, conferencias, entre otros.
- Salón “Vip Asturias”.- Tiene una capacidad para atender hasta 150 personas, destinado a reuniones sociales: como matrimonios, quince años, bautizos, cenas, entre otros; así como talleres de capacitación y conferencias para grandes empresas de la ciudad.

Los salones de eventos ya trascienden en el mercado local, compitiendo con otros salones de recepciones de la ciudad.

### **2.3.3. Restaurante D´Linares**

Es un lugar acogedor y elegante, con capacidad para atender hasta 60 personas, con una variada gastronomía. Los precios que se han establecido para el menú son accesibles, tanto para el consumidor local, nacional y para el extranjero. (Anexo C-8)

## **2.4. Misión**

Según Ojeda en su diccionario de “Administración de Empresas” (2006, p. 260) define a misión como:

“Concepto central de la planificación estratégica de la empresa. Consiste en un enunciado en el cual se debe exponer de manera general, breve y



precisa en qué consiste lo que la empresa se propone hacer, y cuáles pautas básicas guiarán las acciones para lograr sus objetivos” (Ojeda, 2006, p. 260).

El hotel “Casa Real” ha establecido como misión:

“Brindar a nuestros huéspedes un servicio de excelencia, comprometiéndonos con el turismo sostenible, ofreciendo a la vez, momentos insuperables a nuestros invitados en un ambiente de lujo, a través del estilo, la distinción y la calidez de nuestra atención” (Casa Real, 2014).

## **2.5. Visión**

Roberto Espinoza, en su blog de “Marketing y Ventas” (2013), afirma que la visión es la que define las metas de una empresa que quiere lograr en el futuro mismas que deben ser realistas y alcanzables.

El hotel “Casa Real” ha establecido como visión:

“Nos enfocamos en un objetivo común, que es el éxito con nuestros clientes y el desarrollo empresarial; logrando así, consolidarnos como una empresa líder en el mercado, competitiva e innovadora de los servicios turísticos que ofrece la bella República del Ecuador” (Casa Real, 2014).

## **2.6. Objetivos**

Los objetivos pueden formularse para un corto o largo plazo, los cuales se les puede tomar como compromisos de la empresa para alcanzar lo que se proponen, en un tiempo determinado, los cuales, a su vez sirven como objeto de medición de los avances de la empresa (Hernández, 2012, p. 138).

El hotel “Casa Real” no ha establecido un objetivo general de la empresa del cual se deriven diferentes objetivos específicos, para un mejor desarrollo de esta empresa. Este hotel ha establecido cuatro objetivos relacionados con la creación del departamento de mercadeo, en el cual desean concentrar su atención para mejorar la participación en el mercado (Entrevista 002 Pumagualli, 2014).

1. “El primer objetivo que se plantean es crear el departamento de mercadeo, que se encargará, exclusivamente, del marketing online y marketing offline” (Casa Real, 2014).
2. “El segundo objetivo es diseñar la página web del hotel, con toda la información de productos y servicios que ofrece” (Casa Real, 2014).
3. “El tercer objetivo es participar en redes sociales existentes” (Casa Real, 2014).
4. “El cuarto objetivo es promocionar al hotel en Google mediante el *payperclik*, una vez que las herramientas de promoción online tengan una óptima calidad” (Casa Real, 2014)

## 2.7. Estructura Organizacional

### 2.7.1. Organigrama Funcional

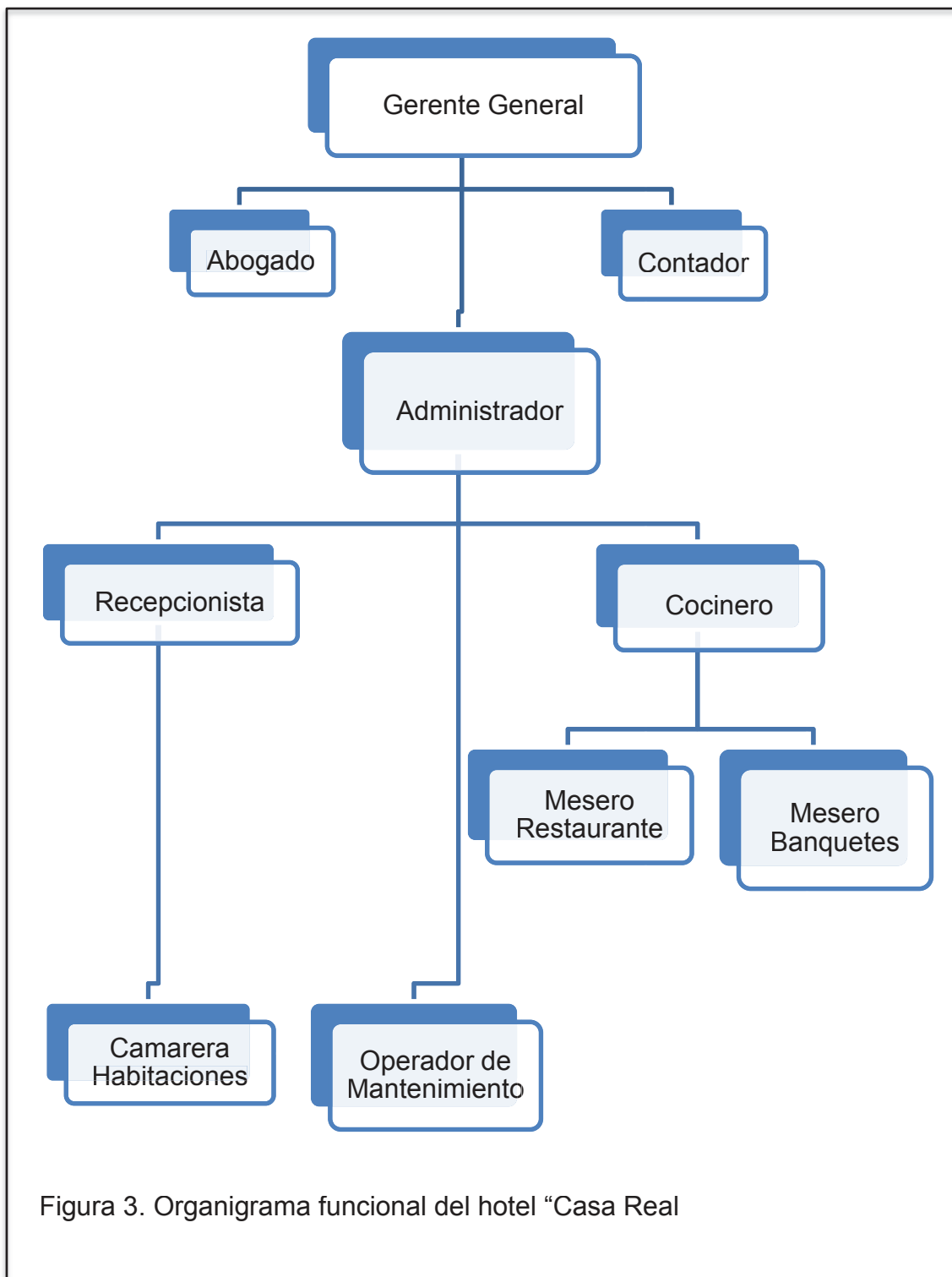


Figura 3. Organigrama funcional del hotel "Casa Real"

## 2.8. Descripción de Funciones

### Gerente General

- Implantar normas y directrices para el funcionamiento del hotel.
- Controlar el buen desempeño de las áreas administrativa, financiera y operativa.
- Analizar y resolver problemas que se presenten en el hotel.
- Representar ante entidades públicas y privadas.

### Abogado

- Elaborar contratos laborales y de prestación de servicios.
- Representar legalmente a conflictos, demandas o inconvenientes.
- Salvaguardar todos los documentos legales de la empresa.
- Revisar toda la documentación legal que maneje el hotel.
- Realizar otras funciones que el Gerente le asigne.

### Contador

- Realizar el libro contable con los ingresos y gastos del hotel.
- Preparar informes económicos mensuales.
- Controlar el inventario, ingreso o egresos de todas las áreas del hotel.
- Realizar los roles de pago del personal.
- Realizar declaraciones del Impuesto a la renta.
- Ingresar al sistema contable facturas de compras y ventas.
- Manejar la información contable de forma confidencial.
- Realizar otras funciones que el Gerente le asigne.

## Administrador

- Planificar el trabajo que deben desarrollar las diferentes áreas del hotel.
- Supervisar el trabajo tanto en áreas operativas y administrativas.
- Supervisar que las instalaciones del hotel estén en perfectas condiciones para su funcionamiento.
- Controlar hora de entrada y salida del personal.
- Realizar los horarios semanales para el personal.
- Selección y capacitación del personal.
- Control que los empleados cumplan con sus tareas asignadas.
- Manejar inconvenientes que se presenten con empleados, clientes o proveedores.
- Encargado de la implementación, desarrollo y análisis de proyectos que incrementen el porcentaje de ocupación del hotel.
- Encargado del área de marketing, eventos y ventas.
- Presentar informes semanales a la Gerencia, de la situación de la empresa.
- Realizar otras funciones que el Gerente le asigne.

## Recepcionista

- Recibir a los clientes de una forma amable.
- Realizar las reservaciones de los distintos servicios que ofrece el hotel.
- Confirmar reservaciones con los clientes.
- Llenar los formatos de registro de los huéspedes.
- Llevar un control de los servicios consumidos por los clientes.
- Cobrar a los clientes por los servicios consumidos.
- Reportar por turno todos los ingresos obtenidos por la prestación de servicios a los clientes.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

### Camarera Habitaciones

- Realizar la limpieza de las habitaciones.
- Mantener limpio los pasillos y escaleras.
- Lavar y planchar las sábanas, fundas de almohada y sobrecamas.
- Realizar reportes diarios del estado de las habitaciones.
- Mantener todos sus implementos de trabajo en orden.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

### Cocinero

- Manipular los alimentos adecuadamente.
- Elaborar los diferentes menús que se exhiben en la carta.
- Realizar inventarios semanales de los productos que hay en bodega.
- Controlar que los productos estén frescos y en óptimas condiciones para su utilización.
- Elaborar pedidos de compras.
- Realizar recetas estándar.
- Tener la cocina ordenada y limpia.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

### Mesero Restaurante

- Mantener todas las áreas de trabajo limpias.
- Realizar inventarios diarios de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Realizar inventario de cristalería, cubertería, vajilla y mantelería.
- Pulir cristalería y cubertería antes de su uso.
- Montaje de mesas.
- Recibir y atender a los clientes de una forma amable.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

### Mesero Banquetes

- Mantener todas las áreas de trabajo limpias.
- Realizar inventarios diarios de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Realizar inventario de cristalería, cubertería, vajilla y mantelería.
- Pulir cristalería y cubertería antes de su uso.
- Montaje de mesas de acuerdo al evento a realizar
- Desmontaje de mesas y limpieza del local después del evento.
- Atender a los clientes de una forma amable.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

### Operador de Mantenimiento

- Limpiar diariamente los patios, garaje y entrada del hotel.
- Dar mantenimiento a los jardines internos y externos.
- Realizar trabajos preventivos y correctivos en maquinaria del hotel.
- Realizar trabajos de mantenimiento y control en las diferentes áreas del hotel.
- Realizar otras funciones que el Gerente o Administrador le asigne.

## **2.9. Análisis FODA**

La matriz FODA es una herramienta de análisis de la empresa. Roberto Espinoza, en su blog de marketing y ventas, expresa que uno de los objetivos de esta matriz es brindar un diagnóstico, de la empresa para poder crear estrategias que se necesiten en ese momento; además, que nos permite reconocer las oportunidades y amenazas que existe en el mercado, y las fortalezas y debilidades que presenta la empresa (Espinoza, 2014).

En la tabla 1, se ha desarrollado la matriz FODA del hotel “Casa Real”, con las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene. Esto se ha podido obtener después de las entrevistas realizadas al gerente y administrador de este establecimiento, y luego de visitar, en varias ocasiones, al establecimiento y a la ciudad de Riobamba.

Tabla 1. Análisis FODA del hotel “Casa Real”

FORTALEZAS (F)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instalaciones nuevas.</li> <li>2. Personal con estudios superiores.</li> <li>3. Posee base de datos de clientes frecuentes.</li> <li>4. Alto porcentaje de fidelidad de los clientes.</li> <li>5. Equipamiento tecnológico en salón de eventos y conferencias.</li> <li>6. Valla y señalética publicitaria.</li> <li>7. Categorizado como un hotel de primera.</li> <li>8. Manejo de reservas vía internet.</li> <li>9. Salón de recepciones moderno.</li> </ol>
OPORTUNIDADES (O)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento de operadoras turísticas en la ciudad de Riobamba.</li> <li>2. Incremento de tendencia de reservas online.</li> <li>3. Fomento de turismo en la provincia de Chimborazo.</li> <li>4. Capacitaciones por parte de la Cámara de Turismo de Chimborazo.</li> <li>5. Incremento de turistas, en la ciudad, por la reactivación del ferrocarril.</li> <li>6. Accesibilidad vial hacia el hotel.</li> <li>7. Ubicación de la ciudad en zona centro del país.</li> <li>8. Preferencia de los turistas por hoteles de alta</li> </ol>



	<p>categoría.</p> <p>9. Incremento de eventos locales en la ciudad de Riobamba.</p>
DEBILIDADES (D)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existe un manual de estandarización y procedimientos de servicio.</li> <li>2. Parte del personal del hotel no bilingüe.</li> <li>3. Poca inversión en marketing.</li> <li>4. Personal multifuncional.</li> <li>5. Alta rotación del personal.</li> <li>6. Localización del hotel en una de las entradas a la ciudad de Riobamba.</li> <li>7. Gerencia con poco conocimiento sobre hotelería.</li> <li>8. Infraestructura limitada, no cuenta con más servicios, como spa, gimnasio, salas de entretenimientos.</li> <li>9. Bajo porcentaje de ocupación de los servicios que ofrece.</li> </ol>
AMENAZAS (A)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competencia hotelera en crecimiento.</li> <li>2. Tecnologías muy cambiantes.</li> <li>3. Constantes cambios en leyes gubernamentales.</li> <li>4. Centro de la ciudad de Riobamba con vías en mal estado.</li> <li>5. Recolección de basura irregular.</li> <li>6. Falta de agua potable en la ciudad.</li> <li>7. Cortes constantes de energía eléctrica.</li> <li>8. Huelgas y movilizaciones gremiales y étnicas.</li> <li>9. Poco mantenimiento de los atractivos turísticos de la ciudad.</li> </ol>

La matriz FODA, es utilizada por muchos gerentes, para crear cuatro estrategias que son:

1. Estrategia FO (fortalezas y oportunidades), en la cual se aprovechan las fortalezas de la empresa con las oportunidades del mercado (Fred, 2003, pp. 200-201).
2. Estrategia FA (fortaleza y amenazas), es utilizada para reducir las consecuencias de las amenazas externas, con las fortalezas internas (Fred, 2003, pp. 200-201).
3. Estrategia DO (debilidades y oportunidades), se usa para aprovechar las oportunidades externas, con las debilidades que existe en la empresa (Fred, 2003, pp. 200-201).
4. Estrategia DA (debilidades y amenazas), son métodos que sirven para impedir que las amenazas externas afecte a la empresa y, a la vez, tratar de reducir las debilidades internas (Fred, 2003, pp. 200-201).

Con la matriz FODA de hotel, a continuación se plantean tres posibles alternativas, para cada estrategia antes mencionada:

- **2.9.1. Estrategia FO:**

1. Implementación de un manual de estándares y procedimientos de servicio. (F7,O4)
2. Convenios con operadores online. (F8,O2)
3. Oferta de salón de eventos en instalaciones modernas. (F9,O9)

- **2.9.2. Estrategia FA:**

1. Ofrecer tarifas de descuento en la página web del hotel, para aumentar el porcentaje de ocupación. (F8, A8)
2. Promocionar el hotel en vallas publicitarias en las tres entradas de la ciudad. (F6, A4)

3. Actualizar constantemente los datos de los clientes frecuentes. (F4, A2)

- **2.9.3. Estrategia DO:**

1. Participación del personal en capacitaciones que ofrece la Cámara de Turismo.(D2, D7,O4)
2. Creación de paquetes turísticos hoteleros con diferentes actividades.(D9, O3, O5, O8)
3. Incrementar la participación en redes sociales *Facebook, Twitter e Instagram*. (D3,O2)

- **2.9.4. Estrategia DA:**

1. Ofrecer actividades fuera del establecimiento. (D8,A9)
2. Contratar personal discontinuo. (D5, D4,A3)
3. Buscar nuevas rutas de acceso al centro de la ciudad. (D6,A4)

## **2.10. Benchmarking**

El *benchmarking* es una herramienta que se utiliza para mejorar el desempeño de una empresa. El objetivo principal de esta herramienta es mejorar el funcionamiento de la empresa, o los servicios que se esta prestando al mercado, mediante una comparación con sus competidores directos o copiando a los productos o servicios que ofrecen (Robbins y Coulter, 2005, p. 210).




El *benchmarking* del hotel “Casa Real”, se ha realizado con dos hoteles de gran importancia y de gran trayectoria, en la ciudad de Riobamba, como son: hotel “Zeus” y hotel “El Molino”. Se decidió tomar a estos hoteles, porque están categorizados en el mismo rango y dirigidos a un mismo segmento de mercado.

El hotel “Zeus” se encuentra en el centro norte de la ciudad de Riobamba. Cuenta con casi 30 años de servicio al público, lo que le ha permitido posicionarse como uno de los de los hoteles más importantes de la ciudad, el cual, actualmente cuenta con 94 habitaciones que sirve para el disfrute de tanto turistas nacionales como internacionales (Hotel Zeus, 2015).

Hotel “El Molino” es nuevo en la ciudad de Riobamba, ubicado en el centro norte de la ciudad, junto a las rieles del tren. Se caracteriza por su elegancia y su servicio al cliente, con lo cual, trata de ser una las principales empresas hoteleras a nivel local y regional (Hotel El Molino, 2015).

A continuación, en la tabla 2, consta el *benchmarking*, con la comparación de los servicios que estos tres hoteles ofrecen al mercado.

Tabla 2. Benchmarking

<b>BENCHMARKING</b>			
<b>1 Nombre</b>	Casa Real	Zeus	El Molino
<b>2 Logo</b>			
<b>3 Categoría</b>	Primera	Primera	Primera
<b>4 Tipo de Hospedaje</b>	Hotel	Hotel	Hotel
<b>5 Región</b>	Andes	Andes	Andes
<b>6 Ciudad</b>	Riobamba	Riobamba	Riobamba
<b>7 Provincia</b>	Chimborazo	Chimborazo	Chimborazo
<b>8 Ubicación</b>	Km 1 1/2 vía a Guano	Av. Daniel León Borja 41-29 y Duchicela	Duchicela 42-13 y Unidad Nacional
<b>9 Página Web</b>	<a href="http://www.hotelspacasareal.com">www.hotelspacasareal.com</a>	<a href="http://www.hotelzeus.com.ec">www.hotelzeus.com.ec</a>	<a href="http://www.hotelelmolino.com.ec">www.hotelelmolino.com.ec</a>
<b>10 Plazas A&amp;B</b>	60	100	100
<b>11 Plazas Alojamiento</b>	60	200	150
<b>12 Número de Habitaciones</b>	25	94	80
<b>13 Suite</b>	X	X	X
<b>14 Matrimoniales</b>	X	X	X
<b>15 Dobles</b>	X	X	X
<b>16 Salón de Recepciones</b>	X	X	X
<b>17 Salón de Conferencias</b>	X	X	X
<b>18 Estacionamiento</b>	X	X	X
<b>19 Valet Parking</b>			X
<b>20 Transporte</b>	X	X	X
<b>21 Desayuno Buffet</b>	X	X	X
<b>22 Bar y Cafetería</b>	X	X	X
<b>23 Restaurante</b>	X	X	X
<b>24 Servicio a la Habitación</b>	X	X	X
<b>25 Internet</b>	X	X	X
<b>26 Lavandería</b>	X	X	X
<b>27 Tintorería</b>		X	
<b>28 Servicio de Limpieza Cobertura</b>		X	X
<b>29 Guarda maletas</b>	X	X	X
<b>30 Señalética Interna</b>	X	X	X
<b>31 Publicidad Señalética (Rotulo)</b>	X	X	X
<b>32 Espacios Verdes</b>	X		

### **2.11. Ventaja Competitiva**

La ventaja competitiva es lo que le diferencia a una empresa de otras de la misma línea a la que están enfocadas o del mismo sector en el que se encuentran, permitiéndole sobresalir y posicionarse mejor en el mercado. Las ventajas competitivas pueden ser en el producto, en el servicio al cliente, en los costos, en la tecnología, en la infraestructura, entre otros (Kume, 2014).

Para el Administrador del hotel “Casa Real” las ventajas competitivas del hotel son las siguientes (Entrevista 002 Baquero, 2014):

1. Como principal ventaja competitiva de este hotel, se puede establecer la infraestructura nueva, que fue creada y diseñada para el servicio que está brindando; puesto que, en muchos establecimientos de servicios de hospedaje, en la ciudad de Riobamba, son casas de viviendas adecuadas para funcionar como hoteles.
2. Las tarifas de las habitaciones se han mantenido desde la apertura del hotel, que fue en el 2011, hasta la presente fecha, con la finalidad de tener una mayor participación en el mercado.
3. Personal calificado y con constantes capacitaciones sobre servicio.
4. Señalética vistosa colocada a la entrada del hotel, que facilita el ingreso de los clientes.
5. Equipamiento tecnológico: como audio, visual, iluminaria, entre otros, en salones de eventos y conferencias.
6. Está categorizado como un hotel de primera, dentro de cinco hoteles que poseen esta distinción en Riobamba.

Por parte del autor de este trabajo, las ventajas competitivas del hotel “Casa Real” se han tomado de las fortalezas que se establecieron en el análisis de la matriz FODA, y por medio de lo que se pudo observar en las visitas realizadas a este establecimiento.

Hotel “Casa Real” tiene como principal ventaja competitiva, el ser uno de los pocos hoteles de la ciudad de Riobamba que esta categorizado como un hotel de primera, lo cual le permite tener mayor prestigio a nivel local y regional. Otra ventaja muy importante, es que cuenta con instalaciones modernas, equipamiento tecnológico y mobiliario de primera. Además, cuenta con un jardín interno, lo que le permite diferenciarse de los demás hoteles, puesto que otros establecimientos ni si quieren cuentan con jardines; esto le permite realizar diferentes actividades como por ejemplo: bodas, bautizos, reuniones, entre otras; sin que el clima pueda afectar a estos eventos.

Estas serían las principales ventajas competitivas del hotel “Casa Real”, las cuales se deferían de mantener y mejorarlas para ganar mayor protagonismo en el mercado local, nacional e internacional.

## **2.12. Investigación de mercado actual**

En la entrevista realizada a Juan Carlos Baquero, administrador del hotel “Casa Real”, comento, que el hotel posee un mercado mixto, es decir, que reciben turistas nacionales y extranjeros.

El porcentaje de ocupación del hotel es muy bajo, está entre el 35% al 40%, porque no se ha realizado un buen trabajo de difusión del hotel y porque es relativamente nuevo; pero paulatinamente, ha ido incrementando su ocupación (Entrevista 002 Baquero, 2014).

Actualmente, el hotel “Casa Real”, se encuentra trabajando directamente con 20 agencias de viajes en la ciudad de Quito y dos, en la ciudad de Guayaquil. Además ofrece sus servicios a 10 laboratorios farmacéuticos, que proporcionan alrededor de 17 visitantes a médicos, por semana (Entrevista 002 Baquero, 2014).

El Ministerio de Turismo tiene una importante labor en promocionar a la provincia de Chimborazo, con sus atractivos turísticos y la reactivación del tren;

lo que ha generado un importante aumento del mercado hotelero, con turistas nacionales e internacionales, quienes forman parte importante del mercado actual que tiene el hotel “Casa Real”; pero, es necesario que las autoridades locales se preocupen por difundir y conservar los distintos atractivos turísticos que tiene la ciudad de Riobamba, como son: el casco colonia, los museos, los parques, las iglesias, entre otros, que fueron y son de gran importancia en la historia de nuestro país (Entrevista 002 Baquero, 2014).

### **2.13. Mercado Proyectado**

El hotel “Casa Real” se ha propuesto, para el año 2015, aumentar el porcentaje de su ocupación, de 40% que tuvo en el año 2014, a un 60%; tanto con turistas nacionales y extranjeros. Hotel “Casa Real”, junto con su personal, tiene la intención de adquirir una mayor participación en el mercado hotelero nacional y local, para ello es necesaria la participación del gerente, administrador y del personal, para realizar un trabajo exhaustivo y conjunto en todas las áreas del hotel.

De la entrevista realizada al administrador del establecimiento, se pudo establecer que el mercado proyectado del hotel es de mucha importancia para el crecimiento de su participación el mercado nacional, lo que servirá de base para proyectarse a un mercado internacional en años siguientes (Entrevista 002 Baquero, 2014).

También, se tratará de aumentar en un 20% el número de agencias turísticas, en la ciudad de Quito, para promocionar al hotel y generar una demanda mayor de los servicios; además, se tratará de ingresar con mayor fuerza a los mercados de Guayaquil y Cuenca, que no han sido considerados debidamente en la promoción del hotel; mediante una mayor participación en ferias hoteleras y a través del marketing off-line, en radios, periódicos y revistas locales (Entrevista 002 Baquero, 2014).



## CAPÍTULO III

### 3. Diseño del *blue print* actual y diseño del *blue print* optimizado

#### 3.1. Lista de posibles errores, Hotel Casa Real.

A continuación, se ofrece una lista de los posibles errores en infraestructura, recepción, página web, restaurante, salón de eventos, personal, entre otros, que existe en el hotel “Casa Real”, y los cuales afectan a la prestación de servicios.

##### Infraestructura

- Nombre del hotel, sin servicio de spa.
- Mal olor en las instalaciones del hotel por problemas con el drenaje.
- Falta de agua potable.
- Falta de generador de luz.
- Baños no equipados para discapacitados.
- Señaletica.
- No posee rampas internas de accesos.
- Dimensiones no estándares de puertas para discapacitados.
- No poseen un botiquín.
- No poseen una bodega de abastecimiento.
- No posee porta maletas.
- Red inalámbrica lenta.
- Paredes con humedad.
- Cables de instalaciones de cámaras de seguridad a la vista.
- Falta de iluminación en los jardines externos.
- No existe vestidores (*lockers*) y comedor para el personal.

##### Recepción

- No tiene un software hotelero.
- Las políticas de trabajo no son claras.

- Falta de capacitaciones del personal.

#### Página web relación con el cliente

- No se puede realizar el pago para la reserva.
- Los links para las redes sociales no son los correctos.
- El mapa para llegar al hotel no está bien identificado.

#### Red telefónica

- Pocas líneas telefónicas.
- No posee teléfonos inalámbricos.

#### Restaurante

- Cocinero con poca interacción con los clientes.
- No tienen recetas estándar.
- Poco mantenimiento en las cocinas, no renuevan utensilios de cocina.
- Menú no actualizado desde la apertura del hotel.
- No utilizan guantes en la preparación de alimentos
- No utilizan mallas para la cabeza.
- Mal manejo de los alimentos.
- No poseen un inventario de alimentos.
- Posibles problemas con contaminación cruzada.

#### Salón de recepciones

- Salón de evento de multifunción.
- Capacidad de aforo del salón de recepciones limitada.
- El sonido de los eventos llega a las habitaciones.
- No tiene luces de emergencia.
- No tienen ventilación.

- La salida de evacuación no posee pasamanos.
- Área de servicio pequeña.

### Reservas

- Falta de comunicación en la recepción.
- El personal no posee la información completa sobre las habitaciones.
- El lenguaje verbal utilizado por el personal del hotel no es el apropiado.

### Personal

- Gerencia sin conocimiento profesional en hotelería.
- No tienen uniformes.
- Recepcionista con poco conocimiento en computación.
- Personal con perfil no capacitado para el puesto que desempeña.
- Personal no ofrece atención al cliente apropiadamente.
- Atención telefónica poco profesional.

### Habitaciones

- Problemas de ruido en las habitaciones por los exteriores.
- Baños con extractor de olores muy pequeños.
- Poco menaje de toallas y sábanas.
- Problemas con el agua caliente y la presión del agua.

### Interacción con el cliente

- No existe servicio de botones (atención al huésped).
- No existe evaluación de servicios (encuestas).
- Nadie recibe a los clientes en el parqueadero.
- Mapa confuso para llegar al hotel.

### 3.2. Qué puede fallar y que se debe hacer para evitarlo

El hotel “Casa Real” es un hotel relativamente nuevo, con solamente cuatro años de participación en el mercado, pero aun así, ya se puede notar los problemas que existen en este establecimiento. Una de las principales fallas es la falta de visión de la gerencia y tratar de manejar el hotel de una forma inadecuada a la magnitud del negocio mismo. Existe problemas en infraestructura, poca capacitación al personal, la falta de una manual de estándares de calidad, el personal no cuenta con uniformes, entre otros.

A continuación, se propondrá una serie de alternativas que ayudarán al mejor desempeño de este establecimiento y a tratar de reducir los errores o fallas que se está cometiendo actualmente.

1. Es importante diseñar estándares y procedimientos de servicio, los cuales sirvan de guía para el trabajo diario del personal, a la vez que regularán procesos de servicio, y tratara de brindar un servicio parecido y placentero para el cliente en todas las áreas del hotel.
2. La infraestructura es pieza clave para tratar de eliminar los errores que se están cometiendo en este hotel. Se debe hacer una inversión considerable para mejor el servicio y las instalaciones que se está brindando a los clientes.
3. Capacitaciones constantes para el personal, puesto que es la imagen como empresa y marca, por ello es importante que el hotel “Casa Real” posea mejores profesionales cada día, lo cual ayudará a reducir errores al momento de la interacción con el cliente.
4. La imagen corporativa debe estar claramente identificada. El uso de uniformes es trascendental para el servicio al cliente, debido que así se podrá visualizar quienes son los que están a cargo del servicio y con quienes se puede solucionar cualquier inconveniente que se pueda suscitar.

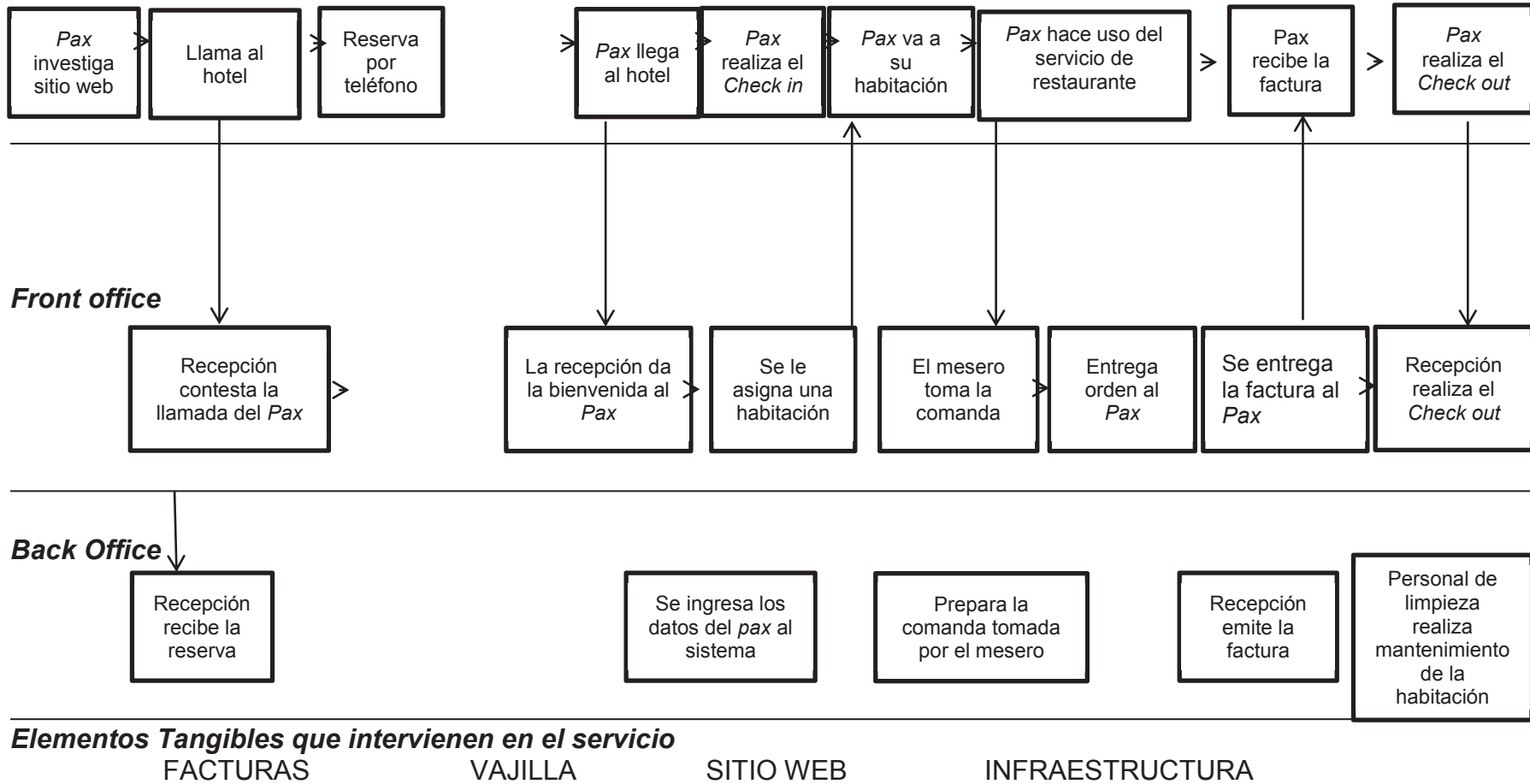
5. El hotel Casa Real como se lo menciona en capítulos anteriores, está categorizado como un hotel de primera, y a la vez su meta es aumentar su porcentaje de ocupación, para ello es necesario que el hotel tenga un software hotelero que facilite el trabajo del personal de recepción y de reservas, para que no exista sobreventa del hotel y confusiones al momento de asignar habitaciones y de emitir facturas.

Estos son los principales puntos que se deben trabajar para tratar de reducir errores en el hotel Casa Real y los cuales ayuden a un mejor funcionamiento del mismo.

En el capítulo 4, que habla de las propuestas de mejoras, se profundizará en cada uno de estos puntos, para brindar soluciones que puedan reducir los errores que se están cometiendo en este hotel, y pueda incrementar su participación en el mercado, mejorar los servicios que brindan y trabajar en su imagen corporativa.

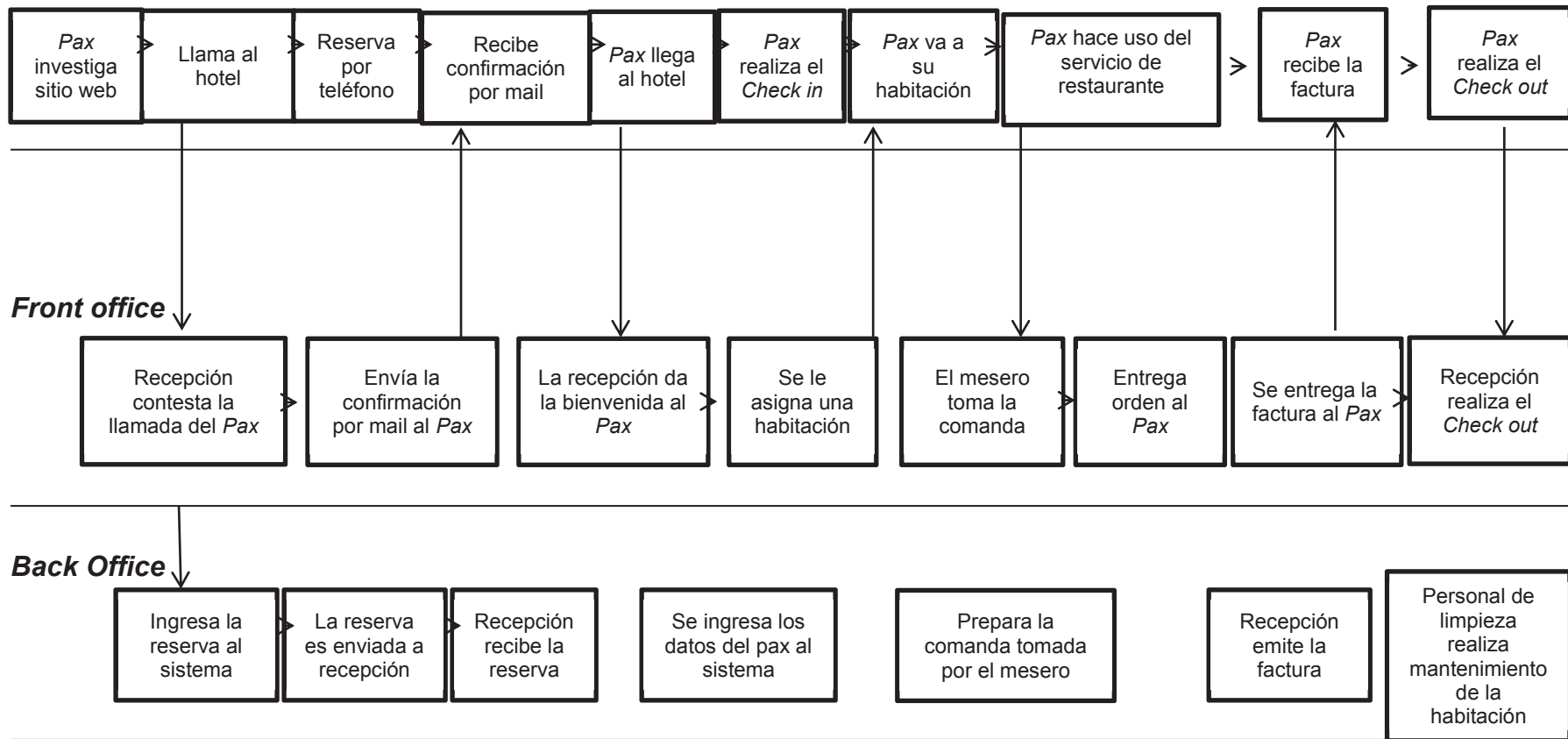
### 3.3 BLUEPRINT ACTUAL DE SERVICIO HOTEL "CASA REAL"

#### Participación de los clientes



### 3.4. BLUEPRINT OPTIMIZADO DE SERVICIO HOTEL "CASA REAL"

#### Participación de los clientes

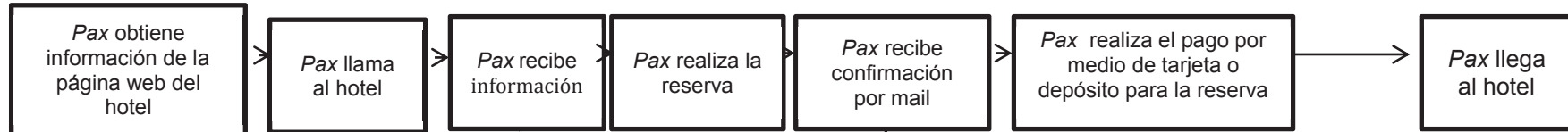


#### Elementos Tangibles que intervienen en el servicio

UNIFORMES SOFTWARE EQUIPOS INFORMÁTICOS FACTURAS VAJILLA SITIO WEB INFRAESTRUCTURA

### 3.4.1. BLUEPRINT DE RESERVA HOTEL "CASA REAL"

#### Participación de los clientes



#### Front office



#### Back Office



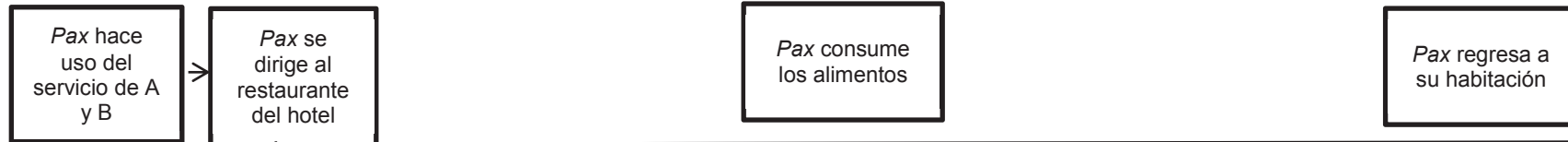
#### Elementos Tangibles que intervienen en el servicio

DATA FAST    SOFTWARE    EQUIPOS INFORMÁTICOS    CENTRAL TELEFÓNICA    MAIL    SITIO WEB

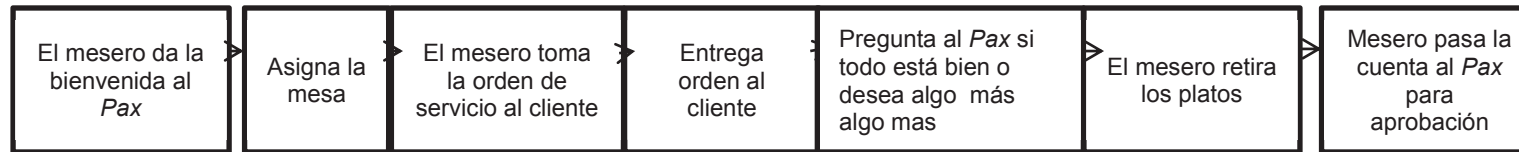


### 3.4.2. BLUEPRINT DEL RESTAURANTE HOTEL "CASA REAL"

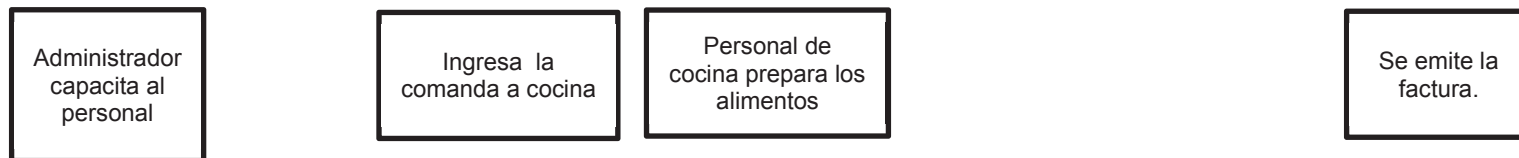
#### Participación de los clientes



#### Front office



#### Back Office

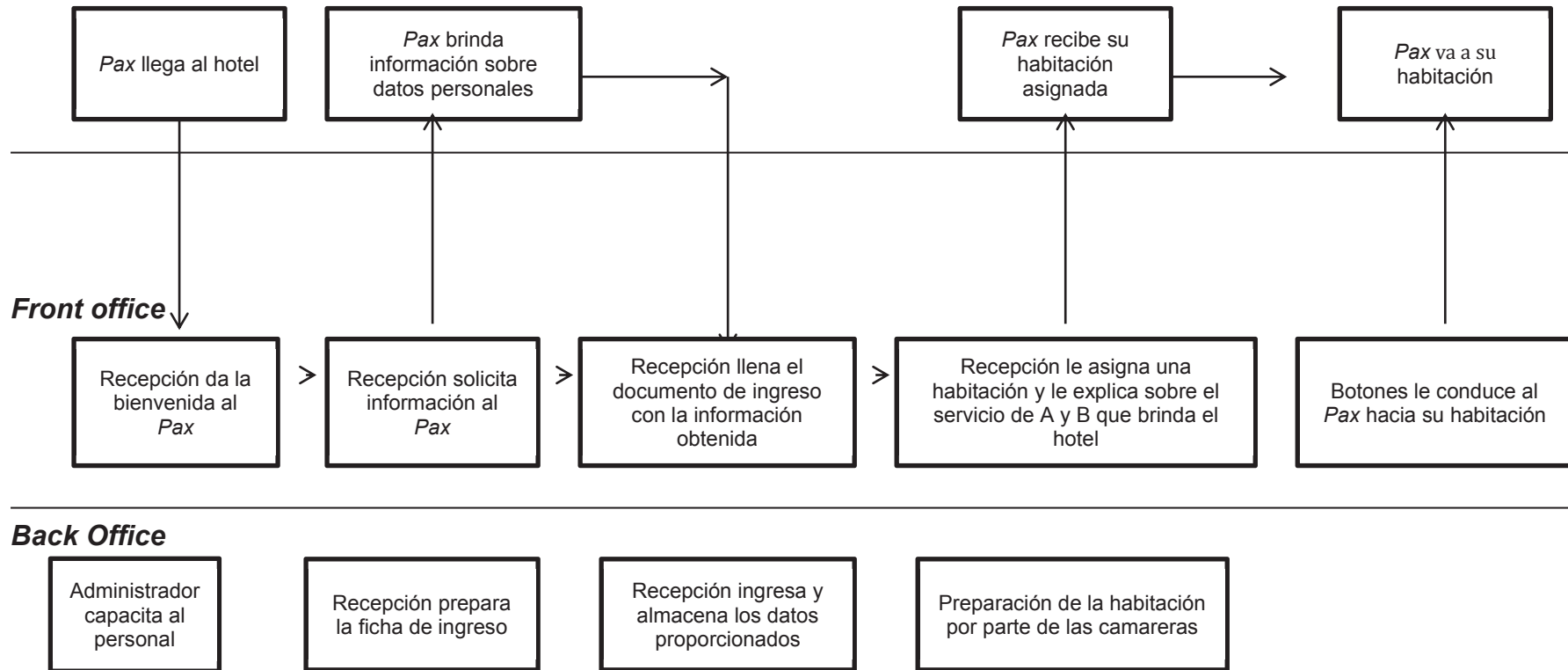


#### Elementos Tangibles que intervienen en el servicio

UNIFORMES SOFTWARE EQUIPOS INFORMÁTICOS FACTURAS VAJILLA SITIO WEB INFRAESTRUCTURA

### 3.4.3. BLUEPRINT DEL CHECK IN HOTEL "CASA REAL"

#### Participación de los clientes

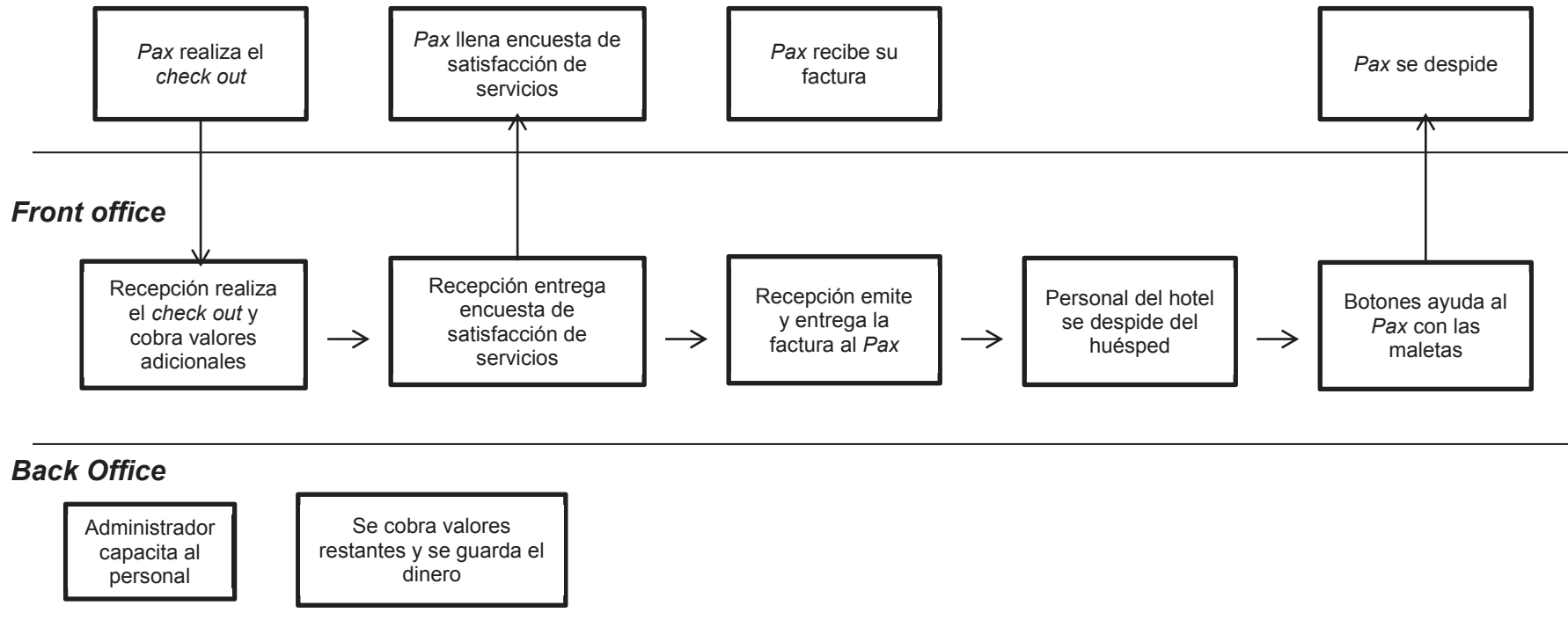


#### Elementos Tangibles que intervienen en el servicio

UNIFORMES      SOFTWARE      EQUIPOS INFORMÁTICOS      FACTURAS      VAJILLA      SITIO WEB  
 INFRAESTRUCTURA      FICHA DE INGRESO

### 3.4.4. BLUEPRINT DEL CHECK OUT HOTEL "CASA REAL"

#### Participación de los clientes



#### Elementos Tangibles que intervienen en el servicio

UNIFORMES SOFTWARE EQUIPOS INFORMÁTICOS FACTURAS VAJILLA SITIO WEB INFRAESTRUCTURA ENCUESTA

## CAPÍTULO IV

### 4. Propuestas de mejoramiento

#### Introducción

Es fundamental que el hotel “Casa Real” mejore su calidad en su infraestructura, en el servicio y en su personal; para que compita en un mercado que ha evolucionado.

El mantenerse innovando y mejorando sus servicios va a permitir que esta empresa logre incrementar su porcentaje de ocupación en todas sus áreas de servicio.

Mediante las constantes visitas que se han realizado a este establecimiento, se pudo observar las principales deficiencias que se presentan en este hotel, mencionados ya en capítulo III (infraestructura, personal y servicios), de las cuales se ha tratado de identificar los puntos con mayor deficiencia, para implementar estrategias que mejore su funcionamiento.

#### Objetivo General:

Proponer herramientas y alternativas que mejore el servicio en el hotel “Casa Real” en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

#### Objetivos Específicos:

1. Diseñar un manual de estándares y procedimientos de servicio.
2. Mejorar la infraestructura del hotel.
3. Capacitar al personal.

4. Trabajar la imagen corporativa.
5. Implementar un software hotelero.

A continuación se detalla, los diferentes puntos que se propone para el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios del hotel “Casa Real” en la ciudad de Riobamba:

#### **4.1. Diseño de estándares y procedimientos de servicio.**

El hotel “Casa Real”, actualmente no cuenta con estándares ni procedimientos de servicio, lo cual conlleva a su deficiencia en la prestación de servicios. No existen documentos establecidos que sirvan de guía para el trabajo del personal, por lo que no se puede exigir al personal un eficiente trabajo, a base de normas y procedimientos. Esto genera malestar en el ambiente laboral del hotel, entre la gerencia y el personal.

Con el diseño de estándares y procedimientos de servicio, se ayuda a la gerencial para que tenga un mejor control del trabajo de todo el personal, contando con los documentos referidos.

Los estándares sirven como una referencia o un modelo de control, que facilite el trabajo, puesto que elimina el control de cada una de las personas que trabajan en una empresa, porque se convierte en un control global; además en ellos está claramente definida la forma que la empresa quiere el servicio a ser brindado a los clientes (International Service Marketing Institute, 2001).

Se deben establecer procedimientos de servicio que ayuden a desarrollar un servicio homogéneo en todas las áreas de las empresas, debido que un proceso es una secuencia de actividades que pueden ser repetitivas y ordenadas (Pérez, 2012, . 49).

Se espera que contando con este diseño de estándares y procedimientos de servicio, pueda facilitar el trabajo del personal, así como el control de este trabajo por parte de la gerencia del hotel “Casa Real”, además de proporcionar documentos claros de lo que la empresa espera que realicen los trabajadores y la forma de hacerlo.

En el capítulo V, consta el diseño de estándares y procedimientos de servicio para el hotel “Casa Real”, en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

#### **4.2. Infraestructura**

Como se indicó, el hotel “Casa Real” abrió sus puertas al público en el año 2011, después de ocho años de construcción con sus respectivas adecuaciones, por parte de ingenieros y arquitectos de la ciudad.

Uno de los principales problemas que se surgió a lo largo de la construcción, fue la participación y dirección en los trabajos de varios arquitectos e ingenieros, los cuales no materializaron las ideas principales que tenían los propietarios de este establecimiento, condenándolo así al hotel “Casa Real” a terminar la obra sin la estructura que pueda brindar un mejor servicio al cliente.

De las constantes visitas realizadas a este hotel y con la asesoría del ingeniero Marcelo Pumagualli, de la constructora “Pumagualli Construye”, se realizó una lista de los principales problemas que tiene este hotel, a los cuales se ofrece alternativas de solución, y que constan a continuación resumidas:

#### **4.2.1. Señalética**

Proporcionar al hotel señalética interna, con cuya información ayude a los clientes a dirigirse a los distintos puntos de sus servicios, como son:

- Salones de eventos.
- Recepción.
- Restaurante.
- Parqueadero.
- Escalones.
- Habitaciones.
- Bodegas.
- Baños.
- Oficinas administrativas.

Información para prevención, prohibición y advertencia de los lugares de peligro y cuidado, en las instalaciones del hotel:

- Salidas de emergencia.
- Cuarto de máquinas.
- Cisternas.

- Pozo séptico.
- Terrazas.
- Extintores.
- Zona de carga y descarga.

#### **4.2.2. Remodelación**

El hotel “Casa Real” necesita arreglos y reparaciones en algunos lugares dentro del establecimiento, que no han sido modificados ni mejorados desde la apertura del hotel (hace cuatro años), como los siguientes:

- Cambio de cerradura y adecuación de la puerta principal (entrada del hotel). (Anexo 11)
- Implementación de rampas de acceso para discapacitados, dentro y fuera del hotel. (Anexo 12) (Anexo 13)
- Adecuar una habitación para personas con discapacidad, ampliación de accesos internos, equipamiento de baño y arreglo de instalaciones eléctricas, con fácil acceso para personas con discapacidad. (Anexo 14) (Anexo 15)
- Instalar un pasamano en la salida de emergencia del salón de eventos; porque su falta representa un peligro para el tránsito de los clientes y los empleados. (Anexo 16)

#### **4.2.3. Generador Eléctrico**

- Por los constantes cortes de energía eléctrica, es fundamental que cuente con un generador eléctrico de 75 kilovatios, para que



proporcionar de electricidad a todo el hotel, con su máxima ocupación.  
(Anexo 17)

#### **4.2.4. Paneles Solares**

- Actualmente, el hotel no cuenta con calderos o paneles solares para el calentamiento del agua de uso de los clientes en las habitaciones, para ello, se propone la instalación de 10 paneles solares en una de las terrazas, que calentarían alrededor de 2000 litros de agua, que es la capacidad que tiene la cisterna del hotel.

#### **4.2.5. Sensores y Luces de Emergencia**

- Colocar sensores y luces de emergencia en los pasillos, escalones, salones de eventos y cocina, para facilitar la evacuación de las personas que estén dentro del hotel, en caso de emergencia.

#### **4.2.6. Biodigestor de Aguas Servidas**

- El uso de un biodigestor de aguas servidas, ayudará a eliminar los malos olores emitidos por el pozo séptico y facilitara el tratamiento de las aguas negras; con ello, se mejora la higiene, se cuida al ambiente y se proporciona bienestar social en el hotel.

Estas mejoras que se proponen realizar, servirán para un mejor funcionamiento del hotel y que ofrezcan un mejor servicio a los clientes.

### 4.3. Capacitaciones

Como se indicó, acerca de la importancia de la función que desempeña los empleados del hotel, porque constituyen la primera imagen del establecimiento y considerando el contacto directo que tienen con los clientes, es necesario contar con profesionales de calidad para el servicio, los cuales podrán cumplir con las demandas de aquellos, tratando de sobrepasar sus expectativas cuando lleguen al hotel y reciban sus servicios.

Para ofrecer personal profesional de alta calidad, es importante su continua capacitación, para mantenerles actualizados en la manera de atención y servicio al cliente.

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) es una de las instituciones que ofrece servicios de capacitaciones para los empleados de las pequeñas, medianas y grandes empresas, a precios convenientes, que otorga certificación que es avalada por el Ministerio de Relaciones Laborales. Los cursos que ofrece son de mucha utilidad para la capacitación y perfeccionamiento de conocimiento de muchos profesionales utilizados en el mercado laboral. En el campo hotelero son (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, 2014):

- Asistente administrativo
- Atención y servicio al cliente
- Etiqueta y protocolo

- Manipulación de alimentos
- Recepcionista
- Camarera/o de piso

La Dirección de Turismo de Riobamba ofrece también cursos de capacitación del personal empleado en áreas relacionadas con la hotelería y turismo. En el año 2014 no han sido realizados por falta de presupuesto; pero, a pesar de esto, ha realizado cursos de “Líderes de Líderes”, otorgándoles certificaciones a los gerentes de los distintos hoteles de la ciudad (Entrevista 003 Cruz, 2014).

Para el año 2015, se espera contar con el presupuesto respectivo para realizar estas capacitaciones gratuitamente, para lo cual se comunicarían directamente con los hoteles, con la finalidad de conocer la nómina del personal de planta que serán capacitados. Se trata de ofrecer este servicio en áreas en las cuales su personal no sea rotativo, debido a que el presupuesto para capacitaciones es muy limitado. La Dirección de Turismo de Riobamba, además de dar las capacitaciones, ofrece certificaciones laborales para quienes tomen los cursos (Entrevista 003 Cruz, 2014).

#### **4.4. Imagen corporativa**

“Casa Real”, en la ciudad de Riobamba, es un hotel relativamente nuevo en la industria hotelera; pero no se lo ha dado importancia al crecimiento y posicionamiento de su marca, lo que es fundamental para su crecimiento como empresa y, en el futuro que surja como parte de una cadena hotelera.

#### **4.4.1. Inscripción IEPI**

Se necesita que el nombre “Hotel Casa Real” este registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), ente estatal que se encarga de controlar y regular las creaciones relacionadas a símbolos, imágenes, dibujos, nombres, entre otros. Esto ayudará a que el hotel, no corra el riesgo de que su nombre, actividad y servicios, puedan ser tomados por otras empresas, lo cual obligaría a cambiar su enfoque y visión de servicio.

#### **4.4.2. Cromática**

Es importante definir colores distintivos de la empresa, porque actualmente utiliza diferentes colores o tonos en tarjetas de presentación, folletos, publicidad, papel de oficina, uniformes, entre otros; debido a que no hay una clara definición por parte de la gerencia y del departamento administrativo.

#### **4.4.3. Indumentaria y uniformes**

Es necesario el uso de uniformes por parte del personal, que les identifique dentro del hotel. Esto ayudará a los clientes para identificar claramente a las personas que están a cargo del servicio y, además, servirá como publicidad, puesto que los uniformes deberán estar claramente identificados con el logo y slogan del hotel “Casa Real”. También, los empleados deberán usar unas escarapelas con sus nombres, en los uniformes.

#### 4.5. Software hotelero

La implementación de un software hotelero es importante para el desarrollo y fácil manejo del hotel. Además de facilitar el trabajo al personal, también ayudará a la parte administrativa para tener un mayor control sobre las operaciones y el trabajo que están realizando los empleados. Este sistema servirá para realizar las operaciones en las siguientes áreas:

- Reservaciones.
- Recepción
- Ama de llaves.
- Restaurante.
- Eventos.
- Contabilidad.

ISYPLUS es una empresa de origen lojano, que ha desarrollado sistemas de software para diferentes tipos de negocios. En el caso de negocios hoteleros, posee un sistema en gestión hotelera, la cual está diseñada para diferentes tipo de hoteles de acuerdo a su capacidad y servicios que brindan al público (ISYPLUS, 2014).

Con la implementación de un software hotelero, se podrán solucionar problemas actuales que se suscitan, como la equivocación en facturación, en la sobreventa de los servicios del hotel, en las entradas y salidas de los empleados; problemas que están afectando al funcionamiento del hotel, puesto

que en la actualidad se trabaja en páginas como *Excel*, *Word* y *PowerPoint*, que no permite realizar un trabajo eficiente del personal, administración y gerencia.

## **CAPÍTULO V**

### **5. Diseño de estándares y procedimientos**

Se creó un manual de estándares y procedimientos para el mejor funcionamiento y desempeño del hotel, el mismo que se podrá visualizar en el Anexo J.

## CAPÍTULO VI

### 6. Presupuesto de Inversión

En el blog de Clase y Calidad, se indica que el presupuesto de inversión es un documento en donde se detalla todo en lo que una empresa debe invertir, con lo cual se le facilita al Gerente la toma de decisiones, para saber las inversiones que necesita la empresa, para su productividad y para su crecimiento (2013).

El presupuesto de inversión que consta a continuación, se ha desarrollado en base a las propuestas de mejoras previstas para el hotel “Casa Real”, en la ciudad de Riobamba, determinadas en el Capítulo IV.

En tabla 3, consta un presupuesto de inversión total, de las actividades y mejoras en las que debería invertir el hotel. Posteriormente, se podrán observar las tablas detalladas de cada una de las propuestas de mejoras, indicadas en el Capítulo IV.



Tabla 3. Presupuesto total de inversión

<b>PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO</b>		<b>COSTO</b>
Propuestas 1.- Diseño de estándares y procedimientos de servicios		\$ 3.000,00
Propuesta 2.- Infraestructura		\$ 42.630,00
Propuestas 3.- Capacitaciones		\$ 944,20
Propuesta 4.- Imagen corporativa		\$ 2.113,84
Propuestas 5.- Software Hotelero		\$ 7.228,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 55.916,04</b>

En tabla 4, consta el costo del presupuesto de inversión del diseño de estándares y procedimientos de servicios, con los detalles que necesita la creación y la implementación del mismo.

Este costo está basado en la propuesta 1 del Capítulo IV.

Tabla 4. Costo del diseño de estándares y procedimientos de servicios.

ACTIVIDAD	Propuestas 1.- Diseño de estándares y procedimientos de servicios.		COSTO TOTAL
			\$ 3.000,00
Creación del Manual	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	
Creación, diseño, impresión y asesoría del manual de estándares y procedimientos de servicios (incluye 100 horas de capacitación y entrenamiento del personal )	1 manual	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
		TOTAL	\$ 3.000,00

En tabla 5, consta el costo del presupuesto de inversión de mejoras en la infraestructura del hotel “Casa Real”. El presupuesto de infraestructura lo elaboró el potencial contratista ingeniero Marcelo Pumagualli, de la citada constructora “Pumagualli Construye”.

El potencial contratista se compromete a realizar todos los trabajos previstos para el mejoramiento de la infraestructura, en el plazo de 30 días, contado a partir del segundo día que recibiere el 50% de anticipo.

Este costo está basado en la propuesta 2 del Capítulo IV.

Tabla 5. Costo de las mejoras en infraestructura

ACTIVIDAD	Propuesta 2.- Infraestructura		COSTO TOTAL
			\$ 42.630,00
<b>Señalética</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Salones de eventos, recepción, restaurante, salidas de emergencias, oficinas, entre otros.	10 Rótulos	\$ 30,00	\$ 300,00
		TOTAL	\$ 300,00
<b>Remodelación</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Puerta principal	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Rampas de acceso	4	\$ 145,00	\$ 580,00
Adecuar habitación para discapacitados	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Pasamano salón de eventos	1	\$ 740,00	\$ 740,00
		TOTAL	\$ 4.580,00
<b>Generador eléctrico</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Generador eléctrico de 75 kilovatios	1	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
		TOTAL	\$ 17.000,00
<b>Paneles solares</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Calentamiento de agua de 26 habitaciones	10	\$ 1.500,00	\$ 15.000,00
		TOTAL	\$ 15.000,00
<b>Sensores y luces de emergencia</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Escaleras, salidas de emergencia, pasillos, entre otros.	15	\$ 50,00	\$ 750,00
		TOTAL	\$ 750,00
<b>Biodigestor de aguas servidas</b>	Cantidad	Precio Unitario	
Biodigestor de aguas servidas para tratar las aguas negras y eliminar olores	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
		TOTAL	\$ 5.000,00

En tabla 6, consta el costo del presupuesto de inversión de las capacitaciones. El costo de estas capacitaciones, se lo determino en base a la oferta del SECAP.

Este costo está basado en la propuesta 3 del Capítulo IV.

Tabla 6. Costo de las capacitaciones

ACTIVIDAD	Propuestas 3.- Capacitaciones			COSTO TOTAL
	\$ 944,20			
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	# DE PERSONAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	
Asistente administrativo	2	5 Módulos	\$ 175,00	\$ 350,00
Atención y servicio al cliente	5	40 horas	\$ 35,00	\$ 175,00
Etiqueta y protocolo	3	40 horas	\$ 35,00	\$ 105,00
Manipulación de alimentos	2	30 horas	\$54.60	\$ 109,20
Recepcionista	3	40 horas	\$ 35,00	\$ 105,00
Camarera/o de piso	2	30 horas	\$ 50,00	\$ 100,00

En tabla 7, consta el costo del presupuesto de inversión del trabajo en el fortalecimiento de la imagen corporativa, en ella se detallan los costos que requiere el trámite del registro del nombre del hotel en el IEPI y pueda funcionar con este nombre, por el periodo de 10 años. También, consta el costo del asesoramiento del diseñador gráfico ingeniero Esteban Granda de la firma "*Ecospacio Studio*", quien asesorara al establecimiento de colores, diseño de folletos, diseño tarjetas de presentación y papelería de oficina.

Para la provisión de uniformes para el personal, se propone contratar con la empresa "El Uniforme" de la ciudad de Quito, la que ofrece entregar dichos uniformes en el plazo de 15 días, contados a partir del segundo día de firmar el contrato y recibir el anticipo de 60%.

Este costo está basado en la propuesta 4 del Capítulo IV.

Tabla 7. Costo de la mejora de imagen corporativa

ACTIVIDAD	Propuesta 4.- Imagen corporativa		COSTO TOTAL	
			\$ 2.113,84	
<b>INSCRIPCIÓN IEPI</b>				
Búsqueda del nombre				\$ 16,00
Inscripción del nombre				\$ 208,00
		TOTAL		\$ 224,00
<b>CROMÁTICA</b>				
	# DE PERSONAS	Costo por asesoramiento		
Asesoramiento de un experto	1	\$ 500,00		\$ 500,00
		TOTAL		\$ 500,00
<b>INDUMENTARIA DEL PERSONAL</b>				
	# DE PRENDAS	PRENDAS	COSTO UNITARIO	
Administrativo (Hombre)	2	Blazer	\$ 108,76	\$ 217,52
	2	Pantalón	\$ 23,57	\$ 47,14
	2	Camisa	\$ 21,00	\$ 42,00
	2	Corbata	\$ 12,76	\$ 25,52
Administrativo (Mujer)	1	Blazer	\$ 75,15	\$ 75,15
	1	Pantalón	\$ 23,57	\$ 23,57
	1	Blusa	\$ 21,00	\$ 21,00
	1	Pañuelo	\$ 11,78	\$ 11,78
Recepción (Hombre)	2	Chaleco	\$ 22,24	\$ 44,48
	2	Pantalón	\$ 23,57	\$ 47,14
	2	Camisa	\$ 21,00	\$ 42,00
	2	Corbata	\$ 12,76	\$ 25,52
Recepción (Mujer)	2	Chaleco	\$ 22,24	\$ 44,48
	2	Pantalón	\$ 23,57	\$ 47,14
	2	Blusa	\$ 21,00	\$ 42,00
	2	Pañuelo	\$ 11,78	\$ 23,56
Mesero/a	2	Chaleco	\$ 22,24	\$ 44,48
	2	Pantalón	\$ 23,57	\$ 47,14
	2	Camisa/Blus	\$ 21,00	\$ 42,00
	2	Corbatín	\$ 3,93	\$ 7,86
	2	Delantal	\$ 9,42	\$ 18,84
	2	Limpión	\$ 2,90	\$ 5,80
Cocinero	2	Chaqueta	\$ 24,95	\$ 49,90
	2	Pantalón	\$ 18,03	\$ 36,06
	2	Gorro	\$ 2,67	\$ 5,34
	2	Delantal	\$ 10,28	\$ 20,56
Camareras	2	Limpión	\$ 2,90	\$ 5,80
	3	Vestido	\$ 21,62	\$ 64,86
	3	Delantal	\$ 8,25	\$ 24,75
Mantenimiento	3	Gorro	\$ 2,67	\$ 8,01
	1	Pantalón	\$ 23,57	\$ 23,57
	1	Camiseta	\$ 9,08	\$ 9,08
Arte de bordado	1 vez		\$ 9,38	\$ 9,38
Bordado tamaño bolsillo con arte	15 uniformes		\$ 2,50	\$ 37,50
		Subtotal		\$ 1.240,93
		IVA		\$ 148,91
		TOTAL		\$ 1.389,84

En tabla 8, consta el costo del presupuesto de inversión de la implementación de un software hotelero. Se propone que esta actividad se contrate con la empresa “ISYPLUS”, de la ciudad de Loja, la cual ya cuenta con experiencia en el desarrollo de sistemas operativos para hoteles.

Este costo está basado en la propuesta 5 del Capítulo IV.

Tabla 8. Costo del software hotelero

ACTIVIDAD	Propuestas 5.- Software Hotelero			COSTO TOTAL
				\$ 7.228,00
<b>Implementación de un software hotelero</b>	UNIDAD DE MEDIDA		COSTO UNITARIO	
Software hotelero empresarial	1 software		\$ 5.488,00	\$ 5.488,00
Computadoras	2 computadoras		\$ 750,00	\$ 1.500,00
			TOTAL	\$ 6.988,00
<b>Proceso de Implementación</b>	# DE PERSONAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	
Hospedaje	2	2 días	\$ 70,00	\$ 140,00
Alimentación	2	2 días	\$ 50,00	\$ 100,00
			TOTAL	\$ 240,00

## 6.1 Proyección de Venta

Una proyección de venta es un pronóstico de las ventas que debería tener una empresa en el futuro, la cual sirve como guía para realizar presupuestos para compras, producción, requerimiento de personal, entre otros (kume, s.f).

Para el cálculo de esta proyección de ventas del hotel “Casa Real”, se consideró como base las ventas del año 2014, en sus tres áreas de servicio que ofrece al público: hospedaje, restaurante y eventos.

La proyección de ventas del año 2015 se calcula en función de un incremento del 9% sobre las ventas de del año 2014: 4% inflación actual del país y, 5% inversión en propuestas de mejoramiento del hotel (capítulo VI).

Las proyecciones de ventas para el año 2016 y 2017, se realizó tomando como base las proyecciones de ventas del año 2015.

A continuación, se realiza una proyecciones de ventas del hotel “Casa Real” para los años 2015, 2016 y 2017:



Tabla 9. Proyección de venta

<b>PROYECCION DE VENTA HOTEL "CASA REAL"</b>										
<b>SERVICIO</b>	<b>Ventas año 2014</b>	<b>4% Inflación</b>	<b>5% Inversión</b>	<b>Ventas año 2015</b>	<b>4% Inflación</b>	<b>5% Inversión</b>	<b>Ventas año 2016</b>	<b>4% Inflación</b>	<b>5% Inversión</b>	<b>Ventas año 2017</b>
Hospedaje	176.186,24	7.047,45	8.809,31	192.043,00	7.681,72	9.602,15	209.326,87	8.373,07	10.466,34	228.166,29
Restaurante	16.658,91	666,36	832,95	18.158,21	726,33	907,91	19.792,45	791,70	989,62	21.573,77
Eventos	92.367,74	3.694,71	4.618,39	100.680,84	4.027,23	5.034,04	109.742,11	4.389,68	5.487,11	119.618,90
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>285.212,89</b>			<b>310.882,05</b>			<b>338.861,43</b>			<b>369.358,96</b>

## Conclusiones

- Para el entendimiento de los temas de hotelería y calidad, se necesitó la investigación y recopilación de información, que ayudaron a comprender de mejor manera la importancias que tienen, para el mejor funcionamiento de un establecimiento en la industria hotelera.
- Hotel “Casa Real”, es un establecimiento nuevo, con instalaciones sobrias y elegantes, al cual le ha costado mucho trabajo el establecerse como un hotel de primera. La participación de profesionales, fue de gran ayuda para que este establecimiento se pueda posicionar en el mercado local, además de proyectarlo como uno de los mejores hoteles de la ciudad.
- Los errores en el funcionamiento no están exceptos de este establecimiento, lo cual no le permite brindar un mejor servicio a sus huéspedes, generándole la pérdida de clientes que serían de gran importancia para el fortalecimiento de esta empresa hotelera.
- Con la implementación de las propuestas de mejoras, se puede reducir en un porcentaje considerable la ineficiencia que existe en el funcionamiento del hotel; que no le permite brindar un servicio de calidad a los clientes del hotel “Casa Real”.
- El presupuesto de inversión que el hotel debería realizar es elevado, pero hay que considerar las retribuciones económicas que se tendría mejorando estas áreas. Además, el análisis de la matriz FODA, los planos de servicios y el manual interno de estándares y procedimientos de servicio, fue desarrollado por el autor de este trabajo, los mismo que serán entregados al propietario del hotel sin costo alguno, sirviendo para que el hotel mejore en parte su prestación de servicios.

## Recomendaciones

- Hotel “Casa Real”, es un establecimiento moderno y elegante, que necesita una administración adecuada, que sepa dirigir y liderar con conocimiento y dedicación, para que el hotel pueda competir en el mercado local y nacional.
- Se necesita fortalecer las ventajas competitivas que tiene el hotel, y a la vez seguirlas mejorando e innovando, lo cual permitirá diferenciarse de la competencia directa y lograr una mayor participación en el mercado local y regional.
- Crear nuevas alianzas estratégicas con diferentes empresas del país, trabajando conjuntamente con ellas para generar un mayor desarrollo económico al hotel y a la ciudad de Riobamba.
- Es recomendable que el hotel “Casa Real, utilice todo el tiempo el manual interno de estándares y procedimientos, que servirá de apoyo para un mejor desempeño y funcionamiento del establecimiento.
- Realizar las adecuaciones en infraestructura detalladas en este proyecto de titulación, lo cual permitirá al hotel, brindar un mejor servicio a los clientes y generar lazos de fidelidad con los mismos.
- Implementar el software hotelero que ayudará al trabajo del personal del hotel y facilitará en parte el control por parte del departamento administrativo y gerencial.
- Contratar un mayor número de personal, que brinde una atención personalizada; evitando así, personal multifuncional que no pueda realizar su trabajo de forma eficiente.
- Tener claros que los clientes son la razón de existir de la empresa; por lo tanto, es obligación del hotel el tratar de sobrepasar en todo momento las expectativas que tienen sobre el servicio que van a recibir.

## Abreviaturas

**AHOTEC:** Asociación Hotelera Nacional del Ecuador

**ISO:** *International Organization for Standardization*

**PDCA:** *Plan, Do, Check, Action*

**TQM:** *Total Quality Management*

**EEN:** Escuela Europea de Negocios

**ISMI:** *International Service Marketing Institute*

**SECAP:** Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional

**IEPI:** Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

**OPTUR:** Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.

**CAPTUR:** Cámara Provincial de Turismo de Pichincha

## REFERENCIAS

Asociación Hotelera Nacional del Ecuador. (2014). *Origen/Reseña histórica*. Recuperado el 23 de enero de 2014 de <http://www.hotelesecuador.com/disptxt.php?menu=1&submenu=1=7&idiom=1>

Centro Empresarial Gastronómico y Hotelero. (2013). *Breve Historia de la Industria Hotelera*. Recuperado el 25 de enero de 2014 de <http://cegaho.wordpress.com/2013/07/25/historia-industria-hotelera/>

Cela, L. (2000). *Manual de normas ISO 9000*. Barcelona, España.

Clase y Calidad. (2013). *Planificación estratégica*. Recuperado el 22 de diciembre de 2014 de <http://www.clasec.net/como-hacer-presupuestos-parte-3-presupuesto-de-inversiones/>

Deming Collaboration. (2013). *Biografía completa de Deming*. Recuperado el 4 de agosto de 2014 de <http://demingcollaboration.com/language/spanish/biografia-completa-de-deming/>

Escuela Europea de Negocios. (2014). *Ciclo de Deming y cómo aplicarlo en una pyme*. El blog de Escuela Europea de Negocios. Recuperado el 6 de agosto de 2014 de <http://www.een.edu/blog/el-ciclo-de-deming-y-como-aplicarlo-en-una-pyme.html>

Espinoza, R. (2013). Marketing y Ventas. El blog de Roberto Espinoza. Recuperado el 10 de septiembre de 2014 de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Espinoza, R. (2013). Marketing y Ventas. El blog de Roberto Espinoza. Recuperado el 20 de septiembre de 2014 de

<http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

Espinoza, R. (2013). Marketing y Ventas. El blog de Roberto Espinoza. Recuperado el 1 de octubre de 2014 de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Etimologías. (2014). *Etimología de Hospital*. Recuperado el 20 de julio de 2014 de <http://etimologias.dechile.net/?hopital>

Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. (9<sup>na</sup> ed.). México, D.F., México: Pearson Educación.

Gallegos, J. Y Peyrolon, R. (2004). *Diccionario de la Hostelería*. (5<sup>a</sup> edición). Madrid, España: Thomson Editores

García, E. (2000). *Calidad de Servicio en los Hoteles Sol y Playa*. Madrid, España.

Giugni, P. (2011). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de [www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp101/](http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp101/)

Hernández, C. (2009). *Calidad en el Servicio*. México: Trillas.

Hilton Colon International. (2014). *Nuestra Historia*. Recuperado el 24 de agosto de 2014 de <http://hotelcolon.com.ec/historia>

Ho -Shi. (s.f.). *History*. Recuperado el 1 de octubre de 2014 de [http://www.ho-shi.co.jp/jiten/Houshi\\_E/home.htm](http://www.ho-shi.co.jp/jiten/Houshi_E/home.htm)

Hotel Dann Carlton. (2014). *Procedimiento de habitaciones*. Quito, Ecuador:  
Hotel Dann Carlton

Hotel Casa Real. (2014). *Departamento de Recursos Humanos*. Riobamba,  
Ecuador: Hotel Casa Real

Hotel El Molino. (2015). *Sobre Nosotros*. Recuperado el 2 de abril de 2015 de  
<http://hotelelmolino.com.ec/sobre-nosotros/>

Hotel Dann Carlton. (2014). *Procedimiento de habitaciones*. Quito, Ecuador:  
Hotel Dann Carlton

Hotel Plaza Grande. (2014). *Historia*. Recuperado el 24 de agosto de 2014 de  
<http://www.plazagrandequito.com/#menu-item-236>

Hotel Zeus. (2015). *Inicio*. Recuperado el 25 de marzo de 2015 de  
<http://www.hotelzeus.com.ec>

*Internacional Service Marketing Institute*. (Diciembre, 2001). *Los estándares de calidad del servicio*. Marketing de Servicios, N° 164, 22-24.

ISYPLUS. (2014). *Software Hotelero*. Recuperado el 19 de diciembre de 2014  
de <http://www.sistemas.com.ec/hoteles-y-hosterias>.

James, P. (1997). *La gestión de la calidad total*. Madrid, España.

Kume, A. (2014). *Ventajas Competitivas*. Recuperado el 12 de octubre de 2014  
de <http://www.crecenegocios.com/ventajas-competitivas/>

kume. A. (S.f). *El pronóstico de ventas*. Recuperado el 15 de enero 2015 de  
<http://www.crecenegocios.com/el-pronostico-de-ventas/>

Larraiza, L.(2014). *Quien fue Cesar Ritz*. En el blog de Leire Larraiza. Recuperado el 15 de septiembre de 2014 de <http://www.leirelarraiza.com/curiosidades-2/cesar-ritz/#>

López, J. (s.f.). *Historia de los Hoteles*. Recuperado el 25 de enero de 2014 de <http://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-historia.html>

Llorens, F. y Fuentes, M. (2005). *Gestión de la calidad empresarial*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Mallol, M., Godoy, J. y Villarroel, M. (2013). *Enfoque de Administración de la Calidad Total*. Recuperado el 30 de enero de 2014 de <http://planificaciondesistema.wordpress.com//?s=calidad&search=lr>

Ministerio de Turismo (2002). *Registro Oficial 726*. Recuperado el 26 de agosto de 2014 de [http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_reglamGeneralTurismo.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_reglamGeneralTurismo.html)

Miranda, F. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Recuperado el 15 de septiembre de 2014 de [http://books.google.com.ec/books?id=KYSMQQyQAbYC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=historia+de+la+calidad&source=bl&ots=IsoajfiT6o&sig=dKNtKYZuy6JebcSJCfEDrov\\_Ph&hl=es-419&sa=X&ei=a8MIVM78B8yVgwSxs4GQDQ&sqi=2&ved=0CF4Q6AEwDQ#v=onepage&q=historia%20de%20la%20calidad&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=KYSMQQyQAbYC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=historia+de+la+calidad&source=bl&ots=IsoajfiT6o&sig=dKNtKYZuy6JebcSJCfEDrov_Ph&hl=es-419&sa=X&ei=a8MIVM78B8yVgwSxs4GQDQ&sqi=2&ved=0CF4Q6AEwDQ#v=onepage&q=historia%20de%20la%20calidad&f=false)

Molina, L. (2013). *Historia de la Calidad Hotelera*. Recuperado el 24 de noviembre de 2013 de <http://www.slideshare.net/lizethmolinasolis/historia-de-calidad-hotelera-25225417>



- Navarro, J. (22 de marzo de 2015). *La baja de la tasa de ocupación no frena la oferta hotelera en Quito*. El Comercio, Quito, Ecuador.
- Ojeda, F. (2006). *Diccionario de administración de empresas*. Buenos Aires, Argentina: Claridad.
- Omachonu, V. Y Ross, J. (1995). *Principios de la calidad total*. México: Editorial Diana.
- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador. (2014). *Estadística de turismo en el Ecuador*. Recuperado el 13 de noviembre de 2014 de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Pérez, J. (2012). *Gestión por procesos*. (5<sup>ta</sup> Ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Pumagualli, A. (2014). Entrevista 001 con Pumagualli, R. Gerente General del hotel "Casa Real". Riobamba, Ecuador: UDLA, TIT391
- Pumagualli, A. (2014). Entrevista 002 con Baquero, J. Administrador del hotel "Casa Real". Riobamba, Ecuador: UDLA, TIT391
- Reeves y Bednar. (1994). *Definición de calidad: alternativas e implicaciones*. Recuperado el 25 de octubre de 2013 de <http://books.google.es/books?id=6iYvgRi-JSUC&pg=PA71&dq=reeves+y+bednar+calidad&hl=es&sa=X&ei=ZUtsUobhH8edkAfyj4B4&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=reeves%20y%20bednar%20calidad&f=false>
- Real Academia de la Lengua Española. (2014). *Diccionario*. Recuperado el 11 de junio de 2014 de [www.rae.es/recursos/diccionarios/drae](http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae)

- Robbins, S. Y Coulter, M. (2005). *Administración*. (8<sup>va</sup> ed.). México, D.F., México: Pearson Educación.
- Ruiz, J. y López, C. (2004). *La gestión por Calidad Total en la empresa moderna*. México, D.F., México: Alfaomega Grupo Editorial.
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional. (2014). *Oferta de Capacitación*. Recuperado el 13 de diciembre de 2014 de <http://www.secap.gob.ec/>
- Senlle, A. Y Stoll, G. (1995). *Calidad total y normalización*. Barcelona, España: Ediciones Gestión.
- Senlle, A. Y Torres, R. (2000). *Las respuesta sobre las normas ISO 9000*. Barcelona, España.
- Slick, M. (2013). *¿Qué es el Cristianismo?* Recuperado el 30 de julio de 2014 de <http://www.miapic.com/qu%C3%A9-es-el-cristianismo>
- Torres, F. (1997). *Administración Hotelera: primer curso: división de cuartos*. (2.<sup>a</sup> ed.). México, D.F., México: Trillas.
- Vásquez, M. (2007). *La calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización*. Recuperado el 31 de enero de 2014 de [http://www.degerencia.com/articulo/la\\_calidad,\\_el\\_concepto\\_actual](http://www.degerencia.com/articulo/la_calidad,_el_concepto_actual)
- Zum Roten Bären. (S.f.). *Historia*. Recuperado el 2 de septiembre de 2014 de <http://translate.google.com.ec/translate?hl=es-419&sl=de&u=http://www.roter-baeren.de/&prev=search>

Weissinger, S. (2001). *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid, España: Thomson Editores.

## **ANEXOS**

## Anexo A. Ficha de entrevista No.1 a Rocío Pumagualli



### Entrevista sobre la historia hotelera en la familia Pumagualli-Jácome

Objetivo: Conocer la historia y los motivos que impulsaron a la familia Pumagualli-Jácome, a incursionar en la industria hotelera.

#### Preguntas:

1. ¿Por qué la familia decide incursionar en la industria hotelera?
2. ¿Cuál fue el primer hotel que administro la familia?
3. ¿Por qué deciden construir un nuevo hotel en la ciudad?
4. ¿En qué año se decide construir este nuevo hotel?
5. ¿Qué anécdotas nos puede contar de la construcción de esta nueva edificación?
6. ¿Cuál es la misión, visión y objetivos del hotel “Casa Real”?
7. ¿Cuáles son las deficiencias de este hotel?
8. ¿Cree que es importante el trabajar para eliminar estas deficiencias?

## Anexo B. Ficha de entrevista No. 2



Entrevista sobre el funcionamiento del hotel “Casa Real”.

Objetivo: Conocer las áreas de servicio del hotel, además conocer como es el funcionamiento y metas del hotel “Casa Real”.

Preguntas:

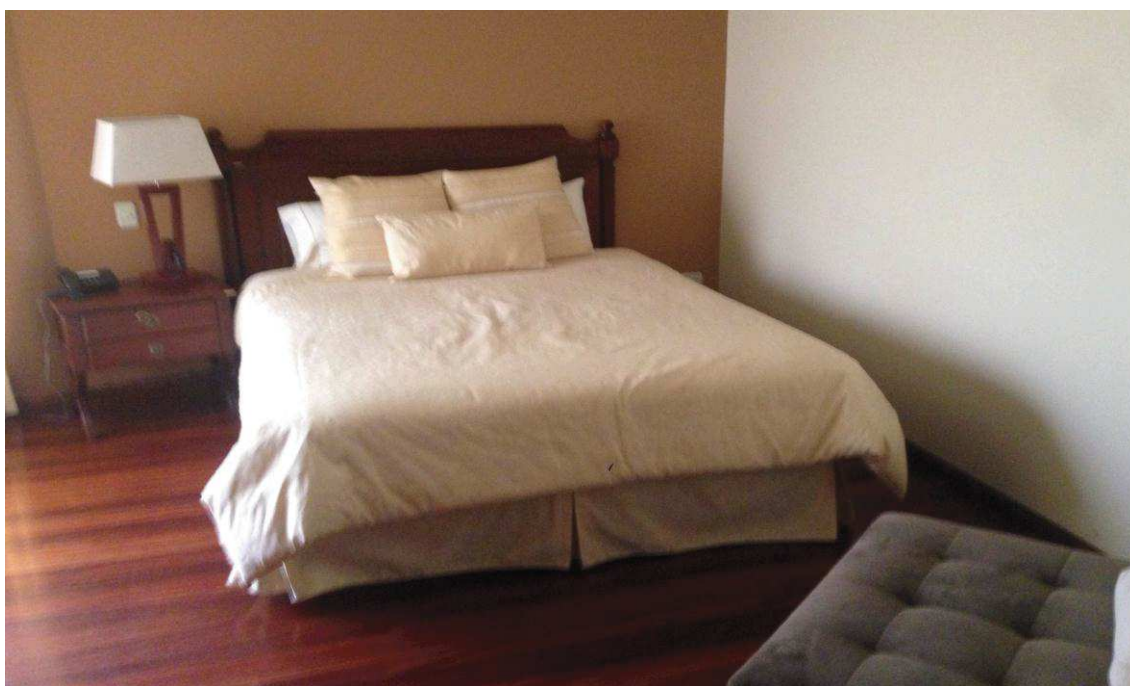
1. ¿Cuáles son las áreas de servicio que ofrece el hotel?
2. ¿Cuál es el organigrama estructural y funcional?
3. ¿Cuáles son las ventajas competitivas del hotel?
4. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación del hotel?
5. ¿Cuál es el mercado actual del hotel?
6. ¿Cuál es el mercado proyectado del hotel?
7. ¿Cuáles cree que son las deficiencias del hotel?
8. ¿Cuáles son las expectativas del hotel para los próximos años?

Anexo C-1. Habitación doble *standard*



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-2. Habitación simple



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-3. Habitación triple



Tomado por Alejandro Pumagualli

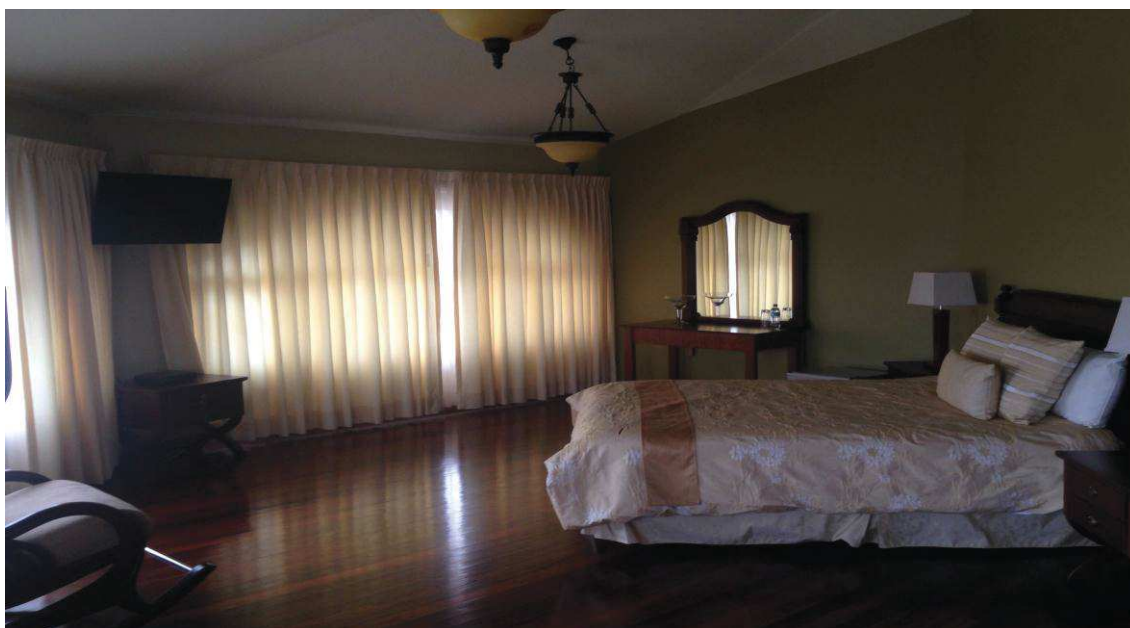
Anexo C-4. Suite Ejecutiva Ángel



Tomado por Alejandro Pumagualli

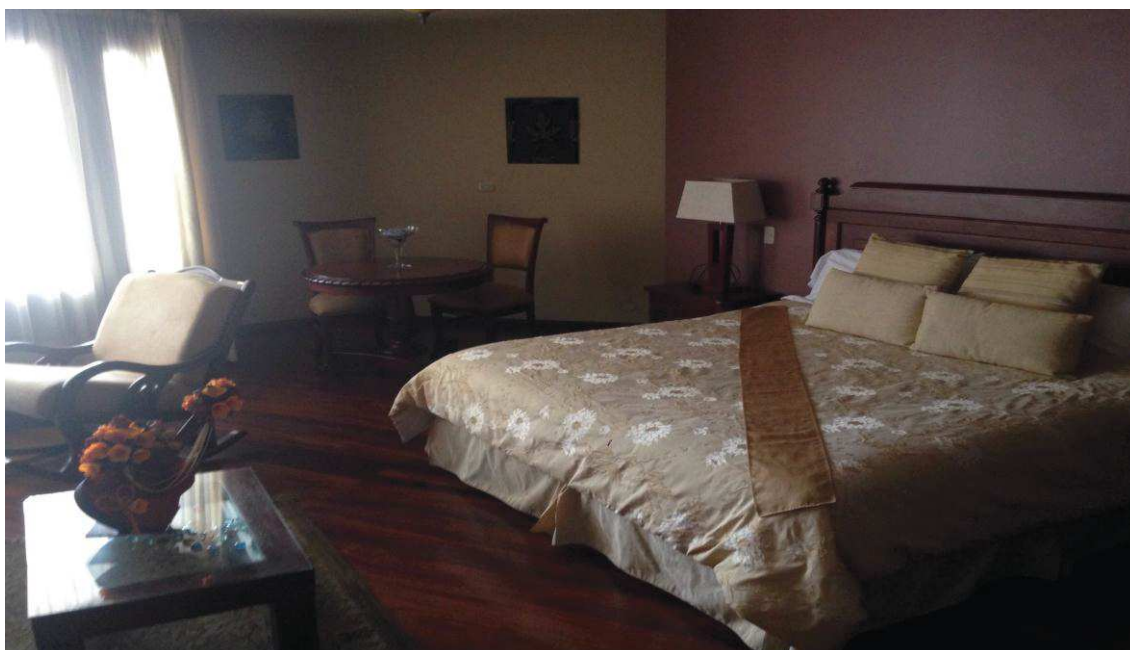


### Anexo C-5. Suite Ejecutiva Aragón



Tomado por Alejandro Pumagualli

### Anexo C-6. Suite Presidencial Andalucía



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-7. Baño Suite Presidencial Andalucía



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-8. Restaurante D'Linares



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-9. Puerta principal del hotel



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-10. Rampa para discapacitado exteriores



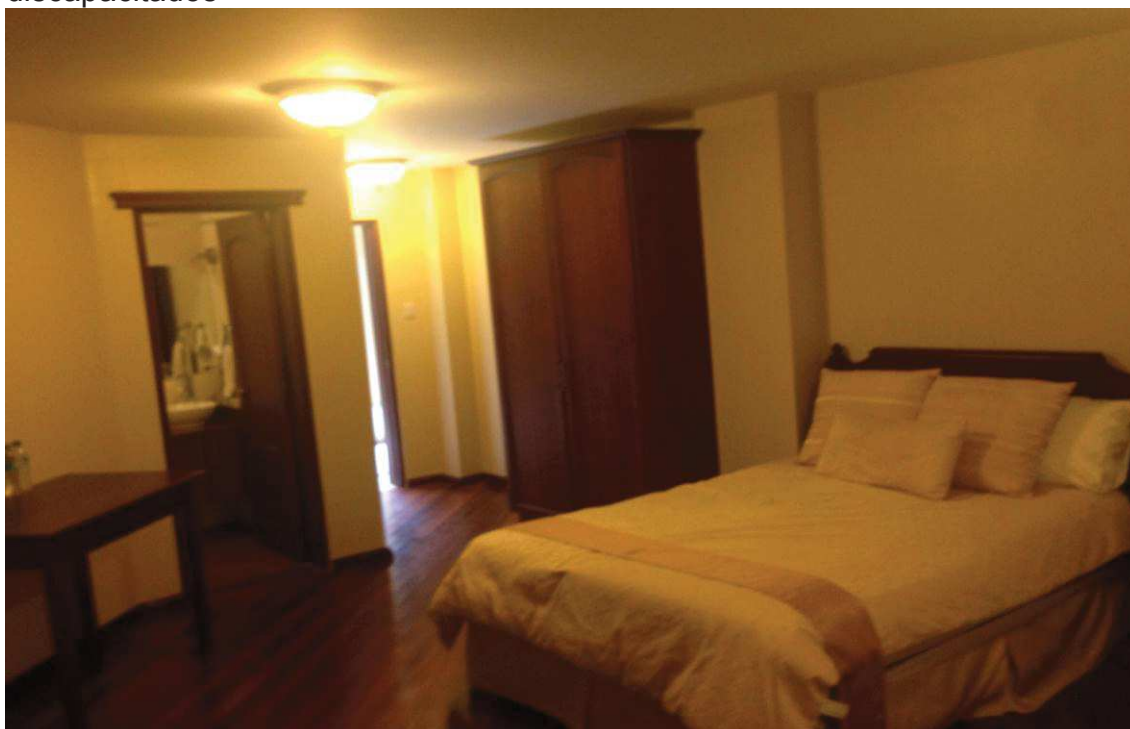
Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-11. Rampa para discapacitado exteriores



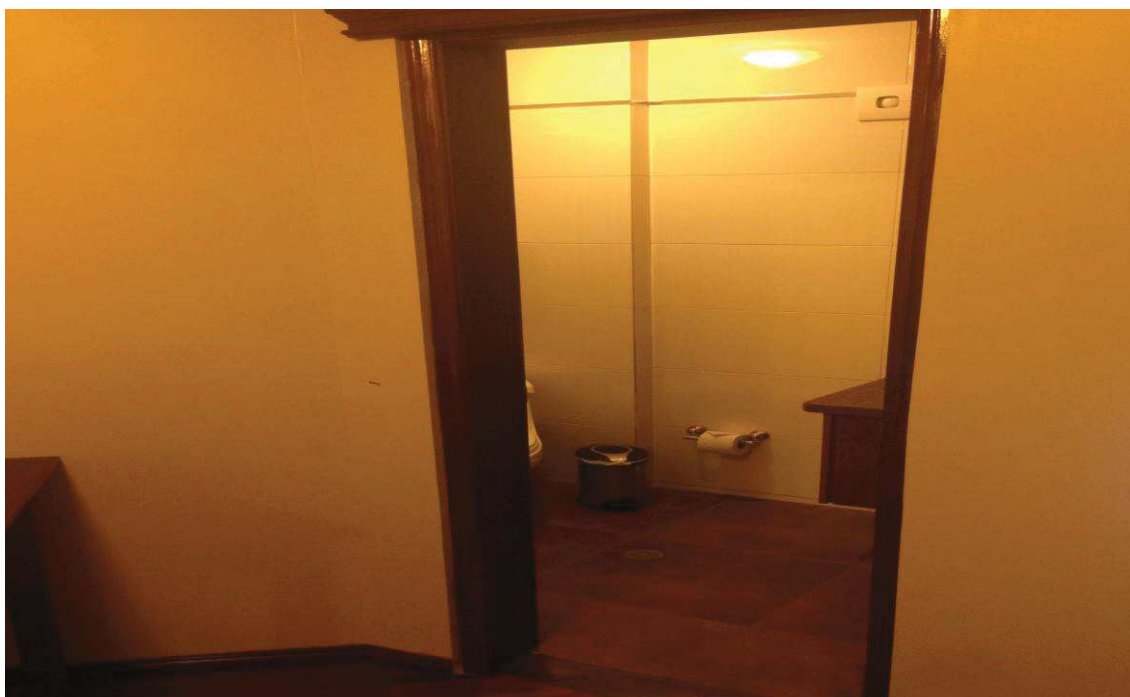
Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-12. Habitación con proyección para habitación de uso de discapacitados



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-13. Baño con proyección para habitación de uso de discapacitados



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-14. Salida de emergencias del salón de eventos



Tomado por Alejandro Pumagualli

Anexo C-15. Hotel sin energía eléctrica



Tomado por Alejandro Pumagualli

## Anexo D. Ficha de entrevista No.3 Balvanera Cruz



### Entrevista sobre capacitaciones del personal

Objetivo: Conocer que capacitaciones ofrece la Dirección de Turismo de Riobamba

### Preguntas:

1. ¿Qué capacitaciones ofrece la Dirección de Turismo de Riobamba
2. ¿ Con que frecuencia se dan estos cursos?
3. ¿Qué instituciones avalan estas capacitaciones?
4. ¿Qué costo tienen las capacitaciones?
5. ¿Cómo pueden hacer los hoteles para poder participar en las capacitaciones?

## Anexo E. Proforma de la constructora "PUMACUALLI CONSTRUYE

**PUMAGUALLI CONSTRUYE**  
GRUPO CHAKAR

Riobamba, 16 de Diciembre de 2014

Doctora  
Rocío Pumagualli Jácome  
**Propietaria del Hotel Casa Real**  
Presente

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de parte de quien se dirige a usted, el motivo de la presente es comprometer mis servicios profesionales, en base al presupuesto a usted entregado en el cual se consideran varios trabajos por un monto de \$ 42.630,00 Dólares Americanos.

Por la atención que se digne dar a la presente le anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Ing. Marcelo F. Pumagualli U.

Lic. Profesional 06-346



Anexo F-1. Proforma de "El Uniforma

**PROFORMA**

**El Uniforme**

CONFECCIONES MEVIL CIA. LTDA.

**001-001-0008552**

Línea completa para todo trabajo

CODIGO CLIENTE : 21129  
 EMPRESA : PUMAGUALLE ALEJANDRO  
 DIRECCION : QUITO  
 ATENCION :  
 E-MAIL : N/D

FECHA : miércoles, enero7 de 2015  
 R.U.C. / CEDULA : 0  
 TELEFONO : P593A02T  
 FAX : PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
06.13.02.3	CHAQUETA CHEF -FRANCESA GAB. IMP.	1	24.95	\$ 24.95
14.1.05.3	PANTALÓN CHEF UNISEX ELÁSTICO	1	18.03	\$ 18.03
10.6.23.1	GORRO ELASTICO RED	1	2.67	\$ 2.67
08.1.03.2	DELANTAL CHEF GABARDINA GRANDE	1	10.28	\$ 10.28
16.2.08.3	VESTIDO CHILENO T/L	1	21.62	\$ 21.62
08.4.08.1	DELANTAL PECHERA CHILENO	1	8.25	\$ 8.25
04.3.10.3	CAMISETA PIQUE C/QUELLO T/L	1	9.08	\$ 9.08
007	ARTE DE BORDADOS	1	9.38	\$ 9.38
001.2	BORDADO TAMAÑO BOLSILLO CON ARTE	1	2.50	\$ 2.50

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	\$ 106.76
DESCUENTO	\$ 0.00
SUBTOTAL CON IVA	\$ 106.76
SUBTOTAL SIN IVA	\$ 0.00
I. V. A	\$ 12.81
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>\$ 119.57</b>

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES  
 FORMA DE PAGO : DE CONTADO / 60% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA  
 VALIDEZ DE LA PROFORMA:  
 CHEQUE A NOMBRE DE : MEVIL CIA LTDA.  
 PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: BANCO DEL PACIFICO CUENTA CORRIENTE No. 188203-2  
 A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA  
 LOS PRECIOS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO  
 Observaciones:

MARIUXI JATIVA

\*MATRIZ: Valladolid N24-629 y Conaña Sector Floresta Ed. Soto Telef: 223-9616 / 254-6500  
 \*QUICENTRO SHOPPING Telef: 246-1917 \* C.C. VILLA CUMBAYA telef: 289-2922  
 \*C.C. EL BOSQUE Telef: 226-0451  
 www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@punto.net.ec ventas@eluniforme.com.ec

Anexo F-2. Proforma de "El Uniforma

**El Uniforme**

CONFECCIONES MEVIL CIA. LTDA.

**PROFORMA**

**001-001-0008551**

Linea completa para todo trabajo

CODIGO CLIENTE : 21129  
 EMPRESA : PUMAGUALLE ALEJANDRO  
 DIRECCION : QUITO  
 ATENCION :  
 E-MAIL : N/D

FECHA : miércoles, enero7 de 2015  
 R.U.C. / CEDULA : 0  
 TELEFONO : P593A02T  
 FAX : PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
15.1.05.2	BLAZER HOMBRE CON FORRO CAS. TROP.	1	108,76	\$ 108,76
14.2.05.3	PANTALÓN HOMBRE CASIMIR TROPICAL-	1	23,57	\$ 23,57
03.2.12.3	CAMISA M/L POLIALGODON O MINIOXFORD	1	21,00	\$ 21,00
15.4.05.4	BLAZER DE MUJER CON FORRO CAS. TROP	1	75,15	\$ 75,15
14.5.05.3	PANTALÓN MUJER ELEGANTE	1	23,57	\$ 23,57
02.6.12.3	BLUSA M/L CAMISERO POLIALGODON /	1	21,00	\$ 21,00
05.1.05.3	CHALECO HOMBRE C/F CAS. TROP Y	1	22,24	\$ 22,24
05.2.05.3	CHALECO MUJER C/F CAS.TROP. T/12	1	22,24	\$ 22,24
17.5.10.2	CORBATAS ELEGANTES	1	12,76	\$ 12,76
17.6.05.1	CORBATIN	1	3,93	\$ 3,93
11.13.01.1	PAÑUELOS DE SEDA	1	11,78	\$ 11,78
11.9.25.1	LIMPIÓN PEQUEÑO.40X55	1	2,90	\$ 2,90
08.1.03.0	DELANTAL CHEF CON BOLSILLOS	1	9,42	\$ 9,42

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	\$ 358,32
DESCUENTO	\$ 0,00
SUBTOTAL CON IVA	\$ 358,32
SUBTOTAL SIN IVA	\$ 0,00
I. V. A	\$ 43,00
TOTAL A PAGAR	\$ 401,32

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / 15 DIAS LABORABLES  
 FORMA DE PAGO : DE CONTADO / 60% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA  
 VALIDEZ DE LA PROFORMA:  
 CHEQUE A NOMBRE DE : MEVIL CIA.LTDA.  
 PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: BANCO DEL PACIFICO CUENTA CORRIENTE No. 168203-2  
 A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA  
 LOS PRECIOS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO  
 Observaciones:

MARIUXI JATIVA

\*MATRIZ Valladolid N24-629 y Concha Sector Floresta Ed. Soto Telef: 223-9616 / 254-6500  
 \*QUICENTRO SHOPPING Telef: 246-1917 \* C.C.VILLA CUMBAYA telef: 289-2922  
 \*C.C. EL BOSQUE Telef: 226-9451  
 www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@punto.net.ec ventas@eluniforme.com.ec

Anexo G-1. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"



**SISTEMA DE GESTIÓN HOTELERA ISYPLUS**  
**ANEXO CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA PARA HOTELES**  
**LISTA DE PRECIOS PARA HOTELES ECUADOR HASTA 30 HAB.**

<b>CARACTERÍSTICAS DE LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO</b>			
Versiones del Sistema	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA LICENCIA Y REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS</b>			
Requiere de Computador dedicado solo a Servidor con Sistema Operativo Linux (Open Source)	SI	SI	SI
Base de Datos PostgreSQL (Open Source)	SI	SI	SI
Aplicación para usuarios, requiere de Terminales Windows (desde XP en adelante)	SI	SI	SI
Requerimientos de Terminales; Dual Core en adelante (Memoria Ram 4GB en adelante)	SI	SI	SI
Requerimientos de Hardware para restaurante: Equipos Touch Screen o P.O.S para restaurante	SI	SI	SI
Conexión con periféricos (impresoras, scanner seriales, pistolas láser, cajones de dinero, etc)	SI	SI	SI
Licencia ISYPLUS versión Hotelera, exclusiva solo Para Matriz (no incluye sucursales o agencias)	SI	SI	SI
Número de Usuarios (acceso a red de área local) - Se entrega instalador para terminales		5 Ilimitados	Ilimitados
Acceso a los datos via remota por internete solo para consultas ejecutivas (no disponible para Agencias, Sucursales y/o Bodegas consultar costos de licencias adicionales)	NO	NO	SI
Centralización de todas las transacciones en un solo modulo contable	SI	SI	SI
Contabilización Online por Lótes o de forma automática	SI	SI	SI
Interfaee Gráfica Habitaciones	SI	SI	SI
Planificador Gráfico de Hospedaje, Eventos	SI	SI	SI
Interfaee Gráfica para Restarurante	SI	SI	SI
Presentación Grafica de Imágenes de habitaciones	SI	SI	SI
Auditoria	SI	SI	SI
Asignación de Usuarios con perfiles de acceso	SI	SI	SI

Anexo G-2. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Actualizaciones Permanentes al Sistema en cambios que realice el fabricante y/o cambios que realice el Servicio de Rentas Internas por 12 meses sin costo (a partir del año se puede establecer una tarifa mensual o anual para soporte y actualizaciones o cancelar el servicio solo cuando lo requieran)	SI	SI	SI
Soporte técnico sin costo al sistema durante los primeros 12 meses via online	SI	SI	SI
Incluye reentrenamiento de Nuevo Personal Contratado	NO	NO	NO
Incluye la Implementación del sistema por parte de nuestros técnicos en el Lugar y oficinas del cliente sin costo dentro del País.	SI	SI	SI
Numero de visitas a partir de inicio de operaciones a las oficinas del cliente sin costo dentro del País	2	2	4

**CARACTERÍSTICAS FUNCIONALES**

Versiones del Sistema	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>HOSPEDAJE</b>			
Check In de Huéspedes o de Grupos	SI	SI	SI
Facturación Hotel	SI	SI	SI
Emisión de la Factura con consumos sustituidos por items generalizados	SI	SI	SI
Reservaciones	SI	SI	SI
Posibilidad de integrar en una sola cuenta distintos Huespedes con todos sus cargos a un solo financiador a quien se le emite la factura	SI	SI	SI
Facturación Avanzada (grupos, corporativa por corte de fecha, facturación pendiente)	SI	SI	SI
Movimiento e Habitaciones	SI	SI	SI
Movimiento de un Huésped de varios a otra habitación con o sin consumos	SI	SI	SI
Manejo de Anticipos de Huéspedes con varias formas de pago	SI	SI	SI
Manejo de Paquetes turísticos	SI	SI	SI
Control de Propinas adicionales con envío a la factura	NO	SI	SI
Buzón de Mensajes para Huéspedes	SI	SI	SI
Registro de Novedad en habitación desde cada extensión de telefono directamente al sistema	NO	SI	SI
Documentos de Cobros	SI	SI	SI
Control de Cajeros: Cierres de Caja, Detalle de formas de Pago, Detalle de documentos emitidos, Detalle de anulaciones, Control de Cobros de crédito, Entregas de Caja, Realiza cierres de caja por usuario y general.	SI	SI	SI
Documentos Adicionales de Ventas (notas de crédito, notas de debito, retenciones y otros)	SI	SI	SI
Check out con cambio de estado habitación a mantenimiento	SI	SI	SI
Matriz de Habitaciones contra consumos por categorías	SI	SI	SI
<b>EVENTOS</b>			
Facturación de Eventos	NO	SI	SI
Control grafico de Salones con cargos adicionales al evento	NO	SI	SI

### Anexo G-3. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Manejo de Recetas y menú exclusivo para eventos	NO	NO	SI
Facturación del Evento con conversión de ítems consumidos por generalizados en la factura	NO	NO	SI
Manejo de Proformas para eventos	NO	NO	SI
<b>MOVIMIENTOS DE VENTA</b>			
Movimientos Transaccional de emisión de comprobantes realizados	SI	SI	SI
Carga de Débitos y emisión de notas de crédito con imputación a la factura correspondiente.	SI	SI	SI
Administración concentrada de las actividades relacionadas con las ventas. Todos estos documentos pueden mantenerse en pendientes hasta que el usuario decida confirmarlos.	SI	SI	SI
Opción para usuarios administradores de cambiar Formas de Pago y numeración para evitar anulación de documento	SI	SI	SI
Opción de Anular la Factura, Declaración de Factura Erradas o Anulación de Forma de Pago	SI	SI	SI
Administración de la información de ventas en base a receta, forma de pago, número, de documento, usuario, cliente, artículo o monto de la transacción.	SI	SI	SI
Cálculo y registro automático de retenciones recibidas	SI	SI	SI
<b>FORMAS DE PAGO</b>			
Efectivo, Cheque, Transferencia Bancaria, Crédito, Tarjeta de Crédito, Convenio, Cruce contable, Cruce cuentas por Cobrar / Pagar, Retenciones, Depósito Bancario. Cruce con anticipos recibidos, otros	SI	SI	SI
y que se mantienen incluso si se declara anulada la factura correspondiente.	SI	SI	SI
<b>PRESTAMOS / ANTICIPOS</b>			
ANTICIPOS de clientes	SI	SI	SI
ANTICIPOS para proveedores	SI	SI	SI
Control de Prestamos al Personal	NO	SI	SI
Contabilización automática de todas las transacciones registradas	NO	SI	SI
<b>COMPRAS</b>			
Movimientos de Compras	SI	SI	SI
Facilita la administración de los ingresos de mercadería e información relacionada: movimientos, nota de pedido, orden de compra, devoluciones	SI	SI	SI
Notas de Pedido	SI	SI	SI
Registro de las compras según clasificación de: Mercaderías, Activos Fijos, Gastos, Materias Primas	SI	SI	SI
Control de Caja Chica	SI	SI	SI
Control de Múltiples Cajas Chicas	NO	SI	SI
<b>CARTERA</b>			
Gestión de Cuentas por Cobrar	SI	SI	SI
Lista programada de cartera a recuperar	SI	SI	SI

## Anexo G-4. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Abono total o parcial de la cuenta o de la cuota establecida	SI	SI	SI
Estado de Cuenta por cliente	SI	SI	SI
Cruce de Cuentas	SI	SI	SI
Calculo automático de intereses y recargos por mora.	SI	SI	SI
Manejo de créditos por convenios	SI	SI	SI
Exacto control de créditos vencidos, pendientes o cancelados.	SI	SI	SI
Ubicación rápida de los créditos por: fecha, número de factura, cliente y/o documento de soporte.	SI	SI	SI
Permite el registro inicial de los créditos al momento de hacer el proceso de implementación	SI	SI	SI
Autorización de créditos según estándares	NO	SI	SI
<b>COBRO AL BANCO DE TARJETAS DE CREDITO</b>			
Bajar cuentas por cobrar al banco por tarjetas de crédito recibidas	SI	SI	SI
Ingreso de factura recibida por comisión bancaria	SI	SI	SI
Ingreso por retenciones al Impuesto a la Renta efectuado por el Banco	SI	SI	SI
Acreditación de dineros a la Cuenta Bancaria	SI	SI	SI
Cruce de Cuentas	SI	SI	SI
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>			
Gestión de Cuentas por Pagar	SI	SI	SI
Listado programado de cuentas por pagar	SI	SI	SI
Emisión en un solo pago de una o varias facturas de un solo proveedor	SI	SI	SI
Cruce de Cuentas	SI	SI	SI
Estado de Cuenta por Proveedor	SI	SI	SI
Exacto control de créditos vencidos, pendientes o cancelados.	SI	SI	SI
Ubicación rápida de los créditos por: fecha, número de factura, Proveedor y/o documento de soporte.	SI	SI	SI
Permite el registro inicial de los créditos al momento de hacer el proceso de implementación	SI	SI	SI
<b>INVENTARIOS</b>			
Cortes automáticos de inventario a fin de Mes	NO	SI	SI
Clasificación General	NO	SI	SI
Administración de Productos	NO	SI	SI
Kardex del Producto	NO	SI	SI
Requisición de Bodega	NO	NO	SI
Administración de Inventarios de varias bodegas	NO	NO	SI
Manejo de Varias Bodegas - Transferencia	NO	NO	SI
<b>BODEGAS O DEPOSITOS</b>			
Inventarios por Bodegas- Adicionales (Depositos)	NO	NO	SI

## Anexo G-5. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Gestión de Transferencia entre Bodegas	NO	NO	SI
<b>IMPORTANTE:</b> Requisito cada bodega debe tener un terminal y una persona a cargo de la administración. Las bodegas son de acceso local			
Manejo de Documentos por responsable a despachar y referente a recibir	NO	NO	SI
Listados de Movimientos de Notas de egreso, Ingreso y Transferencia	NO	NO	SI
Configuraciones de transacciones de Logísticas para definir parametros de operación	NO	NO	SI
<b>COMANDAS</b>			
Control de comandos y cargos a la Habitación desde otros puntos	NO	SI	SI
<b>RESTAURANTE</b>			
Facturación de Restaurante	NO	SI	SI
Múltiples opciones de facturación de consumos	NO	SI	SI
Envío de consumos con detalle del pedido a la cuenta de la habitación	NO	SI	SI
Control de mesas	NO	SI	SI
Control de salida de pedidos desde cocina	NO	SI	SI
Impresión de comandos de Restaurante a distintas secciones de preparación	NO	SI	SI
Pedidos de Clientes según alternativas de preparación	NO	NO	SI
Conversión de Compras de Materia Prima	NO	NO	SI
Descargo de Materia Prima según Receta	NO	NO	SI
Ingreso de Recetas	NO	NO	SI
Control de pedidos por mesero	NO	NO	SI
<b>Logística</b>			
Movimientos	NO	SI	SI
Ama de llaves	NO	SI	SI
Tarifador telefónico	NO	NO	SI
Envío de total de llamadas a la factura	NO	NO	SI
Control de llamadas externas de extensiones de oficina	NO	NO	SI
<b>AUDITORÍA TRANSACCIONAL</b>	SI	SI	SI

<b>CARACTERÍSTICAS DE LA OPERACIÓN CONTABLE</b>			
Versiones del Sistema	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>CONTABILIDAD</b>			
Contabilización según departamentos y transferencias	NO	NO	SI

## Anexo G-6. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Contabilización automática, online, o por lotes de facturas emitidas	SI	SI	SI
Contabilización automática de Transferencia de inventario a bodegas	NO	NO	SI
Contabilización automática de compras de Materia Prima	SI	SI	SI
Contabilización automática de los Gastos Ingresados	SI	SI	SI
Contabilización automática de los Activos Fijos	SI	SI	SI
Contabilización automática de Caja Chica	SI	SI	SI
Contabilización automática de la Nomina	SI	SI	SI
Contabilización automática de Cobros en Cuentas por cobrar	SI	SI	SI
Contabilización automática de Pagos en Cuentas por Pagar	SI	SI	SI
Contabilización Automática de Anticipos entregados o recibidos	SI	SI	SI
Contabilización automática de retenciones, liquidaciones y otros documentos exigidos por el SRL	SI	SI	SI
<b>Plan de Cuentas</b>	SI	SI	SI
Permite un ingreso ágil y rápido de cuentas contables con opciones de búsqueda, de edición de cuentas y similar.	SI	SI	SI
Facilita las opciones de búsqueda por clasificación, cuentas de grupo o detalle.	SI	SI	SI
<b>Periodos Contables.</b>	SI	SI	SI
El sistema maneja el periodo contable año tributario.	SI	SI	SI
Impresión de estados financieros por periodos mensuales, y por rangos de fecha	SI	SI	SI
Bloqueo de transacciones para el cierre de mes en base a configuración que se establezca.	SI	SI	SI
Permite cambiar las cuentas contable por periodos sin modificar años anteriores	SI	SI	SI
<b>Asiento Contable.</b>	SI	SI	SI
La mayor cantidad de asientos contables son generados por el sistema en función del registro de la transacción.	SI	SI	SI
Permite ingresar asientos contables con toda la información referente a la transacción que se está registrando.	SI	SI	SI
Es posible restringir a un usuario la opción de anular un asiento contable	SI	SI	SI
Cuenta con niveles de seguridad establecida para la modificación de asientos contables según el usuario.	SI	SI	SI
Cuenta con la opción <SIMILAR>, en donde el sistema le ahorra tiempo y trabajo al contador en el registro de transacciones	SI	SI	SI
<b>Libro Diario</b>	SI	SI	SI
Búsqueda según opciones como: Referentes, Documento de Bancos, Facturas, Numero de Asiento, Cuentas contables, Por montos de Cuenta y Rangos de fecha	SI	SI	SI
Manejo de números de asientos por periodos con los que facilita igualar transacciones por algún motivo.	SI	SI	SI
Diversas opciones de presentación de informes de Reportes	SI	SI	SI



## Anexo G-7. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

<b>Libro Mayor</b>	SI	SI	SI
Libro Mayor con diversas opciones de consulta	SI	SI	SI
Mayorización automática.	SI	SI	SI
Visualiza e imprime el libro mayor por cada cuenta o grupo de cuentas contables en un periodo de tiempo especificado.	SI	SI	SI
Permite realizar configuración para visualización o impresión del Mayor con presentación de diferentes campos como referentes, factura, documentos bancos entre otros.	SI	SI	SI
Consultas de Mayores por referentes agrupados y por saldos. Estos informes son independientes de los auxiliares que el sistema mantiene en el área de negocios.	SI	SI	SI
<b>Bancos</b>	SI	SI	SI
Conciliaciones Bancarias	SI	SI	SI
Impresión de Cheques incorporados en todas las transacciones	SI	SI	SI
Manejo de Comprobantes	SI	SI	SI
Comprobantes de ingreso, de egreso y de diario	SI	SI	SI
<b>Reportes y Estados Financieros.</b>	SI	SI	SI
<b>Auditoría Contable</b>	SI	SI	SI
El modulo de auditoría tiene controles automáticos que permite mantener registro de transacciones que hayan sido modificadas, alteradas o anuladas.	SI	SI	SI
Mantiene control de los usuarios que intervinieron en las modificaciones, hora, fecha, y cambios que se hicieron.	SI	SI	SI
No elimina asientos, ni los sobre-escribe, mantiene los anulados y los modificados antes de que se hagan los cambios.	SI	SI	SI
Una vez anulado o modificado no se puede recuperar lo realizado por control de auditoría, se debe realizar nuevamente la transacción con la ayuda de opciones de similar, esto con el fin de evitar la manipulación de los datos	SI	SI	SI
<b>REPORTES NIIF</b>	NO	NO	SI
Plan de Cuentas NIIF	NO	NO	SI
Estado del Flujo de efectivo Según Normas NIIF	NO	NO	SI
Estado de cambio del Patrimonio	NO	NO	SI

<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TRIBUTACIÓN</b>				
	Versiones del Sistema	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>TRIBUTACIÓN</b>				
Definición de casilleros según formularios a declarar	SI	SI	SI	SI
Configuración de Porcentajes de Impuestos a la Retención	SI	SI	SI	SI

## Anexo G-8. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Matriz de desgloce de impuestos según documentos exigidos por el SRI (Servicio de Rentas Internas del País) para control y verificación de cumplimiento con las leyes y normas exigidas	SI	SI	SI	
Impuestos, Desgloses con registro automático desde las transacciones	SI	SI	SI	
Formularios de declaraciones con registro automático desde las transacciones	SI	SI	SI	
Anexos para Empleados con Relacion de dependencia con registro automático desde las transacciones	NO	SI	SI	
Anexos Transaccionales con registro automático desde las transacciones	SI	SI	SI	
Comprobación de declaraciones con la contabilidad	SI	SI	SI	
Bloqueo de declaraciones enviadas	SI	SI	SI	
El proceso de manejo de la tributación de la empresa está totalmente relacionado a cada transacción realizada y permite conciliar con la contabilidad	SI	SI	SI	
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA NÓMINA</b>				
Datos del Personal	NO	SI	SI	
Registro detallado de la información del Personal	NO	SI	SI	
Modelos del Rol	NO	SI	SI	
Pagos de Roles directo a cuentas de banco	NO	SI	SI	
Impresión de Cheques de listado de Roles	NO	SI	SI	
Roles para Pago de Decimos	NO	SI	SI	
Administración de distribución de Utilidades a los Empleados	NO	SI	SI	
Fácil opción de configurar rubros para el Rol de Pagos	NO	SI	SI	
Posibilita la utilización de formulas	NO	SI	SI	
Clasificación de rubros por columnas	NO	SI	SI	
Opciones de parametrizar la contabilización	NO	SI	SI	
Opciones de digitalizar las imágenes	NO	SI	SI	
Imprime roles individuales, generales y de provisiones, y mantiene un archivo histórico de los pagos realizados al personal; con esta información establece los pagos por décimo tercero y décimo cuarto.	NO	SI	SI	
Realiza los asientos contables automáticamente.	NO	SI	SI	
Permite el pago de decimos y liquidaciones	NO	SI	SI	
Control de Vacaciones del Personal	NO	SI	SI	
<b>CARACTERÍSTICAS Del MODULO ACTIVOS FIJOS</b>				
	Versiones del Sistema	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>LISTADOS</b>				
Listado detallados de costos	NO	NO	SI	
Listados agrupados por ubicación	NO	NO	SI	
Listado agrupados por custodio	NO	NO	SI	

## Anexo G-9. Proforma y características del software hotelero "ISYPLUS"

Ordenado por documento de ingreso	NO	NO	SI
Costos y existencias	NO	NO	SI
Datos de Activos dados de Baja	NO	NO	SI
Consultas consolidadas por Categoría y por Ubicación	NO	NO	SI
Depreciaciones	NO	NO	SI
Administración de activos fijos de las empresas (Altas y bajas).	NO	NO	SI
Generación de fichas informativas de activos fijos	NO	NO	SI
<b>PROCESOS</b>			
Proceso de depreciación de activos fijos mediante los métodos de Línea Recta y suma de los dígitos.	NO	NO	SI
Transferencias de activos fijos	NO	NO	SI
Generación de informe esquematizado de control de depreciaciones acumuladas por periodo.	NO	NO	SI
Generador de tablas de depreciación	NO	NO	SI

	ESTÁNDAR	EMPRESARIAL	CORPORATIVA
<b>COSTO DEL SISTEMA</b>	<b>3.500,00</b>	<b>4.900,00</b>	<b>6.900,00</b>
<b>12% DEL IVA</b>	420,00	588,00	828,00
<b>PRECIOS CON IVA INCLUIDO</b>	<b>3.920,00</b>	<b>5.488,00</b>	<b>7.728,00</b>

Version **Express** actualmente disponible en WEB bajo la plataforma [www.isyplus.com](http://www.isyplus.com)

Anexo H. Foda cruzado

<b>FODA</b>		No. <b>FORTALEZAS: F</b>		No. <b>DEBILIDADES: D</b>	
		1	Instalaciones nuevas	1	No existe un manual de estandarización y procedimientos de servicio
		2	Personal con estudios superiores	2	Parte del personal del hotel no bilingüe
		3	Posee base de datos de potenciales clientes	3	Poca inversión en marketing
		4	Alto porcentaje de fidelidad de los clientes	4	Personal multifuncional
		5	Equipamiento tecnológico en el salón de eventos y conferencias	5	Alta rotación de personal
		6	Valla y señalética publicitaria	6	Localización del hotel en una de las entradas a la ciudad
		7	Categorizado como un hotel de primera	7	Gerencia con poco conocimiento sobre hotelería
		8	Manejo de reservas vía internet	8	Infraestructura limitada, no cuenta con más servicios, como spa, gimnasio, salas de entretenimiento
		9	Salón de recepciones moderno	9	Bajo porcentaje de ocupación de los servicios que ofrece
No. <b>OPORTUNIDADES: O</b>		<b>ESTRATEGIAS FO</b>		<b>ESTRATEGIAS DO</b>	
1	Aumento de operadoras turísticas en la ciudad de Riobamba	1. Implementación de un manual de estándares y procedimientos de servicio. (F7,O4)	1.- Participación por parte del personal en las capacitaciones que ofrece la Cámara de Turismo.(D2, D7,O4)		
2	Incremento de tendencia de reservas online				
3	Fomento de turismo en la provincia de Chimborazo				
4	Capacitaciones por parte de la Cámara de Turismo de Chimborazo	2.- Convenios con operadores online. (F8,O2)	2.- Creación de paquetes turísticos hoteleros con diferentes actividades.(D9, O3, O5, O8)		
5	Incremento de turistas, en la ciudad, por la reactivación del ferrocarril				
6	Accesibilidad vial hacia el hotel	3.- Oferta de salón de eventos en instalaciones modernas. (F9,O9)	3.- Incrementar la participación en redes sociales <i>Facebook, Twitter e Instagram</i> . (D3,O2)		
7	Ubicación de la ciudad en zona centro del país				
8	Preferencia de los turistas por hoteles de alta categoría				
9	Incremento de eventos locales en la ciudad de Riobamba				
No. <b>AMENAZAS: A</b>		<b>ESTRATEGIAS FA</b>		<b>ESTRATEGIAS DA</b>	
1	Competencia hotelera en crecimiento	1.- Ofrecer tarifas de descuento en la página web del hotel, para aumentar el porcentaje de ocupación. (F8,A8)	1.- Ofrecer actividades fuera del establecimiento. (D8,A9)		
2	Tecnologías muy cambiantes				
3	Constante cambios en las leyes gubernamentales				
4	Centro de la ciudad de Riobamba con vías en mal estado	2.- Promocionar el hotel en vallas publicitarias en las tres entradas de la ciudad. (F6, A4)	2.- Contratar personal discontinuo. (D5, D4,A3)		
5	Recolección de basura irregular				
6	Falta de agua potable en la ciudad	3.-Actualizar constantemente los datos de los clientes frecuentes. (F4, A2)	3.- Buscar nuevas rutas de acceso al centro de la ciudad. (D6,A4)		
7	Cortes constantes de energía eléctrica				
8	Huelgas y movilizaciones gremiales y étnicas				
9	Poco mantenimiento de los atractivos turísticos de la ciudad				

Anexo I. Cuadro calificativo.

<b>CUADRO CALIFICATIVO</b>				
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>BUENA</b>	<b>REGULAR</b>	<b>MALO</b>	<b>NO EXISTE</b>
Diseño de estándares y procedimientos				X
Señalética interna			X	
Puerta principal de fácil acceso		X		
Rampas para discapacitados			X	
Habitación para discapacitados				X
Pasamano en salida de emergencia del salón de eventos				X
Generador eléctrico				X
Paneles solares				X
Sensores y luces de emergencia			X	
Biodigestor de aguas servidas				X
Capacitaciones del personal		X		
Inscripción del nombre de la empresa en el IEPI				X
Cromática de la empresa			X	
Indumentaria del personal				X
Software hotelero				X

Anexo J. Manual de estándares y procedimientos

**Estándares y procedimientos para el hotel "Casa Real" en la ciudad de  
Riobamba, Ecuador.**



## INDICE

Misión .....	3
Visión.....	4
Objetivo: .....	5
Responsabilidad: .....	5
Procedimiento: .....	6
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL PERSONAL.....	7
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO.....	12
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RECEPCIÓN.....	15
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE EVENTOS.....	20
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RESTAURANTE.....	23
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE LA COCINA.....	28
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE HABITACIONES.....	33
ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE MANTENIMIENTO .....	43
HERRAMIENTAS .....	45

## **Misión**

“Brindar a nuestros huéspedes un servicio de excelencia, comprometiéndonos con el turismo sostenible, ofreciendo a la vez, momentos insuperables a nuestros invitados en un ambiente de lujo, a través del estilo, la distinción y la calidez de nuestra atención” .



## **Visión**

“Nos enfocamos en un objetivo común, que es el éxito con nuestros clientes y el desarrollo empresarial; logrando así, consolidarnos como una empresa líder en el mercado, competitiva e innovadora de los servicios turísticos que ofrece la bella República del Ecuador”.

**HOTEL “CASA REAL”**  
**MANUAL INTERNO DE ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE**  
**SERVICIOS.**

Es importante la implementación de estándares y procedimientos de calidad en la empresa, para la mejora continua de la prestación de sus servicios, con lo que garantizará, a sus clientes, el disfrute de productos y servicios de calidad, que cumplan con lo establecido en los referidos estándares y procedimientos, procurando sobrepasar las expectativas que tuvieren aquellos;, para que, en un futuro cercano, genere vínculos de fidelidad entre la empresa y sus consumidores.

**Objetivo:**

El objetivo de este manual es establecer estándares y procedimientos para el hotel “Casa Real”, que sirva de guía de trabajo para el personal del establecimiento.

La infraestructura del hotel tiene un rol importante para la prestación de servicios, por lo tanto, es primordial el mantener las instalaciones en perfectas condiciones.

Este manual está elaborado para todo el personal del hotel, quienes deberán cumplirlo todos los días que este funcione, de conformidad con los parámetros y normas que están redactadas.

**Responsabilidad:**

Como antes se menciona, este manual está elaborado para determinar los parámetros y las normas de servicio, que deberán ser acatados por todo el personal del hotel “Casa Real”, y son los únicos responsables de su cumplimiento y funcionamiento..

## **Procedimiento:**

Para el cabal cumplimiento y funcionamiento de este manual, se deben ejecutar los pasos que se detallan a continuación:

- La Gerencia del hotel será la encargada de notificar a todo el personal, respecto al uso del manual de estándares y procedimientos de servicios del hotel “Casa Real”.
- Se entregará, a cada uno de los empleados, un ejemplar del referido manual.
- En el momento de entrega de dicho manual, el personal deberá firmar la declaración de responsabilidades. (Ejemplo 1)
- El personal tendrá un tiempo máximo de 5 (cinco) días, contados desde la fecha de la entrega del manual, para estudiarlo, aprenderlo para poner en funcionamiento todos los estándares y procedimientos relacionados con el área de su trabajo.
- Desde el día 6 (sexto), posterior a la fecha de entrega del manual, el personal debe cumplirlo a cabalidad con lo que en éste se dispone, en relación a su área de trabajo; en el caso en el que alguien no lo cumpla, se procederá a llamarle la atención.

Es fundamental que colabore todo el personal, para el correcto funcionamiento de este manual. Si todos trabajan con el fin de brindar la mejor experiencia posible a los clientes del hotel, el éxito profesional de los servidores, así como de la empresa, será posible.

A continuación se detallan los estándares y procedimientos que debe cumplir cada área de servicio del hotel “Casa Real”, en la ciudad de Riobamba

	<b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL PERSONAL</b>	FECHA: 2015-02-06
---	---	-------------------

<p>Objetivo.- Describir las actividades que deben realizar todos los empleados del hotel, los mismos que deben cumplir íntegramente con los estándares y procedimientos.</p>
<p>Alcance.- Es aplicable a la conducta, presencia, servicio y horarios de trabajo que deben cumplir los empleados del hotel.</p>
<p>Responsables.- Todos los trabajadores del hotel son responsables por el cumplimiento de las normas descritas a continuación, los mismos que serán supervisados por la Gerencia.</p>

## **ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL PERSONAL**

### **Normas de conducta y trabajo del personal**

El personal del hotel “Casa Real” deberá cumplir con las siguientes normas:

- Desempeñar el trabajo estipulado para la empresa, de una manera óptima.
- Cumplir con todas las tareas designadas a cada uno de los trabajadores.

- Los trabajadores que estén en contacto directo con el cliente, siempre deberán sonreír y estar prestos para brindar un servicio óptimo.
- Asistir puntualmente a su jornada laboral.
- En caso de atrasarse a su jornada laboral, debe notificar a la administración sobre tal particularidad, de no hacerlo, recibirá un llamado de atención.
- Cada trabajador será responsable de su trabajo en su área respectiva y de los implementos entregados por la empresa (computadoras, material de escritorio, sillas, lámparas, entre otros).
- Guardar mutuo respeto entre todos los trabajadores del hotel, como también, respetar las instalaciones e infraestructura del mismo.
- En caso de que suceda algún inconveniente o anomalía en el área de su trabajo, debe comunicar inmediatamente al administrador del hotel.
- Guardar buena conducta en todo momento, y obrar con espíritu de lealtad y colaboración para con la empresa, en todo momento.
- Los trabajos que le confíen, ejecutarlos con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- Realizar, personalmente, la labor estipulada; observar las normas del reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones impartidas por la administración o gerencia.
- Se prohíbe a los trabajadores sustraer, del establecimiento, los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados, sin permiso de la empresa.
- Se prohíbe al personal presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de sustancias estupefacientes.
- Está prohibido al personal consumir bebidas alcohólicas y fumar, en horas laborables, en las instalaciones del hotel.
- Está prohibido consumir goma de mascar en hora laborales.

## **Normas de presencia del personal**

El personal del hotel “Casa Real” deberá cumplir con las normas de presencia e higiene que a continuación se detallan:

- A. Utilizar correctamente el uniforme entregado por el hotel, de acuerdo al área de servicio en el que se encuentren.
- B. Los zapatos deberán estar lustrados.
- C. El uniforme no puede tener ninguna mancha o enmendadura.
- D. Todos los empleados del hotel deberán usar escarapelas que contengan el nombre del trabajador y el cargo que ocupa.
- E. Cada trabajador cuidará su apariencia personal.
- F. Deberán asistir aseados y bien presentados a sus turnos de trabajo.
- G. Para el personal masculino:

- Estar correctamente afeitados .
- Tener las uñas de las manos cortas y bien cuidadas.
- Si tienen tatuajes, que no estén visibles.
- Tener el cabello corto y debidamente peinado.

- H. Para el personal femenino:

- Tener el cabello recogido y bien peinado.
- Tener las uñas cortas y bien cuidadas.
- Utilizar joyas (aretes, pulseras, cadenas, anillo, entre otros) pequeños.
- El uso del maquillaje será con tonos suaves.
- Si tiene tatuajes, que no estén visibles.

## **Normas de servicio del personal**

El personal de hotel “Casa Real” deberá brindar un servicio de calidad a todos los clientes, y cumplir con las normas detalladas a continuación:

- A. Estar prestos a servir todo lo que necesite el cliente.
- B. El personal deberá buscar la forma de brindar un servicio que sobrepase las expectativas que tiene el cliente.
- C. Tener claro que el cliente siempre tiene la razón.
- D. Solucionar, de forma inmediata, cualquier inconveniente que pueda tener el cliente.
- E. En el momento en el que se encuentre el personal con el cliente, en cualquier lugar del establecimiento, saludar (buen día/tarde/noche).
- F. Siempre que exista la comunicación con un cliente, el personal deberá mirarlo a los ojos.
- G. El personal debe tener una actitud respetuosa, amigable y cortés para con el cliente.
- H. En ningún momento el personal podrá usar tonos altaneros o irrespetuosos para dirigirse a un cliente.
- I. Bajo ningún parámetro, el personal pedirá a los clientes una bonificación económica extra, por el servicio brindado (propinas).

### **Normas de horario de trabajo del personal**

Los días laborables para el personal administrativo es de lunes a sábado y para el personal operativo, de lunes a domingo. El hotel “Casa Real”, establece tres jornadas de trabajo:

- Diurna, que comprende entre 06h00, hasta las 14H00.
- Vespertina, que comprende entre 14H00, hasta las 21H00.
- Nocturna, que comprende entre las 21H00 hasta las 06H00 del siguiente día.

Los empleados deberán registrarse a la hora de entrada y de salida de su turno laboral.

A continuación se determinan las vacaciones y permisos del personal.


#### Vacaciones:

- El personal de planta tendrá vacaciones remuneradas los días: 1<sup>ero</sup> de enero, 1<sup>ero</sup> de mayo y 25 de diciembre. Cabe mencionar, que si sus servicios profesionales son requeridos por el hotel, deberán cumplir con su trabajo, llegando a un acuerdo mutuo con la administración sobre la fecha en que pueden hacer uso de sus vacaciones de estos días.
- Los trabajadores que hayan prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles de vacaciones remuneradas.
- Las épocas de vacación del personal serán autorizadas por la Gerencia del hotel.

#### Permisos:

- Por enfermedad, con la debida certificación médica.
- En caso de calamidad doméstica, con el oportuno aviso y autorización de la administración.
- Por participación en mesas electorales.



	<p><b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>	<p>FECHA: 2015-02-06</p>
---	---	--------------------------

<p>Objetivo.- Describir las normas y estándares que debe cumplir las instalaciones del hotel.</p>
<p>Alcance.- Es aplicable para todas las áreas del establecimiento.</p>
<p>Responsables.- La gerencia es responsable de mantener las instalaciones del hotel en buenas condiciones, para la prestación de los servicios que ofrece; y, es responsabilidad de los trabajadores el cuidarlas y mantenerlas.</p>

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO

### **Normas de infraestructura**

El hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. El establecimiento no debe tener humedad o manchas en las paredes internas y externas.
- B. Todo el hotel deberá estar pintado.
- C. No pueden existir vidrios rotos en las ventanas.
- D. Los cables de teléfono, tv por cable, de cámaras de seguridad, entre otros; no deberán estar visibles.


- E. No se deben observar tubos, mangueras o herramientas dentro de las áreas comunales, habitaciones, restaurante y salones de eventos.
- F. Todos los elementos de iluminación con los que cuente el establecimiento, deben estar en funcionamiento.
- G. No deben estar a la vista del cliente sábanas, toallas, manteles, entre otros.
- H. El mobiliario del establecimiento debe estar en buen estado para su funcionamiento.
- I. Los jardines internos y externos del hotel deben estar bien cuidados, para lo cual se recomienda dar mantenimiento cada 15 días.
- J. Las entradas y salidas de emergencia del establecimiento, tienen que estar abiertas las 24 horas del día.
- K. La entrada peatonal y el ingreso al parqueadero deberán estar siempre despejados para el ingreso de los clientes.
- L. El hotel siempre deberá estar limpio y con buen aroma.
- M. La música que se proyecta en el establecimiento debe ser clásica y armónica.
- N. La decoración del hotel se cambiará en abril y noviembre de cada año, por fiestas de la ciudad de Riobamba; y en el mes de diciembre, por la navidad.

### **Norma de áreas comunales**

Las áreas comunales del Hotel Casa Real deberán cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. Las áreas comunales servirán a los clientes como lugares de distracción, relajación o de lectura.
- B. Estos espacios deben contar con sillones cómodos y mesas funcionales.
- C. Debe contar con un espacio para una cafetera o tetera.
- D. Proveer de revistas de turismo, negocios o entretenimientos, las mismas que deberán ser cambiadas cada mes.

- E. Debe tener periódicos locales y nacionales, los mismos que deberán ser cambiados cada día.
- F. Tener juegos de mesa para la utilización de los clientes.
- G. El área debe contar con música clásica, con un volumen tolerable.
- H. Las áreas referidas deben estar siempre limpias, con buen aroma y ordenadas.
- I. Debe tener información turística sobre las diferentes actividades que se realizan en la ciudad o provincia.

	<b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RECEPCIÓN</b>	FECHA: 2015-02-06
---	---	-------------------

Objetivo.- Describir todas las actividades que debe realizar el personal de recepción, y los implementos de trabajo con los que debe contar.

Alcance.- Es aplicable para el mejor funcionamiento de la recepción del hotel.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener los implementos necesarios para el funcionamiento de la recepción.
- Los recepcionistas son responsables de seguir los procedimientos de servicio y atención al cliente.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RECEPCIÓN

### **Mobiliario del la recepción**

La sala de recepción del hotel "Casa Real" deberá tener el mobiliario descrito a continuación:

- A. Mostrador.
- B. Sillas.
- C. Archivera.
- D. Computadoras.
- E. Impresora.
- F. Copiadora.

- G. Teléfonos.
- H. Caja de seguridad.
- I. *Datafast*.
- J. Material de oficina.

### **Normas de la recepción**

La recepción del hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. Siempre estar limpia y con buen olor.
- B. Debe estar iluminada todo el tiempo.
- C. Debe estar ordenada.
- D. Decorada de acuerdo con la fecha (Abril, Noviembre y Diciembre).
- E. Mobiliario en buen estado.
- F. Equipos tecnológicos en funcionamiento.

### **Normas de trabajo**

La atención de la recepción del hotel “Casa Real” estará a cargo de los recepcionistas, los mismos que deberá cumplir con las normas de trabajo establecidos a continuación:

- A. Nunca dejar su puesto de trabajo.
- B. Contestar los teléfonos cortésmente.
- C. Nunca se le hará esperar al cliente.
- D. Siempre que se dirija al huésped, lo hará mirándolo a los ojos.
- E. Siempre se dirigirá al huésped por: “Señor/Señora (apellido del huésped)”.
- F. Tomará el requerimiento del cliente: reservación, mensaje para algún cliente interno o externo del hotel.

- Si es un mensaje, deberá llenar la ficha de mensaje. (Ejemplo 2)
- Si es una reserva, deberá llenar la ficha de reserva. (Ejemplo 3)

G. Manejará la reserva de la siguiente manera:

- Si es una reserva de habitación, ingresará al sistema la reserva realizada por el cliente.
- Si es una reserva para el restaurante, ingresará al sistema la reserva realizada por el cliente y notificará a la administración, para que se encargue de notificar al personal de la cocina.
- Si es una reserva para eventos, pasará la ficha de reserva a la administración, para que se encargue de contactarse con el cliente.

H. Para realizar una reserva de habitaciones, los clientes deberán pagar el valor completo de las mismas, para que la reserva se haga efectiva.

I. Los clientes podrán anular una reservación de habitación, con el siguiente recargo:

- El 50% del valor de las habitaciones, se cobrará, si la reserva es anulada con 48 horas antes del día establecido, para realizar el evento previsto.
- El 100% del valor de las habitaciones, se cobrará si la reserva es anulada, hasta 24 horas antes del día establecido para que se realice el evento previsto.

J. Contestará correos electrónicos el mismo día que fueron recibidos.

K. Cobrará a los clientes.

L. Emitirán y entregarán las facturas.

M. Manejará correctamente el sistema operativo del hotel.

- N. Realizar el *check in* y *check out* del cliente.
- O. Entregará las llaves de las habitación a los huéspedes.
- P. Brindará, al cliente, toda la información que necesite, como: hora de *check out*, horario de servicio del restaurante y servicios en general del hotel.
- Q. Dar el reporte de ocupación de habitaciones al departamento de pisos para la limpieza de los mismos.
- R. Entregará las encuesta de satisfacción de servicios al administrador.
- S. Manejar la información de los clientes.
- T. Nunca brindar información de un cliente.
- U. Punto de recepción y distribución de documentación externa e interna del hotel.
- V. Nunca negociará con los clientes, sin la autorización de la gerencia.


### **Procedimiento de servicio**

El procedimiento de servicio de los recepcionistas del hotel “Casa Real” será de la siguiente forma:

- A. Atenderá los teléfonos del hotel que deben ser contestados, máximo hasta la tercera timbrada.
- B. Contestará de la siguiente forma: “Buenos (días/tarde/noches, recepción del hotel “Casa Real” le atiende (nombre del recepcionista), en qué puedo servirle?”.
- C. Escuchará atentamente las solicitudes del cliente.
- D. Brindará toda la información que el cliente necesite, como: ubicación del hotel, tipo de habitaciones, precios y servicios que ofrece el hotel.
- E. Revisará que habitaciones están ocupadas, desocupadas y disponibles.
- F. Entregará el reporte de las habitaciones al departamento de pisos, para que realicen la limpieza de las mismas.

- G. A la llegada de un cliente a la recepción del hotel saludará de la siguiente forma: “Buenos (días, tardes o noches), bienvenido al hotel “Casa Real”, ¿en qué podemos servirle?”.
- H. En el caso en el que el cliente decida realizar el *check in*, se llenará la ficha de registro. (Ejemplo 4)
- I. Informará al cliente que el uso de la habitación incluye desayuno y se le explicará sobre su contenido. (Ejemplo 5)
- J. Entregará las llaves e indicará al huésped la hora del *check out* (14H00) .
- K. Le indicará la localización de la habitación y del restaurante.
- L. Cuando exista una llamada interna, deberá contestar de la siguiente manera: “recepción buen (día/tarde/noche), (nombre del recepcionista) le atiende, ¿en qué puedo servirle?”.
- M. El momento que el cliente desee realizar el *check out*, se le preguntará si todo estuvo bien.
- N. Se pedirá al huésped que llene una encuesta de satisfacción de servicio. (Ejemplo 6)
- O. Se preguntará al personal del restaurante, si el huésped tiene alguna cuenta pendiente.
- P. Se le cobrará, en efectivo o tarjeta de crédito. (Se recibirá pagos en cheque, si la gerencia lo autoriza con anterioridad).
- Q. Se emitirá la factura correspondiente y se entregará al huésped.
- R. Se despedirá del cliente diciendo: “Que tenga un buen (día/tarde/noche) señor/señora (apellido del huésped), para el hotel “Casa Real”, fue un placer atenderlo, esperamos su pronta visita” .



	<p><b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE EVENTOS</b></p>	<p>FECHA: 2015-02-06</p>
---	--	--------------------------

Objetivo.- Describir todas las actividades que debe realizar el personal de eventos y el mobiliario con el que debe contar el hotel para ofrecer este servicio.

Alcance.- Es aplicable para todo el departamento de eventos.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener todos implementos necesarios para brindar el servicio de eventos.
- El personal de eventos debe seguir los procedimientos de atención y servicio.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE EVENTOS

### Mobiliario del los salones de eventos

El restaurante del hotel “Casa Real” deberá tener el mobiliario descrito a continuación:

- A. Mesas redondas.
- B. Mesas de escritorio.
- C. Sillas.
- D. Tableros.

- E. Soportes.
- F. Caballetes.
- G. Mantelería (por lo menos 5 tipos diferentes).
- H. Vajilla (por lo menos 4 tipos diferentes).
- I. Cristalería.
- J. Cubertería.
- K. Nevera.
- L. Calentadores de comida.
- M. Proyector y pantalla.
- N. Disco móvil.
- O. Parlantes.
- P. Micrófonos.
- Q. Iluminación.

### **Normas de los salones de eventos**

Los salones de eventos del hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. Siempre deben estar limpios y equipados.
- B. No deben tener manchas las paredes, los pisos, el tumbado, los vidrios, las puertas y las cortinas.
- C. Vidrios sin fisuras.
- D. Pisos con antideslizantes.
- E. Debe contar con ventilación.
- F. Todo el equipamiento tecnológico de los salones, debe funcionar correctamente.
- G. El mobiliario debe estar en buen estado.
- H. Todas las lámparas o iluminación en si, debe funcionar.
- I. Las salidas de emergencia deben estar claramente identificables.
- J. El área de servicio debe estar limpio y ordenado.
- K. Todos los artículos destinados para el evento deben ser montados 5 horas antes de su inicio.

## L. Procedimiento de servicio

El procedimiento de servicio del personal de eventos del hotel “Casa Real” será de la siguiente forma:

- A. El cliente que llegue al hotel será atendido por el administrador.
- B. Se le saludará diciendo: Buen (días/tarde/noche) bienvenido al Hotel Casa Real, mi nombre es (nombre del administrador), ¿en qué puedo servirle?”.
- C. Se preguntará al cliente toda la información necesaria para la realización del evento. (Ejemplo 7)
- D. Se le indicará al cliente el salón que desee ocupar.
- E. Se elaborará una proforma, de acuerdo al tipo de evento, número de personas, requerimientos especiales, entre otros.
- F. La proforma deberá ser entregada al cliente, en un máximo de 2 (dos) días posteriores a su requerimiento.
- G. Si el cliente está interesado, se le programara una cita, para la degustación de comida.
- H. A dicha degustación podrán ir hasta 4 (cuatro) personas.
- I. Si la degustación no fue del agrado del cliente, se puede ofrecer una segunda degustación (contando con la aprobación de la gerencia).
- J. Una vez que todo esté aceptado por el cliente, se firmará un contrato de prestación de servicios. (Ejemplo 8)
- K. Se informará a todo el personal de eventos, la fecha y hora del evento.
- L. El personal de servicio se presentará en el hotel 2 (dos) horas antes del inicio del evento.
- M. El personal deberá realizar el trabajo asignado por el administrador.
- N. El personal de eventos estará hasta que finalice el evento.
- O. El desmontaje y limpieza del salón del evento, se realizará al finalizar el mismo.
- P. El administrador tendrá que llamar al cliente, para tener una retroalimentación del servicio prestado.

	<p><b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RESTAURANTE</b></p>	<p>FECHA: 2015-02-06</p>
---	--	--------------------------

Objetivo.- Describir las normas y estándares que debe cumplir el restaurante y las actividades que deben realizar las personas involucradas, cumpliendo con todos los estándares y procedimientos detallados.

Alcance.- Es aplicable para todo el restaurante del hotel.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener todos los implementos necesarios en el restaurante.
- Los meseros son responsables de seguir los procedimientos de atención y normas de servicio.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE RESTAURANTE

### Mobiliario del restaurante

El restaurante del hotel “Casa Real” deberá tener el mobiliario descrito a continuación:

- A. Mesas.
- B. Sillas .
- C. Vajilla.
- D. Cubertería.

- E. Cristalería.
- F. Porta vajilla.
- G. Porta vasos.
- H. Porta botellas.
- I. Barra.
- J. Nevera.
- K. Microondas.
- L. Licuadora.
- M. Charolas.
- N. Televisor.
- O. Radio.
- P. Teléfono.
- Q. Bodega de almacenamiento.
- R. Estanterías.

### **Normas del restaurante**

El restaurante del hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. Debe funcionar los 365 días del año.
- B. La atención será desde las 07H00 , hasta las 10H00.
- C. Habrá puntualidad en la hora de abrir y brindar el servicio del restaurante a los clientes.
- D. Los tableros de las mesas no deben ser de vidrio.
- E. En cada mesa debe haber un centro de mesa decorativo.
- F. Las sillas deben ser cómodas y con espaldares rígidos.
- G. Mesas y sillas deben estar en perfectas condiciones, y colocados en sus puestos de servicio.
- H. Mesas y sillas deberán estar vestidas.
- I. Las mesas deberán estar a una distancia de dos metros.
- J. Los manteles y servilletas de tela deberán estar sin manchas, ni enmendaduras o rotos.

- K. La carta no debe estar sucia, rota o manchada.
- L. La carta debe estar en idioma inglés y en español.
- M. Tener en stock todos los platos ofrecidos en el menú.
- N. Actualizar el menú, por lo menos, cada año.
- O. Cobrar, siempre, los precios establecidos en la carta; los mismos que incluirán impuestos.
- P. La cristalería no debe tener ninguna fisura.
- Q. Cubertería y cristalería bien pulida antes del servicio.
- R. Las mesas deberán estar montadas de acuerdo al servicio que se brinde (desayuno, almuerzo o cena).
- S. Se utilizará vasos, copas y jarras de cristal.
- T. Los cubiertos deben ser de acero inoxidable.
- U. Salero, pimentero y azucarera llenos en cada mesa del restaurante.
- V. La vajilla debe tener el logo del hotel.

### **Normas de trabajo**

El servicio en el restaurante del hotel “Casa Real” estará a cargo de los meseros, los mismos que deberán cumplir con las normas de trabajo establecidos a continuación:

- A. Se limpiarán polvos de mesas, sillas, barra y baños del restaurante a la apertura diaria del restaurante.
- B. Los baños serán limpiados cada cinco horas, desde que fue abierto.
- C. Todo el restaurante debe estar siempre limpio y ordenado.
- D. La puerta de entrada debe estar abierta desde las 07H00 hasta las 10H00.
- E. Los meseros deben aprender todo el menú que se ofrece (ingredientes, porciones y sabores).
- F. La cristalería debe ser pulida antes del servicio.
- G. Atención a todas las mesas, independientemente del rango asignado.


## **Procedimiento de servicio**

El procedimiento de servicio de los meseros en el restaurante del hotel "Casa Real" será de la siguiente forma:

- A. Cuando un cliente llegue y entre al restaurante debe recibirlo saludándole.
- B. La forma de saludar será: "Buen (días/tarde/noche) bienvenido al Hotel Casa Real, mi nombre es (nombre del mesero), hoy les atenderé. ¿Cuántas personas son?".
- C. Les guiará hacia una mesa y los acomodará.
- D. Entregará la carta, con el logo del hotel en la parte frontal.
- E. Se retirará, para que los comensales puedan elegir el plato a degustar.
- F. En el caso en el que exista alguna inquietud por parte del comensal, debe acercarse a la mesa y dar una respuesta inmediata.
- G. Después de 5 minutos, desde que llegaron los comensales, si no ha sido llamado, se acercará y preguntará si están listos para ordenar.
- H. En caso de ser necesario, se les dará más tiempo a los comensales, para que puedan decidir.
- I. Una vez listos los comensales, se tomará la comanda. (Ejemplo 9)
- J. Cuando terminen de ordenar todos los de la mesa, el mesero volverá a repetir la orden, para que se esté claro todo lo que se ordenó.
- K. El mesero llevará la comanda hacia la cocina, para su elaboración.
- L. Mientras se elaboran los platos a degustar, brindará canguil, chifles, pan, entre otros; según la disposición de la gerencia.
- M. Se pasarán las bebidas de todos los comensales de la mesa, al mismo tiempo.
- N. El mesero, siempre deberá estar observando a las mesas, para ver si los clientes necesitan algo.
- O. Una vez que los platos salgan de cocina, se tratará de servir, al mismo tiempo, a todos los comensales de la mesa.
- P. Se retirará de la mesa, diciendo "Buen provecho".
- Q. Después de 5 minutos de que fueran servidos los platos, el mesero se acercará y preguntará si todo está bien, o si necesitan algo más.

- R. En el caso de necesitar algo más, se anotará en la misma comanda tomada, y se brindará lo que requiere el comensal.
- S. Una vez finalizada la comida, el mesero preguntara si puede retirar los platos.
- T. Tratará de retirar todos los platos de la mesa, al mismo tiempo.
- U. Volverá a preguntar, nuevamente, si todo estuvo bien.
- V. Entregará la cuenta, teniendo como opciones:
- Si es huésped del hotel, pasará la factura a recepción para que sea cobrada en el momento del *check out*.
  - Si no es huésped (cliente) del hotel, entregará la factura y cobrará ese momento la cuenta.
- W. Se despedirá diciendo: “Fue un placer atenderlo, esperamos pronto su visita”.



	<b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE LA COCINA</b>	FECHA: 2015-02-06
---	---	-------------------

Objetivo.- Describir todas las actividades que debe realizar el personal de cocina, y los implementos de trabajo con los que debe contar.

Alcance.- Es aplicable para el mejor funcionamiento de la cocina del hotel.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener todos implementos necesarios para el funcionamiento de la cocina.
- Los cocineros son responsables de seguir los procedimientos detallados a continuación.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE LA COCINA

### **Mobiliario del la cocina**

La cocina del hotel "Casa Real" deberá tener el mobiliario descrito a continuación:

- A. Horno.
- B. Cocinas.
- C. Planchas.
- D. Ollas.
- E. Sartenes.
- F. Moldes.

- G. Recipientes.
- H. Pesas.
- I. Tazas medidoras.
- J. Utensilios de cocina.
- K. Vajilla.
- L. Cristalería.
- M. Cubertería.
- N. Tablas.
- O. Licuadoras.
- P. Batidoras.
- Q. Neveras.
- R. Microondas.
- S. Extractor de olores.
- T. Lava platos.

### **Normas de la cocina**

La cocina del hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. El piso debe estar recubierto de porcelanato antideslizantes y, las paredes, de cerámica, para su fácil limpieza.
- B. El piso no debe ser resbaloso.
- C. La cocina, siempre, debe estar ordenada.
- D. Después del uso de la cocina o del horno, siempre se verificar que las hornillas hayan quedado correctamente cerradas, para evitar fugas de gas.
- E. Nunca se podrá utilizar artículos inflamables dentro de la cocina.
- F. Los cuchillos se transportarán pegados a la pierna de quien lo lleve.
- G. A la bodega de abastecimiento, puede entrar sólo el personal autorizado.
- H. Los instrumentos eléctricos, después de su uso, deben ser desconectados.

- I. El personal debe estar concentrado en sus puestos de trabajo, para evitar cualquier tipo de accidente.
- J. El personal de cocina debe entrar, a la misma, bien uniformado.
- K. Si una persona desea entrar a la cocina, debe usar malla para el cabello.
- L. Está prohibido ingresar a la cocina, con síntomas de gripe o alguna enfermedad.
- M. Está prohibido el ingreso de niños, a la cocina.
- N. El requerimiento de productos alimenticios lo realizará el cocinero. (Ejemplo 10)
- O. La selección de proveedores y productos la realizará la administración.
- P. Los productos serán almacenados, según su necesidad, en las neveras o en la bodega.
- Q. Los productos tendrán etiqueta con la fecha de ingreso y expiración.
- R. Todo producto alimenticio, después de su uso, debe ser puesto en su lugar.
- S. No se deben mezclar productos, el momento de ser guardados.
- T. Los productos no deben ser usados después de la fecha de su caducidad.
- U. Siempre usar productos frescos.

### **Normas de limpieza de la cocina**

La cocina del hotel "Casa Real" deberá cumplir con las normas de limpieza descritas a continuación:

- A. La cocina, siempre debe estar limpia y desinfectada.
- B. Todos los días se limpiarán y desinfectarán los pisos, paredes y muebles de cocina.
- C. Si algún producto se regó, debe ser limpiado inmediatamente.
- D. Todo instrumento de la cocina, después de ser utilizado, debe ser lavado y colocado en el lugar asignado.

- E. Las tablas y utensilios de cocina, antes de su uso, deben ser desinfectadas y de la misma forma, después de su uso.
- F. La limpieza del horno y nevera se la realizará dos veces por semana.
- G. La basura deberá ser sacada todos los días.

### **Normas de higiene y presentación del personal de cocina**


El personal de cocina del hotel "Casa Real" deberá cumplir con las normas de higiene y presentación, para el ingreso a la cocina y manipulación de alimentos; normas que se describen a continuación:

- A. Siempre deberá estar correctamente uniformado con:
  - Chaqueta de cocinero.
  - Pantalón de cocinero.
  - Delantal.
  - Malla para el cabello.
  - Gorro.
  - Zapatos antideslizantes con punta de acero.
  
- B. Asistir al trabajo aseado.
- C. Está prohibido el uso de perfumes.
- D. No se puede usar anillos, relojes y cadenas al momento de la manipulación de alimentos.
- E. El cabello debe ser corto o estar recogido correctamente.
- F. Nunca se debe arreglar el cabello dentro de la cocina.
- G. Mantener debidamente cuidadas las uñas de las manos.
- H. El personal femenino le está prohibido el uso de pintura en las uñas.
- I. Está prohibido fumar.
- J. La manipulación de alimentos se la deberá hacer con guantes especiales.

K. Para manipular los alimentos, siempre se debe lavar las manos después de haber realizado alguna de las siguientes actividades: haber cogido algún químico de limpieza, haber tocado la basura, o topado cualquier zona de su cuerpo o haber salido de la cocina.

L. El lavado de manos se hará de la siguiente manera:

- Se mojarán las manos y los antebrazos hasta el codo.
- Se colocará jabón en las zonas antes mencionadas.
- Se fregarán las manos, antebrazos, entre los dedos y las uñas.
- Se enjuagarán las manos y los antebrazos, con abundante agua, hasta que el jabón haya desaparecido.
- Se cerrará la llave del agua con el codo, para no volver a contaminar las manos.
- Se secarán las manos y se colocarán los guantes.

	<p><b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE HABITACIONES</b></p>	<p>FECHA: 2015-02-06</p>
---	---	--------------------------

Objetivo.- Describir las normas y estándares que debe cumplir las habitaciones del hotel y las actividades que deben realizar las personas involucradas, los mismos que deberán cumplir con todos estándares y procedimientos que se detallan a continuación.

Alcance.- Es aplicable para todas las habitaciones del hotel.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener todos implementos necesarios en las habitaciones
- Las camareras son responsables de seguir los procedimientos de limpieza y control.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE HABITACIONES

### **Mobiliario de las habitaciones**

Las habitaciones del hotel “Casa Real” deberán tener el mobiliario que se describe a continuación:

A. La habitación doble *stándar* debe tener:

- Dos camas *twin* con los respectivos colchones y tres almohadas cada una.
- Velador.
- Lámpara de noche.
- Mesa.
- Silla.
- *Closet* con 5 armadores.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Cuadro de pintura.
- Basurero.

B. La habitación simple debe tener:

- Una cama *queen* con el colchón y cuatro almohadas.
- Dos veladores.
- Una lámpara.
- Mesa.
- Silla.
- *Closet* con 5 armadores.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Cuadro de alguna pintura artística.
- Basurero.

C. La habitación triple debe tener:

- Dos camas *twin* con con su respectivo colchón y tres almohadas, cada uno.
- Una cama *queen* con el colchón y cuatro almohadas.
- Tres veladores.

- Tres lámparas.
- Mesa.
- Dos sillas.
- *Close* con 5 armadores.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Dos cuadros de alguna pintura artística.
- Basurero.

D. La *Suite* ejecutiva Ángeles debe tener:

- Una cama *queen* con el colchón y cuatro almohadas.
- Tres veladores.
- Dos lámparas.
- Mesa desayunador.
- Dos sillas.
- Mesa de lectura.
- Mecedora.
- Mini bar.
- Porta revistas.
- Revistas.
- Espejo.
- *Close* con 5 armadores.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Cuadro de alguna pintura artística.
- Basurero.

E. La *Suite* ejecutiva Aragón debe tener:

- Una cama *queen* con el colchón y cuatro almohadas.



- Tres veladores.
- Dos lámparas.
- Mesa desayunador.
- Tres sillas.
- Mesa de lectura.
- Escritorio.
- Mecedora.
- Mini bar.
- Porta revistas.
- Revistas.
- Espejo.
- *Closet* con 5 armadores.
- *Jacuzzi* en el baño.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Cuadro de alguna pintura artística.
- Basurero.

F. La *Suite* Presidencial Andalucía debe tener:

- Una cama *King* con el respectivo colchón y cuatro almohadas.
- Tres veladores.
- Dos lámparas.
- Mesa desayunador.
- Tres sillas.
- Mesa de lectura.
- Escritorio.
- Mecedora.
- Mini bar.
- Porta revistas.

- Revistas.
- Espejo.
- *Closet* con 5 armadores.
- *Jacuzzi* en el baño.
- Chimenea.
- Televisor.
- Teléfono.
- Radio.
- Cuadro de alguna pintura artística.
- Basurero.

### **Normas de las habitaciones**

Las habitaciones del hotel “Casa Real” deberá cumplir con los parámetros que se constan a continuación:

- A. Todas las habitaciones deben estar limpias y disponibles para su uso.
- B. El mobiliario de las habitaciones debe estar en buen estado.
- C. El televisor, teléfono, radio, entre otros; deben funcionar correctamente.
- D. Los toma corrientes no deben estar rotos ni sin funcionar.
- E. Boquillas de luz y lámparas deben contar con focos respectivos y funcionar correctamente.
- F. Las cortinas de las ventanas deben estar limpias, ni rotas, ni manchadas.
- G. El closet debe tener cinco ganchos para colgar la ropa, una mesa de planchado y una plancha para ropa.
- H. Los rodapiés deben estar al pie de la cama, y no deben ser deslizables.
- I. Las sábanas, cobijas y cubrecamas, deben estar limpias, sin manchas, ni enmendaduras o rotas.

- J. Se colocarán, en el escritorio de la habitación, dos botellas con agua natural y dos vasos de cristal.
- K. En el escritorio se pondrá una libreta y un esfero.
- L. En el velador se colocará información con números de los teléfonos de recepción y códigos, para llamadas internas.

### **Normas de los baños de las habitaciones**

Los baños de las habitaciones del hotel “Casa Real” deberán cumplir con los parámetros establecidos a continuación:

- A. Todo el baño deberá estar recubierto por baldosa para su fácil limpieza.
- B. Los baños deberán tener:
  - Inodoro con asiento y tapa.
  - Lavamanos.
  - Espejo.
  - Ducha.
  - *Jacuzzi* (*Suite* Presidencial Andalucía y *Suite* Aragón).
  - Secadora de cabello.
  - Instalaciones para discapacitados (habitación para discapacitados).
  - Porta papel higiénico.
  - Porta jabón.
  - Porta cepillo de dientes.
  - Porta toallas.
  - Basurero.
- C. Siempre deberán estar limpios y desinfectados.
- D. Las llaves de aguas deberán funcionar correctamente.

- E. El extractor de olores, que deberá eliminar cualquier tipo de olor o vapor que exista en el baño.
- F. El espejo del baño no puede tener ninguna fisura o despostillado.
- G. Las baldosas deben estar limpias, desinfectadas y sin ninguna rotura.
- H. Cada baño deberá tener dos rollos de papel higiénico para el uso de los huéspedes.
- I. Por cada huésped se proporcionará diariamente dos toallas de cuerpo y dos toallas de manos.
- J. Se colocarán dos jabones de cuerpo, dos envases de *shampoo* y dos acondicionadores para cabello.
- K. En cada baño de habitación tendrá un rodapié.

### **Procedimientos de limpieza de las habitaciones**

El procedimiento de limpieza de las habitaciones del hotel “Casa Real”, que deberá realizar las camareras, será el siguiente::

- A. El proceso de limpieza se realizará todos los días.
- B. Las camareras pedirán, en recepción, el informe de habitaciones ocupadas, desocupadas o fuera de servicio.
- C. El trabajo será distribuido entre las camareras de turno.
- D. Aquellas alistarán su canasta con los implementos a utilizar en la limpieza:
  - Guantes.
  - Mascarilla.
  - Escoba.
  - Trapeador.
  - Paños de limpieza.
  - Limpia vidrios.
  - Limpia espejos.
  - Limpia madera.

- Cloro.
- Funda de basura.

E. Las camareras deberán limpiar las habitaciones ocupadas de la siguiente manera:

- El tiempo promedio de limpieza, por habitación, es de 30 minutos.
- Tocar la puerta tres veces para verificar que el huésped no se encuentra en la habitación.
- Entrar a la habitación y dejar la puerta abierta mientras estén limpiándola.
- Colocar la canasta con los productos de limpieza en el piso, a la entrada de la habitación.
- Prender las luces, el televisor, el radio y las lámparas, para verificar su funcionamiento.
- De la misma forma, prender luces y extractor de olores del baño, para verificar su funcionamiento.
- Verificar que el closet cuente con la plancha, tabla de planchar y ganchos de colgar ropa.
- Verificar que el mobiliario no tenga ningún daño.
- Abrir las cortinas y ventanas de la habitación.
- Recoger la basura de los basureros de la habitación y del baño.
- Organizar la ropa del huésped, sin abrir cajones o maletas.
- Cambiar sábanas y tender la cama.
- Limpiar el polvo de las mesas, sillas, cuadros, vidrios, televisor, teléfono, lámparas, y radio.
- Cambiar las aguas, libretas y esferográficos, si es necesario.
- Cambiar los vasos, todos los días, por unos limpios.
- Limpiar y desinfectar el baño, empezando por la ducha y verificar el funcionamiento de las perrillas de agua caliente y fría.


- Limpiar la cortina de vidrio de la ducha y el espejo del baño.
- Limpiar el inodoro y verificar el funcionamiento de la perilla del flujo de agua.
- Limpiar el lavamanos y verificar que las perillas del agua caliente y agua fría funcionen correctamente.
- Si encuentra pertenencias del huésped, se las mueve con cuidado, para la limpieza de la habitación, y luego se las debe dejar ordenadas.
- Cambiar todas las toallas que se encuentren en el baño, por unas limpias.
- Cambiar el papel higiénico, *shampoo*, acondicionador y jabón por unos nuevos, en caso de que hayan sido utilizados por el huésped.
- Barrer y pasar brillo en todo el piso de la habitación y en el baño.
- Cerrar las ventas y cortinas de la habitación.
- Apagar luces.
- Realizar una revisión final para comprobar que todo esté limpio, según los estándares establecidos.
- Salir de la habitación y cerrar la puerta verificando que quede asegurada.

F. Las camareras deberán limpiar las habitaciones desocupadas de la siguiente manera:

- Entrar a la habitación y dejar la puerta abierta mientras se este en la habitación.
- Colocar la canasta con los productos en el piso, a la entrada de la habitación.
- Prender luces, televisor, radio y lámparas para verificar su funcionamiento.
- Prender luces y extractor de olores del baño para verificar su funcionamiento.

- Verificar que el closet cuente con plancha, tabla de planchar y ganchos de ropa.
- Verificar que el mobiliario no tenga ningún daño.
- Cambiar los vasos por unos limpios.
- Limpiar el polvo de las mesas, sillas, cuadros, vidrios, televisor, teléfono, lámparas, y radio.
- Barrer y pasar brillo en todo el piso de la habitación y el baño.
- Apagar luces.
- Realizar una revisión final para comprobar que todo esté limpio según los estándares establecidos.
- Salir de la habitación y cerrar la puerta, verificando que quede asegurada.

G. Al finalizar la tarea de limpieza de las habitaciones, entregar, en la recepción, un informe de novedades, en el caso de que estas existieran (Ejemplo 11)

	<p><b>ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE MANTENIMIENTO</b></p>	<p>FECHA: 2015-02-06</p>
---	--	--------------------------

Objetivo.- Describir las actividades que debe realizar el personal de mantenimiento.

Alcance.- Es aplicable para todo el departamento de mantenimiento del hotel.

Responsables:

- La gerencia es responsable de tener todos los implementos necesarios para el mantenimiento del hotel.
- El personal de mantenimiento es responsables de seguir las normas de trabajo que se indican a continuación.

## ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE MANTENIMIENTO

### Normas de trabajo

El personal de mantenimiento del hotel "Casa Real" es el encargado de las siguientes actividades:

- A. Es el encargado de cuidar y dar mantenimiento a todas las instalaciones del hotel.
- B. Podar el césped cada 15 días.
- C. Dar mantenimiento a los jardines internos y externos, cada semana.



- D. Es el encargado de la limpieza diaria de los pasillos, gradas, recepción, áreas comunales, patio externo, parqueadero y entrada del hotel.
- E. Cambiar la iluminación que no funcione.
- F. Cambiar las tomas de energía eléctrica que no funcionen.
- G. Cambiar el gas para el uso de la cocina y de los calefones.
- H. Arreglar los desperfectos que existan en las paredes, puertas, ventanas, muebles y máquinas, en general.
- I. Atender cualquier pedido de la gerencia sobre materiales que necesite para su trabajo. (Ejemplo 12)
- J. Es el encargado de notificar a la gerencia, sobre la compra o cambio de cualquier artículo que necesite el hotel. (Ejemplo 13)

# **HERRAMIENTAS**

## Ejemplo 1: Declaración de Responsabilidades



### DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDADES

Riobamba, 5 de enero del 2015

Presente.-

Yo, **Arturo López**, con número de cédula de identidad **1133425679**, y con el cargo de **Recepcionista**, declaro que he recibido el manual de estándares y procedimiento de servicios, otorgado por el Hotel Casa Real, el mismo que si no es cumplido a cabalidad en todas las actividades detalladas en dicho manual, será **corregido**, de acuerdo con las políticas internas del hotel.

EMPLEADO      GERENTE GENERAL

C.I.

C.I.





Ejemplo 4: Ficha de registro.

	<b>FICHA DE REGISTRO</b>
<b>Nombre y apellido:</b>	
<b>Numero de cedula:</b>	<b>Genero:</b> Masculino___ Femenino___
<b>Fecha de nacimiento:</b>	<b>Edad:</b>
<b>Nacionalidad:</b>	<b>Ciudad:</b>
<b>Domicilio:</b>	<b>Correo electrónico:</b>
<b>Tipo de habitación:</b>	<b>Numero de habitación:</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>Fecha de salida:</b>
<b>Observaciones:</b> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	


## Ejemplo 5: Menú de desayuno



### Tipos de desayuno

1. Desayuno continental:
  - Jugo.
  - Café en agua o en leche.
  - Pan.
  - Mermelada y mantequilla.
  
2. Desayuno americano:
  - Jugo.
  - Café en agua o en leche.
  - Pan.
  - Rebanada de queso.
  - Dos huevos fritos, revueltos o pasados.
  - Mermelada y mantequilla.
  
3. Desayuno Casa Real:
  - Jugo.
  - Café en agua o en leche.
  - Pan.
  - Rebanada de queso.
  - Rebanada de jamón.
  - Fruta.
  - Dos huevos fritos, revueltos o pasados.
  - Mermelada y mantequilla.
  
4. Desayuno buffet:
  - Jugo.
  - Café en agua o en leche.
  - Yogurt.
  - Cereal.
  - Granola.
  - Pan.
  - Queso.
  - Jamón.
  - Fruta.
  - Dos huevos fritos, revueltos o pasados.
  - Mermelada y mantequilla.

Ejemplo 6: Encuesta de satisfacción de servicios

<p>¿...?</p>  <p>Hotel “Casa Real” agradece el tiempo brindado para calificar nuestro servicio; lo cual nos ayudará a corregir nuestras deficiencia y a mejorar la estadía de huéspedes distinguidos, como usted. A continuación, marque con una <b>X</b>, en uno de los cuadros, calificando así, al servicio como: Muy bueno, Bueno, Regular , Malo o Pésimo.</p>					
Fecha:			Número de habitación:		
SERVICIO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	PÉSIMO
La atención brindada por el personal del hotel fue					
La infraestructura del hotel es					
La habitación que usted ocupó fue					
La comida del restaurante fue					
La información de la pagina web es					
<b>Volvería hacer uso de nuestros servicios (siendo muy buena, sí; y pésimo, no)</b>					
<b>Recomendaría a nuestro hotel con sus amigos o familiares (siendo muy buena, sí; y pésimo, no)</b>					
Comentario o recomendaciones:					
<b>OJO.- Los dos últimos párrafos no deben ser encasillarlos.</b>					
<b>MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>					





Ejemplo 8: Contrato de prestación de servicios.



## CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE SALÓN DE EVENTOS

### CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES

EN EL SALÓN “**VIP ASTURIAS**”, QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, EL HOTEL CASA REAL REPRESENTADO LEGALMENTE POR LA **Dra. DOLORES DEL ROCIO PUMAGUALLI**, REPRESENTADA EN ESTE CONTRATO POR **Ing. JUAN CARLOS BAQUERO**, A QUIENES, EN LO SUCESIVO, SE LES DENOMINARÁ “PRESTADORES DEL SERVICIO”; Y, POR LA OTRA PARTE, EL/LA SEÑOR **ARTURO LÓPEZ**, A QUIEN, EN LO SUCESIVO, SE LE DENOMINARÁ “EL/LA CONSUMIDOR/A”, LOS MISMOS QUE CONVIENEN CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES **DECLARACIONES Y CLÁUSULAS**.

### DECLARACIONES CLÁUSULAS

PRIMERA.- El objeto del presente contrato es la prestación de servicios para la organización de un evento social, que se realizará en el Salón “**VIP ASTURIAS**”, para **110 Personas**, el cual se llevará a cabo el día **11 de abril del año 2015** y tendrá una duración de 6 horas, de acuerdo con las características y especificaciones de este contrato. El evento empezará el día **sábado 11 de abril del 2015, a las 20h00** y terminará el día **domingo 12 de abril del 2015 a las 02:00 am**. En caso de requerir una hora adicional, tendrá el valor de 100.00 USD.

SEGUNDA.- El costo total, que “El Consumidor” debe solventar por la prestación del servicio, es el estipulado a continuación:

30/02/2015

#### **ARTURO LÓPEZ**

110	MENUS	18,85	2073,77
1	MAESTRO DE CEREMONIA	160,00	160,00
6	PIROTECNIA	30,00	180,00
3	MENUS DE NIÑOS	6,50	19,50
			0,00
	Abono		
	70%	SUBTOT.	2433,27
	SALDO	IVA 12%	291,99

30%

SER.

10%

243,33

**TOTAL**

2968,59

- a) El consumidor deberá pagar el 70% del valor pactado, como anticipo, que deberá ser cancelado hasta dos semanas antes de la fecha del evento.
- b) El saldo restante, esto es, del 30%, de dicho valor, deberá ser cancelado hasta una semana antes de la fecha del evento.

TERCERA.- En caso de que el consumidor efectúe un anticipo por los servicios contratados, el prestador del servicio deberá expedir el comprobante respectivo en el que contendrá, por lo menos, la siguiente información: nombre, razón social, fecha e importe del anticipo, nombre y firma de la persona debidamente autorizada que recibe el anticipo.

CUARTA.- A efecto de tener seguridad en cuanto al número de asistentes al evento social, el consumidor y el prestador del servicio establecen como procedimiento de control y verificación, el siguiente:

- a) El consumidor y el prestador del servicio designarán, cada uno, a una persona de su confianza, a efecto de que sólo ingresen al lugar personas autorizadas por el consumidor, para lo cual podrán pactar el uso de pase o lista de invitados.
- b) El consumidor se responsabiliza del excedente de personas que, con su autorización expresa, hayan ingresado al evento. El prestador del servicio se obliga a contar con un margen de excedente de, por lo menos, un 5% sobre el total contratado para tener posibilidades de atender la sobredemanda autorizada por el consumidor.

QUINTA.- El consumidor se obliga a designar a una persona de su confianza, quien, durante el evento, será el que trate los asuntos relacionados con la prestación del servicio,

SEXTA.- En el caso en el que el prestador del servicio incurra en incumplimiento del presente contrato por causas imputables a él, se obliga, a elección del consumidor: a contratar, por su cuenta, a otra empresa que esté en posibilidades de realizar la prestación del servicio, en las condiciones estipuladas por el consumidor. El costo adicional que, en su caso, se genere, será absorbido por el prestador del servicio; o bien a reintegrar las cantidades que se le hubieran entregado, como anticipo de pago.

SÉPTIMA.- Si los bienes destinados a la prestación del servicio (de los cuales se presentará una lista posteriormente), sufrieren un menoscabo por culpa o negligencia, debidamente comprobada, del consumidor o de sus invitados, éste se obliga a cubrir los gastos de reparación de los mismos; o a

indemnizar al prestador del servicio, hasta con un 60% del valor de los bienes dañados; y, en caso de pérdida, se obliga a indemnizar hasta con un 100% de su valores originales

OCTAVA.- MENÚ.- El menú a presentar consiste:

**ENTRADA**

- Trilogía de muslitos en salsa de champiñones

**MENÚ**

- Lomo en salsa de uvas negras de 100 gr a 125 gr aprox. por porción
- Pollo a las finas hierbas de 100 gr a 125gr aprox. por porción
- Papa gratinada
- Arroz italiano
- Verduras Salteada,
- Postre ( cápsula de chocolate )

NOVENA SALON.- Montaje de mesa y decoración.

- 10 Mesas redonda con faldón blanco café ( 10 invitados por mesa )
- Lazo bronce
- Servilleta blanca perlado
- Copas para agua y para vino
- Copa para brindis servido
- Servicio en plato redondo
- Platón de vidrio
- Cubertería
- 6 meseros, adicional capitán de salón más persona de protocolo( recibimiento )
- Servicios de Dj con Alex Chávez
- Adicional se otorgará una suite complementaria, sin costo, para los novios ( SUITE 209)

Además, se manifiesta, que durante la estación de servicio del evento, están incluidos los servicios de agua PURIFICADA

**Fue leído el presente documento y enteradas las partes de su alcance y contenido legal, lo suscriben en la ciudad de \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.**

\_\_\_\_\_  
**Dra. Roció Pumagualli Jácome**  
**HOTEL CASA REAL**


\_\_\_\_\_  
**EL CONSUMIDOR**

-----  
**Ing. Juan C Baquero -- Administrador**  
**Hotel Casa Real**





Ejemplo 11: Informe de novedades

	<p><b>DEPARTAMENTO DE PISOS</b></p>
<p><b>INFORME DE NOVEDADES</b></p>	
<p><b>RESPONSABLE:</b></p>	<p><b>NUMERO DE HABITACIÓN:</b></p>
<p><b>DIRIGIDO A:</b></p>	<p><b>FECHA:</b></p>
<p><b>Escriba la observación o novedad encontrada:</b></p> <p>-</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	





