



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO



PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN EL ÁREA DE
SERVICIO EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DEL HOSTAL
"APOSENTO DEL CONDE", CENTRO HISTÓRICO DE QUITO



AUTOR

MARÍA FERNANDA YAR HIDALGO

AÑO

2017



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

**PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN EL ÁREA DE
SERVICIO EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DEL HOSTAL
“APOSENTO DEL CONDE”, CENTRO HISTÓRICO DE QUITO**

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

**Profesora Guía
Sandra Rodríguez**

**Autora
Yar Hidalgo María Fernanda**

**Año
2017**

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación.”

Sandra Rodríguez

Master in Business Administration

C.I.: 1718229717

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Walter Ocaña

Maestro en Ciencias Sociales

C.I.: 1716003940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

María Fernanda Yar Hidalgo

C.I.: 1723122394

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres Wilson y Gladys, a mis abuelos, a mis hermanas, Paula y Micaela y a la Universidad de las Américas, por caminar junto a mí, en este recorrido que finaliza con la meta que ahora consigo.

DEDICATORIA

A mis padres Wilson y Gladys, por ser ellos quienes me apoyaron y motivaron, para forjarme como una persona de bien y una gran profesional. Los amo.

RESUMEN

El objetivo de este proyecto denominado, Plan de Mejora de Calidad del Área de Servicio en el Departamento de Recepción del Hostal “Aposento del Conde”, es mejorar los procesos internos, como por ejemplo los procesos de reserva, *check in* y *check out*, entre los más importantes. Con la finalidad de que el hostal se transforme en un potencial competitivo dentro del área donde se encuentra ubicado, la misma que forma parte del Centro Histórico de Quito.

El capítulo uno se puede evidenciar el desarrollo del marco teórico, donde existe una gran recopilación de información, respecto a que es el servicio, el servicio al cliente, la calidad en el servicio, y sobre los planes de mejora en el servicio hotelero.

En el capítulo dos a través de una profunda investigación referente a la situación actual del hostal, misión, visión, objetivos, estructura organizacional entre otros, el mismo que nos dará una pauta para conocer la filosofía de trabajo en la que se encuentra encaminado el hostal.

En el capítulo tres se analizan los procesos que maneja actualmente el hostal en el departamento de recepción, análisis que fue realizado a través de un *blueprint*, adicionalmente, se realiza un profundo análisis referente a las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas del mismo, y la búsqueda de posibles soluciones.

En el capítulo cuatro se plantean las metas y las estrategias de la propuesta de mejora, y se realiza una reestructuración de procesos y comunicación interna a través del *blueprint* optimizado.

En el capítulo cinco se realiza la propuesta de intervención, a través de la realización de un modelo de manual de calidad, incluyendo propuestas de capacitación y formación del personal, incluyendo el presupuesto a utilizar y un cronograma de intervención.

ABSTRACT

The objective of this project, Quality Improvement Plan for the Service Area in the Reception Department of the "Aposento del Conde" Hostel, is to improve and implement the internal processes, such as booking, check in and check out processes, among the most important. The purpose is making the hostel becomes a competitive potential within the area where it is located, the same that is part of the Centro Histórico de Quito.

Chapter one demonstrates the development of the Theoretical Framework, where there is a great collection of information, as regards service, customer service, quality of service, and plans for improvement in the hotel service.

In chapter two through a profound investigation regarding the current situation of the hostel, mission, vision, objectives, organizational structure among others, the same that will give us a guideline to know the methodology of work in which the hostel is headed.

Chapter three analyzes the processes currently handled by the host in the reception department, an analysis that was carried out through a blueprint, in addition, an in-depth analysis is carried out regarding the weaknesses, threats, opportunities and strengths of the same, and the search for possible solutions.

Chapter four presents the goals and strategies of the improvement proposal, and a process restructuring and internal communication is carried out through the optimized blueprint.

In chapter five, the intervention proposal is made, through the implementation of a quality manual model, including proposals for training and staff training, including the budget to be used and a timetable for intervention.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos	2
Objetivo General	2
Objetivos Específicos.....	2
Justificación	2
Metodología	3
1. Capítulo I.- Marco teórico	7
2. Capitulo II.- Contexto de la organización.....	13
2.1 Descripción de la organización	13
2.1.1 Nombre de la empresa	13
2.1.2 Localizacion	13
2.1.3 Capacidad Instalada	14
2.2 Misión, Visión y Objetivos empresariales	14
2.2.1 Misión	14
2.2.2 Visión	15
2.2.3 Objetivos Empresariales	15
2.3 Estructura Organizacional	15
2.3.1 Organigrama del Hostal	15
2.3.2 Organigrama funcional.....	16
2.4 Ventaja Competitiva.....	17
2.5 Análisis de la perspectiva del cliente	20
2.5.1 Conclusiones de la perspectiva del cliente	28
3. Capítulo III: Análisis de procesos	30
3.1 Identificación de las Áreas de Análisis	30
3.2 Descripción de los procesos de servicios por área.....	32
3.2.1 Lista de incidentes críticos y posibles soluciones	36
3.3 Aplicación de la lista de chequeo (Distintivo Q)	38
3.4 Análisis FODA.....	40

3.5 FODA cruzado	41
4. Capítulo IV: Propuesta de mejoras – planificación de mejoras	43
4.1 Planteamiento de política de calidad, objetivos, metas e indicadores de la calidad de la empresa	43
4.1.1 Logo y eslogan	43
4.1.2 Misión	44
4.1.3 Visión.....	44
4.1.4 Política de calidad.....	44
4.1.5 Objetivos de calidad	45
4.1.6 Definición de metas / indicadores de calidad.....	45
4.2 Definición de roles, responsabilidades y documentación	46
4.2.1 Organigrama.....	46
4.2.2 Definición de roles	46
4.2.3 Mapa de procesos optimizado	49
4.3 Seguimiento, medición, análisis y mejora.....	52
5. Capítulo V.- Propuesta de Intervención.....	54
5.1 Estrategias de Intervención.....	54
5.1.1. Programa de formación y capacitación.....	54
5.1.2. Optimización de procesos	55
5.1.3. Manual de Calidad (Índice).....	55
5.1.4. Adquisición de software y promoción	56
5.1.5. Programa de incentivos y evaluación	57
5.2 Presupuesto de Intervención.....	58
5.2.1Presupuesto total.....	58
5.3 Cronograma de Intervención	61
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS	66
ANEXOS	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Croquis del Hostal "Aposento del Conde"	14
Figura 2.- Pastel.- 1. ¿Usted es turista nacional o extranjero?	21
Figura 3.- Pastel.- 2. En el caso de ser extranjero conteste la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la siguiente. ¿Qué nacionalidad tiene?	21
Figura 4.- Pastel.- 3. ¿En qué rango de edad se encuentra?	22
Figura 5.- Pastel.- 4. ¿A través de que medio conoció usted el Hostal "Aposento del Conde"?	23
Figura 6.- Pastel.- 5. Del 1 al 5 enumere cuales de estas opciones considera que son importantes dentro de un hostel (Siendo la 1 la más importante).	24
Figura 7.- Pastel.- 6. Marcar con una X ¿Por qué motivo escogió usted hospedarse en este hostel?	25
Figura 8.- Pastel.- 7. ¿Cómo considera usted las instalaciones del hostel?	26
Figura 9.- Pastel.- 8. ¿Cómo calificaría usted el servicio recibido en el área de recepción?	27
Figura 10.- Pastel.- 9. Enumere del 1 al 3 las habilidades del personal del área de recepción del hostel, que considera más importantes (Siendo 1 la más importante).	28
Figura 11.- <i>Blueprint</i> Reservas	33
Figura 12.- <i>Blueprint check in</i>	34
Figura 13.- <i>Blueprint check out</i>	35
Figura 14.- Logo "Hostal Aposento del Conde"	43
Figura 15.- Organigrama	46
Figura 16.- <i>Blueprint</i> optimizado (Reservas)	49
Figura 17.- <i>Blueprint</i> Optimizado (<i>Check in</i>)	50
Figura 18.- <i>Blueprint</i> optimizado (<i>Check out</i>)	51

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Organigrama Funcional.....	16
Tabla 2.- Ventaja Competitiva	18
Tabla 3.- Identificación de áreas de análisis.....	30
Tabla 4.- Lista de Incidentes Críticos y Posibles Soluciones	36
Tabla 5.- Norma de Calidad Turística para Alojamiento aplicado al Hostal Aposento del Conde"	39
Tabla 6.- MATRIZ FODA	40
Tabla 7.- Matriz FODA cruzado.....	41
Tabla 8.- Definición de roles.....	46
Tabla 9.- Seguimiento, medición, análisis y mejora	52
Tabla 10.- Presupuesto total	58
Tabla 11.- Manual de Calidad (Procesos y Estándares)	59
Tabla 12.- Capacitación	59
Tabla 13.- Programa de incentivos y evaluación.....	59
Tabla 14.- Adquisición de software y promoción.	60
Tabla 15.- Cronograma de intervención hostel "Aposento del Conde"	61

INTRODUCCIÓN

El Hostal “Aposento del conde”, es un establecimiento pequeño, que desarrolla su actividad en cuanto al servicio hotelero. Está ubicado en los alrededores del Centro Histórico de Quito.

La casa en la que se encuentra el hostel, data de la época republicana, exactamente del año 1915; inicia sus actividades en el año 2009, y en el mismo, la infraestructura del hostel es regenerada, guardando el estilo de la época (Comunicación personal 01, 2017).

Dentro del sector del Centro Histórico de Quito, encontramos una variedad de hoteles y hostales, puesto que, dicho sector se presta para el turismo a gran escala, ya que posee una gran cantidad de atractivos turísticos, principalmente, relacionado con sus edificaciones.

El Hostal “Aposento del Conde”, posee potencial para desarrollarse como uno de los mejores hostales del sector, puesto que su infraestructura, como se mencionó en líneas anteriores, ha sido remodelada, pero guardando su estilo inicial. Mas los procesos internos no existen, los estándares de calidad son ignorados por el dueño, pues se desconocen los procesos concernientes a la industria hotelera, ni el personal se encuentra calificado para desenvolverse correctamente en sus funciones, además las instalaciones a pesar de que éstas fueron remodeladas en el año 2009, algunos sectores del mismo como por ejemplo, los pasillos, se encuentran en proceso de deterioro.

Para lograr que este hostel pueda competir dentro de la industria hotelera, se implementarán procesos a través de los cuales se priorizará, como medida primaria el mejoramiento del área de servicio en el departamento de recepción, puesto que este departamento se constituye como la presentación de todo el establecimiento hotelero.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de mejora de calidad en el área de servicio en el Hostal “Aposento del Conde” de la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos

- Definir la situación actual del hostel en lo referente a la calidad del servicio.
- Analizar los procesos internos en el área de servicio del hostel.
- Plantear una propuesta de mejoramiento de calidad en el área de servicio para el Hostal “Aposento del Conde”.
- Establecer una estrategia de intervención para la propuesta.

Justificación

El Hostal “Aposento del Conde” al encontrarse a escasos metros del Centro Histórico de Quito, el mismo que posee una gran cantidad de atractivos turísticos, culturales y recreativos, es frecuentado por un sinnúmero de turistas. Por lo tanto esto significaría que dicho hostel debería encontrarse funcionando en óptimas condiciones.

Este proyecto pretende implementar óptimos procesos internos en el área de recepción que beneficien la rentabilidad y la calidad del hostel, brindando una oportuna satisfacción a los posibles clientes y en consecuencia, contribuir a la transformación de la matriz productiva e impulsar el turismo nacional y extranjero, encajando de ésta manera en el Plan Nacional del Buen Vivir.

El objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir consiste en impulsar la transformación de la Matriz Productiva y su política 10.3 se refiere a diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen

servicios. Respecto a los lineamientos se desarrolla en base al literal b) que plantea el fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva y el literal g) impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El proyecto se vincula con la línea de investigación de la Universidad de las Américas [UDLA], el mismo que se basará en lo correspondiente a “Sociedad, Comunidad y Cultura” (UDLA, 2015).

En cuanto a las líneas de investigación de la Escuela de Hospitalidad y Turismo se fundamentará en la “creación y mejora continua de empresas turísticas y de hospitalidad” (UDLA, 2015).

Metodología

La metodología consiste en “los principios generales que sientan las bases de una teorización en torno a los métodos para aplicarse a la investigación social” (Fernández, 2009, p. 31).

Se utilizarán fuentes primarias y secundarias; las fuentes primarias son aquellas a partir de las cuales “se obtiene información directa, es decir de donde se origina la información. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera” (Bernal, 2010, p. 192). Las fuentes secundarias “son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian” (Bernal, 2010, p. 192).

Métodos, técnicas e instrumentos

La investigación descriptiva consiste en “una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el

fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno” (Cazau, 2006, p. 27). Por lo tanto, este tipo de investigación permitió concebir claramente la situación actual del hostel.

En el presente proyecto se utilizó el enfoque en la rama cualitativa, como fuente primaria la misma que;

se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada (Bernal, 2010, p. 76).

Se aplicaron los métodos de observación estructurada e *Internacional Service Marketing Institute [ISMI]* en lo que respecta al enfoque cualitativo, las cuales se explica a continuación: La observación estructura se “refiere a la observación metódica que es apoyada por los instrumentos como la guía de observación y el diario de campo mediante la utilización de categorías previamente codificadas y así poder obtener información controlada, clasificada y sistemática.” (Campos, 2012). Y el método ISMI se constituye en una guía profunda y centrada en los estándares de calidad de un establecimiento (MK de Servicios, 2002). Por otro lado, también como fuente primaria de apoyo se utilizó la metodología cuantitativa, la misma que “utiliza la estadística para el análisis e interpretación de datos y su conocimiento se orienta a resultados” (Burbano, 2008, p. 17). La metodología cuantitativa interviene en esta propuesta ya que se realizó un sondeo de opiniones que “a través de este método se obtiene información de los grupos que se estudian. Ellos mismos proporcionan la información sobre sus actitudes, opiniones, sugerencias, etc.” (Martinez, 2011). Se utilizó dicho método ya que el hostel no contaba con la documentación necesaria para aplicar el método muestral.

Blueprint

Blueprint es un “diagrama que permita visualizar los procesos y especificaciones” que lleva a brindar un servicio es decir “cómo deben realizarse las interacciones entre clientes y empleados”, (Perez, 2006). Esta técnica se aplicó para analizar los procesos de recepción actuales y posteriormente desarrollar los optimizados.

Entrevista

La entrevista consiste en “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (Canales, 2006, p. 163-165). Las entrevistas se realizaron a personal tanto del área administrativa como operativa, entre ellos a la persona encargada de la recepción y a la Ing. Pazmiño, administradora del hostel y al Arq. Pazmiño dueño del hostel, para de esta manera conocer las necesidades y falencias desde una perspectiva directa. Adicionalmente se entrevistó a los diferentes administradores de varios hostales ubicados en el mismo radio de acción, que se constituyen como competencia directa, para conseguir información de la operación de estos y establecer las diferencias que los caracterizan.

Ficha Bibliográfica

La técnica bibliográfica es una fuente secundaria que se aplicó en el presente proyecto dentro de los conceptos redactados, al recolectar información de libros, revistas, internet, tesis de posgrado, etc., tomando en cuenta que para aplicar correctamente esta técnica, “se debe seguir un proceso riguroso que consiste en tres pasos importantes, consulta documental, contraste de información y análisis” (Rodriguez, 2008, p. 18).

La técnica de entrevistas se realizaron a personas que forman parte del equipo de trabajo del hostel, así como también a clientes potenciales. También se

realizaron entrevistas a propietarios de hostales similares al Hostal “Aposento del Conde”.

Encuesta

“El método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.”
(Malhotra, 2004)

Las encuestas se realizaron a 30 huéspedes, entre ellos nacionales y extranjeros. Las mismas que fueron entregadas al momento de su salida del hostal. En el primer bloque se elaboraron preguntas específicas respecto al perfil del huésped y como segundo bloque se desarrollaron preguntas respecto a la calidad de las instalaciones y de la recepción, a base de parámetros de calificaciones variadas.

1. Capítulo I.- Marco teórico

El proyecto a desarrollar consiste en una propuesta de plan de mejora de calidad en el área de servicios de un hostel ubicado en el centro histórico de la ciudad de Quito. Por lo que se iniciará desarrollando varias definiciones para llegar a entender en que consiste el mejoramiento de calidad en el servicio.

Para comenzar a la calidad se la definirá como la representación de “un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (Álvarez, 2006, citado en Parra, Canduzuri, Corral , Rodríguez, y Madrid, 2013).

El libro titulado “Calidad”, del Ministerio de Fomento Español, define a la calidad como todos los rasgos y características de un servicio o producto que se apoya en su habilidad para cumplir con las necesidades y expectativas del cliente (Ministerio de Fomento, 2010, p. 4).

La calidad en todos sus parámetros ha ido implementando nuevas herramientas como el concepto de la mejora continua, por lo que, en la actualidad se ha convertido ésta, en una forma de gestión, la que consiste en la implementación de nuevos métodos de trabajo y procesos organico-funcionales, con el objetivo de lograr mejorar mediante la adaptación continua (Ministerio de Fomento, 2010, p. 5).

Por otro lado, el servicio es el resultado de la aplicación de las operaciones y técnicas de los esfuerzos humanos o mecánicos a objetos o personas, tanto es así que constituye una “manera de satisfacer necesidades y deseos mediante el intercambio de un satisfactor intangible por otro valor generalmente tangible en forma mutuamente benefica” (Saldaña y Cervantes, 2000, p. 76), por lo tanto, la calidad en el servicio es un proceso de mejora continuo que busca

satisfacer las necesidades consideradas como intangibles que los clientes esperan que sean cumplidas.

El autor Jose Antonio Mendoza Aquino, define a la calidad del servicio como “el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.” (Mendoza, 2009, p. 6).

Dentro de este proyecto al constituir una propuesta de mejora de calidad, la definición de mejoramiento continuo es oportuna, ya que el mismo, es apropiado para el desarrollo de la conceptualización de “plan de mejora de calidad”.

Un sistema de gerencia integral, que compromete a toda la organización, basado este propósito en la misión y en la visión de la misma. Las estrategias, la estructura y los planes operacionales serán las formas que permitirán incorporar los valores con los cuales se han definido los principios fundamentales (Aldana de Vega, 1991, citado en Vargas Quiñonez y Aldana de Vega, 2011, p. 141).

De esta manera, el mejoramiento continuo es un proceso de gestión estructurado, en base a cuatro pilares: 1) Trabajo en equipo, 2) Liderazgo participativo, 3) Optimización de procesos y, 4) Compromiso con la calidad, el servicio y la productividad (Quiñonez y Aldana de Vega, 2011, p. 141).

A partir de lo anterior el trabajo en equipo se conforma por tres ejes principales, personas, tareas y resultados, ya que aporta de forma coordinada al mejoramiento continuo para así satisfacer las necesidades cambiantes (Sanchez y Otálora , 2006, p. 6).

El liderazgo participativo se constituye en base a la influencia moral del líder sobre sus seguidores para de esta manera obtener resultados éticos (Pucheu, 2014).

En lo que concierne a la optimización de procesos, se dice que consiste en minimizar las funciones objetivas dentro de la tarea de tomar una decisión (Flores, 2011, p. 151).

Finalmente el compromiso con la calidad, el servicio y la productividad, es la administración sistemática, con el fin de evaluar lo que desea del cliente, a través de la calidad del diseño y calidad de concordancia (Carro y Gonzáles, 2008, p. 7).

Es importante definir la calidad de diseño ya que es oportuno por cuanto tiene mucho que ver con el servicio del que se menciona en estas líneas. Y se refiere al apego del producto o servicio con el mercado y la calidad de concordancia a la similitud de las especificaciones requeridas con el producto (Carro y Gonzáles, 2008, p. 7).

En base a los conceptos recolectados y expuestos en líneas anteriores, un mejoramiento en la calidad del servicio hace referencia a un sistema que aporta día tras día en el mejoramiento de las actividades, establece los parámetros de los grupos de trabajo, tanto es así que la organización trabaja de manera estructurada brindando soporte a la calidad en el servicio, tomando en cuenta que su principal elemento es el trabajo en equipo (Vargas Quiñonez y Aldana de Vega, 2011, p. 147).

Para lograr un correcto plan de mejora de calidad es menester tomar en cuenta lo siguiente:

1. Una práctica clave.

2. Educación permanente y valores compartidos. Pensamiento estratégico.
3. Un establecimiento de procesos con sus requisitos y especificaciones.
4. Una serie de herramientas para identificar los procesos críticos.
5. Una medición localizada en el proceso dentro de sus requisitos, insumos y resultados (Vargas Quiñonez y Aldana de Vega, 2011, p. 142).

Para lograr una correcta administración de un hostel, es menester que lo redactado en los párrafos anteriores sea tomado en cuenta, por lo que al hablar de hostel es necesario comprender que es lo que abarca el concepto del mismo.

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico hostel es; “Art. 12 lit. b.- Hostel.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.” (Ministerio de Turismo, 2015).

Al referirnos a la calidad del servicio dentro de un hostel es importante señalar que el huésped es el centro de atención dentro de esta área, ya que lo que se pretende con la calidad de servicio es crear una cultura que se dirija hacia la satisfacción del huésped en cuanto a sus deseos, expectativas y necesidades por lo que hay que tomar en cuenta algunos objetivos desarrollados por la escritora Anda Gutierrez:

El precio de los servicios debe estar en relación con la calidad de los mismos.

Hay que establecer métodos modernos de capacitación y entrenamiento.

Se debe impulsar la educación de todo el personal y su autodesarrollo.

Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad.

Deben eliminarse las barreras interdepartamentales (Gutiérrez citado en Méndez, 2009, p. 21).

Éstos objetivos son claves para lograr una correcta implementación de una propuesta de un plan de mejora de calidad en el área de servicio.

Es importante incluir, varios puntos principales acerca del Centro Histórico de Quito, ya que el Hostal “Aposento del Conde” se encuentra dentro de dicha circunscripción.

Muchos turistas nacionales y extranjeros, visitan la ciudad de Quito, interesados en las variadas actividades que ésta brinda, tales como el turismo de excursión y el turismo cultural. Al ubicarse en el Centro Histórico de Quito, se hace referencia al turismo cultural, puesto que, los atractivos culturales del lugar aseguran elementos válidos para un desarrollo económico a gran escala, debido a sus cualidades intrínsecas tales como el patrimonio tangible en el aspecto artístico, (escultura y pintura) y el patrimonio intangible (valor simbólico y dinámica urbana) (Pino, 2010, p. 55).

Varios datos proporcionados por la Autora Inés Pino, a través de su libro “Centro Histórico de Quito: una centralidad urbana hacia el turismo”, son utilizados dentro de ésta propuesta. Es necesario conocer que “300.000 personas acceden al centro diariamente” (Quito productiva y competitiva citado en Pino, 2010, p. 59), así pues “al cabo de doce años de trabajo se observa que los negocios relacionados con el turismo, se han trasladado al centro” (Pino, 2010, p. 56), esto gracias a la gran cantidad de clientes que visitan el lugar y por tal razón dichos negocios vieron la necesidad de crear un sistema de oferta y demanda dentro del magnífico Centro Histórico de Quito.

En tal virtud, al encontrarse el Hostal “Aposento del Conde” en los alrededores de este emblemático lugar, la propuesta de plan de mejora de calidad en el servicio, es fundamental, adecuada y pertinente, por lo expuesto en los párrafos anteriores.

2. Capítulo II.- Contexto de la organización

2.1 Descripción de la organización

Dentro de éste subtema se detalla la localización y capacidad instalada que incluye aforo, detalle de los servicios ofertados, horarios de atención, entre otros, del Hostal “Aposento del Conde”.

2.1.1 Nombre de la empresa

En la entrevista realizada al Arq. Pazmiño, el mismo que es el dueño del Hostal “Aposento del Conde”, supo manifestar que, el nombre de dicho hostel se debe a que a su proximidad con el Centro Histórico de Quito y el estilo de la época de la infraestructura (Comunicación personal 01, 2017).

En cuanto al logo y al eslogan de la empresa, estos no han sido creados.

2.1.2 Localizacion

El Hostal “Aposento del Conde”, se encuentra ubicado en el sector de Centro Historico de Quito, en la calle Checa Oe3-68, entre Javier Zambrano y Luis Vargas Torres (Comunicación personal 01, 2017).

Este sector es muy popular en cuanto a que dentro de este encontramos una gran cantidad de atractivos turisticos, ya que a pocas cuabras del hostel, se encuentra la Basilica del Voto Nacional de Quito, el Centro de Arte Contemporaneo, el Parque de La Alameda, el Monasterio de San Juan, entre otros.



Figura 1.- Croquis del Hostal "Aposento del Conde"
Tomado de Google Maps

2.1.3 Capacidad Instalada

El aforo del Hostal Aposento del Conde es de 25 personas, contando con un número de 15 habitaciones, divididas de la siguiente manera: 5 unipersonales y 10 dobles.

Los servicios con los que cuenta dicho hostal son: transporte de pasajeros de su destino hacia el hostal, sauna, turco, hidromasaje, baños de cajon, wifi, television por cable, agua caliente, parqueadero y próximamente el hostal dispondra de un bar con capacidad para 30 personas, el mismo que ofrecera zona de bebida y musica en vivo; y salón de eventos, con capacidad para 50 personas. Se estima que la apertura e inauguración de dichas áreas sera en un plazo de 3 a 5 años (Comunicación personal 01, 2017).

El horario de atención respecto al Hostal Aposento del Conde son las 24 horas del día.

2.2 Misión, Visión y Objetivos empresariales

2.2.1 Misión

El Hostal "Aposento del Conde", no posee una misión establecida.

2.2.2 Visión

El Hostal “Aposento del Conde”, no posee al igual que la misión una visión establecida.

2.2.3 Objetivos Empresariales

- Maximizar la rentabilidad con respecto a cada año.
- Incrementar la calidad en el servicios e infraestructuras vanguardistas.
- Obtener reconocimiento nacional e internacional de acuerdo a los servicios prestados.

(Comunicación personal 01, 2017)

2.3 Estructura Organizacional

2.3.1 Organigrama del Hostal

En cuanto al organigrama del hostal, este no dispone de documento alguno que haga referencia a dicho organigrama, por lo que en la entrevista realizada al dueño del hotel, éste manifestó de manera sucinta, las personas que trabajan dentro del mismo, y están distribuidas de la siguiente manera:

El gerente y la administradora en primer lugar. Existen tres departamentos que se encargan de diferentes funciones, tales como, la recepción, el housekeeping y el departamento de contabilidad.

Y en cuanto a recepción, se encargan de la misma dos personas, una en el horario de la mañana y la administradora en el horario de la tarde (Comunicación personal 01, 2017).

2.3.2 Organigrama funcional

En la entrevista realizada al Arq. Pazmiño, éste indicó que no poseen documentos que sustenten de manera específica las funciones que cumplen cada uno de las personas que trabajan en el hostel, mas a breves rasgos y de manera verbal manifestó algunas de la funciones que se desarrollan en cada puesto de trabajo:

Tabla 1.- Organigrama Funcional





Gerente (Dueño de la empresa)	Es el encargado de la inversión y control del hostel en cuanto a su organización
Administrador	Es el encargado del manejo del personal, de la gestión de los recursos del hostel y del traslado de los huéspedes.
Recepcionista	Contacto con el cliente, gestión de reservas, recepción de pagos y pago de servicios básicos.
Contabilidad	Es el encargado de realizar los balances (ingresos y egresos), pagos a los empleados y declaraciones de impuestos.
Housekeeping	Limpieza del hostel.

Adaptado de Comunicación personal 01, Miguel Pazmiño, 2017

2.4 Ventaja Competitiva

La competencia fue escogida por la cercanía de los mismos con el Hostal “Aposento del Conde”, por la tarifa puesto que se encuentra en los mismos rangos del hostel mencionado y por el tipo de hospedaje que brinda cada uno de ellos, es decir son hostales.

Tabla 2.- Ventaja Competitiva

Clasificación	Descripción	Proyecto	Competencia		
Información General	Logotipo		 N/A	 N/A	
	Razón Social	Hostal “Aposento del Conde”	Hostal “El Ejido”	Hostal “Cariamanga”	Hostal “Huasi Lodge”
	Página Web	N/A	www.hostalelejido.com	N/A	www.huasilodge.com
	Región	Sierra	Sierra	Sierra	Sierra
	Ubicación	Checa OE3-68 y Vargas Torres	Juan Larrea N15-19 y Riofrío	Checa 151 y Juan Salinas	Olmedo E7-74 y Los Ríos
Categorización	Tipo de Hospedaje	Hostal	Hostal	Hostal	Hostal
	Segmentación del Mercado	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero
	Tarifa	Una persona: 15\$ Dos personas: 20 \$	Una persona: 20 \$ Dos personas: 25\$	Una persona: 15 \$ Dos personas: 20 \$	26 \$ por persona
Infraestructura	Lobby	NO	SI	SI	SI
	Área Social	NO	SI	NO	SI
	Habitaciones	15	25	22	25

	Spa	SI	SI	NO	SI
	Parqueadero	SI	SI	NO	SI
	Restaurante	NO	SI	NO	SI
	Transporte	SI	NO	NO	NO

Nota: La información que se evidencia en el cuadro anterior respecto de los Hostales “Aposento del Conde”, “El Ejido” y “Caramianga” fue recogida a través de entrevistas realizadas a los respectivos administradores de cada uno de los hostales que se muestran en el detalla anterior. Respecto al Hostal “Huasi Lodge”, la información se recolecto a través de su página web www.huasilodge.com.

En la entrevista realizada el dueño del Hostal “Aposento del Conde”, supo expresarme que, no tiene conocimiento de la competencia que lo rodea, puesto que nunca implemento alguna herramienta como la de un estudio de mercado, y así tener conocimiento de las ventajas y desventajas que poseía su hostel frente a otros similares que se encontraban y se encuentran en el sector.

Las ventajas que el Hostal “Aposento del Conde” tiene frente a la competencia, después del análisis realizado dentro del cuadro de ventajas competitivas son las siguientes:

- La tarifa del Hostal “Aposento del Conde”, es la más económica frente a los demás hostales, por otro lado dicho hostel es el único que posee servicio de transporte desde el lugar del arribo hasta el hostel y viceversa.
- En la actualidad el hostel no posee experiencia alguna en ningún área del establecimiento, que le permita implementar estrategias innovadoras que colaboren con que éste se pueda posicionar frente a su competencia.

2.5 Análisis de la perspectiva del cliente

Las encuestas se realizaron a 30 huéspedes, entre ellos nacionales y extranjeros. En el primer bloque se elaboraron preguntas específicas respecto al perfil del huésped y como segundo bloque se desarrollaron preguntas respecto a la calidad de las instalaciones y de la recepción, a base de parámetros de calificación variadas.

Pregunta 1.- ¿Usted es turista nacional o extranjero?

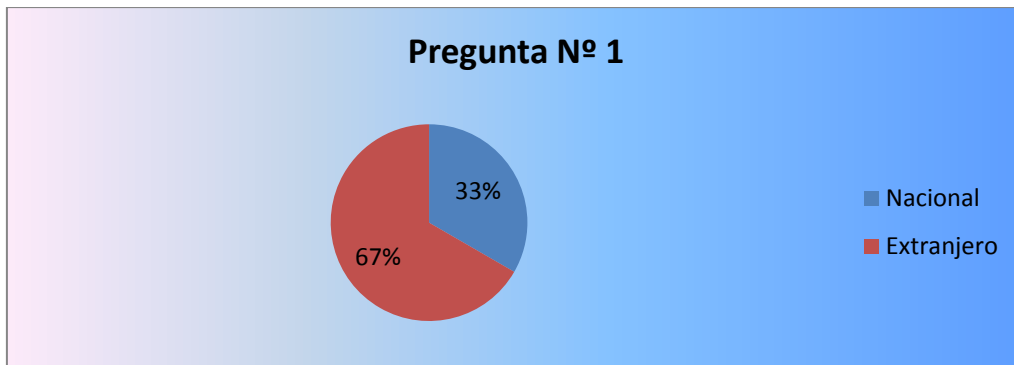


Figura 2.- Pastel.- 1. ¿Usted es turista nacional o extranjero?

Análisis:

Se constató que la mayoría de huéspedes son extranjeros por cuanto el 67% se refiere a estos, mientras que el 33% son huéspedes nacionales. Esto denota la necesidad de realizar convenios con las agencias y operadoras turísticas para que de ésta manera incrementen la cantidad de turistas extranjeros que visitan el hostel.

Pregunta 2.- En el caso de ser extranjero conteste la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la siguiente. ¿Qué nacionalidad tiene?

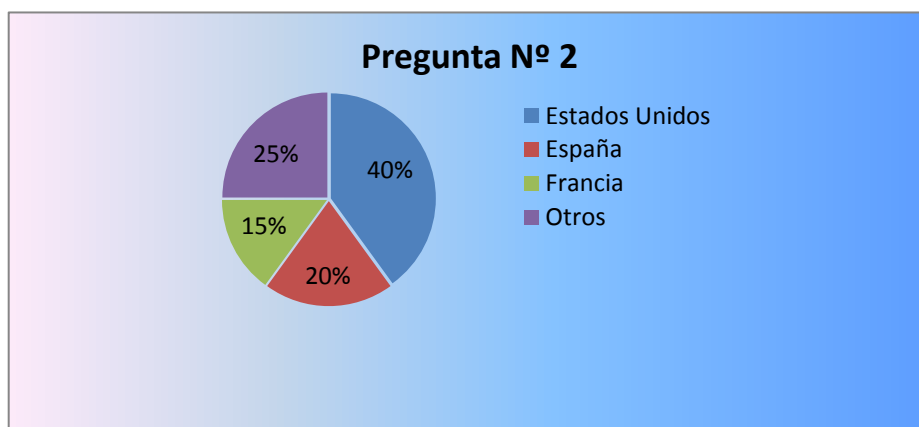


Figura 3.- Pastel.- 2. En el caso de ser extranjero conteste la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la siguiente. ¿Qué nacionalidad tiene?

Análisis:

Del total de las personas encuestadas, el 67% son turistas extranjeros, los mismos que corresponden a 20 de 30 encuestados, divididos de la siguiente manera, 4 españoles, 8 estadounidenses, 3 franceses y los 5 restantes corresponden a países de Sudamérica, como Argentina, Perú y Colombia.

Pregunta 3.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

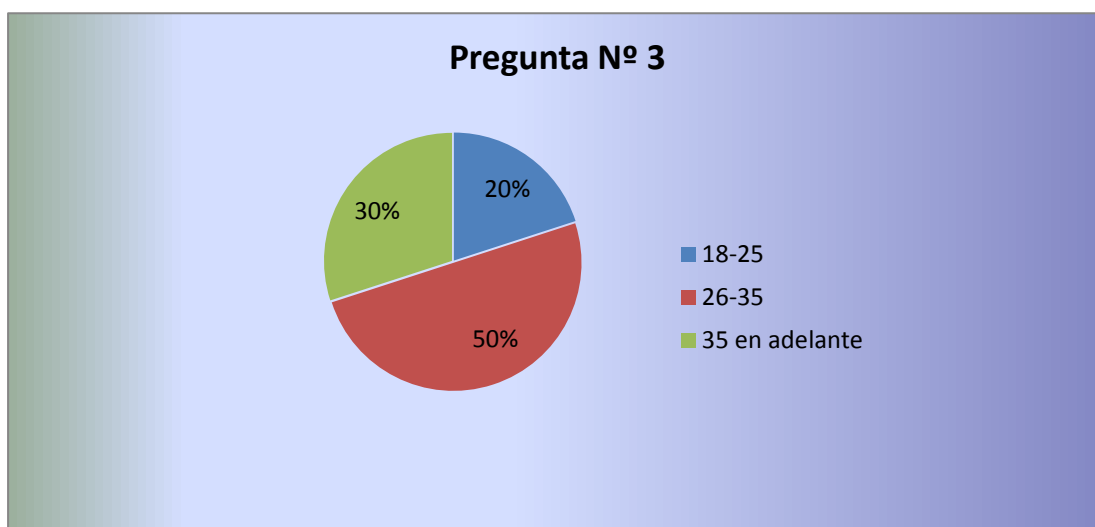


Figura 4.- Pastel.- 3. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Análisis:

Se puede evidenciar de todas las personas encuestadas la mayoría pertenece al rango de entre 26-35 con un 50%, mientras que un 30% pertenece al rango 35 en adelante y por último el 20% pertenece al rango de entre 18-25. De esta manera se puede concluir brevemente que en gran parte de los encuestados son personas de entre 26 y 35 años por lo que se podría enfocar más en ese segmento.

Pregunta 4.- ¿A través de que medio conoció usted el Hostal “Aposento del Conde”?

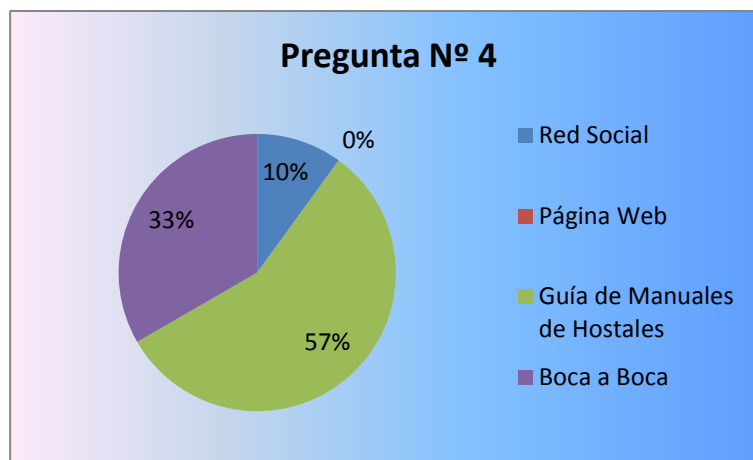


Figura 5.- Pastel.- 4. ¿A través de que medio conoció usted el Hostal “Aposento del Conde”?

Análisis:

De acuerdo a las encuestas presentadas, la mayoría de huéspedes tuvieron conocimiento del hostel a través de diferentes sitios de guías de manuales de hostales, ocupando el 57% de los encuestados. Mientras que 33% dijo que tuvieron conocimiento del hostel a través del Boca a Boca. Y por último el 10% de los encuestados tuvo conocimiento del hostel a través de las redes sociales referidas.

Esto evidencia que es necesario que el Hostal “Aposento del Conde” debe implementar una página web donde ofrezca todos los servicios que brinda dicho hostel, así como también deberá realizar la creación de varias cuentas dentro de las redes sociales más importantes, ya que el 10% de las personas que tuvo conocimiento del hostel a través de redes sociales referidas, fue por motivos de publicidad mas no por poseer una cuenta propia. Es importante tomar en cuenta que también se debería realizar convenios entre el hostel y diferentes agencias turísticas para lograr a través de todos estos mecanismos mayor campo en el mercado.

Pregunta 5.- Del 1 al 5 enumere cuales de estas opciones considera que son importantes dentro de un hostel (Siendo la 1 la más importante).

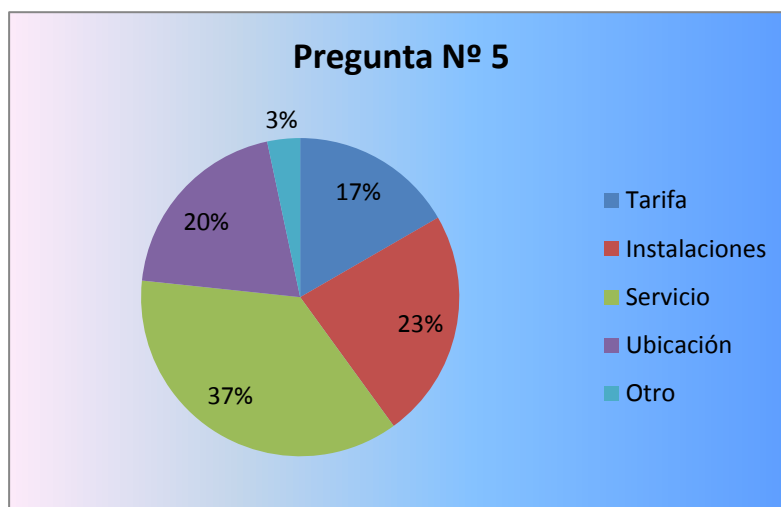


Figura 6.- Pastel.- 5. Del 1 al 5 enumere cuales de estas opciones considera que son importantes dentro de un hostel (Siendo la 1 la más importante).

Análisis:

Según las encuestas realizadas se analizó cuáles son las opciones más importantes dentro de un hostel. El 37% de los encuestados considera que el servicio o atención al cliente es lo más importante al momento de elegir donde hospedarse, por este motivo se está considerando como punto importante implementar un programa de capacitación constante para el área de recepción. Y un escaso 3% se refirió a otras opciones como por ejemplo el transporte o parqueadero.

Pregunta 6.- Marcar con una X ¿Por qué motivo escogió usted hospedarse en este hostel?

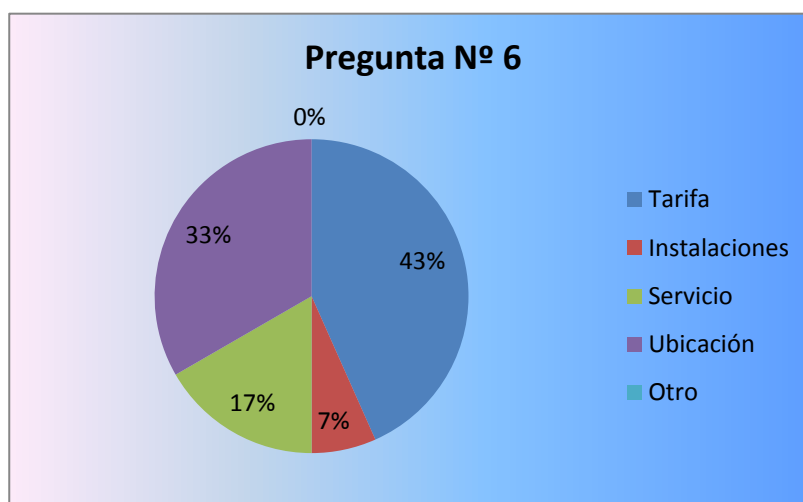


Figura 7.- Pastel.- 6. Marcar con una X ¿Por qué motivo escogió usted hospedarse en este hostel?

Análisis:

Dentro de ésta pregunta se pretende establecer cuáles son las razones fundamentales por las cuales el huésped eligió el Hostel “Aposento del Conde”. El 43% se refirió como prioridad a la tarifa que posee el hostel, por otro lado el 33% se refirió a la ubicación por cuanto se encuentra cerca del Centro Histórico de Quito. El 17% eligió éste hostel por el servicio que brinda el mismo. Y el 7% por las instalaciones que posee el mencionado hostel.

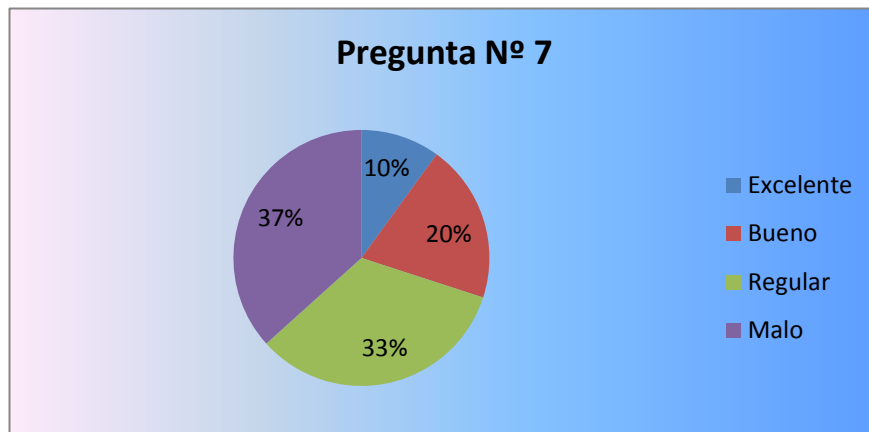
Pregunta 7.- ¿Cómo considera usted las instalaciones del hostel?

Figura 8.- Pastel.- 7. ¿Cómo considera usted las instalaciones del hostel?

Análisis:

Con respecto a la presente pregunta de la encuesta realizada, se pudo evidenciar que el 37% de los huéspedes encuestados considero en las instalaciones del hostel en pésimo estado. Mientras que el 33% de los encuestados las califico como regular. Por otro lado el 20% de todos los encuestados consideran las instalaciones en buen estado y por último el 10% en excelente estado; lo que evidencia una urgencia en la implementación de un plan de mantenimiento de las instalaciones del hostel que permita un incremento de tarifa.

Pregunta 8.- ¿Cómo calificaría usted el servicio recibido en el área de recepción?

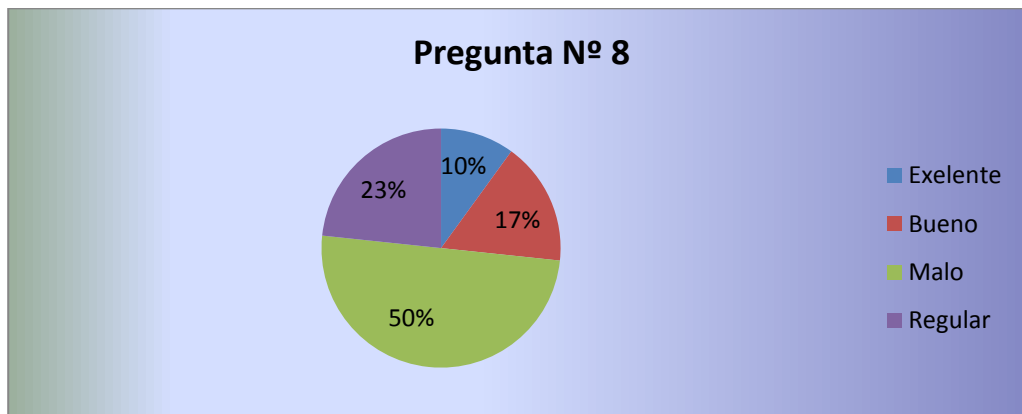


Figura 9.- Pastel.- 8. ¿Cómo calificaría usted el servicio recibido en el área de recepción?

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 50% de los huéspedes considera que el servicio dentro del área de recepción es malo, el 23% lo considera regular. Un 17% lo considera bueno y por último un escaso 10% lo considera excelente. Es importante empezar con la implementación de personal con experiencia por cuanto al giro del negocio. Y como se mencionó en líneas anteriores la implementación de los programas de capacitación para ofrecer un mejor servicio al huésped.

Pregunta 9.- Enumere del 1 al 3 las habilidades del personal del área de recepción del hostel, que considera más importantes (Siendo 1 la más importante).

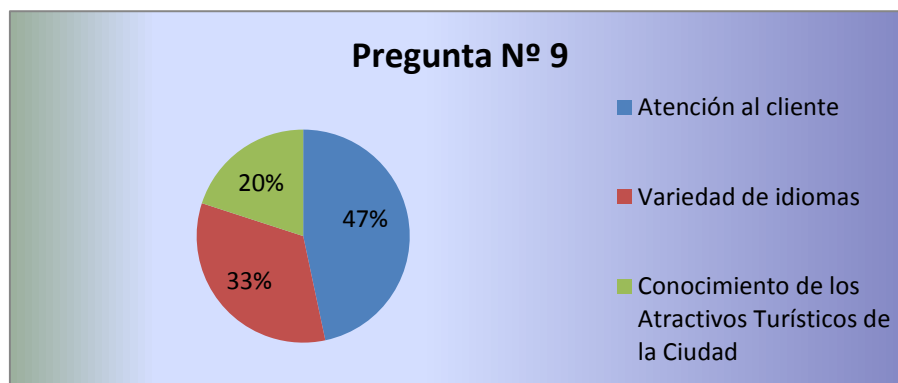


Figura 10.- Pastel.- 9. Enumere del 1 al 3 las habilidades del personal del área de recepción del hostel, que considera más importantes (Siendo 1 la más importante).

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 47% de las personas optó por la Atención al Cliente como primordial dentro de las habilidades del personal dentro de un hostel. El 33% optó por la variedad de idiomas y un 20% optó por que el personal posea conocimiento sobre los atractivos turísticos de la ciudad. Esto evidencia que el huésped busca un servicio óptimo, por lo que es necesario que el personal tenga experiencia en área indicada, contando adicionalmente con por lo menos y mediano conocimiento en idiomas extranjeros, para lo cual es necesario que dentro de los programas de capacitación se incluyan curso del idiomas inglés y en un futuro lograr implementar varios idiomas más.

2.5.1 Conclusiones de la perspectiva del cliente

Como conclusión del análisis de las encuestas es necesario plasmar que el Hostel "Aposento del Conde", es visitado en gran mayoría por turistas

extranjeros, en su mayoría turistas estadounidenses y europeos entre los 26 y 35 de edad. En cuanto al perfil del cliente, se puede apreciar que lo más relevante dentro de un hostel es el servicio que el hostel brinda y las instalaciones que posee, esto frente a que los huéspedes del Hostel “Aposento del Conde”, eligieron el mismo por la baja tarifa que oferta y la ubicación del mismo, a pesar de considerar que las instalaciones y el servicio no llenen sus expectativas, por cuanto se puede concluir que éstos buscan ahorrar dinero para realizar las diferentes actividades que el centro histórico brinda. Por otro lado los huéspedes encuestados consideran que las habilidades de un recepcionista deben ser como primer plano, atención al cliente (Resolución de Problemas), como segundo plano, la variedad de idiomas y como tercer plano, el conocimiento de los atractivos turísticos de la ciudad.

3. Capítulo III: Análisis de procesos

Dentro de éste capítulo se analizará el área de servicio específicamente el área de la recepción mediante un *blueprint* optimizado y mediante una matriz FODA.

3.1 Identificación de las Áreas de Análisis

El Hostal “Aposento del Conde” dentro del Área de Recepción, manejan los procesos de reservas, caja y recepción, los mismos que se encuentran a cargo de una sola persona, cabe recalcar que el departamento de recepción no se encuentra divida en áreas específicas por el tamaño del establecimiento y el personal es polivalente. Por lo expuesto anteriormente se ve la necesidad de este plan de mejora de calidad en ésta área, pues al ser el principal punto de interacción con el huésped, es necesario que los procesos antes mencionados tengan un orden y una secuencia adecuada, para poder desarrollarse correctamente.

Tabla 3.- Identificación de áreas de análisis

ETAPA	ACCIÓN
Cliente busca lugar para hospedarse	Redes sociales referidas Guía de manual de hostales
Cliente se contacta con el hostal para la reservación	Recepcionista atiende al cliente Recepcionista verifica fechas de disponibilidad Recepcionista realizar la reserva Recepcionista confirma la

	<p>reserva</p> <p>Cliente recibe la confirmación</p>
<i>Transfer in</i>	<p>Transporte retira al cliente (tercerizado)</p> <p>Cliente llega al hotel</p>
<i>Check in</i>	<p>Recepcionista recibe al cliente</p> <p>Camarera prepara las habitaciones</p> <p>Recepcionista realiza el <i>check in</i> y entrega la llave</p> <p>Camarera prepara las habitaciones</p>
Cliente se dirige a su habitación	<p>Cliente hace uso de las instalaciones</p>
Cliente realiza <i>check out</i>	<p>Recepcionista emite factura</p> <p>Cliente realiza pago</p> <p>Recepcionista agradece al cliente</p> <p>Camarera realiza limpieza de habitación</p>

<i>Transfer out</i>	Transporte lleva al cliente al aeropuerto (tercerizado)
---------------------	---

3.2 Descripción de los procesos de servicios por área

Blueprint es un “diagrama que permita visualizar los procesos y especificaciones” que lleva a brindar un servicio es decir “cómo deben realizarse las interacciones entre clientes y empleados” (Perez, 2006).

Las figuras realizadas corresponden a los *blueprint* que se desarrollan en el área de recepción del Hostal “Aposento del Conde”, los mismo que son una guía práctica de cómo se debe llevar a cabo dichos procesos para evitar posibles errores.

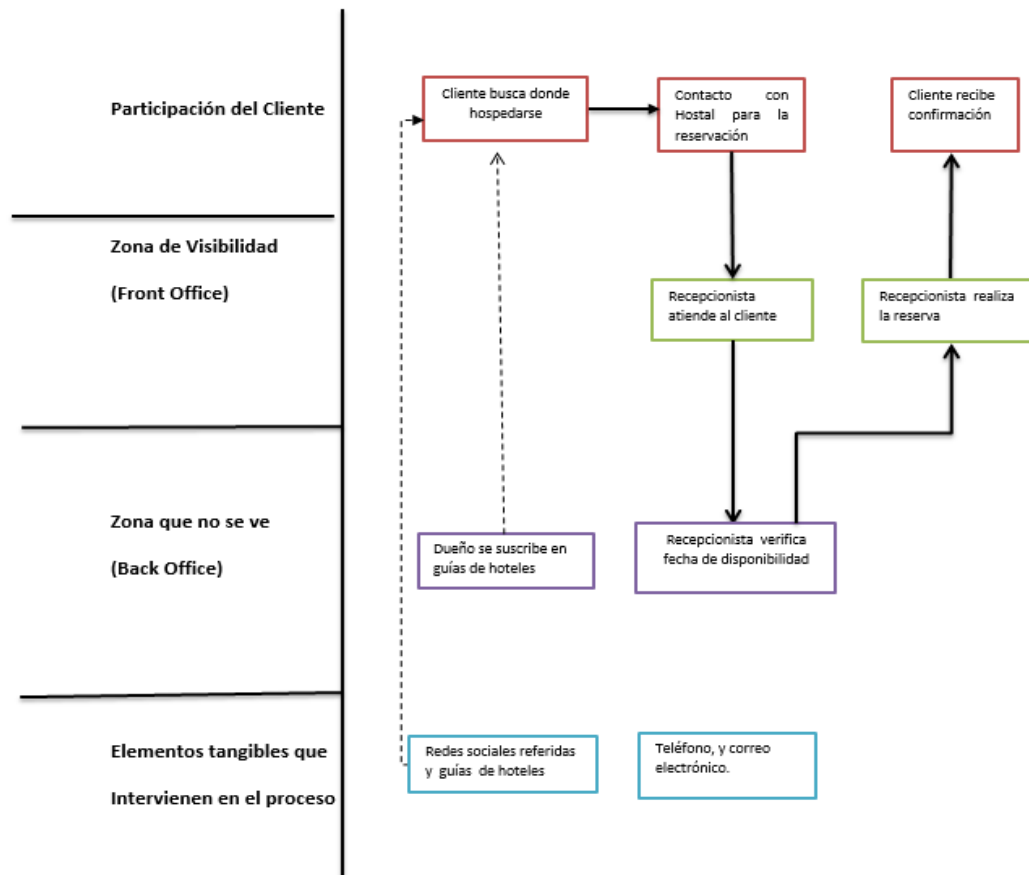


Figura 11.- *Blueprint Reservas*

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

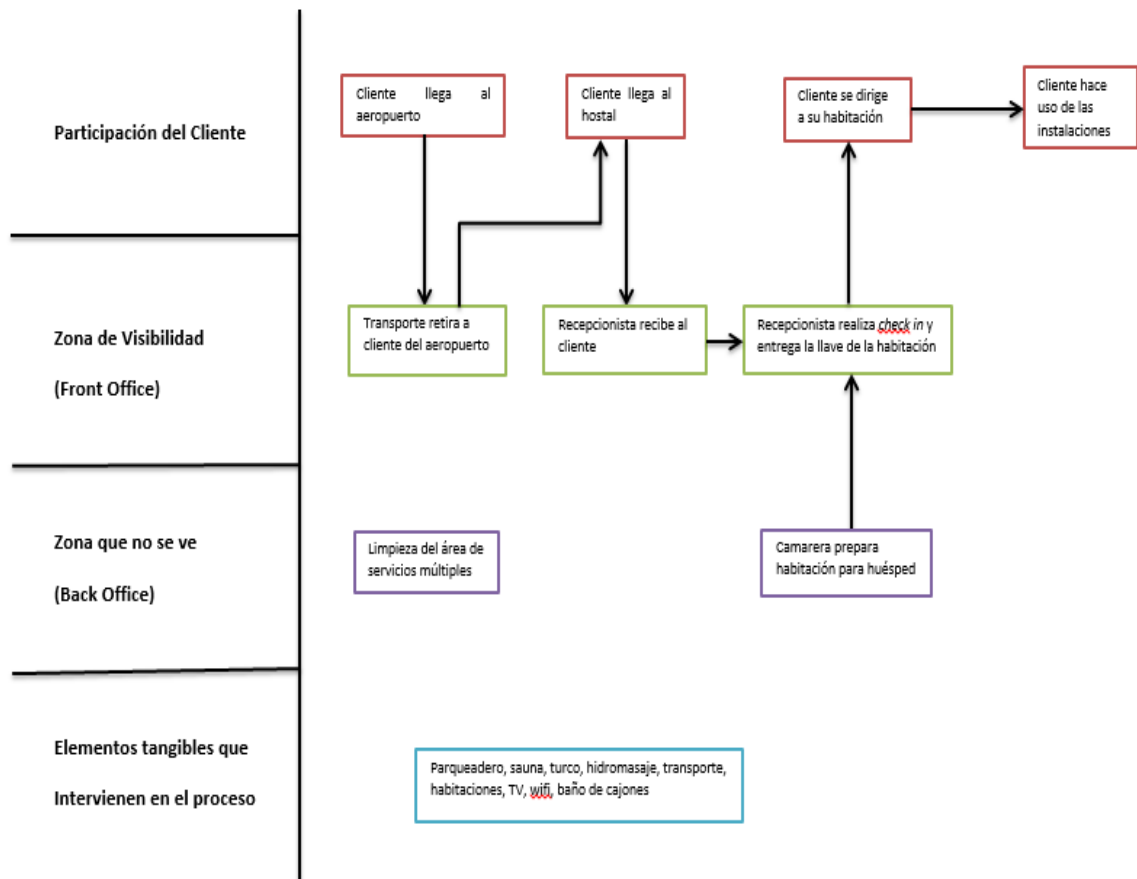


Figura 12.- *Blueprint check in*

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

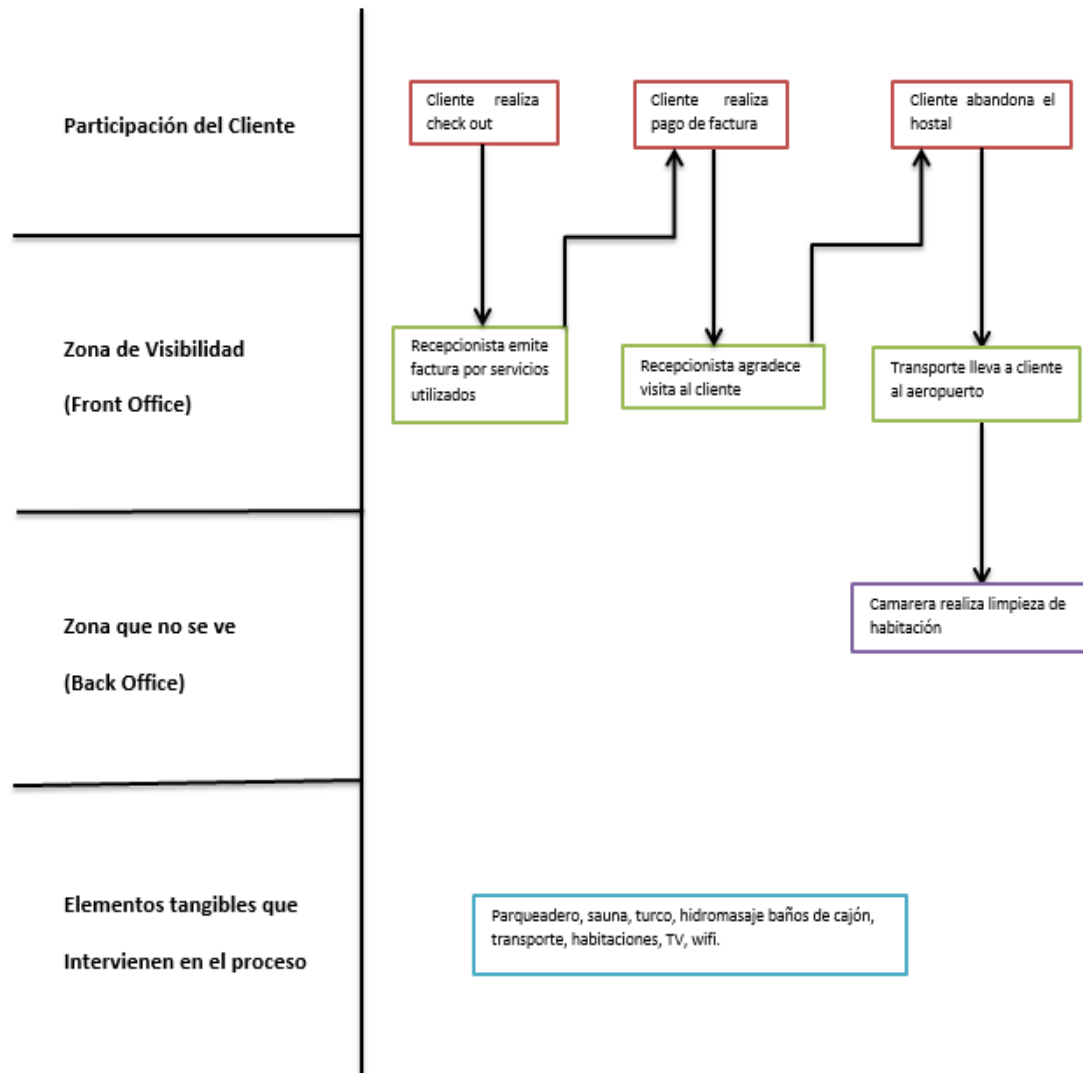


Figura 13.- *Blueprint check out*

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

3.2.1 Lista de incidentes críticos y posibles soluciones

Después de haber evaluado los *blueprint* anteriores que se refieren a área de servicio en el departamento de recepción se llegó a la conclusión de que existen muchas falencias en cuanto a procesos dentro del Hostal “Aposento del Conde”.

Tabla 4.- Lista de Incidentes Críticos y Posibles Soluciones

ETAPA	ERROR	POSIBLE ERROR	POSIBLE SOLUCIÓN
Cliente busca lugar para hospedarse	No posee suficiente medios de propagación del hostel para extranjeros y nacionales.	Carencia de inversión por parte de la gerencia. No existe la preocupación pertinente. Carencia de conocimiento en el área de marketing.	Crear membresías con OTAS. Crear página web del hostel. Implementación de diferentes redes sociales.
Cliente se contacta con el hostel para realizar la reserva	No existe un software operativo para el manejo de reservas. No se lleva registro de reservas. No se incluye pago anticipado para la reservación por lo que en ocasiones los huéspedes no llegan.	Carencia de inversión por parte de la gerencia. No poseen el software necesario para el registro de reservas. No poseen el equipo de trabajo adecuado. Mala organización del proceso de reserva.	Adquisición de software operativo de reservas. Implementación de eficiente equipamiento de oficina. Solicitar el pago adelantado de la reservación. Incluir capacitaciones de software hotelero.

Transfer In	Transporte no retira al cliente del aeropuerto. Transporte no llega a tiempo al aeropuerto.	No existen contratos de trabajo con persona del transporte. Mala organización.	Realizar contrato de trabajo con la persona de transporte. Detallar horarios de trabajo.
Check In	No existe un correcto protocolo de bienvenida hacia el huésped. No se lleva registros diarios de los huéspedes. Lenguaje poco adecuado y desconociendo del idioma inglés. Desconocimiento de los servicios que brinda el hostel. No existe un correcto vestuario por parte del personal de servicio.	No existen capacitaciones por parte de la gerencia hacia el personal. No poseen el software necesario para el registro de huéspedes. No poseen el equipo de trabajo adecuado. Carencia de personal calificado. Mala comunicación entre la gerencia y los empleados. Carencia de preocupación por la presentación de los empleados.	Implementar capacitaciones en idiomas, CTM, software. Contratar personal calificado. Adquirir uniformes para empleados. Mejorar el proceso de comunicación empleado - gerencial a través de reuniones periódicas.
Cliente se dirige a su habitación	Carencia de mantenimiento de instalaciones.	No existe preocupación necesaria por parte de la gerencia.	Realizar mantenimiento periódico de las instalaciones.

Cliente realiza check out	No existe algún tipo de retroalimentación por parte del huésped. No existen diferentes facilidades de pago. No se realiza inspección de la habitación a la salida del huésped.	Carencia de conocimiento en el área de estudio de mercado. Mala organización. Carencia de equipamiento necesario para realizar el pago.	Adquirir <i>Data - Fast</i> para mejorar las facilidades de pago. Desarrollar encuestas de satisfacción huésped. Realizar inspección de habitación antes de la salida del huésped.
Transfer Out	Transporte no llega a retirar al cliente. Transporte llega tarde a retirar al cliente.	No existen contratos de trabajo. Existe mala organización.	Realizar contrato de trabajo con la persona de transporte. Detallar horarios de trabajo.

En la mayoría de los procesos analizados se puede concluir que el error principal es la falta de capacitación al personal de servicio, por lo que a continuación se realizará un listado de las posibles soluciones.

3.3 Aplicación de la lista de chequeo (Distintivo Q)

En esta parte del proyecto se evaluó al Hostal “Aposento del Conde” aplicando una lista de chequeo dentro los lineamientos de la norma de calidad turística “Distintivo Q” de alojamiento perteneciente y otorgado por Quito Turismo, para la verificación si cumple o no con ciertos requisitos que garantizan las buenas prácticas y calidad del establecimiento. El “Distintivo Q” tiene como objetivo desarrollar y promover la calidad tanto a los clientes externos como internos en

los establecimientos sin dejar de lado la gestión sostenible y sustentable. Los principales ámbitos que enfoca este distintivo son: Ámbito A (Gestión administrativa), ámbito B (Responsabilidad social empresarial), ámbito C (Infraestructura y equipamiento), ámbito D (Calidad de servicio y atención al cliente. A continuación un breve resumen de las notas adquiridas.

Tabla 5.- Norma de Calidad Turística para Alojamiento aplicado al Hostal Aposento del Conde"

Ámbito A/Gestión Administrativa	Ámbito B/ Responsabilidad Social Empresarial	Ámbito C/ Infraestructura y Equipamiento	Ámbito D/ Calidad de Servicio y Atención al Cliente	TOTAL
Administrativo: 2/6	Social: 0/2	Infraestructura: 6/12	Presentación y servicios: 3/10	
Personal: 2/4	Biodiversidad: 0/0	Equipamiento: 4/7	Registro y Seguimiento: 2/12	
Capacitación: 0/3	Protección y Conservación Ambiental: 4/6			
30.76%	50%	52.63%	22.72%	37.09%

Tomado de la Norma de calidad turística para el "Distintivo Q" para alojamiento.

Para la obtener el "Distintivo Q" es importante alcanzar un porcentaje mínimo de 80% según lo estipulado en Reglamento General del Distintivo Q, es decir que al analizar los resultados obtenidos del Hostal "Aposento del Conde" se puede evidenciar falencias en diferentes aspectos, principalmente el servicio. El hostel debe implementar y mejorar procesos de calidad apeándose a la sustentabilidad y sostenibilidad para obtener dicho certificado (Quito Turismo, 2014)

3.4 Análisis FODA

Tabla 6.- MATRIZ FODA

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de la época con las que cuenta el hostel. • Precios asequibles. • Posee servicios que lo distinguen de la competencia. (Ej.: Baños de cajón y transporte). 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sector en donde se encuentra ubicado el hostel por la gran cantidad de atractivos turísticos en la zona. • Programas del gobierno que incentivan el turismo en Ecuador. • Las innovadoras tendencias del marketing tecnológico. (Redes sociales). • Encontrarse dentro de la Ciudad de Quito, reconocida por los WTA, como el destino líder de la región.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos inadecuados dentro del área de recepción (Reservas, <i>check in</i>, <i>check out</i>, bases de datos). • Falta de experiencia en el personal del establecimiento en lo que respecta a la industria hotelera. • Poca inversión en marketing y publicidad. 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delincuencia que existe en el sector. • Competencia directa en el sector. • Inestabilidad jurídica. • Desastres naturales.

Con el Análisis FODA se logrará conocer y saber las características positivas y negativas externas e internas del Hostal “Aposento del Conde” y así determinar el diagnóstico dentro del mercado del mismo. Es importante tomar en cuenta éste análisis ya que nos permiten “realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas.” (Ponce, 2006, p. 2)

3.5 FODA cruzado

La finalidad del FODA cruzado es elaborar estrategias que servirán para complementar y clarificar la información, establecer relaciones, valorar condiciones y emitir juicios que enriquezcan y apoyen el análisis. (Ramírez, 2009, p. 59)

Tabla 7.- Matriz FODA cruzado

ESTRATEGIAS F+O:	ESTRATEGIAS D+A:
<ul style="list-style-type: none"> • Promover las visitas de los turistas extranjeros al hostal aprovechando las campañas que incentivan el turismo en el Quito-Ecuador. • Implementar las innovadoras tendencias tecnológicas (marketing digital), para publicitar los servicios que brinda el hostal. • Mejorar la calidad del hostal con la finalidad de incrementar la tarifa aprovechando los atractivos turísticos del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal mejorando de ésta manera los procesos de calidad superando a la competencia. • Implementar software hotelero en el hostal y reestructurar nuevos procesos en lo que respecta al área de recepción. • Inversión en infraestructura e implementación de normas de seguridad.

ESTRATEGIAS F+A:

- Frente a la delincuencia se aprovecharía los servicios adicionales (transporte) que posee el hostel.
- Mejorar la calidad de los servicios brindados por el hostel mediante la adecuación y mantenimiento de las instalaciones, logrando un incremento de la tarifa que no se asociará con el aumento de impuestos sino a la calidad.
- Desarrollar promociones en las tarifas aprovechando las festividades y eventos dentro del sector.

ESTRATEGIAS D+O:

- Desarrollar encuestas de satisfacción.
- Implementar protocolos de atención al cliente en el área de recepción.
- Invertir en alianzas estratégicas (OTAS) para la publicidad del hostel.

4. Capítulo IV: Propuesta de mejoras – planificación de mejoras

En éste capítulo se desarrolla la política del hostel, así como también las nuevas propuestas de mejoramiento a través del planteamiento de objetivos, metas y estrategias.

4.1 Planteamiento de política de calidad, objetivos, metas e indicadores de la calidad de la empresa

4.1.1 Logo y eslogan



Figura 14.- Logo "Hostal Aposento del Conde"

El Logo del hostel, posee dos colores principales, el dorado en su gran mayoría y el color café. En la parte superior central encontramos una letra "C" mayúscula, y en la parte inferior se puede visualizar el nombre completo del hostel. La estructura del logo es un medio rectángulo que se completa al cerrarse con un par de líneas curvas estilizadas.

En el logo, como se puede evidenciar, se maneja colores ocres (dorado y café), los mismo que representan abundancia, riqueza y poder (Vic, 2015, p. 4), al igual que un rey o conde de sus respectivas épocas, aprovechando el sector donde se encuentra ubicado el hostel, con la finalidad de que los huéspedes se sientan como reyes o condes en sus aposentos, es decir dentro de las

instalaciones del hostel. La letra “C” hace referencia a la palabra “Conde”, ya que ésta debe encontrarse implícita por el mayor número de veces posible antes los ojos de los huéspedes, con la finalidad de que los mismos se autoconvenzan de que son Condes y que se encuentra en sus aposentos, en la hermosa ciudad Colonial de Quito, en los alrededores del centro histórico de la misma ciudad.

El eslogan de este hostel es *“Porque te servimos como en los aposentos de un rey”*; y este nace a raíz de que en la antigüedad a las habitaciones de los reyes se les llamaba aposentos , las mismas que hacían referencia a cuartos privados de los palacios, tanto es así que el nombre del hostel se complementa con el eslogan del mismo (Española, 2016).

4.1.2 Misión

Brindar un servicio de calidad con calidez hacia los huéspedes, comprometidos con la satisfacción, el desarrollo turístico y económico del sector del Centro Histórico de Quito.

4.1.3 Visión

Ser reconocido en el mercado de hospitalidad turística por la calidad en el servicio y por servicios de calidad para con el huésped, cumpliendo y rebasando las expectativas de los mismos, sirviendo como aposento de los viajeros nacionales y extranjeros.

4.1.4 Política de calidad

El Hostel “Aposento del Conde”, no cuenta con una política de calidad por lo que se realizará la propuesta de la misma en los siguientes términos:

La política de calidad se enmarcará en brindar experiencias únicas, a través de la satisfacción de las necesidades y expectativas del huésped. Para conseguirlo crearemos procesos optimizados de calidad, aplicados en nuestro

personal, así como también en nuestras instalaciones, mediante formación continua y mantenimiento oportuno, generando innovación en el sector hotelero.

4.1.5 Objetivos de calidad

Después del exhaustivo análisis dentro de las directrices del FODA, se plantearán los objetivos con la finalidad de establecer las propuestas de mejoras del Hostal “Aposento del Conde”, para de ésta manera lograr una palpable mejora en la calidad del establecimiento ya mencionado.

1. Garantizar el cumplimiento en el desarrollo de los procesos internos.
2. Concretar una mejora continua para con los empleados en lo que respecta a competencia y desempeño.
3. Cumplir con las expectativas del huésped ofreciendo un servicio de calidad con calidez.

4.1.6 Definición de metas / indicadores de calidad

Las metas son aquellas a través de las cuales el hostal, pretende obtener resultados específicos en cuanto al cumplimiento de los objetivos planteados por el mismo.

1. Realizar de manera eficiente los procesos de *check in*, *check out*, y reservas en un plazo de entre 6 meses a 1 año.
2. Implementar el manual de calidad en los primeros 6 meses.
3. Incrementar el desempeño y competencia del personal en el área de recepción de 3 a 6 meses.
4. Desarrollar índices de desempeño y competencia en un plazo de 6 meses.
5. Implementar métodos de evaluación del servicio en el área de recepción dentro hostal, en un plazo entre 1 y 3 meses.

4.2 Definición de roles, responsabilidades y documentación

4.2.1 Organigrama

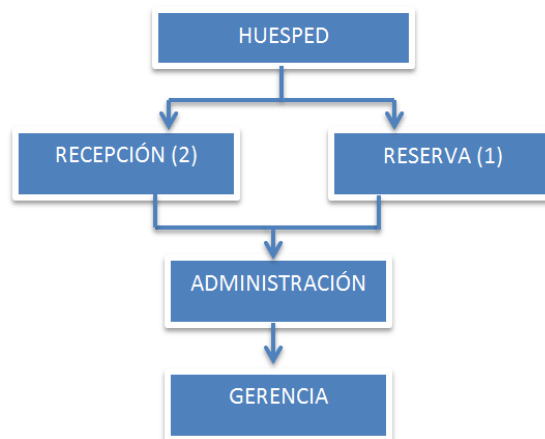


Figura 15.- Organigrama

4.2.2 Definición de roles

Tabla 8.- Definición de roles

<p>Gerente (Dueño de la empresa)</p>	<p>Implementar el manual de calidad y delegación de responsabilidades. Diseñar programas de capacitación. Cumplir con las normas establecidas por la ley. Proveer presupuesto para el área de recepción Establecer objetivos y metas de calidad al área de recepción</p>

<p>Administrador</p>	<p>Facilitar información detallada al Gerente. Organizar al personal de recepción. Comunicar y difundir el manual de calidad. Aplicar políticas de calidad. Aplicar estrategias de calidad para cumplir con los objetivos y metas. Evaluar al personal. Ejecutar programas de capacitación. Programar y ejecutar actividades recreativas. Solucionar problemas con clientes internos y externos. Verificar que se apliquen protocolos de servicio en el área de recepción. Manejar redes sociales.</p>
<p>Recepcionistas</p>	<p>Realiza reportes al administrador. Aplicar protocolos de servicio. Contacto con el cliente. Verificar satisfacción del servicio en el cliente. Aplicar encuestas de satisfacción. Llevar registro de fichas clientes. Promover la política de calidad. Aplicar acciones para cumplir con cada estrategia. Gestionar pagos. Pagar servicios básicos. Asistir a capacitaciones establecidas.</p>

Reservas	<p>Proporcionar reportes necesarios al administrador.</p> <p>Llevar registro de reservas.</p> <p>Gestionar reservas telefónicas, OTAS y página web.</p> <p>Asistir a capacitaciones establecidas.</p> <p>Crear base de datos de los clientes.</p>
Contabilidad	<p>Proporcionar reportes donde brinde información necesaria al Gerente.</p> <p>Realizar los balances (ingresos y egresos).</p> <p>Pagar a los empleados y declaraciones de impuestos.</p>
<i>Housekeeping</i>	<p>Limpieza de las habitaciones.</p> <p>Limpieza de las instalaciones de diferentes servicios.</p>

4.2.3 Mapa de procesos optimizado

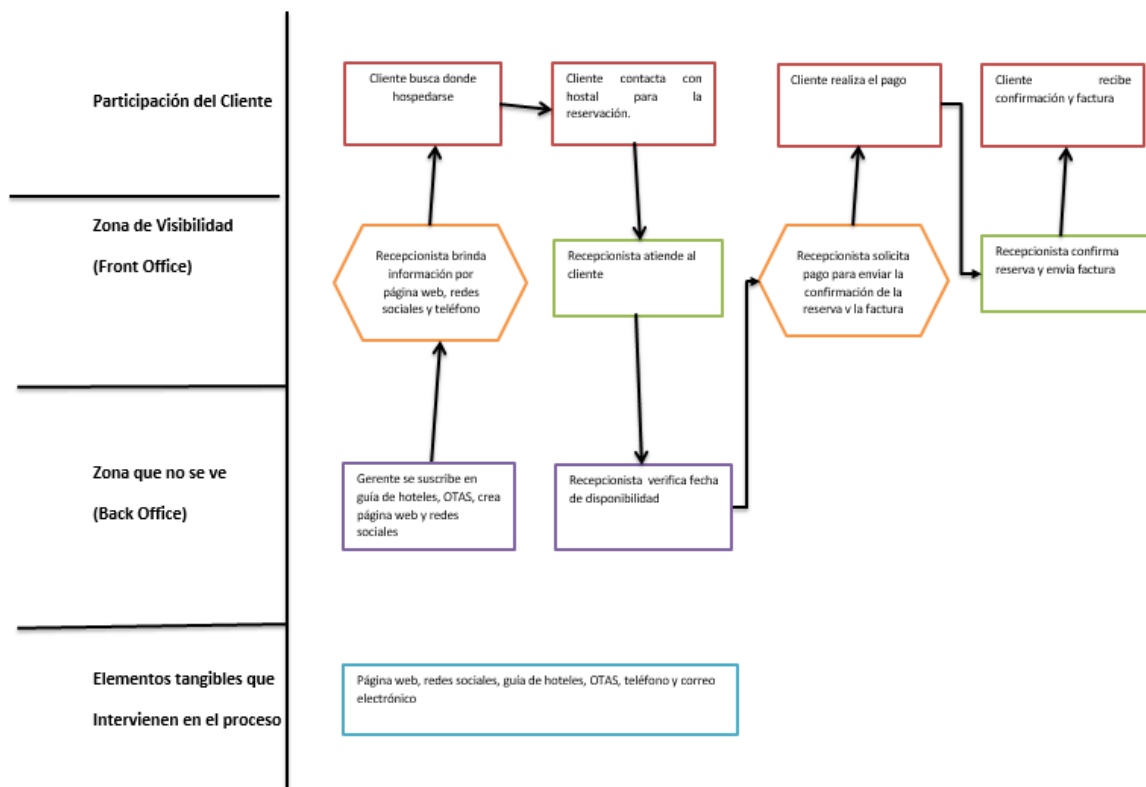


Figura 16.- *Blueprint* optimizado (Reservas)

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

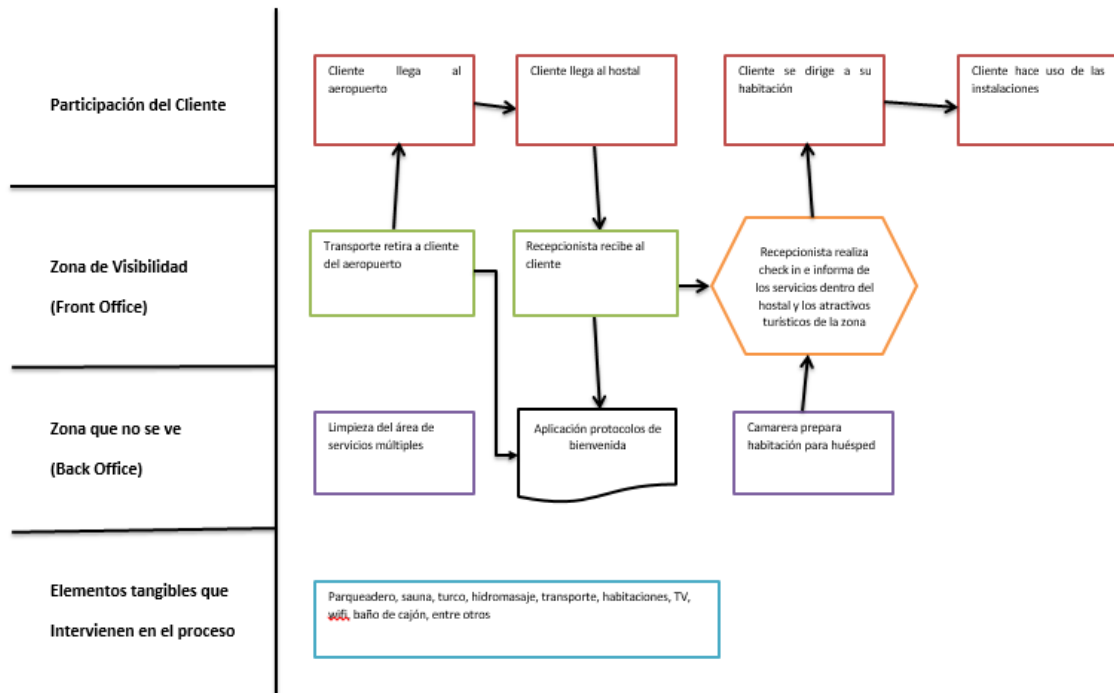


Figura 17.- *Blueprint Optimizado (Check in)*

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

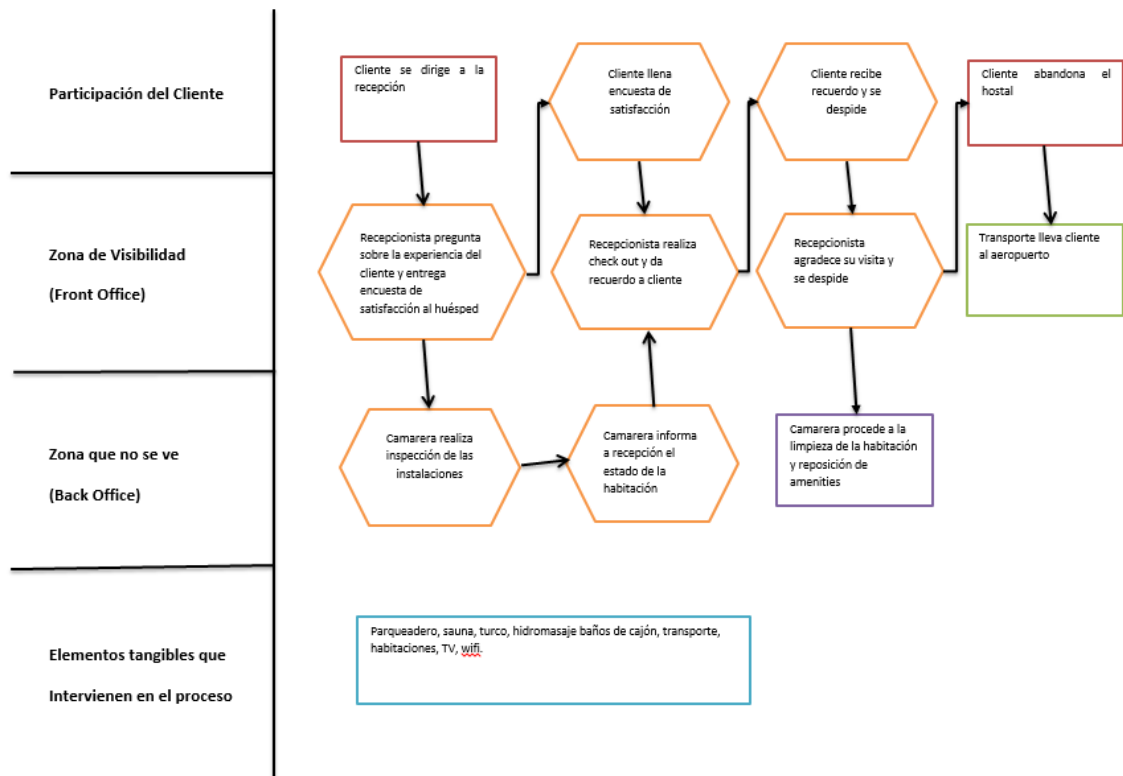


Figura 18.- *Blueprint* optimizado (*Check out*)

Adaptado de International Service Marketing Institute, 2002

4.3 Seguimiento, medición, análisis y mejora

Es necesario que para que exista un correcto seguimiento en cuanto al plan de mejora de calidad, se utilizarán herramientas, sistemas, registros y mecanismos para cumplir cada meta establecida.

Tabla 9.- Seguimiento, medición, análisis y mejora

Meta	Mecanismo de evaluación	Frecuencia
Meta - Objetivo 1: Realizar de manera eficiente los procesos de <i>check in</i> , <i>check out</i> , y reservas en un plazo de entre 6 meses a 1 año.	Llevar registro de cumplimiento de protocolo con respecto a los procesos de recepción.	Semestral
Meta - Objetivo 1: Implementar el manual de calidad en el primer semestre del año 2018	Lista de chequeo de seguimiento.	Semestral
Meta - Objetivo 2: Incrementar el desempeño y competencia del personal en el área de recepción de 3 a 6 meses.	Evaluar al personal mediante cliente fantasma. Protocolos de calidad en el servicio.	Trimestral
Meta - Objetivo 2: Desarrollar índices de desempeño y competencia en un plazo de 6 meses.	Realizar un registro estadístico de los formularios aplicados a los huéspedes mensualmente.	Mensual

Meta - Objetivo 3: Implementar métodos de evaluación del servicio en el área de recepción dentro de un plazo entre 1 y 3 meses.	Realiza auditoria interna	Anual
--	---------------------------	-------

5. Capítulo V.- Propuesta de Intervención

En el presente capítulo se realizará la propuesta de calidad para el Hostal “Aposento del Conde”, donde se detallarán las estrategias de intervención, el índice del manual de calidad las propuestas de capacitaciones al personal de servicio, el cronograma de actividades realizadas y el presupuesto general.

5.1 Estrategias de Intervención

Las estrategias de intervención son las acciones que se llevarán a cabo para cumplir con la misma. A continuación se detallarán paso a paso.

5.1.1. Programa de formación y capacitación

Para lograr una intervención completa es necesario que todo el personal, desde el superior jerárquico (Gerente), se encuentre en capacidad para ofrecer un servicio de calidad en el área de recepción del Hostal “Aposento del Conde”. Esto se logrará a través de capacitaciones constantes, que se produzcan tanto dentro del hostal como a través de programas dictados por empresas públicas y privadas. Las capacitaciones se referirían primordialmente sin desmedro de otras, lo que concierne al servicio al cliente, manejo de software hotelero, y en cuanto al área de recepción que la que concierne a éste tema, se tomará en cuenta en su totalidad, la capacitación en el registro de huéspedes (*check in* y *check out*), reservas, confirmación de reservas y lo que concierne a realización y tabulación de encuestas de satisfacción. Como capacitaciones adicionales se tomará en cuenta cursos de idiomas extranjeros, charlas de motivación, resolución de conflictos y todo lo concerniente a capacitaciones por parte del gobierno y gobiernos autónomos, respecto del manejo turístico en la ciudad de Quito. A continuación se detalla dicha estrategia.

Continúa capacitación al personal del área de recepción en lo que respecta servicio al cliente, nuevos software hotelero y de reserva, e idiomas.

1. Contratación de nuevo personal capacitado.
2. Se definirán las diferentes líneas de capacitación en las que se enfocaran en capacitación del servicio al cliente e idiomas.
3. Una vez definido las diferentes líneas, se realizará un cronograma con la empresa a trabajar para programar las capacitaciones.
4. Y por último, se ejecutarán las capacitaciones en las fechas programadas.

5.1.2. Optimización de procesos

Mejorar y optimizar los procesos de servicio.

1. En un principio se desarrollara principalmente un mapa de procesos optimizado para aplicarlo al establecimiento.
2. Diseñar e imprimir el manual de calidad.
3. Difundir manual de calidad en el establecimiento.
4. Establecer un cronograma de seguimiento en el área de recepción.

5.1.3. Manual de Calidad (Índice)

Manual de Calidad es un documento que tiene por objeto el aseguramiento de la calidad en una empresa y en él se describen las disposiciones generales para asegurar la calidad en sus servicios para prevenir la aparición de no conformidades, para aplicar las acciones precisas para evitar si repetición, y para a través de sum gestión de sus procesos, alcanzar la mejora continua del sistema, así como la satisfacción de sus clientes. (Bancoldex, 2008, p. 3)

El Hostal “Aposento del Conde”, contará con un manual de calidad el mismo que contendrá la estructura, procesos, valores, planeación estratégica, etc.; a continuación se planteará del índice del mismo:

1. Introducción
2. Misión
3. Visión
4. Valores empresariales
5. Estructura Organizacional
6. Política de calidad
7. Compromiso
8. Objetivos y metas de calidad
9. Normativa de procesos para el Hostal “Aposento del Conde”
 - 9.1 Normativa de Conducta
 - 9.2 Normativa de Presentación Personal
 - 9.3 Normativa de horarios, permisos y vacaciones
10. Estándares de servicio para el Área de Recepción
11. Referencias
12. Anexos

Índice adaptado del libro “Cultura Organizacional de GHL Hoteles” (Hoteles, 2014, p. 14)

5.1.4. Adquisición de software y promoción

Adquisición de software y promoción.

1. Implementar equipo de oficina adecuado.
2. Primero, se solicitará proformas de los softwares hoteleros, de las OTAS y los obsequios al huésped para que esta manera se pueda efectuar la compra de la mejores opciones para el establecimiento.
3. Ejecutar las compra de los productos.
4. Instalar el software hotelero para el hostel.
6. Capacitación del personal para nuevo software.

6.1.1. Programa de incentivos y evaluación

Desarrollar programas recreativos de inserción y familiarización de los empleados con la empresa.

1. Como primer paso, se establecerán los diferentes programas recreativos; cumpleaños del personal, navidad, fin de año.
2. Plantear un cronograma de todas las actividades recreativas a lo largo del año.
3. Aplicar el programa pegándose al cronograma respectivo.
4. Adquisición de uniformes

Evaluación continua del personal en cuanto al desenvolvimiento en el área de recepción.

1. Primero, se estructurará una lista de chequeo para la evaluación periódica del personal.
2. Se aplicará dicha lista al personal para evaluar su desenvolvimiento en su área.

Evaluación de la satisfacción del cliente mediante la utilización del cliente fantasma y focus group.

1. Se desarrollará una estructura de la evaluación, definiendo los puntos claves a tomar en cuenta.
2. Se ejecutará la visita del cliente fantasma.
3. Se ejecutará un *focus group*.

Realizar encuestas de valoración a los huéspedes en cuanto al servicio prestado en el área de recepción.

1. Primero, se definirá el área donde se realizará el análisis, es decir, la recepción.

2. Segundo, se estructurará las encuestas dirigidas a los huéspedes con respecto al servicio ofrecido.
3. Se aplicarán las encuestas a los huéspedes al momento de realizar *check out*.

5.2 Presupuesto de Intervención

A continuación se establecerá un cuadro de presupuesto total y por cada estrategia planteada por este proyecto para el establecimiento “Aposento del Conde”.

5.2.1 Presupuesto total

Tabla 10.- Presupuesto total

Detalle	Costo \$
Optimización de procesos	465
Programa de formación y capacitación	1600
Programa de incentivos y evaluación	5398
Adquisición de software y promoción	2973
Total	10436

Nota: En las siguientes tablas se explicarán los costos de las propuestas anteriores.

Tabla 11.- Manual de Calidad (Procesos y Estándares)

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Elaboración de Contenido	1	350	350
Edición e Impresión	1	115	115
Total			465

Nota: Los precios de la edición e impresión fueron sacados del Impresores MYL, en cuanto a elaboración se obtuvo el precio de la empresa SARO SERVICIOS.

Tabla 12.- Capacitación

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Recepcionista	2	600	1200
Capacitación Servicio al Cliente	2	100	200
Capacitación Idiomas inglés	2	100	200
Total			1600

Nota: Lo precios fueron tomados en cuanto a servicio al cliente de SARO SERVICIOS (Servicio ecuatoriano de capacitación profesional) y en cuanto a idiomas se tomó el valor de un capacitador personalizado.

Tabla 13.- Programa de incentivos y evaluación

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Camiseta Polo	4	2	8
Chompa	2	20	40
Programa de actividades de integración	1	200	200
Tablet	1	100	100
Cliente fantasma	1	1250	1250
<i>Focus group</i>	1	3800	3800
Total			5398

Nota: Los precios fueron tomados en cuanto a las camisetas de la empresa Camisetas Publicitarias, en cuanto a las chompas, el precio fue tomado de Variedades Online, en cuanto al cliente fantasma y *focus group* el valor fue tomado de la empresa Cedatos, y el valor destinado al programa de actividades de integración se realiza a base de los ingresos que hostel tiene y puede destinar para este tipo de actividades.

Tabla 14.- Adquisición de software y promoción.

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Software hotelero licencia	1	175	175
Instalación Software y Capacitación	1	1050	1050
Caja Registradora con computadora	1	1300	1300
Recuerdo	1000	0.1	100
SITMINDER	1	178	178
Computadora	1	170	170
Total			2973

Nota: El valor del Software Hotelero fue tomado de PRACTISIS tecnológico de Turismo y Hotelería, el valor de la caja registradora digital con computador fue tomado de VENTA FACIL, el computador de LENOVO, el costo de la plataforma fue tomado de la página SITMINDER, incluye página web, gestión de redes sociales, entre otros y los valores de los recuerdos fueron tomados de Artesanías Pozo.

5.3 Cronograma de Intervención

Tabla 15.- Cronograma de intervención hostel "Aposento del Conde"

Estrategias	MESES																																															
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10				Mes 11				Mes 12			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Programa de formación y capacitación																																																
Optimización de procesos																																																
Adquisición de software y promoción																																																
Programa de incentivos.																																																
Evaluación de personal																																																

CONCLUSIONES

El hostel "Aposento del Conde" abrió sus puertas hace nueve años alrededor del Centro Histórico de Quito, se pudo evidenciar que este establecimiento posee mucho potencial gracias a los atractivos turísticos que lo rodean por el sector en el que se encuentra, su infraestructura de la época y los servicios que ofrece, sin embargo a través de un análisis desde la perspectiva del cliente se identificó que el servicio al cliente del hostel no es el apropiado y siendo calificado como el más importante dentro del área de recepción.

Dentro de la investigación a través del *blueprint* y FODA se pudo evidenciar la inexistencia de protocolos y procesos de reservas, *check in* y *check out* en la recepción del hostel, los mismos que afectan a la calidad del establecimiento frente a los huéspedes ya que el personal no trabaja profesionalmente y sistemáticamente creando desorganización y molestias en los huéspedes, además que no cuenta con el equipo de trabajo necesario (computadoras, software hotelero) para guardar información importante como por ejemplo la base de datos de los clientes y no se encuentran suficientemente capacitados para realizar de manera ordenada, eficiente y optimizada sus funciones individuales y colectivas.

Gracias a la encuesta realizada a los huéspedes del hostel se pudo constatar que las personas creen que el servicio es lo más importante dentro del establecimiento, sin embargo visitan el hostel debido a las bajas tarifas, razón por la cual dicho hostel debe enfocarse en cambiar esta concepción y ofrecer 100% servicio de calidad para utilizarlo como una ventaja competitiva, permitiéndose elevar un porcentaje en la tarifa actual.

Al identificar la problemática en el establecimiento, la presente propuesta desarrollo las siguientes estrategias como las importantes: capacitación y formación del personal, optimización de procesos, adquisición de software y promoción y programa de incentivos y capacitación; con la finalidad de que el

hostal “Aposento del Conde” llegue a ser reconocido por su servicio personalizado a sus huéspedes beneficiando la rentabilidad y la calidad del mismo.

RECOMENDACIONES

Al ver la necesidad de que exista una correcta presentación del hostel hacia el huésped en lo que respecta al contacto directo con el mismo, es menester que se contrate personal con experiencia en la industria hotelera, tomando en cuenta que se debe capacitar continuamente al mismo, en las áreas de servicio al cliente, idiomas y manejo de software hotelero.

Se recomienda, implementar los procesos optimizados y los protocolos de calidad, con la finalidad de mantener una mejor organización dentro del hostel para que de esta manera se evidencie un notorio mejoramiento en la calidad del servicio ofrecido en área de recepción.

Es importante, que los propietarios del hostel, interactúen mucho más con su personal pues se considera que es necesario que exista una mejor comunicación entre los actores que forman parte activa del hostel, para que de ésta manera como punto de partida el plan que forma parte de éste proyecto, se aplique junto con todas las herramientas provistas por éste, de forma organizada, tal cual se especifica en los cronogramas, vinculando a todos los actores que forman parte del hostel.

Es menester que, se implemente los mecanismos a través de los cuales se mejoraran los procedimientos de reserva, *chek in* y *check out*, al mismo tiempo manejar adecuadamente una base de datos de los huéspedes que visitan el hostel.

Es indispensable, realizar constantes evaluaciones de los procesos de recepción y protocolos de atención al huésped, encargados al personal empleado en el hostel.

Por lo tanto es necesario que los propietarios del hostel, posean la predisposición de realizar inversiones dentro del mismo, como por ejemplo

contratación de personal, software hotelero, capacitaciones, ya que sin inversión no se logrará los fines perseguidos por éste plan.

REFERENCIAS

- Bancoldex. (2008). *Manual de Calidad*. Bogotá: Bancoldex.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá : Pearson.
- Bueno, E. (2007). *La Organización de la empresa*. Madrid: Pirámide.
- Burbano, H. (2008). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Quito: Eurocolor.
- Campos, G. (2012). *LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD*. ISSN.
- Canales, M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM Ediciones.
- Carro, R., & Gonzáles, D. (2008). *Administración de la Calidad Total*. Mar de la Plata: Universidad Mar de la Plata.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales* (Tercera ed.). Buenos Aires: El sicoasesor.
- Española, R. A. (2016). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Barcelona: Gráficas Ramón Sopena.
- Fernández, A. (2009). *Métodos, metodología, técnicas y enfoque*. México DF: UAM.
- Flores, F. (2011). *Optimización Lineal: una mirada introductoria*. Concepción: Worldcolor Chile S.A.
- Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México DF: McGRANWHILLIINTERNAMERICMA.
- Hoteles, G. (2014). *GHL Hoteles Cultura Organizacional* . Bogotá: P&M.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado* (Cuarta ed.). México: Prentice Hall.
- Martinez, J. (2011). *Métodos de Investigación Cualitativa*. Bogotá: Silogismo.
- Méndez, J. C. (2009). *La administración, la calidad personal y la calidad en el servicio al cliente*. Córdoba: El Cid Editor.
- Mendoza, J. (2009). *Medición de la Calidad del Servicio*. Córdoba: El Cid Editor
I Apuntes.
- Ministerio de Fomento. (2010). *Calidad*. Madrid: Minitsrio de Fomento.

- Noboa, F. J. (2004). *Calles, casa y gente, del Centro Histórico de Quito*. Quito: TRAMA.
- Parra, M. E., Canduzuri Aguilera, Y., Corral Coronado, Z., Rodríguez Echeverría, M., & Madrid Moreno, O. (2013). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El Buzón de Paciolo*, sección desarrollo; parr. 2.
- Pazmiño, J. (17 de octubre de 2016). Historia del Hostal "Aposento del Conde". (F. Yar, Entrevistador)
- Pazmiño, M. (17 de Marzo de 2017). Hostal "Aposento del Conde". (F. Yar, Entrevistador)
- Perez, M. (2006). *EL DIAGRAMA O BLUEPRINT DEL SERVICIO*. Rios Piedras: Universidad de Puerto Rico.
- Pino, I. (2010). *Centro Histórico de Quito: una centralidad urbana hacia el turismo*. Quito: Abya-yala.
- Ponce, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 1-16.
- Pucheu, A. (2014). *Desarrollo y Eficacia Organizacional*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Quiñonez, M., & Aldana de Vega, L. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Quito Turismo. (11 de Julio de 2014). *Reglamento General del Distintivo Q*. Quito: Municipio de Quito. Obtenido de Quito Turismo: www.quito-turismo.gob.ec
- Ramírez, J. (2009). Ciencia Administrativa . *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*, 1-61.
- Reglamento General de Actividades Turísticas. (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: Lexis.
- Rodriguez, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Cataluña: Universidad de Catalunya.
- Saldaña Espinosa, J., & Cervantes Aldana, J. (2000). Mercadotécnica de Servicios. *Contaduría y Administración*, 76.

- Sanchez, J., & Otálora , S. (2006). *Fundamentos de trabajo en equipo, para equipos de trabajo*. Madrid: McGraw-Hill .
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (17 de octubre de 2013). *Senplades*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/>
- Servicios, M. d. (2002). *Elaboracion de losestandares de calidad de servicio*.
- Turístico, R. d. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico* . Quito: Lexis.
- UDLA. (2015). *Matríz de líneas de Investigación y Temática de Titulación*. Quito.
- Vic, E. d. (2015). *Psicología del Color*. París: Escuela de Arte de Disseny de Vic.

ANEXOS

Anexo 1.- Encuesta



Estimado huésped,

Mediante la siguiente encuesta, el Hostal "Aposento del Conde", busca recopilar información, sobre la calidad del servicio brindado por éste.

¿Usted es turista nacional o extranjero?

En el caso de ser extranjero conteste la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la siguiente. ¿Qué nacionalidad tiene?

¿En qué rango de edad se encuentra?

18-25 _____

26-35 _____

36 en adelante _____

¿A través de que medio conoció usted el Hostal "Aposento del Conde"?

___ Red Social

___ Página Web

___ Guía Manual de Hostales

___ Otro _____

Pregunta 3.- Del 1 al 5 enumere cuales de estas opciones considera que son importantes dentro de un hostel (Siendo la 1 la más importante).

___ Tarifa

___ Instalaciones

___ Servicio

___ Ubicación

___ Otro _____

Marcar con una X ¿Por qué escogió usted hospedarse en este hostel?

___ Tarifa

- Instalaciones
- Servicio
- Ubicación
- Otro _____

¿Cómo considera usted las instalaciones del hostel?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

¿Cómo calificaría usted el servicio recibido en el área de recepción?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Enumere del 1 al 3 las habilidades del personal del área de recepción del hostel, que considera más importantes (Siendo 1 la más importante)

- Atención al Cliente
- Variedad de Idiomas
- Conocimiento de los atractivos turísticos

Anexo 2.- Proforma Elaboración Manual de Calidad



*Estimada Señora
Fernanda Yar
Hostal Aposento del Conde
Ecuador, Quito*

I. Presentación:

Analizamos la realidad del producto hotelero, micro-productos servicios, **procesos Administrativos y Operacionales** (recepción, alojamiento, alimentos & bebidas) **mercados potenciales**, representación comercial, Manejo de **OTAS**, participación **Ferias y Eventos**, **Revenue Management**, manejo de relaciones públicas, impulsando su propiedad para que pueda continuar con un crecimiento rentable y sostenible.

Usted contará con un acompañamiento en cada uno de los procesos contratados, con **SARO SERVICIOS** es muy sencillo, ponemos a su disposición los mejores servicios, equipos y recurso humano para apoyar a su organización de manera eficiente y eficaz consiguiendo **RENTABILIDAD** para su negocio hotelero.

II. Servicio:

Objetivo general.-

Desarrollar los lineamientos iniciales del manual de calidad del Hostal Aposento del Conde.

Organización.-

SARO
SERVICIOS

ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS
INCENTIVOS MARKETING OFFLINE
Y ONLINE PARA HOTELS
FERIAS Y EVENTOS CORPORATIVOS

BTL RUEDAS DE NEGOCIOS
MERCHANDISING
LANZAMIENTO PRODUCTO

DISEÑO DE ESTRATEGIA
PAGINAS REPRESENTACIÓN
COMERCIAL DE HOTELS
WED AUDITORIA INTERNA EN
NORMAS DE CALIDAD HOTELERA

REGISTRO EMPRESARIAL

Compañía K11 y República (Código: 01 01 plaza 99)
Teléfono: 001801 09488025 | 01 2402
www.saroservicios.com



Se revisará puntualmente el área de recepción y reservas del hostal.

Las fecha de la visita de inspección se coordinará con un mínimo de 15 días de anticipación y **SARO Servicios** enviará al cliente el formulario inicial solicitando la información inicial él cual deberá ser diligenciado y enviado vía e-mail a info@saroservicios.com.

Inversión.-

El valor de la inversión de los servicios y actividades ofertadas se muestra en el cuadro final .

Los costos de transporte, alimentación y estadía de requerirse están a cargo de contratante.

Metodología.-

- ◆ Visita inicial de Inspección
- ◆ Reunión y Sugerencias de Intervención
- ◆ Firma de contrato y realización del cronograma de trabajo

III. Propuesta de Inversión:

Fecha: Mayo 16 del 2017

	SERVICIOS		
	Hoteles de 1 a 30 Habitaciones	Hoteles de 31 a 70 Habitaciones	Hoteles de 70 Habitaciones en adelante
Lineamientos manual de Calidad área de	\$350,00	\$1.000,00	\$1.500,00



Representa BTL y Servicios (SAROSERV) S.A. en el sector hotelero
Teléfono: 8009087 094989023 BTL SARO
www.saroservicios.com

ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS
INCENTIVOS MARKETING OFFLINE
Y ONLINE PARA HOTELES
FERIAS Y EVENTOS CORPORATIVOS

BTL RUEDAS DE NEGOCIOS
MERCHANDISING
LANZAMIENTO PRODUCTO

DISEÑO DE ESTRATEGIA
PÁGINAS REPRESENTACIÓN
COMERCIAL DE HOTELES
WEB AUDITORIA INTERNA EN
NORMAS DE CALIDAD HOTELERAS

SERVICIOS HOTELEROS

Anexo 3.- Proforma impresión Manual de Calidad

Impresores MYL
Proforma
Impresión de Manual de Mejoramiento

A continuación se detalla el valor de cada ítem:

Producto	Costo
Diseño	50
Pasta	25
Impresión de 50 a 100 hojas	40
TOTAL	115

Saludos cordiales. |

Anexo 4.- Proforma capacitación y Software Hotelero



Quito, 29 de Mayo de 2017

Atención:
Srta. Fernanda Ayala / Sofia Mena
Hostal Aposento del Conde
Presente.-

Objeto: Cotización Practisis Versión Hotel Manager

Practisis Software llega a sus clientes por medio de una suscripción mensual, con la cual el cliente puede acceder a todos los recursos del sistema, pasa a ser parte de una comunidad de usuarios que se benefician de una herramienta en constante evolución.

El sistema se arrienda en base a licencias por computador, y depende de los requerimientos del establecimiento.

- El servidor es la primera licencia del establecimiento, este computador puede ser parte de la operación sin ningún inconveniente y las licencias adicionales son computadores donde se instalara el sistema, dependiendo de la necesidad del negocio (Llamamos servidor al computador con mejores características).
- Las licencias adicionales son una o varias maquinas de operación, que se agregan dependiendo del tamaño y necesidad del negocio.
- El Hotel Manager puede conectarse al BackOffice, el sistema contable de Practisis; esta herramienta sirve para manejar la contabilidad del establecimiento y para la presentación de información financiera. Facilita también la declaración de impuestos, emisión de estados financieros y declaraciones electrónicas al SRI.

El costo mensual estimado de la operación en su establecimiento es de **\$153,51 + IVA** y se detalla posteriormente.

El valor de licencia mensual se detalla a continuación:

Cantidad	Descripción	Unitario	Total
1	Servidor Licencia	200,00	200,00
0	Licencia Adicional	25,00	0,00
0	Contabilidad www.dora.ec (opcional)	69,00	0,00
0	Facturación Electrónica 3000 fact. por mes (opcional)	25,00	0,00
	Subtotal	USD	200,00
	Descuento aplica por 15 días	USD	25,00
	Total	USD	175,00

El pago de la licencia mensual se hará mediante débito automático de una cuenta bancaria (Pichincha o Produbanco) o cargo a una tarjeta de crédito.

Existen varios procesos relacionados con la operación del software:

- Instalación del sistema.
- Puesta a punto de datos básicos para empezar.

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.
Av. 6 de Diciembre E11-09 y Paúl Rivet. Edif. Josueth González, Piso 9. Quito - Ecuador.
+593-2-6039200. E-mail: info@practisis.com Web: www.practisis.net



- Creación de base de datos con información proporcionada.
- Entrenamiento al personal del establecimiento.

El costo único de estos procesos es de \$ 1.050,00 + IVA, mismo que deberá ser cancelado por adelantado. Este valor incluye 32 horas de instalación, entrenamiento y soporte presencial y configuración e instalación de Facturación electrónica. Las horas de entrenamiento serán impartidas en la oficina de Practisis. Las horas de instalación y soporte presencial en el establecimiento. **Si se encuentra fuera de la ciudad de Quito se deberá adicionar gastos por movilización. (Tickets aéreos, hospedaje y alimentación)**

El valor de instalación NO cubre el armado o configuración de equipos, cableado de red, configuración de puntos de red o instalación de impresoras. Si el personal de servicio técnico se ve en la obligación de realizar alguna de estas tareas, se facturará cada hora o fracción a \$45,00 USD + IVA.

Somos compatibles con Windows XP o Windows 7 (Ultimate o Business Edition), NO trabajamos con Windows Vista ni Windows 7 (Home o Starter) o versiones superiores.

Detalle de Horas para Soporte Inicial – Versión Hotel

Asunto	Contenido	Horas
Instalación	Hora Técnica de Instalación hasta 4 terminales	3
Recepción	Ciclo Cajero: Caja, Cierre de Caja, Activación (2 turnos)	10
Administrador 101	Conceptos, Compras, Requisiciones, Físico, Formulas, Reportes	4
Administrador 102	Control, Reportes, Seguimiento Procesos	3
Base de Datos	Inicialización de Base de Datos	4
Visita Vivo	Pruebas, Soporte y Apertura	8
TOTAL HORAS		32

Podrán asistir a las capacitaciones hasta 5 personas, en horarios de oficina (09h00 a 17h00).

Las capacitaciones contratadas deberán ser tomadas en un tiempo máximo de 15 días a partir de la fecha de apertura del establecimiento.

El número de computadoras sugeridas para su operación es el siguiente:

Cantidad	Tipo	Ubicación
1	Servidor Licencia	Caja, Recepción
X	Licencia Adicional	Restaurante
X	Licencia BackOffice	Contabilidad
X	Full Rooms	Reservas
1	Impresoras TMU	1 en Caja

A partir del fin de proceso de puesta en marcha, mismo que será notificado por escrito, Practisis brinda servicios de soporte vía e-mail sin costo; las visitas que se dieran por razones de mal manejo del sistema, auditorias, instalación o re-instalación de puntos de red, etc., serán cobradas al cliente, siendo toda esta información detallada en el contrato de soporte.

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.
Av. 6 de Diciembre E11-09 y Paúl Rivet. Edif. Josueth González, Piso 9. Quito - Ecuador.
+593-2-6039200. E-mail: info@practisis.com Web: www.practisis.net

Anexo 5.- Proforma capacitación de Servicio al Cliente



Estimada Señora
Fernanda Yar
Hostal Aposento del Conde
Ecuador, Quito

I. Presentación:

Analizamos la realidad del producto hotelero, micro-productos servicios, procesos **Administrativos** y **Operacionales** (recepción, alojamiento, alimentos & bebidas) **mercados potenciales**, representación comercial, Manejo de **OTAS**, participación **Ferías y Eventos**, **Revenue Management**, manejo de relaciones públicas, impulsando su propiedad para que pueda continuar con un crecimiento rentable y sostenible.

Usted contará con un acompañamiento en cada uno de los procesos contratados, con **SARO SERVICIOS** es muy sencillo, ponemos a su disposición los mejores servicios, equipos y recurso humano para apoyar a su organización de manera eficiente y eficaz consiguiendo **RENTABILIDAD** para su negocio hotelero.

II. Servicio:

Objetivo general.-

Desarrollar actividades motivacionales y de trabajo en equipo que permitan al grupo trabajar de manera colaborativa y lograr una comunicación efectiva.

Organización.-



Organización.-

Se revisará puntualmente el área de recepción y reservas del hostel.

Las fecha de la visita de inspección se coordinará con un mínimo de 15 días de anticipación y **SARO Servicios** enviará al cliente el formulario inicial solicitando la información inicial él cual deberá ser diligenciado y enviado vía e-mail a info@saroservicios.com.

Inversión.-

El valor de la inversión de los servicios y actividades ofertadas se muestra en el cuadro final .

Los costos de transporte, alimentación y estadía de requerirse están a cargo de contratante.

Metodología.-

- ◆ Visita inicial de Inspección
- ◆ Reunión y Sugerencias de Intervención
- ◆ Firma de contrato y realización del cronograma de trabajo

III. Propuesta de Inversión:

Fecha: Por definir

	SERVICIOS		
	Hoteles de 1 a 30 Habitaciones	Hoteles de 31 a 70 Habitaciones	Hoteles de 70 Habitaciones en adelante
Valor Hora Facilitador grupo de hasta 20 personas	\$100,00	\$100,00	\$100,00

SARO SERVICIOS
 Puntarenas 901 y República Colombia Apto. 01 01 planta baja
 Teléfono 6001907 - 339488623 www.saroservicios.com

ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS
INCENTIVOS MARKETING OFFLINE Y ONLINE PARA HOTELES
FERIAS Y EVENTOS CORPORATIVOS

BTL RUEDAS DE NEGOCIOS
MERCHANDISING LANZAMIENTO PRODUCTO

DISEÑO DE ESTRATEGIA
PÁGINAS REPRESENTACIÓN COMERCIAL DE HOTELES
WEB AUDITORIA INTERNA EN NORMAS DE CALIDAD HOTELERAS

SERVICIOS
 DE
 CALIDAD
 HOTELERAS

Anexo 6.- Proforma idioma inglés

Clases Y Tutorías a Domicilio



Tipo:

Idiomas

Problemas con el ingles " Clases de inglés a domicilio \$10 la hora horarios matutinos y nocturnos disponibles

"No tienes tiempo para controlar las tareas de tu pequeño" Control diario de tareas escolares

Nivel: básico

Horarios matutinos y nocturnos

Pagos: diarios , mensuales o quincenales (dependiendo del caso) precios negociables

0991383286 llamadas o whatsapp

Johnrojas01 arroba hotmail .com

Anexo 7.- Computadora

+5000 Clientes Felices

+1000 VENTAS EN
MERCADO LIBRE

CPU + MONITOR 17" + TECLADO
MOUSE Y CABLE



IDEAL PARA:

- CYBER
- HOGAR
- COLEGIOS
- EMPRESAS

LENOVO - HP
DELL

\$170

CARACTERÍSTICAS

INTEL
DUAL CORE O
CORE 2DUO

D/DURO
80 o 160 GB
SATA

MEMORIA
RAM 2GB

6 PUERTOS
USB

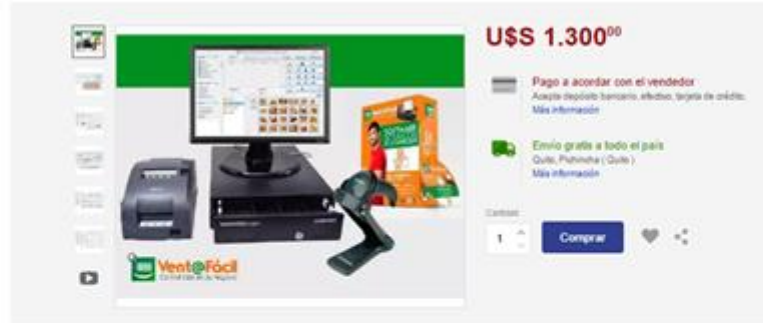
MONITOR
17"
VARIAS MARCAS
(DELL, HP, LENOVO)

TECLADO
MOUSE
CABLES DE PODER

GARANTÍA
1 AÑO

PRODUCTO
GRADO "A"

Anexo 8.- Caja Registradora y computador



REGISTRADORA COMPUTARIZADA

MODERNO INNOVADOR

INCLUYE

- MONITOR LCD + CPU COMPACTO ACOPLADO
- IMPRESORA MATRICIAL PARA FACTURAS
- CAJON DE DINERO ELECTRONICO
- LECTOR DE CODIGO DE BARRAS
- SOFTWARE FACTURACION ESPECIALIZADO EN COMERCIOS

RAPIDO Y USANDO EL MENOR ESPACIO

● COMPATIBLE CON LECTORES DE CODIGO DE BARRAS FACIL REGISTRO DE COMPRAS Y VENTAS



● CUENTAS POR PAGAR DE CLIENTES

● USUARIOS CON CLAVE DE ACCESO CASERO ADMINISTRADOR, GERENTE



● PRODUCTOS LIMITADOS

Anexo 9.- Proforma camiseta polo

DESTACADO

CAMISETAS

CAMISETAS somos una empresa textil especializada y calificada con más de 10 años de experiencia.

GARANTIA TOTAL

Somos PROVEEDORES del Estado. Tenemos RUC Y RUP.

Nuestros productos están desarrollados con materias primas e insumos de alta calidad,

1/7

C A M I S E T A S-POLOS, PUBLICITARIAS, PERSONALIZADAS en todo diseño y modelo de material textil.

Fabricamos C A M I S E T A S P O L O S desde 4.80 dol excelente calidad.

,PUBLICITARIAS, PERSONALIZADAS en todo diseño y modelo de material textil.

maquilamos estampadas sublimadas trasfer bordados.

CAMISETAS LLANAS DOS DOLARES 160 gr

CAMISETAS ESTAMPADAS 2.50 DOLARES

CAMISETAS LLANAS 3 DOLARES 180 gr

CAMISETAS ESTAMPADAS 3,30 180 GR.

Fabricamos C A M I S E T A S, PUBLICITARIAS, PERSONALIZADAS en todo diseño y modelo de material textil 100% algodón, algodón poliester, algodón licra, en tejido de punto y tela deportiva. Tenemos los mejores precios del mercado en prendas TEXTILES. Confeccionamos todo tipo de chalecos, chompas, camisetas, camisas, bolsos, mandiles, overoles, ponchos, cortinas, dotaciones de uniformes y todo producto textil, para campañas publicitarias o campañas de moda. Realizamos toda prenda o ropa de trabajo con excelente calidad y acabados. E S T A M P A M O S - S U B L I M A D O S - T R A S F E R.

Whatsapp 0996178673 Llamanos super ofertas por el mes de Mayo.

Anexo 10.- Proforma chompa



U\$S 25⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Más información

Envío gratis a todo el país
Cuzco, Pichincha (Cuzco)
Más información

Único disponible!

Comprar

VariedadOnline 
Importadora **Cia. Ltda.**

CHOMPA IMPERMEABLE ROMPE VIENTOS MARCA IGLOO

******PRODUCTO NACIONAL DE ALTA CALIDAD ******

DISPONEMOS EN VARIAS TALLAS Y COLORES.

ENVIOS A TODO EL PAIS 3 USD POR CURIER TRAMACOEXPRESS



MODELO 1
TALLA S -M- L- XL-XXL-XXXL



MODELO 2
TALLA S -M- L- XL-XXL-XXXL



MODELO 3
TALLA S -M- L- XL-XXL-XXXL



MODELO 4
TALLA S -M- L- XL-XXL-XXXL

Anexo 11.- Proforma SITMINDER




¿Cuántas habitaciones tienes en tu propiedad?

 The Channel Manager Distribución online en tiempo real	 TheBookingButton Reservas online sin comisiones	 Canvas Profitable hotel websites with purpose	 Prophet Define las tarifas de tu hotel en tiempo real
POR MES POR AÑO	POR MES POR AÑO	POR MES POR AÑO	Actualizaciones de la aplicación disponibles
AHORRA 5% US \$75* Por mes	AHORRA 5% US \$37* Por mes	AHORRA 5% US \$66* Por mes	GRATIS
Empieza tu prueba gratis	Empieza tu prueba gratis	Empieza tu prueba gratis	Empieza a usarlo gratis
<ul style="list-style-type: none">Más de 350 conexiones con los canales de reservas más importantes del mundo.Más de 200 integraciones con los principales PMS, CRS y RMS.Gestión flexible de tarifas, con pooled inventory y mapeo autónomo para control y automatización completa.	<ul style="list-style-type: none">Reservas directas y sin comisiones desde tu página web, dispositivos móviles y redes sociales.Motor de reservas en línea 100% personalizable a tu marca y página web, para una reserva simple y sencilla.Idiomas y monedas múltiples para tus viajeros globales.	<ul style="list-style-type: none">Creación simple de tu página web, con plantillas especialmente diseñadas para dispositivos móviles.Gestión fácil de tu página web, sin necesidad de conocimientos técnicos.Páginas web atractivas, diseñadas para optimizar tu SEO.	<ul style="list-style-type: none">Información en tiempo real de tus competidores y de la demanda del mercado.Una única pantalla que reúne la información, facilitando la comparación y la gestión de precios.Notificaciones por correo electrónico si se registran cambios que afecten a tu estrategia.
Prueba de 14 días gratis	Prueba de 14 días gratis	Prueba gratuita de 30 días	¡Gratis para siempre!

Selecciona tu región

Anexo 12.- Proforma recuerdo

Nuevo 116 vendidos



RE-C046
Llavero plástico rectangular transparente.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
70	15	2.5

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

RE-C018
Llavero plástico con forma de pizza.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
45	35	5

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

RE-C010
Llavero plástico ovalado transparente.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
54	36	7

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

RE-C044 OVALADO
Llavero plástico ovalado transparente transparente.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
76	30	7

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

RE-C025
Llavero plástico rectangular transparente.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
64	26	1.2

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

RE-C013
Llavero plástico en forma de corazón transparente.

LARGO (mm)	ANCHO (mm)	ESPEZOR (mm)
48	48	5

Podría ser suministrado con el logo de la empresa o personalizado.

U\$S 1⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

[Comprar](#)

Anexo 13.- Tablet



An advertisement for a Viamovil tablet. The central image shows a tablet with an Android 4.4 interface, displaying various app icons and a 3G signal icon. Surrounding the tablet are icons for social media (Instagram, LinkedIn, YouTube, Facebook, Twitter), a SIM card, and an Android robot. Below the tablet, the text reads: **Android 4.4** 1GB RAM 8GB FLASH. At the bottom, it specifies: **TABLET 7" DOBLE CAMARA DOBLE CHIP – 3G (DATOS)**. The Viamovil logo is visible at the bottom left of the tablet image.

Anexo 14.- Focus Group y Cliente Fantasma



Hola Fernanda

Con mucho gusto, gracias por confiar en CEDATOS, tenemos experiencia en el desarrollo de este tipo de estudios, los precios son los siguientes:

Desarrollo de G.F con la participación de 8 a 10 personas \$ 1.250,00 incluye reclutamiento, refrigerio, moderación, grabación, movilización, local e informe.

Evaluación a través de Cliente Misterioso el precio es de \$ 38.00,00 por toma se recomienda un programa de evaluación a partir de una LINEA BASE y seguimientos posteriores mensuales.

Saludos cordiales,

Carlos A. Serrano. P.
Ejecutivo de Negocios

Anexo 14.- Distintivo Q



EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO



NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

ALOJAMIENTO

ÁMBITO A: Gestión administrativa

Administrativo

1.-Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento del personal.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
2.-Dentro de sus políticas organizacionales se establece: la no promoción de la prostitución y la no venta de estupefacientes.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
3.-El establecimiento respeta la identidad religiosa, cultural, política y de género de sus colaboradores.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
4.-Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
5.-Cuenta con un reglamento de higiene y seguridad, con la finalidad de prevenir y disminuir los riesgos del trabajo y mejorar el ambiente laboral.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
6.-El establecimiento cuenta con un plan de evacuación, aprobado por la autoridad competente.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

Personal

7.-Cuenta con un documento en el que se detalla el perfil y funciones del personal administrativo y operativo de la empresa, lo que permitirá a la empresa registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática sobre las funciones, procedimientos, que se consideran necesarios para la ejecución de las actividades y tareas.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
8.-El establecimiento cuenta con reglamento interno para el personal, con la finalidad que el empleador detalle las obligaciones y derechos del talento humano que labore en el establecimiento.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
9.-El establecimiento emplea trabajadores sin impedimento para trabajar en el país, respaldada con documentos legales de la información de cada trabajador.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
10.-El personal cuenta con carnet de salud actualizado.	C <input checked="" type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

Capacitación

11.-Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
12.-Cuenta con certificados o registro de participación en capacitaciones del 30% del total del personal.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>
13.-El personal que labora en el área de alimentos y bebidas ha recibido capacitaciones en las áreas de recepción, almacenaje, manipulación, preparación, cocción, distribución y conservación de alimentos.	C <input type="checkbox"/>	NC <input type="checkbox"/>	NA <input checked="" type="checkbox"/>
14.-Cuenta con personal capacitado en temas de salud y seguridad ocupacional de por lo menos el 50% de sus empleados.	C <input type="checkbox"/>	NC <input checked="" type="checkbox"/>	NA <input type="checkbox"/>

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

ALOJAMIENTO

ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial

Social

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

Biodiversidad

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

Protección y conservación ambiental

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

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

ALOJAMIENTO

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

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

ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento

INFRAESTRUCTURA

Infraestructura general

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

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

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

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

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

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

Infraestructura del área de cocina

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

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

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

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

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

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

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

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

Infraestructura para la seguridad

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

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

Infraestructura para servicios higiénicos o baterías sanitarias

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

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

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

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

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

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

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

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

EQUIPAMIENTO
Equipamiento general

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

Equipamiento para servicios higiénicos o baterías sanitarias

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

Equipamiento del área de comedor

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

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".
ALOJAMIENTO
Equipamiento del área de cocina

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

Equipamiento habitaciones

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

Equipamiento área de personal

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

ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente
Presentación y servicios
Accesos

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

Personal

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

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

ALOJAMIENTO

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

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

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

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

Satisfacción al cliente

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

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

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

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

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

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

Servicios

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

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

74.-Cuenta con servicio de lavandería para huéspedes.

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

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

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

Material promocional

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

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

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

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

Registro y seguimiento

Cocina

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

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

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

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

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

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

NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA PARA EL "DISTINTIVO Q".

ALOJAMIENTO

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

Seguridad

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

Mantenimiento

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

Anexo 15.- Matriz de Planteamiento de Calidad

Visión estratégica:	Política de Calidad	Objetivos de la calidad	Metas:	Estrategias:	Acciones – Estrategias
<p>Ser reconocido en el mercado de hospitalidad turística por la calidad en el servicio y por servicios de calidad para con el huésped, cumpliendo y rebasando las expectativas de los mismos, sirviendo como aposento de los viajeros nacionales y extranjeros.</p>	<p>La política de calidad se enmarcará en brindar experiencias únicas, a través de la satisfacción de las necesidades y expectativas del huésped. Para conseguirlo crearemos procesos optimizados de calidad, aplicados en nuestro personal, así como también en nuestras instalaciones, mediante formación continua y mantenimiento oportuno, generando innovación en el sector hotelero.</p>	<p>Objetivo de la calidad 1: Garantizar el cumplimiento en el desarrollo de los procesos internos.</p>	<p>Meta - Objetivo 1: Realizar de manera eficiente los procesos de check in, check out, y reservas en un plazo de entre 6 meses a 1 año.</p>	<p>Estrategia 1 – Obj.1: Continua capacitación al personal del área de recepción en lo que respecta servicio al cliente, nuevos software hoteleros y de reserva, e idiomas.</p>	<p>Acciones – Estrategia 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal capacitado. • Definir las líneas de capacitación. • Definir el calendario y monto de inversión de capacitación. • Ejecutar la capacitación.
		<p>Objetivo de la calidad 1: Garantizar el cumplimiento en el desarrollo de los procesos internos.</p>	<p>Meta - Objetivo 1: Implementar el manual de calidad en el primer semestre.</p>	<p>Estrategia – Obj.1: Mejorar y optimizar los procesos de servicio</p>	<p>Acciones – Estrategia 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de mapa de procesos optimizado. • Diseño e impresión del manual • Establecer un cronograma para el seguimiento de cada área.
		<p>Objetivo de la calidad 2: Concretar una mejora continua para con los empleados en lo que respecta a competencia y desempeño.</p>	<p>Meta - Objetivo 2: Incrementar el desempeño y competencia del personal en el área de recepción de 3 a 6 meses.</p>	<p>Estrategia 3 – Obj.1: Adquisición de software y promoción</p>	<p>Acciones – Estrategia 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar equipo de oficina (computadoras). • Costear software, SITEMINDER y obsequios. • Compra software, membresía SITEMINDER y obsequios. • Capacitación del personal sobre software.
		<p>Objetivo de la calidad 2: Concretar una mejora continua para con los empleados en lo que respecta a competencia y desempeño.</p>	<p>Meta - Objetivo 2: Incrementar el desempeño y competencia del personal en el área de recepción de 3 a 6 meses.</p>	<p>Estrategia 1 – Obj.2: Desarrollar programas recreativos de inserción y familiarización de los empleados con la empresa.</p>	<p>Acciones – Estrategia 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir programas recreativos • Realizar cronograma del programa • Ejecutar programa.

		Meta - Objetivo 2: Desarrollar índices de desempeño y competencia en un plazo de 6 meses.	Estrategia 2 – Obj.2: Evaluación continua del personal en cuanto al desenvolvimiento en el área de recepción.	Acciones – Estrategia 2: • Estructurar lista de chequeo • Ejecutar lista de chequeo
	Objetivo de la calidad 3 Cumplir con las expectativas del huésped ofreciendo un servicio de calidad con calidez.	Meta - Objetivo 3: Implementar métodos de evaluación del servicio en el área de recepción dentro hostel, en un plazo entre 1 y 3 meses.	Estrategia 1 – Obj.3: Evaluación de la satisfacción del cliente mediante la utilización del cliente fantasma y focus group.	Acciones – Estrategia 1: • Desarrollar estructura de evaluación. • Ejecutar evaluación cliente fantasma. • Ejecutar evaluación focus group.
			Estrategia 2 – Obj.3: Realizar encuestas de valoración a los huéspedes en cuanto al servicio prestado en el área de recepción.	Acciones – Estrategia 2: • Definir el área a analizar • Estructurar encuestas • Ejecutar encuestas

