



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE  
TURISMO PARA LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA  
DE PACTO, DM DE QUITO

Autora

Kelyn Verónica Moncayo Espín

Año  
2017



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE  
TURISMO PARA LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA  
DE PACTO, DM DE QUITO

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

Profesor guía:

William Patricio Aguas Días

Autora:

Kelyn Verónica Moncayo Espín

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”

---

William Patricio Aguas Días  
Magister en ecoturismo y manejo de áreas naturales  
CI. 171730480-0

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

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

---

Víctor Elías Llugsha Guijarro  
CI. 171626441-9

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

---

Kelyn Verónica Moncayo Espín  
CI. 171620438-1

## AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser el guía omnipresente de mi vida.

A mis padres por su esfuerzo diario para brindarme la educación en tan prestigiosa institución.

A todos mis profesores de la carrera, en especial a Walter Ocaña, Víctor Llugsha y Rodrigo Galindo por su trabajo y apoyo incondicional durante la carrera y en este arduo proceso.

Y, a todos mis familiares y amigos quienes me han acompañado en mi vida estudiantil.

## DEDICATORIA

A mis amados padres Jorge y Sandra que con su amor, dedicación y esfuerzo me han dado la oportunidad de terminar mi carrera universitaria en esta hermosa institución y me han sabido guiar por el camino del bien, haciendo de mí una persona recta con principios y valores intachables.

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación es una propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo en los servicios de alojamiento en la parroquia, DMQ. Se desarrolló bajo la iniciativa de la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de las Américas como parte del proyecto de vinculación con la comunidad:

Capítulo uno: Corresponde al marco teórico el cual aborda temas del origen del turismo, tipos de turismo, origen de buenas prácticas, aplicación de buenas prácticas en el turismo y aplicación de buenas prácticas de turismo en establecimientos de la parroquia de Pacto.

Capítulo dos: Corresponde a la caracterización situacional del territorio, en donde se integran datos descriptivos de la parroquia como la localización geográfica, descripción física-ambiental, características económicas-productivas, socioculturales, de infraestructura, conectividad y movilidad.

Capítulo tres: Se refiere a la caracterización del sistema turístico del territorio, se abordan temas como la oferta y demanda actual de los establecimientos, así como el diagnóstico, superestructura e identificación del problema.

Capítulo cuatro: Se realiza la planificación del proyecto indicando, la duración del mismo y sus beneficiarios, y se desarrolla la propuesta del proyecto por medio de un marco lógico que contiene objetivos, actividades, medios de verificación e indicadores, además se incluye un cronograma de intervención y el presupuesto del proyecto.

Capítulo cinco: El último capítulo corresponde a la estrategia de implementación que describe el desarrollo de la propuesta, en donde se desarrolla el manual de buenas prácticas de turismo, su posible impacto ambiental, el modelo de gestión, el financiamiento del proyecto, las estrategias de seguimiento y por último las respectivas conclusiones y recomendaciones.

## **ABSTRACT**

The present titling work is a proposal for the implementation of good practices of tourism in the services of lodging in the parish, DMQ. It was developed under the initiative of the School of Hospitality and Tourism of the University of the Americas as part of the project of linking with the community:

Chapter One: It corresponds to the theoretical framework of the themes of origin of tourism, types of tourism, origin of good practices, application of good practices in tourism and application of good practices of tourism in establishments of the parish of Pacto.

Chapter Two: Corresponds to the characterization of the situation of the territory, where the descriptive data of the parish are integrated as the geographic location, the physical-environmental description, the economic-productive characteristics, sociocultural, infrastructure, connectivity and mobility.

Chapter three: It refers to the characterization of the tourist system of the territory, the issues dealt with as the real supply and demand of the establishments, as well as the diagnosis, the superstructure and the identification of the problem.

Chapter four: The planning of the project, the duration of the project and its beneficiaries, is carried out and the project proposal is developed through a framework containing objectives, activities, means of verification and indicators. Includes an Intervention timeline and the project budget.

Chapter five: The last chapter corresponds to the implementation strategy that describes the development of the proposal, where the manual of good tourism practices is developed, its possible environmental impact, the management model, the financing of the project, the strategies of Follow-up and finally the respective conclusions and recommendations.

## ÍNDICE

Introducción .....	1
Pregunta General.....	2
Preguntas específicas.....	2
Objetivos.....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos .....	3
Justificación .....	3
Capítulo I.- Marco teórico.....	6
Capítulo II.- Caracterización situacional del territorio .....	12
2.1. Localización geográfica.....	12
2.2. Descripción física – ambiental: .....	12
2.3. Características Económicas – Productivas.....	13
2.4. Características Socioculturales .....	14
2.5. Caracterización de Infraestructura, Conectividad y Movilidad .....	15
2.6. Actores Locales .....	16
Capítulo III. Caracterización del sistema turístico del territorio con enfoque en alojamiento. ....	19
3.1. Análisis de oferta actual.....	19
3.1.1 Diagnóstico de la oferta actual de La Cañita.....	20
3.1.2. Diagnóstico de la oferta actual de Damaris .....	22
3.2. Análisis de la demanda actual .....	23
3.3. Análisis de la superestructura.....	25
3.4. Diagnóstico – problematización .....	26

Capítulo IV. Planificación de la propuesta .....	28
4.1. Duración del proyecto y vida útil .....	28
4.2. Beneficiarios (directos e indirectos) .....	28
4.3. Objetivos, metas y actividades .....	28
4.4. Indicadores de resultados.....	30
4.5. Cronograma .....	31
4.6. Presupuesto .....	31
Capítulo V. Estrategia de implementación.....	31
5.1. Diagnóstico de los establecimientos de Alojamiento.....	31
5.1.1. Mercado .....	32
5.1.2. Operación.....	32
5.1.3. Finanzas.....	34
5.1.4. Legal .....	34
5.2. Desarrollo de la propuesta.....	35
5.3. Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación .....	36
5.4. Modelo de gestión de la propuesta .....	37
5.5. Forma de financiamiento del proyecto .....	39
5.6. Estrategia de seguimiento y evaluación.....	40
Referencias .....	44
Anexos.....	47

## Índice de Tablas

Tabla 1. Actores Locales .....	16
Tabla 2. Establecimientos turísticos registrados en el catastro .....	19
Tabla 3. Información Hostal La Cañita .....	21
Tabla 4. Información Hostal Damaris .....	23
Tabla 5. Análisis de superestructura .....	25
Tabla 6. Indicadores de resultados .....	30
Tabla 7. Proceso de gestión.....	37
Tabla 8. Estrategia de seguimiento y evaluación .....	40

## Índice de Figuras

Figura 1. Proceso de gestión.....	39
-----------------------------------	----

## **Introducción**

Pacto es una de las 52 parroquias rurales ubicadas en la provincia de Pichincha, al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). Este territorio estuvo habitado por culturas prehispánicas y formó parte de la gran “Nación de Yumbo”. Según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto -GADP por sus siglas en español- , esta parroquia limita al Norte con la parroquia García Moreno y al Sur con el cantón San Miguel de los Bancos; al Oeste con el cantón Pedro Vicente Maldonado y al Este con la parroquia Gualea (2015).

Debido a su ubicación geográfica, tiene una altitud que varía entre los 500 msnm y los 1.800 msnm, lo que ha dado lugar a un clima templado húmedo, con una temperatura que promedia los 17° y 20° centígrados. El trabajo en la parroquia de Pacto se destaca por ser agrícola y ganadera, debido a los factores anteriormente mencionados como altitud, clima y posición geográfica. Pero, en su contraste, también han sufrido problemas propios de las economías locales, en donde la extracción de recursos naturales desmedidos - minería y deforestación-, así como, la presencia de intermediarios en la cadena de producción ha limitado su desarrollo económico de una forma adecuada (GADP, 2015).

Según el GADP, a pesar de dichas limitaciones, Pacto ve como una gran oportunidad de progreso, el impulsar su territorio a través del ecoturismo, lo que, sin duda, contribuirá al desarrollo económico de sus habitantes y evitará aumentar el porcentaje de migración del campo a la ciudad, que como lo refleja el censo del año 2010, al menos 86 personas han abandonado la parroquia en los últimos años (GADP, 2015).

En cuanto al ámbito de alojamiento, en la actualidad Pacto posee cuatro establecimientos de alojamiento, dos de ellos se encuentran en su principal centro poblado y dos en los alrededores (Ministerio de Turismo [MINTUR],

2015), lo que da a entender que, esta incipiente planta turística limita en gran medida el fomento del turismo en la parroquia, debido a que son negocios que han surgido gracias a personas que han tomado la iniciativa de emprender, sin poseer conocimiento en administración de empresas, ni hotelería. Sin embargo, es un factor influyente dentro del turismo, ya que al recibir turistas tanto extranjeros como nacionales, se espera que el servicio sea el adecuado y se logre completar la buena experiencia del cliente en su visita, ganando así, la recomendación hacia otras personas W. Ocaña (comunicación personal, 10 de Enero de 2017)

### **Pregunta General**

¿La propuesta de buenas prácticas para el turismo dentro de los establecimientos de alojamiento mejorará la prestación de servicios turísticos en la parroquia de Pacto?

### **Preguntas específicas**

¿Cuál es la situación actual de la parroquia Pacto?

¿Cómo se encuentra estructurado el sistema turístico en los servicios de alojamiento dentro de la parroquia?

¿Cuáles son los elementos a considerar para el desarrollo de la propuesta de buenas prácticas para alojamiento en Pacto?

¿Cuáles son los criterios a considerar para el proceso de implementación del proyecto?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Desarrollar una propuesta de buenas prácticas de turismo para los servicios de alojamiento en la parroquia de Pacto.

## **Objetivos Específicos**

- Realizar una caracterización situacional del territorio.
- Identificar la problematización de La Cañita y Damaris en Pacto.
- Desarrollar los elementos necesarios en el diseño técnico de la propuesta de buenas prácticas en los establecimientos de alojamientos de la parroquia de Pacto.
- Establecer los procesos para la implementación del proyecto y realizar su seguimiento.

## **Justificación**

Tomando en cuenta que el descanso es una de las necesidades básicas y que los procesos que llevan a cabo estos establecimientos dentro de esta parroquia son empíricos, se diseñará una propuesta de buenas prácticas de turismo para estos negocios, en donde los propietarios serán partícipes del mismo y cumplirán un papel fundamental dentro del desarrollo de este proyecto, brindando la información que sea necesaria. La facilidad que tendrán dichas personas en la implementación de este proyecto, perfeccionará su producto y servicio, lo que podrá generar mayor satisfacción en los clientes y a su vez un reconocimiento del mismo.

La idea es orientar a los operadores hoteleros a realizar los procesos adecuados dentro de las actividades turísticas, regenerando así el servicio prestado y la atención al cliente, las cuales hoy en día, son dos factores fundamentales que los turistas buscan para regresar y recomendar el lugar que visitaron.

El presente trabajo de titulación se alinea al Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 5 “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”; política 5.4 “Promover las industrias y los emprendimientos culturales y

creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva”; lineamiento q; “Articular a las poblaciones y los actores locales a la gestión del patrimonio en la industria turística, con énfasis en la economía popular y solidaria” (Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo [SENPLADES], 2013); a su vez, se encaja a la línea de investigación de la (Universidad de las Américas [UDLA] “Sociedad, comunidad y cultura” (2016); y a la línea de investigación de la Escuela de Hospitalidad y Turismo [EHYT] “Gestión y desarrollo turístico y de empresas de hospitalidad” (2015).

## **Metodología**

Dentro de la metodología de investigación se supone calcular la población y muestra de esta parroquia, sin embargo, la información recopilada con datos históricos de visitantes a esta zona es escasa, y, por este motivo se hace imposible obtener dichos valores. Sin embargo, se decidió utilizar como método de investigación el enfoque cualitativo.

La investigación del presente proyecto se llevó a cabo en 3 etapas, siendo la primera el contacto con la comunidad, en donde se recopilaron datos importantes y se observaron las falencias de la misma. Acto seguido se realizó el plan de acción que vendría a ser la segunda etapa para finalmente, brindar la solución a los problemas observados dentro de la parroquia y realizar la última etapa de la investigación la cual se basó en la ejecución y evaluación del estudio.

Como técnicas a utilizar dentro del método cualitativo se realizó la observación participante la misma que indica que el investigador se limita a registrar la información captada a través de fotografías como un participante pasivo, lo que sirvió a que los resultados obtenidos sean objetivos y con el menor error posible ya que no existe una interacción, ni implicación directa con el grupo social a investigar (Universidad de Alicante (Departamento de Sociología II))

Adicional a esto, los instrumentos utilizados para este método fueron, veinte encuestas, dos entrevistas y varios sondeos de opinión a pobladores de la zona con objeto de evidenciar la realidad y exhibir en un futuro los cambios realizados, lo mismo que ayudó a hacer de la investigación una labor medible. Además, se empleó una lista de chequeo como método de observación no participativa (Hernández Sampieri et al., 2014).

## Capítulo I.- Marco teórico

Con el objetivo de definir el contenido del presente proyecto investigativo, es imprescindible establecer los conceptos y temas claves dentro de sí. Los principales conceptos involucrados: turismo y sus orígenes, sus diferentes ramas, problemática del turismo, aplicación de buenas prácticas de turismo para la conservación de espacios y aplicación e importancia de las mismas en territorios turísticos.

En un inicio y remontándose hacia la historia, según Vidal y Márquez, autores del artículo *Turismo y Territorio* de la revista "Pensamiento Global Para el Desarrollo Local", describen que el origen del turismo se remonta a los viajes que realizaban las familias acomodadas de Europa, hacia tierras africanas; si bien no se los identificaba como turistas, estos viajeros del siglo dieciocho ya realizaban desplazamientos con el propósito de explorar nuevos entornos (2007). Posterior a la Segunda Guerra Mundial, con el restablecimiento de las actividades comerciales a nivel global, los viajes se potencian, convirtiendo al turismo en un fenómeno socioeconómico mundial. Lo que ha permitido que en el presente siglo, los ingresos económicos por actividades turísticas en cada uno de los países, representen un aporte relevante en el producto interno bruto (PIB) ; a más de influir en la vida cotidiana de ciudades, parroquias y pueblos (Vidal y Márquez, 2007).

En base a estas referencias históricas, la Organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico, vinculado al desplazamiento de las personas a lugares apartados de su domicilio, con fines personales o de negocios (2007), siendo este un concepto imperativo en el tema.

A su vez, es importante considerar que las personas salen de su cotidianidad para la exploración y disfrute de nuevas experiencias, por este motivo, se ha visto necesario crear espacios de distracción los cuales para Boullón son definidos como espacios turísticos; siendo estos, el conjunto de atractivos

turísticos, más la planta y la infraestructura turística. En este sentido, los establecimientos creados, son espacios destinados al turismo, los mismos que sirven para beneficio de los residentes locales y aledaños al generar nuevas plazas de trabajo dentro de cada uno de estos establecimientos (2006). Esto genera la dinamización de la economía local y el territorio.

Por otro lado, se torna relevante mencionar que, actualmente los ciudadanos tienen nuevas motivaciones en sus viajes, haciendo que el turismo tradicional se vea desplazado y se creen nuevas tendencias dentro del mismo; así lo afirman los autores Flores y Barroso, en este nuevo siglo, el descubrimiento de nuevas sensaciones llegan a ser motivaciones influyentes en la decisión de compra de los viajeros, ya que la variedad de destinos turísticos crecen y se diversifican a comparación de los años ochenta y principios de los noventa (2009).

Dadas las circunstancias, y, las variaciones de turismo que han proliferado hoy en día, nacen ideas de turismo dirigidas a cada segmento de mercado, las cuales cumplen con las exigencias del cliente basadas en nuevas tendencias y actividades de ocio como el viajar. Siendo estas:

- Turismo Cultural. - Ligado al deseo de conocer la forma de vida de otras personas.
- Turismo Deportivo. - Personas que viajan como espectadores de eventos deportivos internacionales.
- Turismo de Placer. - Su motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar en plenitud lo que se hace.
- Turismo de Salud. - Practican las personas que viajan para realizarse una intervención en el extranjero o realizar sus tratamientos médicos y demás, etc (Quezada, 2006).

Asimismo, existen subtipos de turismo los cuales corresponden a modalidades muy variadas que se ajustan a cada tipo de persona. Así lo menciona Quezada en su libro *Elementos del Turismo*. Ejemplifica también, el turismo de aventura, así como el turismo rural y el agroturismo que se han incluido dentro de un grupo al cual lo ha determinado como turismo alternativo (2006).

En contraste, el turismo también ha afectado en varios puntos claves, siendo estos los aspectos económicos, socioculturales y ambientales. Los cuales inciden gravemente dentro de los poblados ocasionando pérdida de tierras, pérdida de beneficios económicos locales, debido a inversiones extranjeras, desaparición de costumbres a la hora de alimentarse, polución de aire y agua por presencia de fábricas, mala práctica en canales de desecho y algunas otras por consecuencia de la interacción entre los visitantes y el medio ambiente (Bonilla, 2012).

Además, Moragues manifiesta que, al salir del entorno habitual, las personas crean un enfrentamiento con los nuevos lugares que van a visitar, debido a que se genera un choque cultural y social al que deben estar preparadas. Caso contrario, pueden existir riesgos notables en la pérdida de costumbres y tradiciones que difícilmente podrán ser minimizadas (2006). Pese a esta problemática, el turismo ha llegado a ser un sector de rápido crecimiento y conocido alrededor del mundo.

Para poder corregir esta situación, en el año 1999 se crea el *Código Ético Mundial para el Turismo*, en el cual se asientan los principios de un turismo responsable, dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, el propósito de este documento es impulsar el sector turístico y minimizar las posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo (Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999). De este mismo modo, el coordinador del programa de Turismo, Stefanos Fotiou, en la revista *Rainforest Alliance*, indica que es por esta discrepancia que nacen las buenas prácticas del turismo; con

el fin de implementar reglas y normas que permitan planear, desarrollar y manejar los distintos establecimientos creados para la demanda turística (2005).

Las buenas prácticas del turismo están orientadas a una dimensión local y se aplican mayoritariamente en territorios que quieren hacer del turismo un aliado para su crecimiento, pero esto no quiere decir que, las grandes cadenas dejen de aplicarlas. Esto favorecerá en gran parte a las actividades de servicio, así como, minimizará los impactos directos que causan la mala práctica de estas actividades en el ambiente y la cultura local. De esta manera, los destinos pueden garantizar su economía para que sus futuras generaciones logren gozar lo mismo que ellos (Inieta y Sañudo, 2002).

Rainforest Alliance establece tres técnicas que se utilizan para garantizar dicha economía:

- Responsabilidad social. – Proporcionar oportunidades al personal para que su desarrollo sea continuo y brindar un clima armonioso dentro de la empresa para así aumentar el interés y la motivación de los mismos por la empresa. Preocuparse por la salud y la seguridad ocupacional.
- Responsabilidad ambiental. – Educar a los viajeros para que practiquen un turismo responsable con el medio ambiente y seleccionar proveedores o socios turísticos concedores de las buenas prácticas. Tener una producción más limpia.
- Viabilidad económica. – Ser eficientes dentro del área productiva del territorio y manejar una buena gestión financiera (Rainforest Alliance, 2005).

Por su parte, Valls también dice que se puede garantizar la rentabilidad del turismo, apoyándose en las siguientes ideas:

- Equilibrio poblacional y la identidad cultural. - Se encarga de mantener las raíces de las comunidades.

- Desarrollo económico y social. - Se basa principalmente en sacar adelante a la población por medio de la producción de atributos encontrados en la zona.
- Mantenimiento del valor del territorio. - Se encuentra arraigando en las personas y su procedencia.

Si se logra mantener el origen de las comunidades en las que se ha aplicado estos principios, generará de una u otra forma en los turistas consciencia y respeto hacia el territorio que visitan (2004).

Un gran ejemplo de aplicación es el que Kofi Annan en su cargo de Secretario General de las Naciones Unidas hasta el año 2006, pidió a las principales organizaciones implicadas en el sector turístico, para que se encarguen de implementar estos principios en las zonas turísticas de los países más pobres, con el fin de acrecentar sus economías y cambiar sus condiciones de vida. Dando lugar a que el turismo se considere como una herramienta para disminuir la pobreza, generando nuevas plazas de trabajo y, mejorando la situación económica de algún territorio desconocido con actividad turística (Vidal y Márquez, 2007).

Para entender este concepto, las buenas prácticas, son lineamientos de mejora continua, que deberían ser aplicadas en todos los establecimientos, dentro de las áreas operativas y de gestión. Los procesos de implementación de buenas prácticas de turismo dentro de estos negocios, se basan en realizar un pre diagnóstico territorial del lugar a renovar, seguido de un análisis de los resultados, en donde se observan las fortalezas y debilidades de la empresa, así como su correcto o mal funcionamiento, para posterior a esto brindar una solución a los problemas encontrados y ejecutar de buena manera los nuevos procesos implantados. (Van Duynen, Carré, y Amicone, 2011)

Uno de los beneficios de aplicar mencionadas prácticas en los establecimientos turísticos, es que crean una ventaja competitiva frente al mercado debido a que se tornan más rentables y logran de esa manera disminuir los impactos

negativos de la sociedad y aumentar los beneficios de la actividad turística, así también, cambian todos los procesos internos de manera metódica en sus negocios e incluso la imagen de cada población (Rainforest Alliance, 2005).

Por este motivo se cree importante aplicar este proceso de buenas prácticas dentro de los establecimientos en el mundo, de manera particular en el sector de alojamiento, y mucho más a nivel rural, pues en estos espacios se desarrollan establecimientos con poco conocimiento administrativo, operativo y financiero, razón por la cual se debería tomar en cuenta la aplicación de este sistema de buenas prácticas de turismo en estas zonas rurales. Este es el caso de dos establecimientos ubicados en la parroquia de Pacto, que es el lugar en el que se adaptará esta propuesta, en concordancia con los propietarios de cada uno de estos, en donde a su vez se incluirá la protección y conservación ambiental y socio - cultural como el valor agregado a la oferta turística. Tomando en cuenta así, parámetros como el recurso agua, manejo y clasificación de desechos, educación ambiental; seguido del involucramiento de pobladores locales en los establecimientos y su responsabilidad social y cultural.

Concluyendo el capítulo en mención, una vez clarificada la importancia de la implementación de este sistema de buenas prácticas dentro de los establecimientos y vistos los beneficios que producen en todos los procesos de hotelería, se decide incluir una propuesta de un manual de buenas prácticas de turismo, en donde los conceptos definidos dentro de esta investigación estarán incluidos y así también algunas herramientas, que serán de gran utilidad tanto para administradores como personal operativo en su aplicación diaria. Finalmente se espera en un futuro que, los establecimientos implementen dicho manual y les sirva como guía a referentes.

## Capítulo II.- Caracterización situacional del territorio

En el siguiente capítulo, se presentarán datos descriptivos de la parroquia que permitirán destacar información relevante en cuanto a la localización geográfica, descripción física-ambiental, características económicas-productivas, socioculturales, de infraestructura, conectividad y movilidad de la parroquia de Pacto.

### 2.1. Localización geográfica.

- Extremo noroccidental del DMQ, Pichincha, Ecuador, América del Sur.

- Límites:

Norte: Parroquia García Moreno, Provincia de Imbabura

Sur: Cantón San Miguel de los Bancos y Parroquia Gualea

Este: Parroquia Gualea

Oeste: Cantón Pedro Vicente Maldonado

### 2.2. Descripción física – ambiental:

De acuerdo al Instituto Espacial Ecuatoriano Pacto tiene una superficie de 346.14 km<sup>2</sup> con una latitud de 748409, y una longitud de 10015595. Esta parroquia se encuentra ubicada en medio de las estribaciones de la Cordillera Occidental, es decir que posee un relieve montañoso, en donde las zonas más bajas tienen 440 m.s.n.m. y se observan las cuencas de los ríos Pachijal y Guayllabamba y las más altas unos 1850 m.s.n.m.

Esta ubicación geográfica da como resultado que Pacto presente dos tipos de climas. El clima ecuatorial mesotérmico semi – húmedo, que se caracteriza por presentar precipitaciones entre 500 y 2000 mm anuales y con temperaturas de entre 12 y 20°C. Y el clima tropical megatérmico muy húmedo, que es un clima de transición entre la región andina y el litoral que presenta una precipitación anual que supera los 2000 mm y podría alcanzar los 4000 mm. (GADP, 2015)

Estas especificaciones de relieve y clima de la parroquia dan como resultado tres ecosistemas de zonas altitudinales como las zonas altas, en donde se pueden encontrar bosques nublados. Las zonas intermedias en donde se encuentra el bosque montano bajo y en las zonas más bajas el bosque pie montano. Con estos antecedentes, se puede observar un paisaje vegetal bastante completo, constituido por vegetación nativa y endémica lo que da lugar a la presencia de una gran diversidad de fauna silvestre. (GADP, 2015)

### **2.3. Características Económicas – Productivas**

La parroquia de Pacto, se caracteriza por poseer un potencial económico y productivo ilimitado, pues gozan de una ubicación y clima apto para la producción de alimentos y ganado. Puesto que, este ha sido su sustento económico durante un tiempo considerable, en el año de 1945 surgió como iniciativa de emprendimiento, cultivar y producir la caña de azúcar, la cual ha sido hasta el día de hoy, su principal actividad económica de calidad. Así como esta iniciativa surgió, también se destacan otras actividades económicas a la que más del 80% de la población ocupada se dedica. Siendo así la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, industrias manufactureras, comercio al por mayor y menor, enseñanza y construcción por orden de importancia. En torno al sector económico - productivo se puede encontrar varias organizaciones encargadas de la producción y comercialización de carne, lácteos, palmito y panela, los cuales han sido fuentes de generación de ingresos y empleo. De la misma manera, existen más de una decena de productos y servicios que los pobladores consideran vitales y complementarios para su sustento. Estos productos son: café, plátano, naranjilla, palmito, guayaba, yuca, aguacate, guaba, pitahaya, guanábana, maní, legumbres, zapallo, cacao, limón, naranjas, mandarinas, hortalizas y tilapia (GADP, 2015).

En cuanto al componente económico productivo, se puede decir que, la población en edad de trabajar -PET- es de aproximadamente 3.830 personas, lo que representa el 79.8% de la población en relación a la población económicamente activa -PEA- que representa el 57.8%. Este porcentaje es entendible dado que es un territorio rural y las oportunidades laborales son escasas (GADP, 2015).

#### **2.4. Características Socioculturales**

Según el Censo del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos -INEC-, se tiene una población total de 4.798 habitantes. Los cuales 2.543 son hombres y 2.255 mujeres. Dentro de este número de habitantes 29 se definen indígenas, 100 afro ecuatorianos, 25 negros, 173 mulatos, 214 montubios, 4080 mestizos, 170 blancos y 7 de otros (INEC, 2010).

En cuanto a educación, solamente el 58.82% asiste a la escuela, el 08.88% sufre de analfabetismo y el 40% abandona la mismo. Por este motivo es que nada más el 6% de la población acude al nivel de institución superior (Ministerio de Educación, 2010). La parroquia de Pacto dispone de 23 establecimientos educativos, los cuales 3 de ellos son colegios, 23 son escuelas y 2 son jardines de infantes (GADP, 2015).

Igualmente, la salud es otra de las características principales y cuenta con dos Subcentros de salud, los cuales pertenecen al Ministerio de Salud Pública y dos dispensarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). No cuentan con el personal capacitado ni elementos necesarios para tratar alguna enfermedad grave o letal, pero les sirve para asistir a los huéspedes en casos de emergencia.

Cabe recalcar, además, que la seguridad dentro de esta zona no registra mayor problema en cuanto a robos de ganado o delitos de atentados contra la vida o propiedad ya que se previenen con la ayuda de los vecinos,

comunidad en conjunto y alerta sobre la presencia de extraños (GADP, 2015).

## **2.5. Caracterización de Infraestructura, Conectividad y Movilidad**

En lo que a infraestructura se refiere en la parroquia de Pacto, primordialmente se detecta que el abastecimiento de agua y la eliminación de desechos son los problemas notables dentro de la parroquia. Conociendo así que el 24.1% tiene un abastecimiento de agua por red pública en su interior, el 39.9% de abastecimiento de agua por tubería en su interior, el 27.7% tiene eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado, el 68.6% tiene un adecuado sistema de eliminación de excretas, el 34.1% eliminan la basura por carro recolector y el 92.2% tienen servicio de energía eléctrica (GADP, 2015).

La conectividad es otra de las deficiencias más importantes de esta parroquia debido a que la mayor parte del territorio no dispone de ningún tipo de conectividad. Sin embargo, parte de Pactoloma e Ingapi tiene acceso a telefonía pública y a telefonía celular de las empresas claro y movistar (GADP, 2015).

Para conectarse a una red de internet, los pobladores deben acercarse a la cabecera parroquial. Estos factores influyen negativamente dentro de la educación, la organización social y el acceso a información, debido a que existe gran limitación de este sistema para su desarrollo (GADP, 2015).

Por otro lado, en el tema referente a viabilidad y acceso, en el año de 1940 se construyó la carretera Quito – Nono – Tandayapa lo cual hizo que los pobladores puedan sustentar su economía en cuanto a la producción y comercialización de productos agrícolas y ganaderos. Hoy en día, su viabilidad está compuesta por vías principales, las cuales en algunas zonas cuenta con cunetas sin reforzamiento de ningún material lo que provocaría

en época de lluvia, ciertos derrumbes, deslizamientos y degradación de capa asfáltica. Pese a esto, cumple su función de brindar acceso a la parroquia con otros lugares fuera de la misma. Además, cuenta con cuatro vías colectoras y algunas secundarias que tienen severas limitaciones de funcionamiento (GADP, 2015).

## 2.6. Actores Locales

A continuación, se detallarán actores influyentes dentro de la parroquia de Pacto. Es decir que se nombrarán establecimientos de tipo privado, público, social, de cooperación, institucional, etc. Según sea el caso y la función que tienen dentro de este territorio.

**Tabla 1**

### **Actores Locales**

<b>NOMBRE DEL ACTOR</b>	<b>TIPO DE ACTOR</b>	<b>FUNCIÓN DEL ACTOR EN EL TERRITORIO</b>
Ministerio de Turismo	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro de establecimientos turísticos en Pacto.</li> <li>➤ Catastro turístico de Pacto.</li> <li>➤ Inventario de atractivos turísticos en Pacto.</li> <li>➤ Licencia para guías de turismo que operan dentro de esta parroquia.</li> </ul>
Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincial de Pichincha	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promoción turística de Pacto.</li> <li>➤ Regulación y monitoreo de los establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Apoyo económico para capacitaciones de la comunidad.</li> </ul>
Gobierno Autónomo	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Plan de Desarrollo y</li> </ul>

Descentralizado de Pacto		Ordenamiento Territorial.
G.A.D. Quito - Secretaria de Ambiente	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conservación de hábitat.</li> <li>➤ Promover una cultura de buenas prácticas ambientales.</li> </ul>
G.A.D. Quito - Quito turismo	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desarrollo de una normativa para establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Implementación de señalética en establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Implementación y desarrollo de una normativa de calidad para dichos establecimientos.</li> <li>➤ Apoyo económico para capacitaciones de las personas dedicadas al turismo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Asociación de Turismo San Francisco de Pachijal</li> <li>▪ Asociación de Turismo de Sahuangal</li> <li>▪ Asoselpam, Asociación de servicios turísticos en el paraíso del río Mashpi</li> </ul>	Sociedad Civil	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hacer del turismo comunitario una práctica sustentable.</li> <li>➤ Promover la educación ambiental en residentes de la parroquia.</li> <li>➤ Facilitar la práctica del turismo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Universidades</li> </ul>	Cooperación Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fomentar y promover el desarrollo turístico de la parroquia.</li> <li>➤ Vinculación con la comunidad.</li> </ul>

Bancos comunitarios (La Delicia, Guayabillas y Pachijal)	Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promueve el desarrollo social.</li> <li>➤ Mejora la condición de vida para las personas de bajos recursos.</li> </ul>
Fundación Imaymana	Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promueve el manejo de los recursos naturales.</li> <li>➤ Conservación de la biodiversidad</li> <li>➤ Desarrollo del turismo.</li> </ul>
Operadores de Alojamiento en el territorio	Privada	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desarrollo y fomento del turismo en la parroquia de Pacto.</li> <li>➤ Promueve la participación activa de la comunidad dentro de los establecimientos.</li> <li>➤ Participación en actividad turística.</li> </ul>
Comunidad de Pacto	Organismo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promover el turismo.</li> <li>➤ Generar confianza en el turista.</li> <li>➤ Exponer las fortalezas de la parroquia</li> </ul>

Tomado de: Ministerio de Turismo, 2017; Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto, 2017; Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto, 2015; Secretaria de Ambiente, 2017; Quito Turismo, 2014; Fundación Imaymana, 2016.

### Capítulo III. Caracterización del sistema turístico del territorio con enfoque en alojamiento.

#### 3.1. Análisis de oferta actual

Para el análisis de la oferta turística actual de la parroquia de Pacto, se tomó en consideración los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, debido a que son los establecimientos que cumplen con todos los requerimientos en cuanto a su funcionamiento y operación turística. Dentro del catastro turístico de la parroquia de Pacto, se encuentran registrados cuatro establecimientos, estos corresponden a: Quinta Santa Teresa, Río Pachijal, Damaris y La Cañita (Quito Turismo, 2017)

**Tabla 2. Establecimientos turísticos registrados en el catastro**

Categoría	Nombre del establecimiento	Registro MINTUR	Propietario	Representante legal	Año de registro
3ra	Damaris Pacto	17017211 152	Jácome Velásquez Jomara Elizabeth	Jácome Velásquez Jomara Elizabeth	2015
	La Cañita de Pacto	17017211 114	Revelo Ortega Gloria Isabel	Revelo Ortega Gloria Isabel	2014
	Quinta Santa Teresa	17017212 039	Araujo Flores Ledy Judyday	Araujo Flores Ledy Judyday	2016
	Río Pachijal	17017211 082	Nogales Itas Lilia Mariana	Nogales Itas Lilia Mariana	2014

Tomado de: Quito Turismo, 2017

Río Pachijal, es uno de los establecimientos que no se tomará en cuenta para el diagnóstico, ya que su actividad principal es el cobro de entradas para la visita a la cascada gallo de la peña, razón por la cual deja en segundo plano al alojamiento. Así también, se descarta la Quinta Santa Teresa, la misma que

brinda alojamiento a turistas de forma eventual y no existió la apertura para realizar una visita o tener una reunión con el personal del sitio.

En cuanto a los establecimientos que se tomarán en cuenta, tenemos La Cañita de Pacto y Damaris Pacto, que son establecimientos dirigidos especialmente al alojamiento de turistas. Se realizará una comparación entre los dos, para poder determinar sus falencias observadas a través de los resultados obtenidos en las encuestas que se aplicaron en la parroquia de Pacto el mes de abril del presente año. Además, se mostrará adjunto como – *Anexo 1*– el pre diagnóstico diseñado para cada establecimiento.

### **3.1.1. Diagnóstico de la oferta actual de La Cañita**

La Cañita es un establecimiento de alojamiento ubicado en la parroquia de Pacto, en las calles 27 de marzo y España específicamente. Empezó su operación en el año 2007 a cargo de la señora Gloria Revelo Ortega, quién es su actual propietaria, pero es hasta el año 2014 que se concreta su inscripción en el registro turístico de Quito Turismo y el Ministerio de Turismo como tal; en base a este registro, La Cañita consta como un hostel de una estrella. Un año más tarde, en el año 2015 este establecimiento fue reconocido como un hotel que brinda calidad turística, lo que le hizo merecedor al “distintivo Q”, reconocimiento otorgado por Quito Turismo y el Gobierno de la Provincia de Pichincha.

Dentro del establecimiento y a cargo del hospedaje se encuentra la propietaria Gloria Revelo, la misma que desempeña varias funciones dentro de este negocio, tanto en alojamiento como en alimentos y bebidas. Los fines de semana cuenta con dos o tres personas más, en actividades de limpieza y arreglo de habitaciones, así como en la preparación de alimentos. Adicional a esto, recibe la colaboración de una persona más para el manejo contable del hotel.

El horario de atención en alojamiento es de 24 horas, mientras que el restaurante atiende de 07h00 a 22h00 y cuenta con un aforo para 42 personas.

En cuanto al alojamiento, este posee 10 habitaciones de las cuales ocho de ellas son sencillas -una cama- y dos de ellas son dobles -dos camas-. Cada una de estas brinda un espacio de descanso y relajación idóneo para el cliente, pues tiene a su disponibilidad un baño dentro de la habitación, así como un escritorio, veladores, televisión por cable y wifi gratis.

El precio promedio de la habitación es de \$ 11.40 USD incluidos impuestos por persona y sin desayuno. En caso de requerir desayuno se lo puede hacer por el valor adicional de aproximadamente \$4 USD. El pago se lo realiza únicamente en efectivo.

El establecimiento cuenta con todas las facilidades e implementos necesarios; servicios higiénicos, botiquín de primeros auxilios, extintor, alarma contra incendios, señalética y música ambiental, además manejan un sistema de clasificación de desechos; cuentan con basureros de diferente color que identifican el tipo de material.

La reserva o contacto con La Cañita, se lo realiza por medio de E-mail o teléfono convencional o móvil.

En cuanto a su infraestructura, esta es hecha a base de concreto y ladrillo junto con detalles de caña guadua la misma que denota una especie de hostel rustico, incluso en su recepción y restaurante se encuentra adornado con artesanías locales. – Ver anexo 2 –

### **Tabla 3**

#### **Información Hostel La Cañita**

	<b>HOSTAL LA CAÑITA</b>
<b>Horario de atención hospedaje</b>	24 horas
<b>Horario de atención restaurante</b>	07h00 - 22h00
<b>Aforo</b>	42 Pax
<b>Número de habitaciones</b>	8 hab. Sencillas / 2 hab. Dobles
<b>Precio por habitación</b>	\$11,40 incluidos impuestos
<b>Servicios adicionales</b>	televisión por cable y wifi

Tomado de: G. Revelo, comunicación personal, 15 de Abril de 2017

### **3.1.2. Diagnóstico de la oferta actual de Damaris**

Damaris es un establecimiento turístico ubicado en la parroquia de Pacto, en las calles San Lorenzo y España específicamente. Empezó su operación en el año 2014, a cargo de su representante legal, Jomara Jácome Velásquez, pero es María Rivera quien lo administra. En el año 2015, se oficializa y aparece dentro del Registro Turístico; en base a este registro, Damaris consta como un hostel de tercera categoría que oferta los servicios de alojamiento y alimentos y bebidas.

Dentro del establecimiento, en el área de alojamiento es únicamente María Rivera quien está a cargo de la limpieza y arreglo de habitaciones de forma permanente, ya sean días laborales o feriados. Adicional a esto, recibe la colaboración de una persona más para la situación contable del hostel.

El horario de atención en alojamiento es de 24 horas, mientras que el restaurante atiende de 07h00 a 21h00 y cuenta con un aforo para 20 personas. En cuanto al alojamiento, este posee 16 habitaciones de las cuales seis de ellas son sencillas con una cama y deben compartir el baño, nueve de ellas son sencillas, pero poseen baño y una de ellas es múltiple ya que posee 5 literas. Tiene a su disponibilidad una piscina como área de recreación, baños y duchas de uso compartido, televisión por cable y wifi gratis.

El precio promedio de la habitación con baño compartido es de \$ 10 USD incluidos impuestos por persona y sin desayuno. Mientras que la habitación que tiene baño incluido tiene un valor de \$12 USD incluidos impuestos por persona y sin desayuno. En caso de requerir desayuno se lo puede hacer por el valor adicional de aproximadamente \$4 USD. El pago se lo realiza únicamente en efectivo.

El establecimiento cuenta con todas las facilidades e implementos necesarios; servicios higiénicos, botiquín de primeros auxilios, extintor, alarma contra incendios y señalética, además conocen del sistema de clasificación de

desechos; cuentan con basureros de diferente color que identifican el tipo de material, pero no lo practican.

La reserva o contacto con Damaris, se lo realiza por medio de teléfono convencional o móvil.

En cuanto a su infraestructura, es una construcción de concreto con paredes enlucidas y poco detalle. Está dividido en dos áreas, dentro de la primera funciona el restaurante y su recepción y en la segunda la piscina y las habitaciones, así como los baños y duchas compartidas. *–Ver anexo 3–*

#### **Tabla 4**

##### **Información Hostal Damaris**

	<b>HOSTAL DAMARIS</b>
<b>Horario de atención hospedaje</b>	24 horas
<b>Horario de atención restaurante</b>	07h00 - 21h00
<b>Aforo</b>	20 Pax
<b>Número de habitaciones</b>	15 hab. Sencillas / 1 hab. Múltiple
<b>Precio por habitación</b>	\$10 y \$12 incluidos impuestos
<b>Servicios adicionales</b>	piscina, duchas, televisión por cable y wifi

Tomado de: J. Jácome, comunicación personal, 15 de Abril de 2017

### **3.2. Análisis de la demanda actual**

El estudio de la demanda se realizó a través de encuestas, las cuales fueron aplicadas en usuarios tanto de “Hostal La Cañita” como “Hostal Damaris”. Adjunto como *Anexo 5* se puede observar el formato que se utilizó.

Los datos obtenidos al finalizar la encuesta demostraron que el perfil turístico que recibe Pacto es de ecuatorianos que residen en Quito, de entre 20 a 49 años en su mayoría y con un nivel de instrucción educativa superior predominante. El 70% de estas personas, suelen visitar Pacto con su familia

mientras que el 30% restante lo hacen con amigos o con su pareja y un porcentaje mínimo de manera individual. Los motivos principales de viaje son visitar a su familia y pasar vacaciones en este lugar con un tiempo estimado de uno a tres días máximo. En cuanto al gasto promedio, este se divide en dos rangos distantes que va de entre \$15 USD y \$30 USD por persona y por día y más de \$70. – Anexo 6 –

Respecto a cómo los turistas valoran los servicios recibidos dentro de estos establecimientos, se apreció que la infraestructura en “Hostal La Cañita” tanto el área de recepción, como el área social, habitaciones, servicios higiénicos y accesos, se destaca con una valoración de muy buena - excelente, mientras que “Hostal Damaris” recibió una valoración de regular – buena.

Otro de los aspectos que se tomaron en cuenta, fue la calidad de producto que recibe el huésped al hospedarse dentro de estos hostales. Siendo uno de los parámetros la comodidad e iluminación, las mismas que fueron apreciadas por los clientes como excelente en “Hostal La Cañita” y bueno en “Hostal Damaris”. De la misma manera fueron evaluados los parámetros de ventilación y decoración obteniendo los mismos resultados.

Referente a lo que es operación y servicio dentro del “Hostal La Cañita” en sus múltiples aspectos, fueron estimados como excelentes en cuanto a la atención percibida, higiene personal, rapidez y eficiencia de personal, limpieza y ambiente del lugar. Por otro lado, “Hostal Damaris” fue calificado como regular y bueno en los mismos parámetros.

Uno de los problemas percibidos en ambos establecimientos, son los parqueaderos, razón por la cual se obtuvo una nominación mala y con comentarios de huéspedes que pedían se implemente un lugar de estacionamiento urgente. Como apoyo de estas comparaciones se adjunta las tabulaciones de la demanda en Anexo 6.

### 3.3. Análisis de la superestructura

**Tabla 5**

**Análisis de superestructura**

Actor local		Implementación de buenas prácticas	Gestión
Público	Ministerio de Turismo	Promover e Impulsar el turismo del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro de establecimientos turísticos en Pacto.</li> <li>➤ Catastro turístico de Pacto.</li> <li>➤ Licencia para guías de turismo que operan dentro de esta parroquia.</li> </ul>
	Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto	Promover el desarrollo turístico a nivel parroquial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.</li> </ul>
	G.A.D. Quito - Quito Turismo	Desarrollar y promocionar la actividad turística del DMQ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desarrollo de una normativa para establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Implementación de señalética en establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Implementación y desarrollo de una normativa de calidad para dichos establecimientos.</li> <li>➤ Apoyo económico para</li> </ul>

			capacitaciones de las personas dedicadas al turismo.
Privado	Operadores de Alojamiento en el territorio	Fomento del turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promueve la participación activa de la comunidad dentro de los establecimientos.</li> <li>➤ Participación en actividad turística.</li> </ul>
Cooperación	Universidades	Entablar relaciones con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fomentar y promover el desarrollo turístico de la parroquia</li> <li>➤ Vinculación con la comunidad</li> </ul>

Tomado de: Ministerio de Turismo, 2017; Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto, 2015; Quito Turismo, 2014.

### 3.4. Diagnóstico – problematización

Una vez realizado el diagnóstico de los dos establecimientos, se pone en conocimiento tres de los problemas identificados de manera general.

Como primer punto se encontró que tanto Hostal “La Cañita” como Hostal “Damaris”, manejan procesos informales de planificación estratégica y gestión administrativa, esto quiere decir que, operan sus establecimientos sin ningún conocimiento formal, lo que causa que no haya una visión estratégica de la empresa y exista una gestión contable empresarial limitada, generando así problemas operativos y financieros.

Otro de los puntos, es que no mantienen procesos adecuados de buenas prácticas en la operación de turismo en estos dos establecimientos de

alojamiento, lo que crea una insatisfacción en los clientes ya que los procesos de servicio y atención al cliente no son los apropiados.

Finalmente se detectó que no cuentan con una estrategia de promoción y comercialización de su servicio y producto como tal, dentro de la parroquia y fuera de la misma, es por este motivo que las personas desconocen el estado actual de la empresa y tienen un bajo posicionamiento en el mercado. La solución sería, dar un mayor impulso a lo que esto concierne para que las ventas puedan aumentar y se den a conocer más estos establecimientos y el lugar turístico.

Estos tres incidentes revelados desencadenan el problema central de los negocios hoteleros, demostrando así, que son dos establecimientos poco competitivos en Pacto y no impulsan el atractivo turístico de esta parroquia como tal. Esta problematización esta graficada en el árbol de problemas adjunto en el *anexo 4*.

## Capítulo IV. Planificación de la propuesta

### 4.1. Duración del proyecto y vida útil

El presente trabajo de titulación, enfocado en desarrollar una propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo en dos servicios de alojamiento, ubicados en la parroquia de Pacto; tiene previsto tener una duración del proyecto de 6 meses y, una vida útil de 5 años.

### 4.2. Beneficiarios (directos e indirectos)

Los beneficiarios directos de este proyecto son los dos establecimientos que participaron en el proceso, los cuales mediante la implementación de este estudio, podrán gozar del progreso positivo del establecimiento en cuanto a procesos estratégicos, operativos y de soporte, los cuales además generarán una mayor satisfacción en el cliente y a su vez un aumento de ventas.

Por otro lado, los beneficiarios indirectos de esta ejecución serán los dos establecimientos que no participaron en el proceso y, además, todos los turistas que lleguen a disfrutar de los servicios de alojamiento que brinda esta parroquia, así como otros establecimientos de turismo.

### 4.3. Objetivos, metas y actividades

Adjunto como *Anexo 7* se muestra la matriz de marco lógico.

**Objetivo General:** Desarrollar una propuesta de buenas prácticas de turismo para los servicios de alojamiento en la parroquia de Pacto.

**Objetivo 1.** Implementar un plan estratégico para la organización.

**Meta 1.1.** Propuesta de implementación de planificación estratégica para los establecimientos de alojamiento en Pacto.

**Actividad 1.1.1.** Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento.

**Actividad 1.1.2.** Guía para elaboración de plan estratégico.

**Actividad 1.1.3.** Capacitación a personal administrativo.

**Actividad 1.1.4.** Dirección técnica en la construcción e implementación de la planificación estratégica.

**Objetivo 2.** Establecer funciones y tareas a cada uno de los colaboradores del hotel orientadas a las buenas prácticas de turismo.

**Meta 2.1** Buenas prácticas de turismo implementadas en los establecimientos de alojamiento en Pacto.

**Actividad 2.1.1.** Diagnosticar los establecimientos de alojamiento.

**Actividad 2.1.2.** Elaboración de buenas prácticas (herramientas).

**Actividad 2.1.3.** Capacitación sobre buenas prácticas.

**Actividad 2.1.4.** Acompañamiento técnico en el proceso de implementación de buenas prácticas.

**Objetivo 3.** Implementar estrategias de comunicación y difusión de los establecimientos de alojamiento.

**Meta 3.1.** Desarrollar un modelo de promoción y difusión turística en los dos establecimientos de alojamiento de la parroquia de Pacto

**Actividad 3.1.1.** Crear la imagen y marca corporativa de los establecimientos.

**Actividad 3.1.2.** Capacitación en establecimientos sobre la importancia de difundir y publicitar los negocios.

**Actividad 3.1.3** Acompañamiento técnico en el proceso de difusión de establecimientos

#### 4.4. Indicadores de resultados

**Tabla 6. Indicadores de resultados**

<b>RESULTADOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>1.1.</b> Propuesta de implementación de planificación estratégica para los establecimientos de alojamiento en Pacto	<b>1.1.1.</b> Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento	4 establecimientos diagnosticados
	<b>1.1.2.</b> Guía para elaboración de plan estratégico	1 guía diseñada
	<b>1.1.3.</b> Capacitación a personal administrativo	100% de personal administrativo capacitado
	<b>1.1.4.</b> Dirección técnica en la construcción e implementación de la planificación estratégica	4 establecimientos asesorados
<b>2.1</b> Buenas prácticas de turismo implementadas en los establecimientos de alojamiento en Pacto	<b>2.1.1.</b> Diagnosticar los establecimientos de alojamiento	4 establecimientos diagnosticados
	<b>2.1.2.</b> Elaboración de buenas prácticas	1 guía diseñada
	<b>2.1.3.</b> Capacitación sobre buenas prácticas	80% de personal de los establecimientos de Alojamiento
	<b>2.1.4.</b> Acompañamiento técnico en el proceso de implementación buenas prácticas	4 establecimientos asesorados
<b>3.1.</b> Desarrollar un modelo de promoción y difusión turística en los establecimientos de	<b>3.1.1.</b> Crear la imagen y marca corporativa de los establecimientos.	4 marcas desarrolladas

alojamiento de la parroquia de Pacto.	<b>3.1.2.</b> Capacitación en establecimientos sobre la importancia de difundir y publicitar los negocios.	80% de personal capacitado
	<b>3.1.3.</b> Acompañamiento técnico en el proceso de difusión de establecimientos.	4 establecimientos asesorados

#### **4.5. Cronograma**

El cronograma adjunto como *anexo 8*, ejemplifica gráficamente las acciones a desarrollar para la finalización de la propuesta en los establecimientos de alojamiento “La Cañita” y Damaris. El proyecto está dividido por actividades a cumplir dentro de cada objetivo y en un plazo máximo de 24 semanas. Cada semana se va cumpliendo una de estas actividades.

#### **4.6. Presupuesto**

La tabla presupuestal adjunta como *anexo 9*, detalla todos los gastos que se realizarán a lo largo de este desarrollo de proyecto dentro de las 24 semanas de trabajo. Lo que permitirá ver detalladamente cada uno de los valores definidos para la realización del mismo.

### **Capítulo V. Estrategia de implementación**

#### **5.1. Diagnóstico de los establecimientos de Alojamiento**

Para poder desarrollar una propuesta de mejora en los establecimientos de alojamiento, se realizaron fichas de diagnóstico, las cuales fueron aplicadas en los dos establecimientos a estudiar y se obtuvieron los siguientes resultados:

### **5.1.1. Mercado**

En cuanto a lo que es promoción en el mercado, se obtuvo que tanto Hostal Damaris como Hostal “La Cañita” no realizan ningún tipo de promoción turística del establecimiento y que el único medio de difusión que utilizan, es el de boca a boca. Se notó además que, uno de los problemas principales es que no poseen una estrategia de ventas, así como de promoción y difusión de su marca, razón por la cual se decide plantear como objetivo el implementar estrategias de comunicación y difusión de los establecimientos de alojamiento.

### **5.1.2. Operación**

La planeación estratégica fue uno de los puntos analizados dentro de lo que es operación del establecimiento, debido a que es uno de los pilares fundamentales dentro de la organización para saber hacia dónde se dirige y cuáles son sus metas planteadas. Esto hace referencia a lo que es misión, visión, objetivos y valores de la empresa.

Hostal “La Cañita” tiene definido lo que es el plan estratégico, sin embargo, Hostal Damaris no tiene conocimiento de lo que eso significa y, por lo tanto, se decide ofrecer una propuesta de implementación de planificación estratégica para el establecimiento que no tiene conocimiento de esto, y una mejora del plan para el hostel que si lo tiene.

En cuanto a las buenas prácticas en la operación interna de los hostales, se puede observar gracias al check list aplicado que, poseen problemas leves de infraestructura como el sistema de ventilación ineficiente del hostel “La Cañita” a comparación del otro hostel y, la inexistencia de caja fuerte y parqueaderos privados para huéspedes, por parte de los dos establecimientos. Sin embargo, cumplen con ciertos aspectos importantes, como una iluminación adecuada en todo el lugar, limpieza en los baños y griferías, depósitos de basura cubiertos con fundas y clasificados por colores para diferenciar los desechos, espacios y áreas exteriores limpias y bien distribuidas, así como una correcta y eficiente señalética en cada sitio necesario.

Dentro de lo que son las habitaciones y baños, no existen procesos de limpieza adecuados, sin embargo, la presentación de la habitación no es mala. Cuentan además con un espacio de almacenamiento de materia prima que requiere un poco más de cuidado al momento de organizar los insumos que utilizan en cada habitación. Lo que se podría tomar en cuenta para aplicar en un futuro, es cambiar de colchones, lencería, muebles y demás materiales necesarios dentro del cuarto, en caso de que lo requieran.

El personal cumple una función bastante importante a la hora de brindar un servicio y por este motivo fue otro de los aspectos tomados en cuenta dentro del check list. Lo que se pudo ver es que los trabajadores no utilizan mallas para el cabello, que evite la caída del mismo en las habitaciones y el restaurante. Y, tampoco tienen conocimiento de otro idioma además del español, lo cual es importante ya que también reciben turistas extranjeros además de nacionales.

Por lo demás, el personal de limpieza en las habitaciones cuida su apariencia e higiene personal y no utiliza joyas o accesorios, pero no tienen a su disposición un uniforme o ropa apropiada para el desenvolvimiento de cada trabajo. El contacto con el huésped es mínimo, sin embargo, en caso de que la situación se presente, deben ser amables, corteses, atentos con los clientes y solventar las necesidades del huésped con eficacia.

Por otro lado, dentro de lo que es operación y servicio, estos hostales no cumplen con un registro de ingreso y salida de personal y cumplen parcialmente procesos de check in y check out. Igualmente, cuando el huésped llega al hostel, no existe una bienvenida adecuada en donde se brinde al cliente toda la información necesaria ni tampoco información sobre el uso de aparatos electrónicos dentro de la habitación. Respecto a lo que es seguridad, ambos establecimientos poseen botiquín de primeros auxilios en un lugar visible, extintor de incendios recargado y, a su vez, alarma contra incendios, sistema de evacuación definido y punto de encuentro en caso de alguna emergencia.

### **5.1.3. Finanzas**

Dentro de la situación financiera del hotel, se encuentran problemas comunes de establecimientos con manejo empírico, como el desconocimiento de formatos de control. Entre estos, hojas de check list para realización de compras de insumos. Además, registros de pérdidas y ganancias, flujos de efectivo, presupuestos, etc. Lo que da lugar a un mal manejo de cuentas contables dentro del establecimiento.

Cada uno de estos hostales indica que hay una persona externa que se encarga del manejo financiero del hotel, sin embargo, las administradoras de estos lugares, no tienen conocimiento básico de lo que esto significa.

### **5.1.4. Legal**

Referente a lo legal, cada establecimiento cumple con las normativas legales establecidas. Siendo estos, los permisos de funcionamiento, Quito Turismo, Medio Ambiente, bomberos, salud, patente, Licencia Única de Actividades Económicas -LUAE-, Registro Único de Contribuyentes -RUC-, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI-, etc. Asimismo, se encuentran al día con las aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social -IESS-.

-Ver anexo 10 y 11-

A partir de este diagnóstico se propone el siguiente índice de manual de buenas prácticas en base a resultados encontrados.

## 5.2. Desarrollo de la propuesta

### Índice

Introducción

¿Cómo se utiliza el manual?

Objetivos

### **I. ÁMBITO EMPRESARIAL**

Introducción

#### 1. Planeación estratégica

1.1. Misión

1.2. Visión

1.3. Objetivos empresariales

1.4. Valores

1.5. Organigramas y funciones

#### 2. Gestión de la calidad

2.1. Calidad para la optimización de servicios

2.1.1. Principios básicos de un sistema de calidad

2.1.2. Beneficios para la organización

2.2. Buenas Prácticas para la gestión de calidad

2.2.1. Estructura y organización

2.2.2. Proceso estratégico

2.2.3. Administración

2.2.4. Promoción y difusión

2.3. Procesos y procedimientos

2.3.1. Reservas

2.3.2. Recepción

a. Atención Telefónica

b. Registro de entrada

c. Registro de salida

d. Facturación y despedida

2.4. Suministros y proveedores

2.4.1. Habitaciones

2.4.2. Lavandería

3. Gestión Financiera y contable
    - 3.1. Sistema contable
  4. Gestión de Recursos Humanos
    - 4.1. Selección de personal
    - 4.2. Capacitación de personal
    - 4.3. Evaluación del desempeño
- Ver Anexo 13 -

## **II. ÁMBITO SOCIO – CULTURAL**

Introducción

1. Involucramiento de pobladores locales en el establecimiento
2. Responsabilidad social
3. Responsabilidad cultural

## **III. ÁMBITO AMBIENTAL**

Introducción

1. Recurso Agua
2. Manejo y clasificación de desechos sólidos
3. Educación ambiental

## **IV. TOOLKIT (Herramientas de control)**

### **5.3. Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación**

Una vez detalladas las actividades de este proyecto se procede a determinar la categoría de impacto ambiental de acuerdo a la categorización Ambiental Nacional de proyectos, obras o actividades definida por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo -SENPLADES- en el documento *Estructura general para la presentación de proyectos de inversión y de cooperación externa no reembolsable*.

La categoría con la que el proyecto se identifica es la categoría 2. Proyectos que no afectan el medio ambiente, ni directa o indirectamente, y, por tanto, no requieren un estudio de impacto ambiental. Por este motivo se establece desarrollar el siguiente documento, como propuesta para un adecuado manejo del proyecto.

- Manual de Buenas Prácticas para establecimientos de alojamiento.

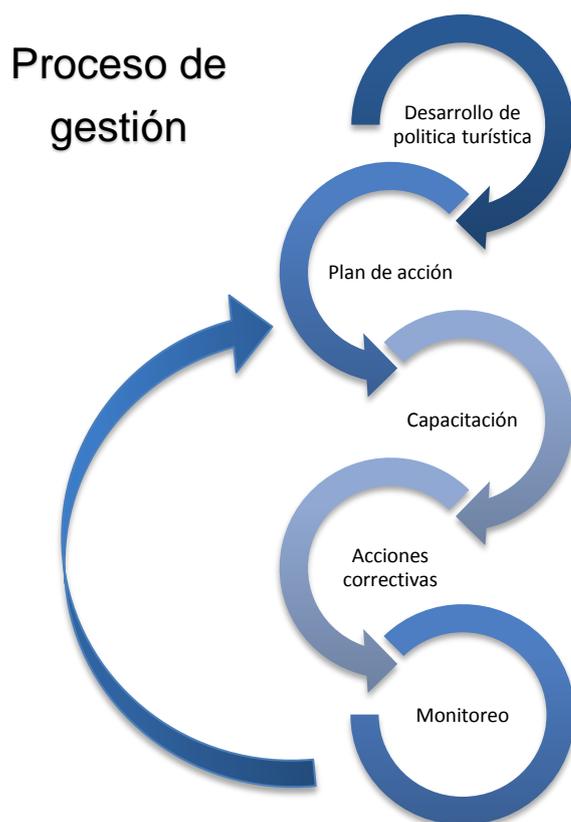
#### **5.4. Modelo de gestión de la propuesta**

En la siguiente tabla se detalla el modelo de gestión de la propuesta, en donde se indica el proceso de gestión, la entidad encargada de realizar dicha gestión y la descripción del proceso que ejecutan.

**Tabla 7. Proceso de gestión**

<b>Proceso de gestión</b>	<b>Entidad encargada</b>	<b>Descripción del proceso</b>
Desarrollo de política turística	Gobierno de Pichincha y Quito Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocatoria a los establecimientos a participar en el proceso.</li> <li>- Firmas de los beneficiarios aceptación a participar en el proceso.</li> <li>- Diagnóstico situacional de cada establecimiento.</li> <li>- Elaboración de Plan Estratégico del Establecimiento.</li> </ul>

Planificación: Plan de acción	Establecimientos de alojamiento y consultor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar cronograma de acción con cada empresa de alojamiento.</li> <li>- Elaborar las estrategias y actividades a ejecutar.</li> <li>- Crear un manual de buenas prácticas</li> <li>- Ejecutar plan de acción</li> </ul>
Capacitación	Ministerio de Turismo y Gobierno de Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a los administradores y empleados de los hostales.</li> <li>- Brindan información necesaria para implementar dentro de los establecimientos.</li> </ul>
Acciones correctivas	Establecimientos de alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementación de procesos</li> <li>- Corregir en el momento preciso errores de procesos.</li> </ul>
Monitoreo constante	Auditoria externa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el estado real de cada proceso y compararlo con los objetivos determinados.</li> <li>- Determinar alternativas para la mejora continua de procesos.</li> </ul>



**Figura 1. Proceso de gestión.** En la figura se puede observar que todo el proceso tiene una secuencia, sin embargo, al llegar a la etapa de monitoreo, este regresa a la etapa de plan de acción.

### 5.5. Forma de financiamiento del proyecto

El valor final para la implementación de este proyecto, es de aproximadamente \$14.719.00 USD, de los cuales, las capacitaciones y la difusión de los negocios estarán a cargo de Quito Turismo, el alojamiento y alimentación a cargo de los beneficiarios y el resto le pertenece al G.A.D. de Pacto. Cabe mencionar que la entidad de Quito Turismo brinda el transporte a sus capacitadores y por este motivo los beneficiarios únicamente tienen a cargo el transporte interno.

En el *anexo 9* se muestran los valores exactos a aportar de cada entidad.

## 5.6. Estrategia de seguimiento y evaluación

**Tabla 8**

### **Estrategia de seguimiento y evaluación**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FORMULA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN</b>
1.1.1. Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento	4 establecimientos diagnosticados	# de diagnósticos desarrollados / # de diagnósticos planificados*100
1.1.2. Guía para elaboración de plan estratégico	1 guía diseñada	# de guías desarrolladas / # de guía planificadas*100 # de guías entregas / # de guías impresas*100
1.1.3. Capacitación a personal administrativo	100% de personal administrativo capacitado	# de personas capacitadas/ # de personal administrativo*100
1.1.4. Dirección técnica en la construcción e implementación de la planificación estratégica	4 establecimientos asesorados	# de establecimientos asesorados/ # de establecimientos*100
2.1.1. Diagnosticar los establecimientos de alojamiento	4 establecimientos diagnosticados	# de diagnósticos desarrollados / # de diagnósticos planificados*100
2.1.2. Elaboración de buenas prácticas	1 guía diseñada	# de guías desarrolladas / # de guía planificadas*100 # de guías entregas / # de

		guías impresas*100
<b>2.1.3.</b> Capacitación sobre buenas prácticas	80% de personal de los establecimientos de Alojamiento	# de personas capacitadas/ # de personal administrativo*100
<b>2.1.4.</b> Acompañamiento técnico en el proceso de implementación buenas prácticas	4 establecimientos asesorados	# de establecimientos asesorados/ # de establecimientos*100
<b>3.1.1</b> Crear la imagen y marca corporativa de los establecimientos.	4 marcas desarrolladas	# de marcas desarrolladas / # de marcas planificadas * 100
<b>3.1.2.</b> Capacitación en establecimientos sobre la importancia de difundir y publicitar los negocios.	80% de personal capacitado	# de personas capacitadas/ # de personal administrativo*100
<b>3.1.3.</b> Acompañamiento técnico en el proceso de difusión de establecimientos.	4 establecimientos asesorados	# de establecimientos asesorados/ # de establecimientos*100

## CONCLUSIONES

Los estudios preliminares determinan que tanto Hostal “La Cañita” como Hostal “Damaris” son dos establecimientos calificados para ser partícipes de la propuesta realizada en este proyecto por las siguientes razones:

La demanda en estos establecimientos dentro de los últimos años ha experimentado un continuo crecimiento, con lo cual la propuesta de un manual de buenas prácticas, servirá para mejorar los servicios y procedimientos brindados.

Los hostales tomados en consideración, son negocios creados de forma empírica y sus administradores tienen poco conocimiento acerca de las buenas prácticas de turismo dentro de estos establecimientos en todos los procesos y operaciones.

Con la finalidad de evitar estos inconvenientes, se desarrolla el manual de buenas prácticas en donde se recopila toda la información y herramientas necesarias, para el eficiente y eficaz funcionamiento de los mismos. Está enfocado en tres ámbitos primordiales, siendo estos, el ámbito empresarial en donde consta la planeación estratégica, gestión de calidad, gestión financiera y contable y gestión de recursos humanos; el ámbito socio cultural, el cual analiza el involucramiento de pobladores locales dentro de los establecimientos y la responsabilidad social y cultural; finalmente, en el ámbito ambiental se considera el recurso agua, energía, manejo de desechos sólidos y educación ambiental.

Con esta compilación de información, se espera que tanto administradores como colaboradores, estén dispuestos a informarse e implementar dichas prácticas en el diario vivir dentro de sus negocios. Y, se demuestra que el desarrollo de este proyecto es viable y aplicable en estos establecimientos.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda a todos los organismos de gestión pública, administradores y colaboradores de los negocios, implementar el manual de buenas prácticas de turismo que se desarrolló dentro de este trabajo de titulación y aplicarlo en medida de lo posible para que la práctica hotelera se lleve de buena manera y así, eviten problemas empresariales e impactos socio-culturales y ambientales.

Poner en práctica los talleres de capacitación brindados por la entidad de Quito Turismo, promoviendo así un alto desempeño administrativo, estratégico y de difusión.

Analizar la situación financiera del hotel en base a información y herramientas otorgadas dentro del manual de buenas prácticas de turismo para llevar un control adecuado de presupuestos, pérdidas y ganancias.

Se aconseja, al GAD parroquial de Pacto, apoyar la iniciativa de crecimiento que tengan los negocios locales a través de una mayor promoción turística, viabilidad moderna y señalética adecuada del noroccidente de Quito.

## Referencias

- Arellano, P. (2016). *Diseño de manual de buenas prácticas enfocado en la prestación de Servicios Turísticos para la Asociación de Servicios turísticos el paraíso del Río Mashpi*. Tesis, Universidad de las Américas, Escuela de Hospitalidad y Turismo, Quito.
- Bonilla, J. (28 de Octubre de 2012). *Impáctos económicos, socioculturales y ambientales del turismo*. Obtenido de <http://jorgebonilla.co/2012/10/impactos-economicos-socioculturales-y-ambientales-del-turismo/>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Flores, D., y Barroso, M. (2009). *Análisis de la competencia de la actividad turística*. Oviedo: Septem.
- Fundación Imaymana. (2016). *Fundación Imaymana*. Obtenido de [http://www.imaymanaforestconservation.org/index.php?option=com\\_k2&view=item&layout=item&id=2&Itemid=148](http://www.imaymanaforestconservation.org/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=2&Itemid=148)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Pacto*. Quito: Gestnova.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. Sexta). McGraw-Hill.
- Iniesta, A., y Sañudo, A. (2002). *Turismo sostenible*. IEPALA.
- Jácome, J. (14 de Abril de 2017). Información Damaris. (K. Moncayo, Entrevistador)
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2017). *Programas y servicios*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2015). *MinTur entrega el distintivo "Q" de Calidad a establecimientos turísticos*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>
- Moncayo, K. Imágenes. *Imágenes Hostal "La Cañita"*. Hostal "La Cañita", Quito.

- Moncayo, K. Imágenes. *Imágenes Hostal Damaris*. Hostal Damaris, Quito.
- Moragues, D. (2006). *Turismo, Cultura y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Ocaña, W. (Enero de 2017). Pacto. (K. Moncayo, Entrevistador)
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1999). *Código Ético Mundial del Turismo*.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Quezada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Quito Turismo. (2014). *¿Que hacemos?* Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/que-hacemos>
- Quito Turismo. (2017). *Catastro Turístico*. Quito.
- Rainforest Alliance. (2005). *Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible*. Obtenido de [http://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)
- Revelo, G. (14 de Abril de 2017). Información Hostal La Cañita. (K. Moncayo, Entrevistador)
- Secretaria de Ambiente. (2017). *La Secretaria de Ambiente*. Obtenido de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/la-secretaria>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2013). *Buenas Prácticas Ambientales*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/manual-BPA41-bajo2.pdf>
- Secretaria Nacional de Planificación y desarrollo [SENPLADES]. (2013). *Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-5.-construir-espacios-de-encuentro->

comun-y-fortalecer-la-identidad-nacional-las-identidades-diversas-la-plurinacionalidad-y-la-interculturalidad#tabs2

Universidad de Alicante (Departamento de Sociología II). (s.f.). *Observación externa o no participante*. Obtenido de Técnicas de Investigación Social para el trabajo social: [https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/observacin\\_externa\\_o\\_no\\_participante.html](https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/observacin_externa_o_no_participante.html)

Universidad de las Américas [UDLA]. (2016). *Dirección de investigación y transferencia de conocimiento*. Obtenido de <http://www.udla.edu.ec/investigaciones/>

Valls, F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. España : Gestión 2000.

Vidal, Á., y Márquez, D. (2007). *Turismo y territorio: el desarrollo local sostenible al centro del debate* (Vol. IV). Turín, Italia: Pensamiento global para el desarrollo local.

## ANEXOS

**Anexo 1. Ficha de Pre diagnóstico**

Fecha de inauguración: _____	Tipo de Establecimiento: _____	Categoría: _____
Nº Registro Turístico: _____	Capacidad de hospedaje: _____	Nº habitaciones: _____
<b>1. DATOS GENERALES</b>		
*RUC: _____		
Nombre Comercial: _____		
*Sexo del representante legal	_____ Femenino      _____ Masculino	Autodefinición (etnia): _____
*Representante legal: _____		
*Calle y número: _____		
*Barrio: _____		Administración zonal: _____
*Delegación Municipio: _____		
*Teléfono convencional: _____	Ext: _____	Celular: _____
Página Web: _____		
*E-mail: _____		
*Contacto: _____		*Cargo del contacto: _____
*Trabajadores	_____ Directivos      _____ Administrativos      _____ Operativos	Total <input style="width: 30px;" type="text"/>
*Sexo/Condición trabajadores	_____ Hombres      _____ Mujeres      _____ Capacidades diferentes	
Servicios que oferta: _____		Tipo de alimentación: _____
Servicios complementarios: _____		Porcentaje de ventas: _____
Horario de atención: _____	Forma de pago: _____	Precio promedio: _____
<b>2. ORGANIGRAMA (Estructura Principal)</b>		

### 3. MERCADO

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

#### 3.1 Promoción

##### 1. Promoción de ventas

- Realizo promociones  
 No realizo actividades promocionales

##### 2. Que tipo de promoción utiliza?

- |            |                          |          |                          |                       |                          |
|------------|--------------------------|----------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Folletos   | <input type="checkbox"/> | e-mail   | <input type="checkbox"/> | Operadoras de turismo | <input type="checkbox"/> |
| Videos     | <input type="checkbox"/> | Afiches  | <input type="checkbox"/> | Redes sociales        | <input type="checkbox"/> |
| Pagina WEB | <input type="checkbox"/> | Revistas | <input type="checkbox"/> | boca a boca           | <input type="checkbox"/> |

##### 3. Si marcó redes sociales por favor especifique:

- |           |                          |  |
|-----------|--------------------------|--|
| Facebook  | <input type="checkbox"/> |  |
| Instagram | <input type="checkbox"/> |  |
| Twitter   | <input type="checkbox"/> |  |
| Otros     | <input type="checkbox"/> |  |

##### 4. Si marcó Pagina WEB por favor especifique:

- http://
- email

##### 5. En que idiomas ha realizado su material promocional?

- Español  
 Ingles  
 Otro

##### 6. Publicidad (Solo marcas externas)

- 3  Tengo publicidad diseñada con mi concepto de negocio  
2  Tengo publicidad de las marcas más representativas que vendo  
1  Tengo publicidad de algunas marcas pero está deteriorada  
0  No tengo publicidad en mi local

##### 7. Fuerza de ventas

- 3  Tengo un equipo de ventas  
2  Capacito a mi equipo de ventas y le pago por comisión de ventas  
1  Tengo un equipo de ventas pero no lo capacito  
0  No cuento con vendedores

##### 8. ¿Cómo venden su producto turístico?

- Independiente  
 En asociación:  Tour operadores  
 Gremios, asociaciones  
 Agencias de viajes  
 Otros

## 4. OPERACIÓN

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 4.1 Planeación estratégica

#### 1. El local cuenta con una filosofía donde se basa el hacer, hacia donde van y que conductas son aceptables?

- 3  La tenemos y todo el personal la conoce  
2  Se tiene en borrador  
1  Tenemos la idea, pero aún no la concretamos  
0  No se tiene

#### 2. El establecimiento cuenta con una Misión? Especifique.

- Si  No

Especifique:

#### 3. La Misión responde a las interrogantes de ¿Qué hacen? ¿Para que lo hacen? Y ¿Cómo lo hacen?

- 3  Todos en la organización la conocen y la aplican  
2  Responde a alguna interrogante  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

#### 4. El establecimiento cuenta con una Visión?

- Si  No

Especifique:

#### 5. La Visión expresa la ideología central de la empresa?

- 3  Todos en la organización saben hacia donde nos dirigimos  
2  Se tienen varias, aún no se concreta  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

#### 6. Los valores son de acuerdo a la norma de conducta y la toma de decisiones?

- 3  Se tienen por escrito y se siguen en la conducta de todo el personal  
2  Se tienen descritos, pero no se siguen  
1  Se tiene una ética de comportamiento, no escrita  
0  No se tiene

**7. Cuenta con objetivos empresariales establecidos?**

Si

No

**Especifique:**

**4.2 Organización**

**8. Cuenta con personal capacitado para desempeñar las diferentes actividades?**

3  Si cuento con una para cada área

2  Cuento con personal que desempeña varias funciones

1  Todos son polifuncionales

0  No cuento con personal capacitado

**9. Describa las actividades que realiza:**

Administrador	
Recepcionista	
Ama de llaves	
Conserje	
.....	

**10. Como realiza el reclutamiento de personal**

**11. Como realiza la selección de personal**

**12. Posee estándares para la selección de proveedores?**

Si

No

**Especifique:**

## 5. FINANZAS

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 5.1 Fundamentos

#### 1. ¿La empresa genera información contable?

 No Si Libro de entradas Libro de salidas Balances Estados de resultados Control de caja Flujo de efectivo

#### 2. ¿La empresa cuenta con un contador para un mejor control?

 Si No

#### 3. ¿Cómo se lleva a cabo el control financiero del establecimiento?

 Se lleva por sistema con supervisión Se lleva por una persona y genera registros Se lleva un control manual No se lleva control

#### 4. Existe algún tipo de facturación dentro del establecimiento?

 No Si Manual Electrónico

## 6. LEGAL

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 6.1 Cumplimiento de normativas legales

#### 1. El establecimiento cumple con los permisos de:

 Patente LUAE Funcionamiento Bomberos RUC Medio ambiente Salud IEPI Quito Turismo

#### 2. El establecimiento esta al día con las aportaciones al IESS?

 Si No

#### 3. El establecimiento cuenta con alguna certificación de calidad?

 No Si

## Anexo 2. Fotografías Hostal LaCañita



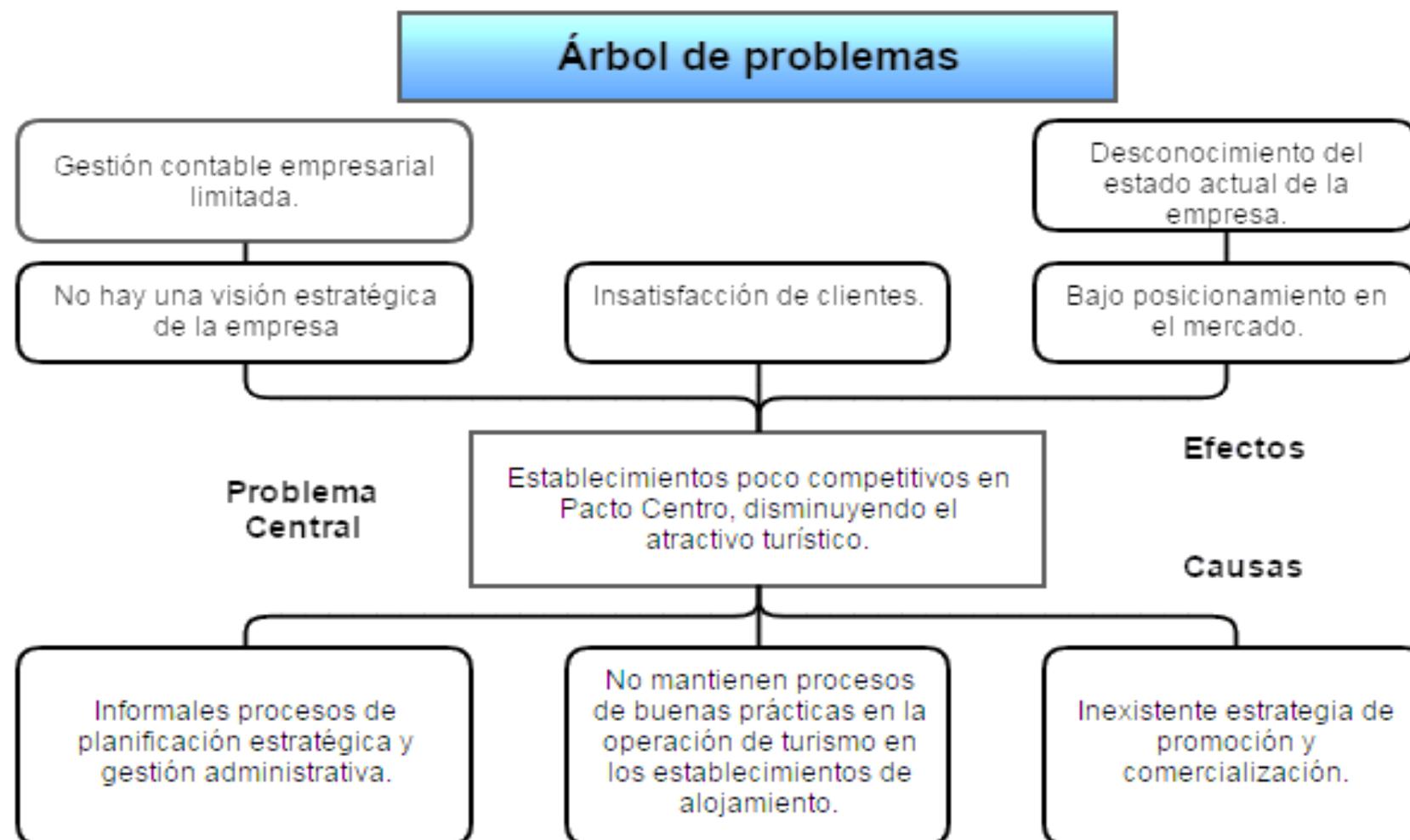
(Moncayo, Imágenes)

Anexo 3. Fotografías Hostal Damaris



(Moncayo, Imágenes)

#### Anexo 4. Árbol de problemas



## Anexo 5. Encuesta

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS

Estimado cliente,

La presente encuesta nos permitirá conocer sus observaciones en cuanto a los productos y servicios ofertados. Sus opiniones son sumamente valiosas y nos ayudarán a mejorar su experiencia dentro del establecimiento. Por consiguiente, solicitamos nos brinde cinco minutos de su tiempo para responder las preguntas respectivas.

#### BLOQUE I. IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR

##### 1. Marque con una X o escriba según corresponda

a) Nacionalidad \_\_\_\_\_

b) Lugar de residencia \_\_\_\_\_

c) Sexo  
Femenino   
Masculino

d) Edad  
Menor a 20   
20 a 29   
30 a 39   
40 a 49   
50 a 59   
Mayor a 60

e) Nivel de instrucción  
Primaria   
Secundaria   
Superior   
Postgrado

f) Motivo de viaje  
Vacaciones   
Negocios   
Estudios   
Visita   
amigos/familiare   
Voluntariado   
Turismo   
comunitario   
Otro (especifique) \_\_\_\_\_

g) Con quién viaja

Sólo/a

Pareja

Familiares

Amigos

Otros ( especifique) \_\_\_\_\_

h) Gasto promedio

\$5 - \$10

\$11 - \$20

\$21 - \$30

\$31 - \$40

\$41 - \$50

Más de \$50

## BLOQUE II. VALORACIÓN DE SERVICIOS

Califique nuestros servicios (solo aquellos de los que haya hecho uso), considerando los siguientes criterios, en donde: 1 Malo, 2 Regular, 3 Bueno, 4 Muy bueno, y 5 Excelente

Infraestructura del establecimiento	1	2	3	4	5
Estacionamiento					
Área de recepción					
Área social					
Habitaciones					
Servicios higiénicos					
Accesos					

Operación y servicio	1	2	3	4	5
Atención recibida					
Higiene personal					
Rapidez y eficiencia del personal					
Limpieza					
Ambiente					

Producto	1	2	3	4	5
Comodidad					
Iluminación					
Ventilación					
Decoración					

Ubicación y accesibilidad (calles)	1	2	3	4	5

a) ¿Cuál fue su primer impacto visual sobre el establecimiento?

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

b) Recomendaciones o sugerencias

---

---

---

---

## BLOQUE III. RELACIÓN PRECIO CALIDAD

Según la relación precio calidad califique, siendo 1 Totalmente insatisfecho y 5 Totalmente

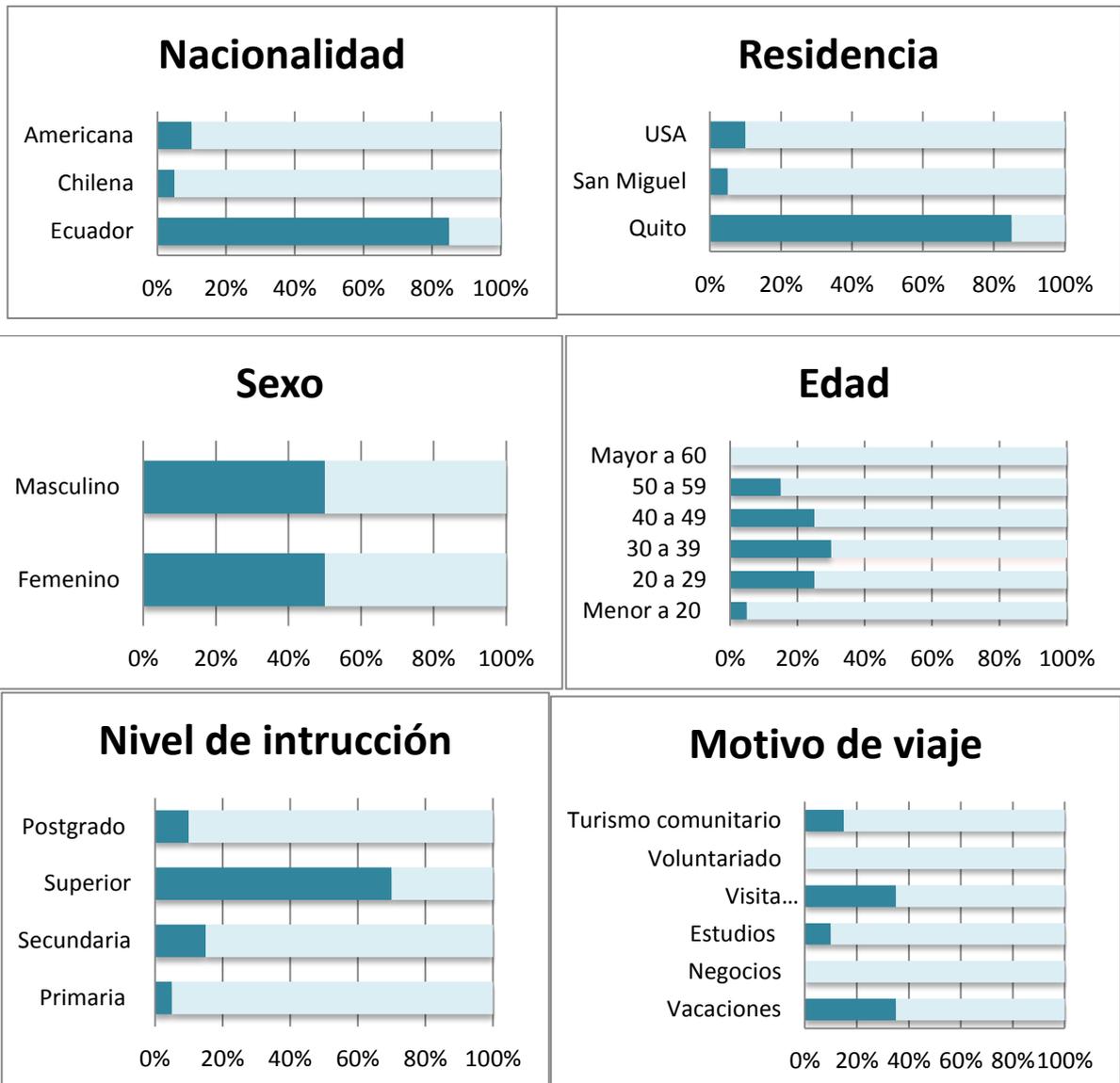
Establecimiento	1	2	3	4	5

¿Regresaría usted a dicho establecimiento?

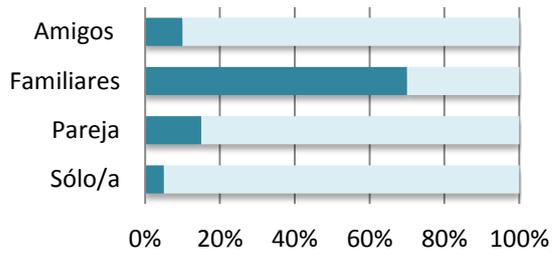
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

## Anexo 6. Tabulación de la demanda

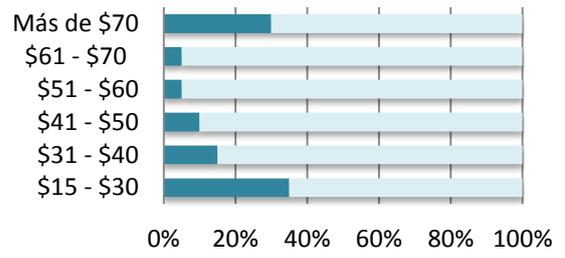
### ▪ Perfil del visitante



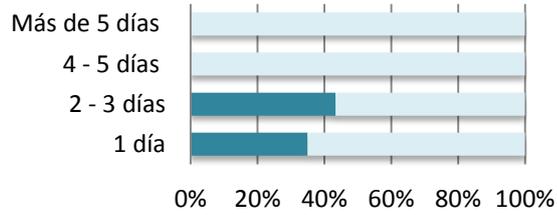
### Con quién viaja



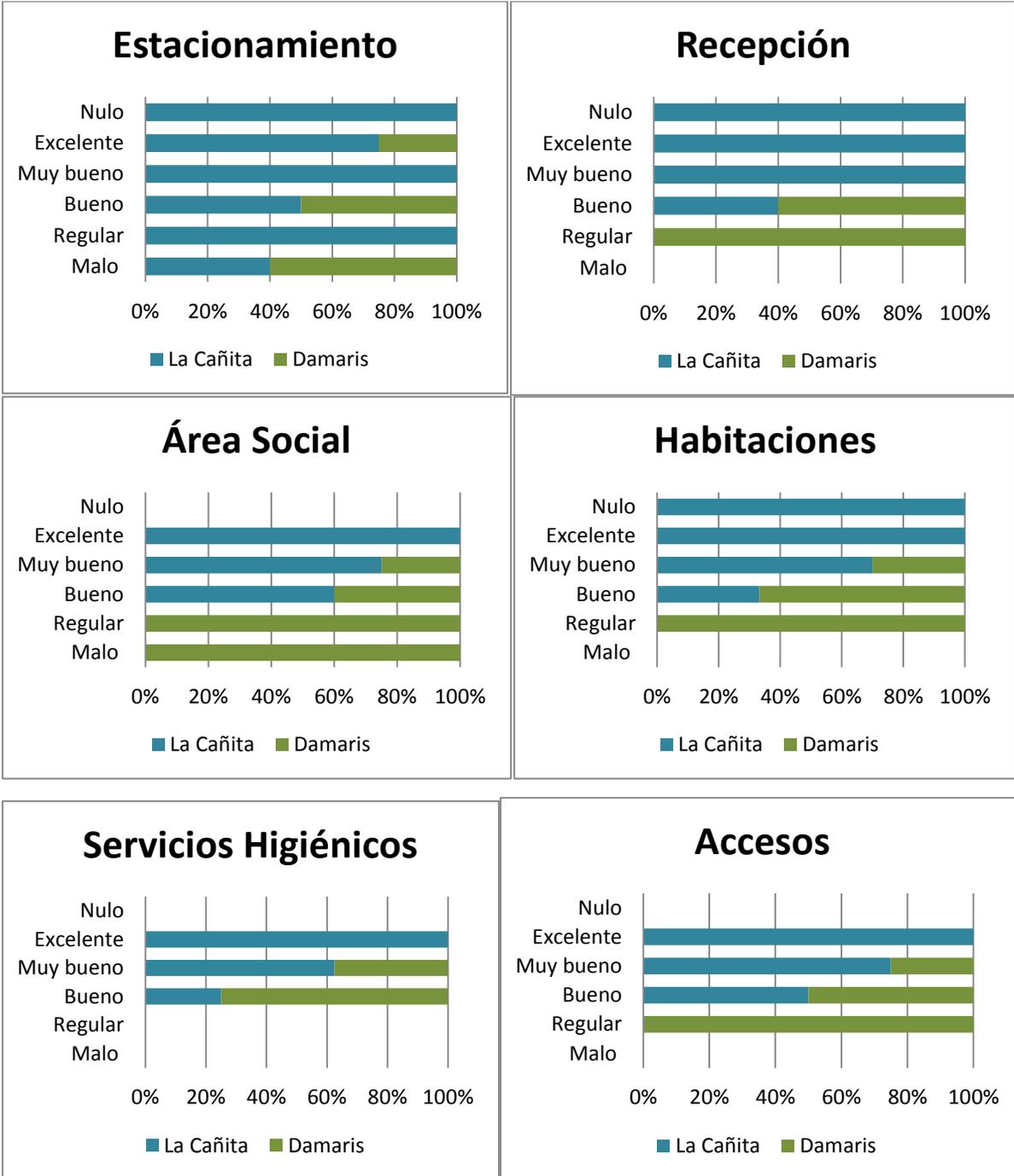
### Gasto promedio



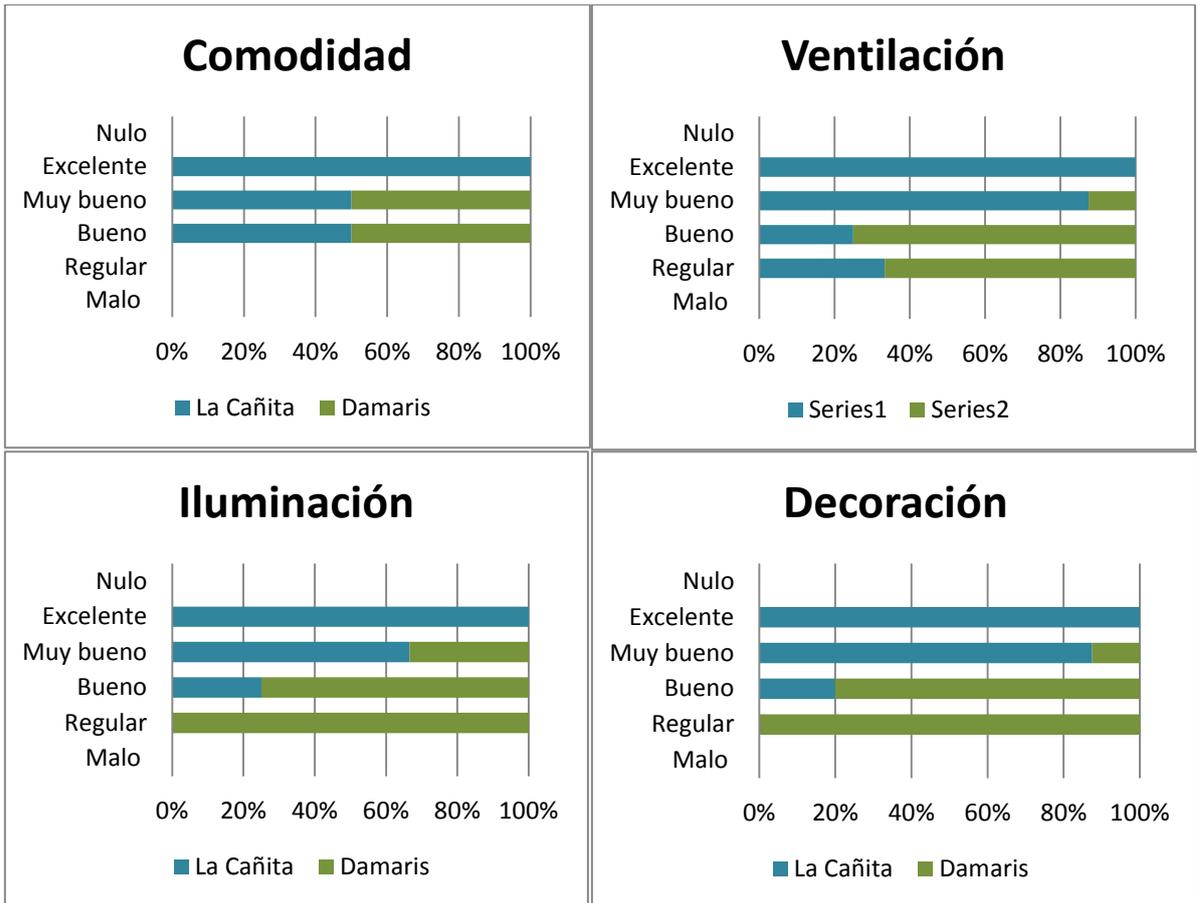
### Tiempo estimado de estadia



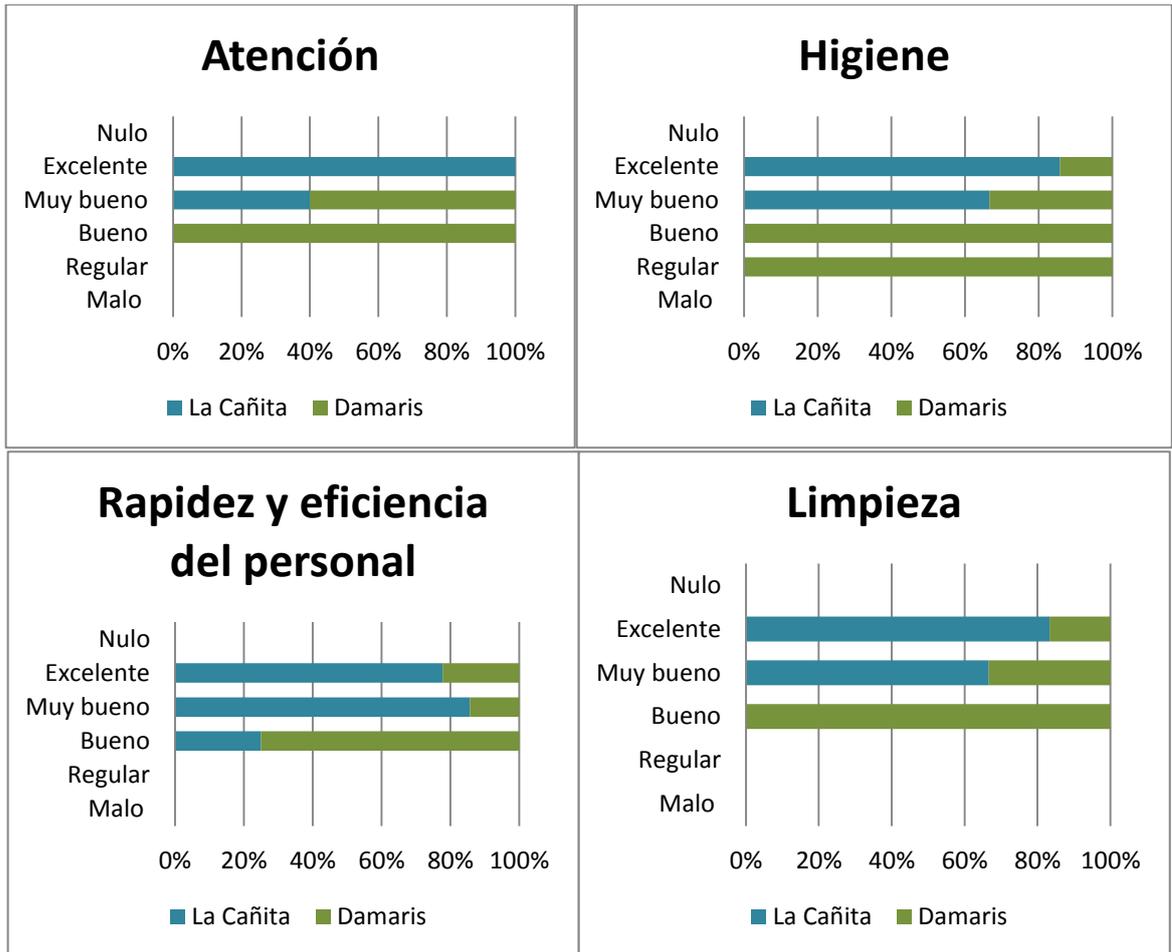
▪ **Infraestructura del establecimiento**

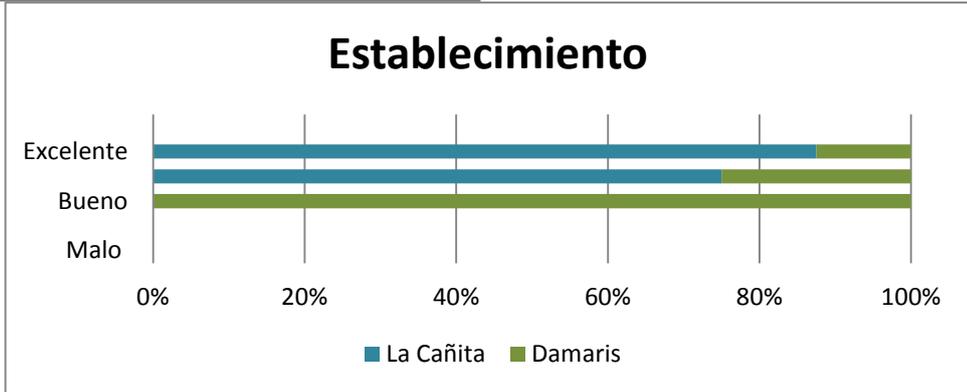
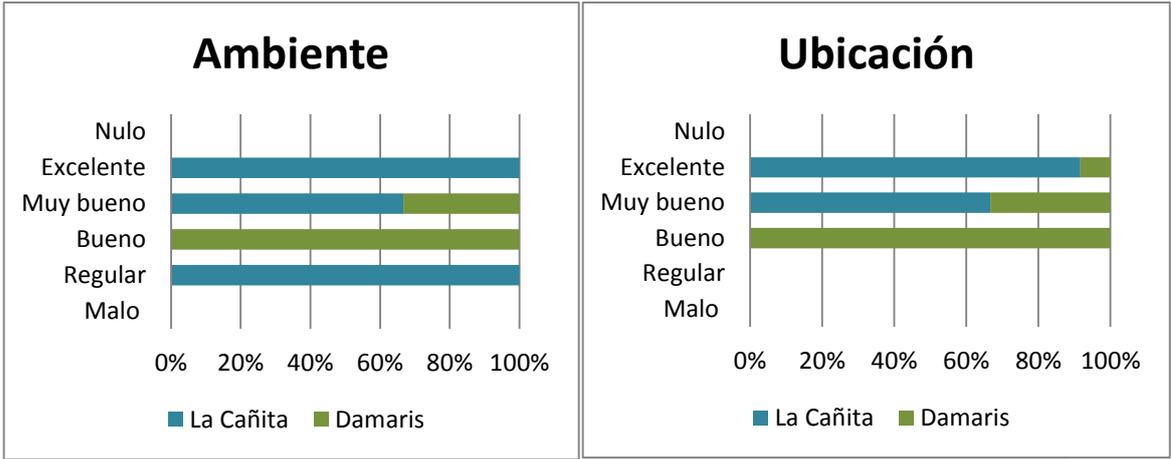


▪ **Producto**



▪ **Operación y servicio**





**Anexo 7. Marco Lógico**

<b>MARCO LÓGICO</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	Propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo para los servicios de alojamiento en la parroquia de Pacto, DM de Quito.

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	Brindar un servicio de alojamiento adecuado dentro de los establecimientos ofertados en la parroquia de Pacto				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESULTADOS	ACTIVIDADES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	RIESGOS
<b>Objetivo 1.</b>	<b>Resultado 1.1</b>				
1. Implementar un plan estratégico para la organización	1.1. Propuesta de implementación de planificación estratégica para los establecimientos de alojamiento en Pacto	1.1.1. Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento	4 establecimientos diagnosticados	Fotografías, manuales diseñados, lista de asistentes a los cursos de capacitación.	Falta de interés de los establecimientos turísticos para participar en el proceso
		1.1.2. Guía para elaboración de plan estratégico	1 guía diseñada		
		1.1.3. Capacitación a personal administrativo	100% de personal administrativo capacitado		
		1.1.4. Dirección técnica en la construcción e implementación de la planificación estratégica	4 establecimientos asesorados		

<b>Objetivo 2.</b>	<b>Resultado 2.1</b>				
<b>2. Establecer funciones y tareas a cada uno de los colaboradores del hotel orientadas a las buenas prácticas de turismo</b>	<b>2.1 Buenas prácticas de turismo implementadas en los establecimientos de alojamiento en Pacto</b>	<b>2.1.1. Diagnosticar los establecimientos de alojamiento</b>	4 establecimientos diagnosticados	Fotografías, manuales diseñados, lista de asistentes a los cursos de capacitación.	Falta de interés por parte de los establecimientos.
		<b>2.1.2. Elaboración de buenas prácticas</b>	1 guía diseñada		
		<b>2.1.3. Capacitación sobre buenas prácticas</b>	80% de personal de los establecimientos de Alojamiento		
		<b>2.1.4. Acompañamiento técnico en el proceso de implementación buenas prácticas</b>	4 establecimientos asesorados		
<b>Objetivo 3.</b>	<b>Resultado 4.1</b>				
<b>3. Implementar estrategias de comunicación y difusión de los establecimientos de alojamiento</b>	<b>3.1. Desarrollar un modelo de promoción y difusión turística en los establecimientos de alojamiento de la parroquia de Pacto.</b>	<b>3.1.1. Crear la imagen y marca corporativa de los establecimientos</b>	4 marcas desarrolladas	Fotografías, manuales diseñados, lista de asistentes a los cursos de capacitación.	Falta de interés por parte de los establecimientos.
		<b>3.1.2. Capacitación en establecimientos sobre la importancia de difundir y publicitar los negocios.</b>	80% de personal capacitado		
		<b>3.1.3. Acompañamiento técnico en el proceso de difusión de establecimientos</b>	4 establecimientos asesorados		

**Anexo 8. Cronograma del proyecto**

CRONOGRAMA DEL PROYECTO																											
ACTIVIDAD	DURACIÓN																								RESPONSABLE		
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6						
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24			
<b>Objetivo 1. Implementar un plan estratégico para la organización</b>																											
Actividad 1. Diagnóstico de los establecimientos de alojamiento.	■	■	■	■																							Quito Turismo
Actividad 2. Guía para elaboración de plan estratégico.					■	■	■	■																			Quito Turismo
Actividad 3. Capacitación a personal administrativo.									■	■	■	■															Quito Turismo Hostal "La Cañita" Hostal Damaris
Actividad 4. Dirección técnica en la construcción e implementación de la planificación estratégica.													■	■			■	■			■	■					Quito Turismo Hostal "La Cañita" Hostal Damaris

<b>Objetivo 2. Establecer funciones y tareas a cada uno de los colaboradores del hotel orientadas a las buenas prácticas de sostenibilidad.</b>																				
Actividad 1. Diagnosticar los establecimientos de alojamiento.	■	■	■	■																Quito Turismo
Actividad 2. Elaboración de buenas prácticas (herramientas).					■	■	■	■												GAD Pacto
Actividad 3. Capacitación sobre buenas prácticas.									■	■	■	■								Quito Turismo Hostal "La Cañita" Hostal Damaris
Actividad 4. Acompañamiento técnico en el proceso de buenas prácticas.											■	■				■	■			GAD Pacto
<b>Objetivo 3. Implementar estrategias de comunicación y difusión de los establecimientos de alojamiento.</b>																				
Actividad 1. Crear la imagen y marca corporativa de los establecimientos	■	■	■	■																GAD Pacto
Actividad 2. Capacitación en establecimientos sobre la importancia de difundir y publicitar los negocios.					■	■	■	■												Quito Turismo Hostal "La Cañita" Hostal Damaris
Actividad 4. Acompañamiento técnico en el proceso de difusión de establecimientos								■	■			■	■			■	■			Quito Turismo

\* Será un solo programa de capacitación, realizado los 4 lunes y martes de cada semana (5 horas por día)

## Anexo 9. Presupuesto consolidado

PRESUPUESTO CONSOLIDADO								
CATEGORIAS DE PRESUPUESTO / RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)	FINANCIAMIENTO			TOTAL (\$)
					G.A.D PACTO	QUITO TURISMO	BENEFICIARIOS	
					100%	100%	100%	
<b>A. CAPACITACION:</b>								<b>\$ 3.000,00</b>
Taller 1. Taller de gerencia y planificación estrategica,	Hora	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00
Taller 2. Taller de buenas prácticas en operación hotelera.	Hora	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00
Taller 3. Taller de promoción y publicidad	Hora	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00
<b>B. EQUIPO:</b>								<b>\$ 1.675,00</b>
Computadora	Unidad	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ 800,00
Impresora	Unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ -	\$ -	\$ 250,00
Cámara fotográfica	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ 500,00
Flash USB	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ -	\$ -	\$ 25,00
Grabadora	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00
<b>C. MATERIALES:</b>								<b>\$ 200,00</b>
Suministros de oficina	Kit	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ 200,00
<b>D. ASISTENCIA TÉCNICA</b>								<b>\$ 1.200,00</b>
Consultor (diagnósticos)	Mes	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 600,00
Consultor (manuales)	Mes	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 600,00
<b>E. PERSONAL</b>								<b>\$ 6.600,00</b>
Coordinador	Mes	6	\$ 600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ -	\$ -	\$ 3.600,00
Asesor	Mes	6	\$ 500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00
<b>F. PROMOCION/ DIVULGACION/ COMUNICACIÓN</b>								<b>\$ 1.300,00</b>
Diagramación Manuales	Unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	\$ 300,00	\$ -	\$ 300,00
Impresión de manuales	Unidad	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00
<b>H. VIATICOS Y TRANSPORTE</b>								<b>\$ 204,00</b>
Hospedaje	Días	4	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00
Alimentación	Días	8	\$ 15,00	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 120,00
Transporte terrestre	Días	8	\$ 3,00	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 24,00
<b>G. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>								<b>\$ 540,00</b>
Servicio Internet	Mes	6	\$ 30,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ -	\$ -	\$ 180,00
Servicios básicos	Mes	6	\$ 60,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ -	\$ -	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 14.719,00</b>

\* Será un solo programa de capacitación, realizado los 4 lunes y martes de cada semana (5 horas por día)

Por consultor

Por consultor

Por consultor

**Anexo 10. Ficha de diagnóstico "Damaris"**

Fecha de inauguración:	2004	Tipo de Establecimiento:	Alojamiento	Categoría:	3
Nº Registro Turístico:	17017211152	Capacidad de hospedaje:	30 pax	Nº habitaciones:	16
<b>1. DATOS GENERALES</b>					
*RUC:	1714824917001				
Nombre Comercial:	Hostal Damaris				
Sexo del representante legal	<input checked="" type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Masculino	Autodefinición (etnia):		Mestiza
*Representante legal:	Jomara Jácome				
*Calle y número:	Calle San Lorenzo				
*Barrio:	-	Administración zonal:		La Delicia	
*Delegación Municipio:	-				
*Teléfono convencional:	2176160	Ext:		Celular:	0994560719
Página Web:	-				
*E-mail:	-				
*Contacto:	Maria Rivera		*Cargo del contacto:		
*Trabajadores	1 Directivos	1 Administrativos	2 Operativos	Total	4
Sexo/Condición trabajadores	0 Hombres	4 Mujeres	0 Capacidades diferentes		
Servicios que oferta:	Alimentación y hospedaje		Tipo de alimentación: Pacteña		
Servicios complementarios:	Wifi, piscina, direct TV		Porcentaje de ventas: 1500 mensuales		
Horario de atención:	24 horas	Forma de pago:	Efectivo	Precio promedio: 12	

### 3. MERCADO

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

#### 3.1 Promoción

##### 1. Promoción de ventas

- Realizo promociones  
 No realizo actividades promocionales

##### 2. Que tipo de promoción utiliza?

- |            |                          |          |                          |                       |                                     |
|------------|--------------------------|----------|--------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Folletos   | <input type="checkbox"/> | e-mail   | <input type="checkbox"/> | Operadoras de turismo | <input type="checkbox"/>            |
| Videos     | <input type="checkbox"/> | Afiches  | <input type="checkbox"/> | Redes sociales        | <input type="checkbox"/>            |
| Pagina WEB | <input type="checkbox"/> | Revistas | <input type="checkbox"/> | boca a boca           | <input checked="" type="checkbox"/> |

##### 3. Si marcó redes sociales por favor especifique:

- |           |                          |                      |
|-----------|--------------------------|----------------------|
| Facebook  | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Instagram | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Twitter   | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Otros     | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |

##### 4. Si marcó Pagina WEB por favor especifique:

- http://
- email

##### 5. En que idiomas ha realizado su material promocional?

- Español  
 Ingles  
 Otro

##### 6. Publicidad (Solo marcas externas)

- 3  Tengo publicidad diseñada con mi concepto de negocio  
2  Tengo publicidad de las marcas más representativas que vendo  
1  Tengo publicidad de algunas marcas pero está deteriorada  
0  No tengo publicidad en mi local

##### 7. Fuerza de ventas

- 3  Tengo un equipo de ventas  
2  Capacito a mi equipo de ventas y le pago por comisión de ventas  
1  Tengo un equipo de ventas pero no lo capacito  
0  No cuento con vendedores

##### 8. ¿Cómo venden su producto turístico?

- Independiente  
 En asociación:  Tour operadores  
 Gremios, asociaciones  
 Agencias de viajes  
 Otros

#### 4. OPERACIÓN

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

##### 4.1 Planeación estratégica

**1. El local cuenta con una filosofía donde se basa el hacer, hacia donde van y que conductas son aceptables?**

- 3  La tenemos y todo el personal la conoce  
2  Se tiene en borrador  
1  Tenemos la idea, pero aún no la concretamos  
0  No se tiene

**2. El establecimiento cuenta con una Misión? Especifique.**

- Si  No

**Especifique:**

**3. La Misión responde a las interrogantes de ¿Qué hacen? ¿Para que lo hacen? Y ¿Cómo lo hacen?**

- 3  Todos en la organización la conocen y la aplican  
2  Responde a alguna interrogante  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

**4. El establecimiento cuenta con una Visión?**

- Si  No

**Especifique:**

**5. La Visión expresa la ideología central de la empresa?**

- 3  Todos en la organización saben hacia donde nos dirigimos  
2  Se tienen varias, aún no se concreta  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

**6. Los valores son de acuerdo a la norma de conducta y la toma de decisiones?**

- 3  Se tienen por escrito y se siguen en la conducta de todo el personal  
2  Se tienen descritos, pero no se siguen  
1  Se tiene una ética de comportamiento, no escrita  
0  No se tiene

**7. Cuenta con objetivos empresariales establecidos?**

Si  No

**Especifique:**

--

**4.2 Organización**

**8. Cuenta con personal capacitado para desempeñar las diferentes actividades?**

- 3  Si cuento con una para cada área
- 2  Cuento con personal que desempeña varias funciones
- 1  Todos son polifuncionales
- 0 No cuento con personal capacitado

**9. Describa las actividades que realiza:**

Administrador	Administrar-Arreglar habitaciones-atención al cliente
Recepcionista	
Ama de llaves	
Conserje	
.....	

**10. Como realiza el reclutamiento de personal**

Amistad

**11. Como realiza la selección de personal**

Amistad

**12. Posee estándares para la selección de proveedores?**

Si  No

**Especifique:**

--

## 5. FINANZAS

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 5.1 Fundamentos

1. ¿La empresa genera información contable?

No

Si

Libro de entradas

Libro de salidas

Balances

Estados de resultados

Control de caja

Flujo de efectivo

2. ¿La empresa cuenta con un contador para un mejor control?

Si

No

3. ¿Cómo se lleva a cabo el control financiero del establecimiento?

Se lleva por sistema con supervisión

Se lleva por una persona y genera registros

Se lleva un control manual

No se lleva control

4. Existe algún tipo de facturación dentro del establecimiento?

No

Si

Manual

Electrónico

## 6. LEGAL

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 6.1 Cumplimiento de normativas legales

1. El establecimiento cumple con los permisos de:

Patente

LUAE

Funcionamiento

Bomberos

RUC

Medio ambiente

Salud

IEPI

Quito Turismo

2. El establecimiento esta al día con las aportaciones al IESS?

Si

No

3. El establecimiento cuenta con alguna certificación de calidad?

No

Si

**Anexo 11. Ficha de diagnóstico "La Cañita"**

Fecha de inauguración:	<u>2007</u>	Tipo de Establecimiento:	<u>Alojamiento</u>	Categoría:	
Nº Registro Turístico:	<u>17017211114</u>	Capacidad de hospedaje:		Nº habitaciones:	<u>10</u>
<b>1. DATOS GENERALES</b>					
*RUC:	<u>0400734018001</u>				
Nombre Comercial:	<u>La Cañita</u>				
*Sexo del representante legal	<input checked="" type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Masculino	Autodefinición (etnia):		<u>Mestiza</u>
*Representante legal:	<u>Gloria Revelo</u>				
*Calle y número:	<u>27 de Marzo y España</u>				
*Barrio:				Administración zonal:	<u>La Delicia</u>
*Delegación Municipio:					
*Teléfono convencional:	<u>2176103</u>	Ext:		Celular:	
Página Web:					
*E-mail:	<u>lacañita.pacto@hotmail.com</u>				
*Contacto:	<u>Gloria Revelo</u>		*Cargo del contacto:		
*Trabajadores	<u>1</u> Directivos	<u>1</u> Administrativos	<u>3</u> Operativos	Total	<u>5</u>
*Sexo/Condición trabajadores	<u>0</u> Hombres	<u>5</u> Mujeres	<u>0</u> Capacidades diferentes		
Servicios que oferta:	<u>Alimentación y hospedaje</u>			Tipo de alimentación: <u>Pacteña</u>	
Servicios complementarios:	<u>Wifi, cable CNT</u>			Porcentaje de ventas: <u>1500 mensuales</u>	
Horario de atención:	<u>24 horas</u>	Forma de pago:	<u>Efectivo</u>	Precio promedio: <u>11,40 inc.iva</u>	
<b>2. ORGANIGRAMA (Estructura Principal)</b>					

### 3. MERCADO

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

#### 3.1 Promoción

##### 1. Promoción de ventas

- Realizo promociones  
 No realizo actividades promocionales

##### 2. Que tipo de promoción utiliza?

- |            |                          |          |                          |                       |                                     |
|------------|--------------------------|----------|--------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Folletos   | <input type="checkbox"/> | e-mail   | <input type="checkbox"/> | Operadoras de turismo | <input type="checkbox"/>            |
| Videos     | <input type="checkbox"/> | Afiches  | <input type="checkbox"/> | Redes sociales        | <input type="checkbox"/>            |
| Pagina WEB | <input type="checkbox"/> | Revistas | <input type="checkbox"/> | boca a boca           | <input checked="" type="checkbox"/> |

##### 3. Si marcó redes sociales por favor especifique:

- |           |                          |  |
|-----------|--------------------------|--|
| Facebook  | <input type="checkbox"/> |  |
| Instagram | <input type="checkbox"/> |  |
| Twitter   | <input type="checkbox"/> |  |
| Otros     | <input type="checkbox"/> |  |

##### 4. Si marcó Pagina WEB por favor especifique:

- http://   
email

##### 5. En que idiomas ha realizado su material promocional?

- Español  
 Ingles  
 Otro

##### 6. Publicidad (Solo marcas externas)

- 3  Tengo publicidad diseñada con mi concepto de negocio  
2  Tengo publicidad de las marcas más representativas que vendo  
1  Tengo publicidad de algunas marcas pero está deteriorada  
0  No tengo publicidad en mi local

##### 7. Fuerza de ventas

- 3  Tengo un equipo de ventas  
2  Capacito a mi equipo de ventas y le pago por comisión de ventas  
1  Tengo un equipo de ventas pero no lo capacito  
0  No cuento con vendedores

##### 8. ¿Cómo venden su producto turístico?

- Independiente  
 En asociación:  Tour operadores  
 Gremios, asociaciones  
 Agencias de viajes  
 Otros

## 4. OPERACIÓN

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 4.1 Planeación estratégica

#### 1. El local cuenta con una filosofía donde se basa el hacer, hacia donde van y que conductas son aceptables?

- 3  La tenemos y todo el personal la conoce  
2  Se tiene en borrador  
1  Tenemos la idea, pero aún no la concretamos  
0  No se tiene

#### 2. El establecimiento cuenta con una Misión? Especifique.

- Si  No

##### Especifique:

Brindar el mejor servicio de hospedaje y alimentación en cómodas instalaciones con un equipo de trabajo comprometido con las buenas prácticas turísticas para garantizar la plena satisfacción de nuestros clientes nacionales e internacionales.

#### 3. La Misión responde a las interrogantes de ¿Qué hacen? ¿Para que lo hacen? Y ¿Cómo lo hacen?

- 3  Todos en la organización la conocen y la aplican  
2  Responde a alguna interrogante  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

#### 4. El establecimiento cuenta con una Visión?

- Si  No

##### Especifique:

Convertirnos en un hostel de referencia en cuanto a servicios de alojamiento en el noroccidente de la provincia de Pichincha fundamentados en un concepto de turismo comunitario sostenible, comprometidos a través de la mejora continua apoyándonos en un marco de cultura de servicio al cliente.

#### 5. La Visión expresa la ideología central de la empresa?

- 3  Todos en la organización saben hacia donde nos dirigimos  
2  Se tienen varias, aún no se concreta  
1  Solo la conoce el dueño  
0  No tiene

#### 6. Los valores son de acuerdo a la norma de conducta y la toma de decisiones?

- 3  Se tienen por escrito y se siguen en la conducta de todo el personal  
2  Se tienen descritos, pero no se siguen  
1  Se tiene una ética de comportamiento, no escrita  
0  No se tiene

7. Cuenta con objetivos empresariales establecidos?

Si  No

Especifique:

#### 4.2 Organización

8. Cuenta con personal capacitado para desempeñar las diferentes actividades?

- 3  Si cuento con una para cada área  
2  Cuento con personal que desempeña varias funciones  
1  Todos son polifuncionales  
0 No cuento con personal capacitado

9. Describa las actividades que realiza:

Administrador	Administrar cuentas-atención al cliente
Recepcionista	
Ama de llaves	Limpieza de habitaciones.
Conserje	
.....	

10. Como realiza el reclutamiento de personal

Amistad

11. Como realiza la selección de personal

Amistad

12. Posee estándares para la selección de proveedores?

Si  No

Especifique:

Jabón

## 5. FINANZAS

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 5.1 Fundamentos

#### 1. ¿La empresa genera información contable?

- No  Sí
- Libro de entradas  
 Libro de salidas  
 Balances  
 Estados de resultados  
 Control de caja  
 Flujo de efectivo

#### 2. ¿La empresa cuenta con un contador para un mejor control?

- Sí  No

#### 3. ¿Cómo se lleva a cabo el control financiero del establecimiento?

- Se lleva por sistema con supervisión  
 Se lleva por una persona y genera registros  
 Se lleva un control manual  
 No se lleva control

#### 4. Existe algún tipo de facturación dentro del establecimiento?

- No  Sí
- Manual  
 Electrónico

## 6. LEGAL

\* Marque con una X la respuesta para cada una de las preguntas

### 6.1 Cumplimiento de normativas legales

#### 1. El establecimiento cumple con los permisos de:

- Patente  LUAE  Funcionamiento  
 Bomberos  RUC  Medio ambiente  
 Salud  IEPI  Quito Turismo

#### 2. El establecimiento está al día con las aportaciones al IESS?

- Sí  No

#### 3. El establecimiento cuenta con alguna certificación de calidad?

- No  Sí
-

## Anexo 12. Check list

C= cumple

NC= no cumple

CP= cumple parcialmente

NA= no aplica

LA CAÑITA CHECK LIST						DAMARIS CHECK LIST							
1	Aspectos generales	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	1	Aspectos generales	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
1.1	El establecimiento se encuentra en óptimas condiciones (conservación, mantenimiento,						1.1	El establecimiento se encuentra en óptimas condiciones (conservación, mantenimiento,					PINTAR PAREDES
1.2	El establecimiento posee un sistema de ventilación eficiente						1.2	El establecimiento posee un sistema de ventilación eficiente					
1.3	El establecimiento utiliza elementos decorativos acordes al						1.3	El establecimiento utiliza elementos decorativos acordes al					
1.4	La iluminación es adecuada, el sistema de cableado es óptimo.						1.4	La iluminación es adecuada, el sistema de cableado es óptimo.					
1.5	Existe caja fuerte a disposición de los huéspedes						1.5	Existe caja fuerte a disposición de los huéspedes					
1.6	El establecimiento posee estacionamiento						1.6	El establecimiento posee estacionamiento					
1.7	Existe una eficiente distribución de espacios; disposición y ubicación						1.7	Existe una eficiente distribución de espacios; disposición y ubicación					
1.8	El establecimiento cuenta con una correcta y eficiente señalética						1.8	El establecimiento cuenta con una correcta y eficiente señalética					
1.9	El establecimiento posee facilidades para personas con						1.9	El establecimiento posee facilidades para personas con					
1.10	Las estaciones de servicio higiénico se mantienen limpias y provistas de los insumos						1.10	Las estaciones de servicio higiénico se mantienen limpias y provistas de los insumos					
1.11	El establecimiento maneja un sistema de clasificación de desechos (colores en los						1.11	El establecimiento maneja un sistema de clasificación de desechos (colores en los basureros					
1.12	El depósito general de basura se encuentra cubierto o cerrado, fuera del alcance y vista de los						1.12	El depósito general de basura se encuentra cubierto o cerrado, fuera del alcance y vista de los clientes					
1.13	Los espacios y áreas exteriores al establecimiento se encuentran limpias y en óptimo estado						1.13	Los espacios y áreas exteriores al establecimiento se encuentran limpias y en óptimo estado					

2	Habitaciones	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	2	Habitaciones	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
2.1	Las habitaciones se encuentran en óptimo estado						2.1	Las habitaciones se encuentran en óptimo estado					DOS HABITACIONES
2.2	Existe una eficiente distribución de espacios; disposición y ubicación física de los componentes						2.2	Existe una eficiente distribución de espacios; disposición y ubicación física de los componentes					
2.3	Las habitaciones resultan cómodas y confortables						2.3	Las habitaciones resultan cómodas y confortables					
2.4	Las habitaciones se encuentran bien decoradas y de acuerdo al entorno						2.4	Las habitaciones se encuentran bien decoradas y de acuerdo al entorno					
2.5	Los muebles se encuentran en óptimo estado						2.5	Los muebles se encuentran en óptimo estado					
2.6	Se cuenta con los muebles necesarios y suficientes (lámparas, asientos, veladores, etc.)						2.6	Se cuenta con los muebles necesarios y suficientes (lámparas, asientos, veladores, etc.)					SOLO VELADOR
2.7	La lencería se encuentra en óptimo estado					CAMBIAR CORTINAS	2.7	La lencería se encuentra en óptimo estado					
2.8	Existe la cantidad suficiente de lencería					CAMBIAR TOALLAS	2.8	Existe la cantidad suficiente de lencería					
2.9	Las dimensiones de las camas ofertadas cumplen las normas establecidas en el Reglamento de					2 PLAZAS	2.9	Las dimensiones de las camas ofertadas cumplen las normas establecidas en el Reglamento de					1 Y 2 PLAZAS
2.10	Los colchones se encuentran en óptimo estado; son cómodos y					LIMPIEZA	2.10	Los colchones se encuentran en óptimo estado; son cómodos y					
2.11	Los espacios, muebles, lencería y demás insumos se encuentran						2.11	Los espacios, muebles, lencería y demás insumos se encuentran					
2.12	Se encuentran cubiertas las instalaciones eléctricas						2.12	Se encuentran cubiertas las instalaciones eléctricas					
2.13	Existen suficientes tomacorrientes					2 POR	2.13	Existen suficientes tomacorrientes					2 POR
2.14	Las puertas poseen cerradura con llave						2.14	Las puertas poseen cerradura con llave					

3	Baños de huéspedes	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	3	Baños de huéspedes	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
3.1	Las dimensiones del baño permiten el fácil desplazamiento						3.1	Las dimensiones del baño permiten el fácil desplazamiento					
3.2	Los baños poseen sistema de ventilación y eliminación de					CAMBIAR EN ALGUNOS	3.2	Los baños poseen sistema de ventilación y eliminación de olores					VENTANAS
3.3	Se brinda el servicio de agua caliente						3.3	Se brinda el servicio de agua caliente					
3.4	Los baños (lavabo, tina, paredes y pisos) se encuentran limpios y						3.4	Los baños (lavabo, tina, paredes y pisos) se encuentran limpios y					
3.5	Las tuberías y griferías se encuentran limpias, desinfectadas						3.5	Las tuberías y griferías se encuentran limpias, desinfectadas					
3.6	Las cortinas del baño se encuentran limpias						3.6	Las cortinas del baño se encuentran limpias					
3.7	Existen algún tipo de humedad o filtración					NO HAY HUMEDAD	3.7	Existen algún tipo de humedad o filtración					NO HAY HUMEDAD
3.8	Se cuenta con espejo						3.8	Se cuenta con espejo					
3.9	Se cuenta con la lencería necesaria						3.9	Se cuenta con la lencería necesaria					
3.10	Se cuenta con jabón, shampoo, acondicionador, papel higiénico,					NO ACONDICIONAD	3.10	Se cuenta con jabón, shampoo, acondicionador, papel higiénico,					NO ACONDICIONAD
3.11	Se cuenta con basurero						3.11	Se cuenta con basurero					
3.12	El basurero tiene funda						3.12	El basurero tiene funda					
4	Personal	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	4	Personal	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
4.1	El personal cuida su apariencia e higiene personal						4.1	El personal cuida su apariencia e higiene personal					
4.2	El personal hace uso de uniformes o emplea ropa apropiada para el desenvolvimiento de cada puesto						4.2	El personal hace uso de uniformes o emplea ropa apropiada para el desenvolvimiento de cada puesto					
4.3	El personal hace uso de redecillas para cabello y barba (en caso de						4.3	El personal hace uso de redecillas para cabello y barba (en caso de					
4.4	El personal no hace uso de accesorios o joyas no permitidas						4.4	El personal no hace uso de accesorios o joyas no permitidas					
4.5	El personal es amable, cortés, atento y respetuoso						4.5	El personal es amable, cortés, atento y respetuoso					
4.6	El personal solventa las necesidades del cliente con						4.6	El personal solventa las necesidades del cliente con					
4.7	Por lo menos una persona maneja otro idioma aparte del español						4.7	Por lo menos una persona maneja otro idioma aparte del español					
5	Recibimiento y	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	5	Recibimiento y	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
5.1	Se verifica el estado del producto durante su recepción						5.1	Se verifica el estado del producto durante su recepción					
5.2	El área de almacenamiento posee óptimas condiciones						5.2	El área de almacenamiento posee óptimas condiciones					
5.3	El equipo usado para almacenar se encuentra limpio						5.3	El equipo usado para almacenar se encuentra limpio					
5.4	Existen divisiones y espacios designados para cada tipo de						5.4	Existen divisiones y espacios designados para cada tipo de					
5.5	El producto se encuentra libre de polvo, condensación, etc.						5.5	El producto se encuentra libre de polvo, condensación, etc.					

6	Operación y servicio	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	6	Operación y servicio	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
6.1	Se posee un registro de ingreso y salida de personal						6.1	Se posee un registro de ingreso y salida de personal					
6.2	El establecimiento cuenta con un sistema de quejas y sugerencias						6.2	El establecimiento cuenta con un sistema de quejas y sugerencias					
6.3	Se realiza una limpieza y retoque de habitación previa la llegada de						6.3	Se realiza una limpieza y retoque de habitación previa la llegada de					
6.4	Se ofrecen amenidades						6.4	Se ofrecen amenidades					
6.5	Se realiza la reposición diaria de amenidades						6.5	Se realiza la reposición diaria de amenidades					
6.6	Se realiza la reposición diaria de lencería					CADA DOS DIAS	6.6	Se realiza la reposición diaria de lencería					SI EL HUÉSPED LE PERMITE
6.7	El personal brinda una calurosa bienvenida a cada cliente						6.7	El personal brinda una calurosa bienvenida a cada cliente					
6.8	El personal imparte las debidas indicaciones a cada cliente sobre la operación y servicio durante su						6.8	El personal imparte las debidas indicaciones a cada cliente sobre la operación y servicio durante su					
6.9	Se manejan procesos y estándares de check in					SOLO FERIADOS	6.9	Se manejan procesos y estándares de check in					
6.10	Se manejan procesos y estándares de check out						6.10	Se manejan procesos y estándares de check out					
6.11	El personal ayuda a los huéspedes con sus maletas						6.11	El personal ayuda a los huéspedes con sus maletas					
6.12	El personal guía a los huéspedes hacia su habitación						6.12	El personal guía a los huéspedes hacia su habitación					
6.13	El personal muestra y explica el funcionamiento de los aparatos						6.13	El personal muestra y explica el funcionamiento de los aparatos					
6.14	El personal brinda soporte a los clientes en todas sus necesidades						6.14	El personal brinda soporte a los clientes en todas sus necesidades					
6.15	Se realiza la limpieza y arreglo diario de habitaciones						6.15	Se realiza la limpieza y arreglo diario de habitaciones					
7	Seguridad	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES	7	Seguridad	C	CP	NC	NA	OBSERVACIONES
7.1	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios					UN COMPLETO, UN VACIO	7.1	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios					
7.2	El botiquín se encuentra en un lugar visible y de fácil acceso						7.2	El botiquín se encuentra en un lugar visible y de fácil acceso					
7.3	Se cuenta con un extintor de incendios						7.3	Se cuenta con un extintor de incendios					
7.4	El extintor se encuentra recargado y no ha expirado						7.4	El extintor se encuentra recargado y no ha expirado					
7.5	El extintor se encuentra en un lugar visible y de fácil acceso					HAY TRES	7.5	El extintor se encuentra en un lugar visible y de fácil acceso					
7.6	Se cuenta con un sistema de alarma contra incendios						7.6	Se cuenta con un sistema de alarma contra incendios					
7.7	Se posee un adecuado sistema de evacuación						7.7	Se posee un adecuado sistema de evacuación					
7.8	El establecimiento tiene definido un punto de encuentro o zona segura de encuentro en caso de					PARQUE	7.8	El establecimiento tiene definido un punto de encuentro o zona segura de encuentro en caso de					CERCA DE LA PISCINA
7.9	El personal se encuentra capacitado y conoce sobre						7.9	El personal se encuentra capacitado y conoce sobre					

## **Anexo 13. Manual de Buenas Prácticas de Turismo**

### **Introducción**

Actualmente el turismo es una de las actividades productivas más importantes alrededor del mundo, llegando a ser altamente beneficiosa, pero a su vez considerablemente destructiva si no se la práctica de forma adecuada ya que puede causar un impacto negativo dentro de los patrimonios naturales y culturales de cualquier país.

En base a esta realidad y al riesgo de deterioro de recursos, nacen varias actividades conocidas como buenas prácticas de turismo. Estas acciones son ajustes de las prácticas tradicionales de los sectores empresariales en buenas prácticas orientadas a tres principios básicos:

#### **1. Económico:**

Actividades desarrolladas en base a las buenas prácticas de turismo empresarial, las mismas que aseguran el crecimiento, desarrollo y mantenimiento del negocio.

#### **2. Ambiental:**

Actividades alineadas al buen manejo de recursos naturales, aportando a su conservación y cuidado.

#### **3. Socio-cultural:**

Actividad orientada a evitar acciones que perjudique a la comunidad y sus alrededores, respetando y preservando la cultura local.

Una vez clarificados estos enunciados, se puede afirmar que una empresa que implemente estos tres ejes fundamentales de forma adecuada puede alcanzar el éxito en su desarrollo dentro de las operaciones, servicios y productos ofertados.

Para concluir, el propósito de este documento es hacer una recopilación de información e instrumentos que puedan ser de utilidad para todas las personas administrativas y operativas de los establecimientos de alojamiento en la parroquia de Pacto que deseen implementar en sus modelos administrativos de acuerdo a sus mecanismos ya

existentes o a su vez, deseen desarrollar los suyos a partir de las experiencias de otros.

(Rainforest Alliance, 2005)

### **¿Cómo se utiliza el manual?**

1. Inicie la lectura de este manual por el capítulo I “Ámbito Empresarial”, evaluando todos los puntos descritos y comparándolos con los establecidos por su empresa. Diríjase al capítulo IV “Toolkit” cada vez que haya una herramienta que mostrar.
2. Una vez implementados los parámetros del capítulo anterior, diríjase al capítulo II “Ámbito Socio – Cultural” y analice los impactos sociales que genera su empresa u organización y como evitarlos.
3. Asimismo, analice el capítulo III “Ámbito ambiental” en donde se destacan aspectos importantes de conservación del medio ambiente para evitar el

4. impacto en cuanto a recursos de agua, manejo y clasificación de desechos.

(PromPerú, 2006)

## **Objetivos**

Las Buenas Prácticas representan normas o parámetros para optimizar las actividades diarias, ayudando continuamente a los servicios que brindan día a día estos establecimientos de hospedaje mediante la estandarización de los mismos.

Presentar información suficiente y entendible para que los hostales identifiquen sus impactos ambientales e implemente las respectivas buenas prácticas, las mismas que mostrarán los recursos naturales y sociales, además de aumentar el beneficio económico.

Ser una herramienta metodológica práctica y de fácil aplicación de acuerdo al contexto de cada alojamiento turístico. Logrando como resultado final, el incremento de la productividad y de la satisfacción del cliente.

## I. ÁMBITO EMPRESARIAL

### **Introducción**

Se ha tomado en cuenta el ámbito empresarial, debido a que, para desarrollar una buena práctica dentro de los establecimientos, no basta con tener todos los recursos. Si no que también, se debe desarrollar esquemas de gestión que alcancen los objetivos establecidos.

Implementar este tipo de prácticas administrativas adecuadas dentro de las organizaciones, asegura el cumplimiento exitoso de los objetivos planteados, debido a que está orientado a tres ejes de gestión fundamentales que desempeñan de manera eficiente lo económico. Entre estas tenemos, la gestión de la calidad y administrativa, gestión financiera y contable y la gestión de recursos humanos.

El primer paso, será definir o mejorar el plan estratégico de la empresa, que en este caso se refiere a contar con una Visión, Misión y Valores empresariales que ayudarán a mantener una identidad en la empresa.

Seguido de esto, se desarrolla lo que es la gestión financiera contable de la organización en donde se describen los lineamientos más importantes y obligatorios dentro de un establecimiento. Teniendo entre estos: flujos de caja y presupuestos. Esto les permitirá a sus administradores tener un control cuantificable dentro de la operación hotelera.

Finalmente, la gestión de recursos humanos considera factores y elementos en el área laboral, que van desde la selección y capacitación de personal, hasta la evaluación del desempeño (Rainforest Alliance, 2005).

## 1. Planeación estratégica

Es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en cuanto al quehacer actual y al camino que se debe tomar en el futuro. Esto ayudará a que se realicen cambios adecuados dentro de la empresa para lograr mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen (Armijo, 2009).

### 1.1. Misión

#### Definición

La misión es una descripción de la razón de ser de la organización, establece su “quehacer” institucional, los bienes y servicios que entrega, las funciones principales que la distinguen y la hacen diferente de otras instituciones y justifican su existencia. Responde a la pregunta:

- ¿Quiénes somos, Qué hacemos, para quiénes? .  
(Armijo, 2009)

#### Tips

Una correcta definición de la Misión debe contener:

- Cuál es el propósito de la Organización
- Qué hace: descripción de los bienes y servicios que entrega
- Para quiénes: identificación de los Usuarios o beneficiarios a quiénes van dirigidos los productos finales (bienes y servicios)
- Cuál es el efecto que se espera lograr: (resultado final) en la población objetivo a la que se dirige su accionar, a través de los productos provistos. El quehacer de la institución que genera el valor público de la entidad y el plazo en que se espera proveer.  
(Armijo, 2009).

## Herramientas de aplicación

“Brindar a nuestros huéspedes hospitalidad, historia y cultura, mediante un trato individualizado por un personal altamente motivado para la completa satisfacción de nuestros clientes” (Gran Hotel Bahia, 2015).

### 1.2. Visión

#### Definición

La visión corresponde a la descripción de lo que quiere la empresa en un futuro y cómo quiere ser reconocida dentro de 5, 10 o 15 años. Debe responder la pregunta:

- ¿Cómo queremos ser reconocidos?

(Armijo, 2009)

#### Tips

Una correcta definición de la Visión debe contener:

- Valores empresariales
- Metas a cumplir en un futuro

## Herramientas de aplicación

“Representar la hospitalidad, preservando y promoviendo nuestros valores culturales, sociales y ambientales y creando experiencias únicas que motiven a nuestros huéspedes a volver” (Gran Hotel Bahia, 2015).

### 1.3. Objetivos empresariales

#### Definición

Una vez establecida la Misión, los objetivos empresariales, son el siguiente paso a definir. Se debe responder:

- ¿A dónde queremos ir? ¿Qué resultados esperamos lograr?

Los objetivos empresariales son los logros que el negocio espera lograr en un tiempo determinado mayor a un año. Esto le hará cumplir la Misión de forma eficiente y eficaz (Armijo, 2009).

### **Tips**

- Deben estar incluidos en la misión.
- Orientados a obtener resultados de la misión en un período determinado.
- Expresan las variables críticas del desempeño.

### **Herramientas de aplicación**

A continuación, se toma por ejemplo a los objetivos empresariales del Gran Hotel Bahía:

- Exceder las expectativas del cliente en toda situación.
- Promover el bienestar de nuestros colaboradores.
- Contribuir al progreso socio-económico de nuestra región.
- Preservar el medio-ambiente.
- Generar altos niveles de rentabilidad.

(Gran Hotel Bahia, 2015)

## **1.4. Valores**

### **Definición**

Los valores son factores de la cultura empresarial que se deben considerar irrompibles, tiene que ser cumplidos por todos los miembros de la organización en todos sus ámbitos.

(Armijo, 2009)

### **Tips**

- Engloban el deseo o la voluntad del empresario
- Muestran el compromiso de la empresa con sus clientes
- Refleja el desempeño de la empresa

### **Herramientas de aplicación**

A continuación, se toma por ejemplo a los valores empresariales del Gran Hotel Bahía:

- **Compromiso** de satisfacer y exceder todas las expectativas de nuestros huéspedes y clientes.
- **Respeto** a todos nuestros huéspedes, clientes, colaboradores, proveedores y miembros de la comunidad para promover relaciones armoniosas.
- **Integridad** en cada una de nuestras acciones, enfrentando todas las situaciones con honestidad, honradez y rectitud.
- **Innovación** dirigida a ofrecer facilidades modernas, agilizar las comunicaciones y dar una experiencia única a todos nuestros usuarios.
- **Responsabilidad** con la gente, el medio ambiente, la historia, cultura e idiosincrasia a fin de mantener el turismo de nuestra región (Gran Hotel Bahia, 2015).

### 1.5. Organigramas y funciones

#### Definición

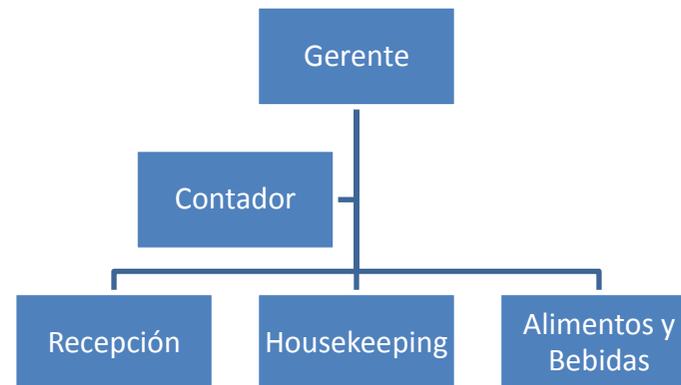
Es una representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, donde muestra en niveles

jerárquicos, la posición de las distintas áreas por la que está conformada la misma (Fleitman , 2000).

#### Tips

- Identificar el número de colaboradores en el hostel
- Definir la función de cada uno
- Reconocer el lugar jerárquico de cada uno
- Desarrollar gráficamente la jerarquía de los puestos y funciones

#### Herramientas de aplicación



## 2. Gestión de la calidad

### Definición

Gestiona todas las acciones empresariales de forma organizada y concreta, cumpliendo tiempos y costos mínimos necesarios dentro de cada acción. Además, tiene como objetivo realizar procesos de calidad y orientar tanto a la empresa como a sus colaboradores para entregar servicios y productos de calidad obtenidos a través del trabajo en equipo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).

### Tips

- Conocer el segmento de mercado al que se está dirigido
- Mantener una planilla de empleados fija
- Fijar procesos de operación
- Mejorar continuamente el desempeño de la empresa
- Tener proveedores fijos y mantener una buena relación con ellos

- Analizar datos e información antes de tomar una decisión
- Compromiso y participación de parte del personal

### 2.1. Calidad para la optimización de servicios

Dentro de la optimización de servicios se muestran comportamientos conductuales como la presentación personal, cortesía y actitudes o comportamientos técnicos como, el sistema de trabajo que utilizan y sus procedimientos.

Se debe tener en cuenta además que, para reconocer si un servicio es de calidad o no, es necesario contar con tres elementos que son:

- Clientes
- Necesidades de los clientes
- Aptitud de servicio

Cumpliendo con estos elementos y desarrollándolos, la atención brindada a los clientes puede alcanzar un servicio de calidad en un principio y, por consiguiente, mejorarlos u optimizarlos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).

### **Tips**

- Ser pacientes y amables con los clientes
- Resolver las necesidades de los clientes de forma inmediata

#### **2.1.1. Principios básicos de un sistema de calidad**

Están enfocados a brindar un servicio de calidad tomando en cuenta los siguientes puntos:

- **Cliente:** Es quien califica los servicios recibidos determinando lo que es y no es de su agrado.

Conocer esta información permite conocer las fallas, modificarlas y evitarlas. La sensibilidad ante las necesidades de los clientes es fundamental.

- **Liderazgo:** Los líderes orientan a la organización y establecen unidad dentro de la misma, brindan un ambiente laboral propicio para el desarrollo de actividades.
- **Participación y trabajo en equipo:** Se busca la cooperación y aporte de todas las áreas en la empresa, motivando a los colaboradores e incentivándolos con premios a expresar sus sugerencias respecto al servicio.
- **Mejora continua:** Es importante que el establecimiento mantenga un cambio continuo en el desempeño global de la organización.

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012)

### **2.1.2. Beneficios para la organización**

- Disminución los errores y defectos dentro de la prestación de servicios
- Reducción los costos
- Aumento de la productividad.
- Clientes satisfechos
- Elevación moral en los colaboradores debido a los buenos resultados obtenidos por el servicio prestado.
- Empresa competitiva con un incremento en las utilidades
- Posicionamiento y participación en el mercado.

### **2.2. Buenas Prácticas para la gestión de calidad**

#### **Definición**

La Gestión de calidad es el conjunto de actividades dirigidas a la planificación, organización y control de una

empresa, mucho mejor si está orientada a un sistema de calidad.

#### **Tips**

- Crear una política de calidad de la empresa.
- Diseñar un manual de tareas.
- Definir valores corporativos donde esté incluida la calidad.
- Concientizar a los colaboradores sobre la calidad en los servicios.
- Supervisar el cumplimiento de Buenas Prácticas en las diferentes áreas.

Para el correcto funcionamiento de este sistema de calidad es necesario el aporte y apoyo de cada persona perteneciente al establecimiento. A continuación, se enumerarán los componentes necesarios para desarrollar este sistema de gestión de calidad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).

### 2.2.1. Estructura y organización

La estructura organizacional en un establecimiento que permite establecer funciones y responsabilidades desde un nivel administrativo hasta un nivel operativo. Se puede observar también sobre cargos de funciones o dualidades en el desempeño de las mismas. Entre las funciones más relevantes dentro del hotelería se tiene:

- **La Administración:** Esta encargada de realizar diversas funciones, entre ellas las financieras, contratación de personal, compras y ventas de las habitaciones del hotel.
- **Área de Reservas y Recepción:** En muchas ocasiones dentro de los establecimientos pequeños, los encargados de realizar esta actividad son los administradores del hotel, sin embargo, es importante contar con apoyo de una persona fija

para que se encargue únicamente de las reservas de habitaciones del establecimiento.

- **Área de Housekeeping:** Se encarga de la limpieza, higiene, conservación, mantenimiento y cuidado de las instalaciones.
- **Área de Alimentos & Bebidas:** Se encarga de la preparación de alimentos y el servicio para el desayuno.
- **Área de Soporte:** Responsable del mantenimiento preventivo de todas las máquinas, equipos e infraestructura del establecimiento (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).

### **2.2.2. Proceso estratégico**

#### **Definición**

Es un instrumento fundamental donde se aplican los propósitos, acciones y objetivos a conseguir en un tiempo determinado ya que de esta manera se podrán establecer los objetivos, políticas y estrategias de la empresa. Para esto se debe responder las interrogantes de que desea hacer, cómo puede alcanzarse el propósito establecido, cuándo van a ejecutarse cada una de las acciones previstas, quién va a desempeñarlas y cómo van a evaluarse los resultados conseguidos (Rainforest Alliance, 2005).

#### **Tips**

- Definir de manera clara su producto y servicio para saber cuáles recursos materiales y humanos se requiere para alcanzarlo.
- Establecer políticas y procedimientos financieros que faciliten sus planes de acción.

- Organizar a su personal y plan de acción siguiendo su política de calidad.
- Realice unas sesiones de planificación estratégica para definir claramente su visión y misión empresarial y cómo alcanzarla (Rainforest Alliance, 2005).

### **2.2.3. Administración**

#### **Definición**

Esta orientación es fundamental para el desarrollo y existencia de la organización, ya que, a partir de principios y valores, es posible analizar y tomar buenas decisiones. Desde lo más básico, como tener claros los gastos y costos de la empresa, hasta acciones más elaboradas, como organizar un plan de negocios, elaborar un perfil de contratación y establecer qué no se debe hacer.

## **Tips**

- Definir la ropa adecuada y los utensilios de aseo para desempeñar las actividades adecuadamente.
- Distribuir estratégicamente las diferentes áreas de su establecimiento, de forma que garantice su funcionalidad, salubridad y armonía de su diseño.
- Realizar periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento.
- Contar con un programa de mantenimiento preventivo para todas las instalaciones y equipos.
- Adecuar el establecimiento para las personas con discapacidad.
- Ser sensible a las necesidades de sus empleados y de las personas de la comunidad. Respete su cultura, patrimonio e identidad.
- Contar con al menos una persona que maneje un segundo idioma.
- Capacitar al personal en los idiomas predominantes entre los turistas recibidos.

- Reconocer, valorar y cuidar a los miembros de su equipo.
- Hacer énfasis en la importancia de la participación y crear incentivos para incrementarla gradualmente.
- Tener clara su misión, visión, objetivos, valores, organigrama y funciones.
- Establecer políticas de pago y cancelación a colaboradores y proveedores.

(Programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

## **Herramientas de Aplicación**

*Ver anexo A*

### **2.2.4. Promoción y difusión**

#### **Definición**

La promoción y difusión de un establecimiento hace visible a otros sectores del turismo su existencia. Incrementando las ventas y alcanzando un posicionamiento en el mercado.

Permite además a sus clientes, conocer más sobre la empresa.

### **Tips**

- Trabajar con los colaboradores en la definición clara del producto y los servicios, destacando las características especiales de la empresa y que serán atractivas para cada segmento del mercado.
- Desarrollar un plan de mercadeo para todos los productos y servicios de la empresa
- Contratar los servicios de profesionales para que le asistan con la publicidad.
- Tener objetivos concretos (tiempos, fechas, cifras) de venta y comercialización de cada producto y servicio que ofrece la empresa para relacionarlos directamente al plan de mercadeo.
- Poseer un programa de evaluación y medición de los resultados de las acciones de mercadeo y publicidad.

(Rainforest Alliance, 2005)

## **2.3. Procesos y procedimientos**

### **Definición**

Los procesos son las herramientas que nos permiten definir claramente cómo se realizan las distintas acciones en la empresa. Los procedimientos consisten en la descripción de actividades puntuales y específicas que deben seguirse en la realización de las funciones de cada área de la empresa. De esta manera los trabajadores participan responsablemente en todas las áreas de la empresa.

### **Tips**

- Hacer un listado detallado de las acciones a realizar para cada puesto de trabajo.
- Describir los objetivos y metas que se buscan alcanzar.
- Hacer un cronograma de tiempos para realizar las acciones.

- Hacer un listado del personal que tendrá a su cargo la implementación de las acciones.
- Describir cada actividad y cada programa en cuadros e imágenes que apoyen el entendimiento del proceso o procedimiento (Rainforest Alliance, 2005).

### **2.3.1. Reservas**

#### **Definición**

La gestión de Reservas tiene como finalidad optimizar la ocupación del hospedaje. Además, permite llevar un registro de reservas el cual, con el transcurso de los meses dará una idea de la ocupación promedio. Por este motivo es necesario establecer parámetros que se puedan gestionar correctamente.

#### **Tips**

- Contar con un registro de reservas del cliente
- Contar con un registro de cancelación de reservas
- Contar con un registro de modificación de reservas

- Anotar la disponibilidad de las habitaciones con fechas
- Establecer un tiempo máximo de respuesta (se recomienda que no sea mayor a 24 horas)

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012)

#### **Herramientas de aplicación**

*Ver anexo B*

### **2.3.2. Recepción**

#### **Definición**

Es el área en donde el colaborador registra la llegada y salida del huésped, además brinda diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación. En este lugar los clientes pueden realizar sus solicitudes, reclamaciones, sugerencias y quejas referentes al servicio brindado.

La Recepción debe ser accesible para los huéspedes, es decir, en la entrada principal del hostel, en donde se pueda tener un control directo de las personas que ingresan y salen.

### **Tips**

- Saludar a todos los huéspedes.
- Emplear frases de cortesía tales como:
  - Por favor
  - ¿Podemos servirle en algo?
  - Muchas gracias.
  - Fue un placer atenderle
- Cuando se dirija a un huésped siempre deberá tratarle de usted, señor, señora, señorita, dando las gracias al final.
- Sonreír en todo momento, demostrando amabilidad y cortesía.

- Interesarse por las dificultades de los huéspedes y asistirlos.
- Resolver problemas sin culpar a otros.
- Si se cometen errores, se debe admitirlos, disculparse y solucionarlos. Si el error es del huésped restarle importancia.
- Al llamar a una persona que esté lejos de usted, avísele con alguien, no se debe gritar, ni silbar.

### **Herramientas de Aplicación**

Una recepción debe tener:

- Mostrador que se extiende a lo largo del área de atención.
- Caja para guardar el efectivo de las operaciones diarias y el fondo
- Teléfono para comunicación interna y externa
- Rack de llaves: Lugar donde se depositan las llaves en la Recepción.
- Computadora o cuaderno de registro de entrada y salida de huéspedes (Reyes, 2011)

### **a. Atención Telefónica**

La atención telefónica es contestar llamadas de los futuros huéspedes, ya sean para realizar reservas o solicitudes especiales. Por este motivo, las llamadas se contestan en la brevedad posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 segundos.

#### **Tips**

- Emplear frases de cortesía
- Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento y se pronuncia la frase de saludo.
- Se utiliza el nombre del cliente (Sr...), desde el momento en que éste lo ha facilitado y se ahorran al cliente esperas innecesarias.
- Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.

- Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo, un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje reformulándoselos al cliente.

#### **Herramientas de Aplicación**

- Hostal..., buenos días/tardes/noches, le atiende.....  
¿cómo puedo ayudarle?
- Por su puesto, Sr.... le ayudo en seguida.
- Para que día desea su reservación Sr....
- Fue un placer atenderle, que tenga un buen día.

(Anfitriones Turismo, 2009)

### **b. Registro de entrada y bienvenida**

#### **Definición**

El registro de entrada o más conocido como check in, se realiza de una manera rápida al momento que el huésped ingresa al hotel. Aquí se registra la llegada de las

personas, se le asigna la habitación, se le entrega la llave y se le dirige al cuarto donde va a estar hospedado.

### **Tips**

- Reconocer con la vista la presencia del cliente y sonreír.
- Dar la bienvenida, agradecerle su visita
- Anotar en el registro la llegada de los huéspedes
- Dirigirse al cliente llamándole de usted o utilizando su apellido desde el primer momento en que éste lo pone en su conocimiento.
- Comunicar al huésped sobre horarios de atención de los servicios del hostel
- Guiar al huésped hasta la habitación
- Mostrar la habitación y enseñarle el funcionamiento de los equipos
- Entregar la llave de la habitación

(Anfitriones Turismo, 2009)

### **Herramientas de Aplicación**

- Bienvenido a Hostal....., es un placer tenerlo/a con nosotros, ¿Me ayuda con su documento de identificación por favor?
- Su reserva es para.... personas correcto? Y, su tiempo de estadía es para.... días
- Su habitación es la número.... se encuentra subiendo las gradas/ a mano derecha/ a mano izquierda, etc.
- Aquí tiene su llave de la habitación Sr.... que tenga una excelente estadía.

### **c. Registro de salida, Facturación y despedida**

#### **Definición**

El registro de salida o más conocido como check out, se refiere al momento en que el huésped deja las instalaciones, realiza su pago, se le entrega el recibo o factura, se le agradece por haberse hospedado en el hostel y se le invita a regresar.

## **Tips**

- El personal se encarga de informar el valor total de la estadía y cobrar al huésped
- Cobrar el valor en efectivo o tarjeta de crédito
- En caso de que sea efectivo, revisar que los billetes sean verdaderos y guardar en la caja
- Entregar el vuelto y verificar que este correcto
- Realizar la factura a nombre del cliente.
- Verificar que la factura emitida no tenga errores antes de mostrarla al cliente
- Entregar la factura
- Agradecer al cliente por la estadía e invitarlo a regresar
- Avisar a housekeeping para realizar la limpieza y arreglo de la habitación

(Anfitriones Turismo, 2009)

## **Herramientas de Aplicación**

- Gracias por hospedarse con nosotros Sr.... fue un placer atenderle.

- El valor total de su estadía es de.... comprende el hospedaje de...días y....
- Aquí tiene su cambio Sr... ¿Hay algo más en lo que le pueda asistir?
- Que tenga un excelente viaje de regreso y un pronto retorno.

## **2.4. Suministros y proveedores (política de gestión de proveedores)**

### **Definición**

Las empresas de alojamiento suelen adquirir grandes cantidades de productos y artículos de limpieza para la operación y funcionamiento de su área de gestión. Estos productos pueden tener un impacto ambiental negativo a lo largo de la cadena de fabricación, distribución, utilización y eliminación. Al elegir proveedores de bienes y servicios adecuados, se puede promover aquellos que aportan con la mejora ambiental y social.

## **Tips**

- Adquiera cuando sea posible, productos al por mayor con poco embalaje, inofensivos para el medio ambiente
- Colabore y trate de influir positivamente entre sus proveedores, para que adopten prácticas ambiental y comercialmente justas.
- Provea información a los huéspedes sobre los artículos de producción local como alternativa a las importaciones
- Eduque a sus proveedores locales sobre sus necesidades específicas (Van Duynen, Carré, y Amicone, 2011)

### **2.4.1. Habitaciones**

## **Concepto**

Las habitaciones tienen como objetivo brindar comodidad a los huéspedes. Deben estar equipadas para brindar mayor confort durante su estadía y momentos de descanso.

## **Tips**

- Enumerar las habitaciones de manera que los huéspedes la puedan ubicar fácilmente
- Colocar buenas cerraduras en las habitaciones
- Utilizar camas cómodas y reconfortables
- Incluir en la habitación: guardarropas con armadores, tomacorrientes, velador, lámpara de noche, escritorio o mesa pequeña.
- Colocar letreros de “no molestar” y “servicio de limpieza”
- Colocar cortinas que cumplan la función de impedir la luz
- Colocar sistemas de ventilación
- Sistema de agua caliente
- Mantener las habitaciones limpias y en buen estado de conservación y mantenimiento

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012)

## Herramientas de Aplicación

*Ver anexo C*

### 2.4.2. Lavandería

#### Concepto

Es el área del lavado y planchado de la ropa del establecimiento y del huésped. En caso de que el cliente requiera de este servicio se lo puede realizar por un costo adicional.

#### Tips

- Equipar la lavandería con insumos básicos como: lavadora, secadora, colgadores, lavadero, plancha
- Ubicar en un lugar poco o nada visible para el huésped
- Contar con un depósito de ropa limpia y sucia para evitar confusión de prendas
- Las paredes deben ser de un material que garanticen la impermeabilidad

- Contar con repisas en buen mantenimiento para la colocación de lencería (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012)

## 3. Gestión Financiera y contable

#### Definición

Un sistema financiero permite analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa y cómo se administran.

Su propósito es diagnosticar, analizar y maximizar el valor de la empresa, sus bienes y recursos para los propietarios.

Al implementar un programa financiero en la empresa, se debe trabajar con presupuestos específicos para cada proceso, de manera que se pueda prever los gastos e ingresos en un determinado lapso de tiempo.

#### Tips

- Contratar personal profesional en el campo financiero y contable, así como asesores profesionales para que lleven la contabilidad del hostel

- Desarrollar un programa de capacitación en temas financieros y contables, para que le permita entender de manera básica esta gestión
- Implementar un formato de procedimientos financieros y contables que le permita monitorear periódicamente el negocio

### **3.1. Sistema contable**

#### **Concepto**

El sistema contable comprende todos aquellos elementos de información contable y financiera que se relacionan entre sí, de manera que la toma de decisiones sea eficiente y oportuna. Esta información debe ser analizada, clasificada, registrada a través de libros de registros como libro diario, libro mayor y libro auxiliar.

#### **Tips**

- Llevar un registro contable de las pérdidas y ganancias de la empresa

- Desarrolla un presupuesto general de todo el negocio
- Crear un formato de libro diario
- Crear un formato de libro mayor
- Crear un formato de balance financiero
- Estado de pérdidas y ganancias
- Flujo de efectivo
- Crear check list para compra de insumos (Rodriguez, 2012).

#### **Herramientas de Aplicación**

Ver anexo D

### **4. Gestión de Recursos Humanos**

#### **Definición**

Los recursos humanos son todos los trabajadores de la empresa, que se destacan por sus capacidades, conocimientos, experiencias, intereses, potencial, energía, valores y sentimientos.

La cantidad y calidad de personal es el que define el éxito del establecimiento, así como de su compromiso.

### **Tips**

- Conocer a cada colaborador en cuanto a su vida.
- Identificar lo que un colaborador puede hacer ahora y en el futuro, en función de sus capacidades.
- Proyectar sus competencias actuales al nivel que puede llegar a alcanzar o que deseamos que tenga en un tiempo definido.
- Desarrollar un plan de formación para cada colaborador.
- Manejar información de un archivo de personal, que le permita tomar decisiones para cambios internos de forma inmediata.

## **4.1. Selección de personal**

### **Definición**

Para la selección de personal, se debe buscar colaboradores y recibir las hojas de vida. De esta manera, entre todos los aplicantes, saldrá el o los nuevos empleados.

### **Tips**

- Determinar el puesto vacante
- Establecer las responsabilidades del puesto que se va a llenar
- Definir las habilidades que van a ser necesarias para cubrir este puesto
- Realizar entrevistas (Aguilar, 2015)

## **4.2. Capacitación de personal**

### **Definición**

El factor humano es la parte más importante de la empresa ya que es este, el que le diferencia de manera positiva o negativa frente a los otros negocios.

Motivar de manera permanente y adecuada a los colaboradores, motivará a estos a tomar medidas apropiadas para los retos de prestar un excelente servicio.

### **Tips**

- Remunerar de manera justas a sus empleados
- Valore, oriente y capacite al colaborador
- Enseñe a los clientes a comunicarse satisfactoriamente
- Fomente la buena presentación personal
- Manténgase actualizado en cuanto a nuevas tecnologías
- Detectar a los trabajadores estrella para recompensarlos.
- Identificar al personal de poca eficiencia, para entrenarlos más tiempo o cambiarlos de puesto.

## **4.3. Evaluación del desempeño**

### **Definición**

Es un proceso para valorar las actitudes y rendimiento del equipo humano de la empresa y para generar oportunidades de mejora.

La importancia de la evaluación del desempeño radica en que permite tomar decisiones sobre cómo se están llevando a cabo las tareas y encontrar las fortalezas y debilidades dentro del equipo de trabajo. Esto permite implementar acciones correctivas y/o preventivas.

### **Tips**

- Hacer evaluaciones periódicas (quincenal o mensual) y permitir que sus trabajadores conozcan y participen de la evaluación.
- Retroalimentar a sus trabajadores y establecer acciones correctivas y/o preventivas en caso de requerirlas

## **Herramientas de Aplicación**

Se debe tomar en cuenta los siguientes elementos para la evaluación del desempeño:

- Calidad y cantidad de trabajo por cada trabajador.
- Conocimiento del puesto e iniciativa.
- Cómo planifica y controla el área/trabajador el uso de recursos y control de costos.
- Relaciones con los compañeros, con los superiores, con los inferiores y con el público.
- Liderazgo, dirección y desarrollo de los subordinados  
(Rainforest Alliance, 2005)

## II. ÁMBITO SOCIO – CULTURAL

### **Introducción**

El turismo como muchas otras actividades, puede ocasionar impactos positivos y negativos en el lugar donde se desarrolla. Y, uno de los principios básicos de las buenas prácticas de turismo es promover cualquier actividad turística sin alterar los hábitos culturales de las comunidades locales, a su vez valorar, proteger y fomentar estos lugares, para que su difusión tenga una base sólida.

Por este motivo y para que esto se puede realizar de forma efectiva, es necesario contar con el apoyo de la comunidad y la empresa, para que, de esta manera, se puedan rescatar y preservar las costumbres, conocimientos, leyes, protocolos y etiquetas locales, vestimentas, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Actualmente, hay personas que se interesan en el turismo cultural y es por esta razón que se trata de preservar la

cultura y tradiciones de las comunidades. La empresa turística está destinada a brindar ayuda a aquellas localidades donde se observe una declinación en su ambiente socio-cultural, por medio del rescate y la revalorización de sus elementos, para que esto no se pierda.

Además, vale la pena rescatar que, es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte, donde las comunidades locales sientan que tienen participación en el planeamiento e implementación de las estrategias de desarrollo turístico para que no se sientan apartadas de su lugar de origen.

Muchas veces la empresa no tiene suficiente información para llevar a cabo esta meta, pero lo importante es crear y desarrollar un ambiente que promueva buenas prácticas que favorezcan la preservación del área y, por lo tanto, atraigan turistas interesados en los temas culturales (Rainforest Alliance, 2005).

## **1. Involucramiento de pobladores locales en el establecimiento**

### **Definición**

El involucramiento de los pobladores locales en los distintos establecimientos genera apropiación y apoyo a las iniciativas productivas locales del destino turístico. Esto genera empleos indirectos como en la producción de artesanías, la compra de productos agropecuarios, el transporte, las comidas típicas e incluso las representaciones artísticas son algunas actividades que se ven beneficiadas con el turismo.

### **Tips**

- Conocer a fondo la oferta de productos y servicios que brinda la comunidad
- Realizar recomendaciones a los huéspedes de lugares en donde se pueda tener contacto con la comunidad
- Apoyar el desarrollo de las comunidades

- Respetar a todas las personas, independientemente del sexo, edad, condición socioeconómica, cultura y pertenencia a comunidades indígenas

(Lautaro y Covarrubias, 2010)

## **2. Responsabilidad social**

### **Definición**

Se llama responsabilidad social al enfoque basado en un conjunto integral de normas, políticas, prácticas y programas de acción voluntaria que están centradas en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Esto implica además que, se deben cumplir todas las obligaciones jurídicas dispuestas por la ley e invertir en el capital humano y el medio ambiente.

### **Tips**

- Asumir la importancia de la responsabilidad social dentro de la empresa
- Cumplir con la normativa legal

- Escuchar a los grupos de interés dentro de la empresa como propietarios, trabajadores, clientes y la comunidad
- Conocer el impacto positivo y negativo de la empresa en la comunidad
- Tomar referencias de otros establecimientos con buenas prácticas de responsabilidad social (Organización Iberoamericana de Seguridad Social [OISS], 2010).

### 3. Responsabilidad cultural

#### Definición

La responsabilidad cultural tiene como fin, identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural de la nación. Por este motivo, los prestadores de servicios, tienen la obligación de rescatar, cuidar y promover todas aquellas manifestaciones culturales de los destinos donde desarrollan sus actividades. Y, además, fomentar la

creación de espacios para el intercambio de valores, conocimientos y creencias de las comunidades locales con los visitantes (Programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

#### Tips

- No realice venta, comercialización o exhibición de piezas arqueológicas en el establecimiento.
- Fomente el respeto hacia las manifestaciones culturales, religiosas y creencias locales informando oportunamente a los clientes sobre las conductas más apropiadas a la hora de visitar determinados lugares.
- Cerciórese de que los beneficios que se generan a través de la prestación de servicios relacionados con los atractivos culturales que se promueven sean percibidos por la comunidad receptora. Esto responde a un principio de compensación justa y equitativa que debe respetarse. Es fundamental demostrar respeto

hacia las comunidades originarias, sus valores y su cultura.

- Asegúrese de mantener bajos los niveles de impacto en los servicios que se ofrecen desde el hotel. Los sitios culturales, comunidades y demás atractivos culturales tienen cierta capacidad de carga que no debe superarse.
- Contribuya a mantener el número de turistas dentro de un límite máximo aceptable.
- Promueva actividades turísticas que protejan la herencia cultural del lugar de destino, permitiendo que productos culturales, tradicionales, artesanías y el folklore sobrevivan y florezcan, en lugar de que sean perdidos o se conviertan en estándares.
- Incorpore en su oferta gastronómica platos tradicionales elaborados con recetas típicas de la zona.
- Fomente encuentros culturales entre turistas y comunidades locales en donde se produzca un

auténtico y respetuoso intercambio (Van Duynen, Carré, y Amicone, 2011).

### III. ÁMBITO AMBIENTAL

#### **Introducción**

El deterioro del ambiente afecta la salud de todas las personas, limitando el crecimiento familiar y el desarrollo de las generaciones futuras, debido a que las acciones que se realizan a diario como el proceso de alimentos, agua y energía; la manera de construcción, y el modo de transporte tienen enormes consecuencias no intencionales, y, aún más dentro de los pequeños poblados donde se conserva el ambiente natural.

Por este motivo, se debe tomar medidas preventivas, antes de que la contaminación del aire aumente la temperatura promedio global, causando así, degradación de los suelos, contaminación y sobreexplotación de lagos y ríos, y, extinción de animales y vegetales únicos de la zona.

Dos de las grandes problemáticas, es que se usan los recursos naturales a mayor velocidad de la que la

naturaleza tarda en reemplazarlos. Si se realizaran cambios en los hábitos de consumo y se regularan adecuadamente la industria turística se podría disminuir el impacto en el ambiente y la naturaleza (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2013).

Día a día se observan casos que ilustran esta situación, como, por ejemplo, la construcción extensiva de establecimientos hoteleros que invaden la vegetación de un sitio y le resta atractivo al paisaje, turistas producen toneladas de desechos plásticos cerca de los lagos, ríos y playas afectando el comportamiento y la reproducción de los organismos acuáticos, entre otros.

La presente sección de la guía de buenas prácticas ha sido elaborada para los establecimientos hoteleros, con el fin de promover las buenas prácticas de turismo entre recursos naturales, ambiente y turismo (Rainforest Alliance, 2005).

## 4. Recurso Agua

### Definición

El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y cada vez está más escasa. Es responsabilidad de todos cuidarla. Esta sección trata sobre el consumo, calidad y tratamiento del agua.

### Tips

- Establecer un plan de reducción y reciclaje de agua para racionalizar y disminuir su consumo.
  - Analizar con qué frecuencia ocurren incidentes de escasez de agua en la zona. Determine qué medidas de contingencia se pueden aplicar en esos casos
  - Detectar y controlar las áreas de mayor consumo.
  - Colocar dispositivos para reducir el consumo: sensores de movimiento en grifos o caños, dispositivos que incrementan la presión de agua en duchas.
- Considerar el remplazo gradual de inodoros de bajo consumo de agua
  - Avisar a los huéspedes el medio por el cuál avisa si necesita un cambio de toallas o no.
  - Capacitar a las personas encargadas del arreglo y limpieza de los cuartos para que avisen a mantenimiento en caso de detectar fugas en las llaves, duchas del baño, equipos de aire acondicionado entre otros (Tejada, López, y Delgado).

### Herramientas de Aplicación

- Colocar letreros de “no botar papel higiénico, toallas higiénicas o basura dentro del inodoro”
- Colocar anuncios en las habitaciones y/o servicios higiénicos de “por favor cerrar bien la llave” o “cerrar la llave mientras se cepilla los dientes/ se afeita/ se enjabona”
- Colocar letreros de “Si necesita cambio de toallas, favor dejarlas en el piso”

- Si tiene inodoros que no regulan el bajo consumo de agua, coloque una piedra grande o una botella de plástico con agua para reducir el consumo.
- Recoger las aguas lluvias para riego de jardines o limpieza de los baños (Área Metropolitana del Valle de Aburrá, 2005)

## 5. Manejo y clasificación de desechos sólidos

### Definición

Uno de los principales problemas en el turismo es la basura, debido a que dejan acumulación de la misma lo cual da un aspecto desagradable y puede provocar problemas en la salud y el ambiente. Es bueno limpiar, pero mejor es no ensuciar. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización (Tejada, López, y Delgado).

Los desechos o residuos sólidos se generan en gran cantidad por las actividades humanas diarias. En este

sentido, los hoteles y hostales producen grandes cantidades de basura, desde envases hasta sobras de comidas, y muchos materiales que se descartan son tóxicos. Existe el método de las 3 “R” el cual consiste en:

### Reducir:

- Adquirir los productos al por mayor y con un mínimo de envases para disminuir la producción de basura.

### Reutilizar:

- Sustituir los artículos desechables por otros reutilizables, como las pilas recargables y bolsas de tela para la ropa sucia.
- Reutilice los envases y productos que le permitan reducir el gasto en abastecimiento.

### Reciclar:

- Clasificar la basura en el momento en que se produce, por lo menos, en orgánico (desechos de la

cocina, jardín, etc.) e inorgánico (papeles, plásticos, latas, cartón, etc.). No espere hasta el momento de su eliminación.

- Colocar cestos de basura para productos reciclables en las habitaciones de huéspedes y contenedores para restos orgánicos en las zonas de cocina.
- Transformar los restos de comida, las hojas y los restos de plantas en abono orgánico.
- Colocar cestos de basura para los huéspedes en lugares abiertos dentro del establecimiento.
- Colabore con otras empresas y organizaciones, y con la municipalidad para crear sistemas eficaces de separación, recolección, reciclaje y tratamiento de la basura (Van Duynen, Carré, y Amicone, 2011)
- 

### **Tips**

- Revise los tipos y las cantidades de basura que se producen, así como los métodos de eliminación y sus costes.

- Utilizar la estrategia de las tres "R": Reducir, Reutilizar y Reciclar.
- Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes bidones diferenciados por colores y cartelera, que estén colocados en zonas al uso de todos.
- Informar a los turistas sobre la forma de segregar la basura.
- Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para anotaciones, libretas de apuntes, etc.
- Utilizar servilletas de tela en vez de papel.  
(Tejada, López, y Delgado)

### **Herramientas de Aplicación**

- Colocar letreros diferenciadores en contenedores de basura como “Basura orgánica” “Basura inorgánica”
- Colocar letreros diferenciadores en cestos de basura de “vidrio” “plásticos” “papel”  
Ver anexo E

## 6. Educación ambiental

### Definición

Integrar la educación ambiental dentro de los establecimientos hoteleros, permite que el usuario, el visitante, la comunidad y el personal se involucre realmente con el entorno natural en acciones a favor del ambiente.

Esto servirá de ejemplo para tomar consciencia de la importancia de conservar y proteger el medio ambiente, así como la manera de usar los recursos naturales responsablemente.

### Tips

- Realizar actividades de educación ambiental de forma adecuada, que realmente concienticen, comprendan y lleguen a los corazones de cada uno de los actores.
- Educar sobre la importancia del agua, su conservación y su empleo responsable.
- Capacite a su personal para que sepa aplicar medidas de ahorro

- Instale, carteleras con anuncios que incentiven el respeto y cuidado hacia el ambiente.
- Promover y participar en programas de educación ambiental en los que se aborde el buen manejo de la energía, el agua y el reciclaje por medio de campañas de información y formación, talleres, charlas de inducción y material divulgativo.
- Realizar campañas de información entre los empleados y clientes para promover la minimización de la contaminación y la correcta gestión de los residuos

(Programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

### Herramientas de Aplicación

- Haga campañas, talleres y charlas de información y formación en el uso racional del agua y entregue material informativo

#### IV. TOOLKIT (Herramientas de control)

##### Anexo A. Uniforme de Housekeeping



(Google images, 2017)

##### Anexo B. Formato de reservas, ckeck in, check out

Reservas			
Nombre	Número de personas	Fecha de ingreso	Fecha de Salida

Check in			
Fecha de ingreso	Nombre	Número de personas	Número de habitación

Check out			
Fecha de salida	Nombre	Número de habitación	Valor a pagar

##### Anexo C. Letrero “no molestar” y “servicio de limpieza”



(Google images, 2017)

**Anexo D. Sistema Contable**

Registro Contable	
Ingresos	Gastos

Libro Diario			
Fecha	Descripción	Débitos	Créditos

Libro Mayor				
Cuenta				
Fecha	Descripción	Débitos	Débitos	Saldo

Balance General al 30 de Septiembre				
<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja	20,000	Proveedores		125,000
Bancos	240,000	Documentos por pagar		45,000
Clientes	245,000	Acreedores diversos		10,000
Almacenes	275,000	Impuestos por pagar		20,000
Deudores Diversos	10,000		<b>Total</b>	<b>200,000</b>
	<b>Total</b>	<b>790,000</b>		
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo Fijo</b>		
Edificios(Local Comercial)	150,000	Acreedores Hipotecarios		60,000
Equipo de Transporte	60,000		<b>Total</b>	<b>60,000</b>
	<b>Total</b>	<b>210,000</b>		
		<b>Capital Contable</b>		
		Capital Social		350,000
		Utilidades retenidas		390,000
			<b>Total</b>	<b>740,000</b>
<b>Total de Activo</b>	<b>1,000,000</b>	<b>Total de Pasivo y Capital</b>		<b>1,000,000</b>

**SERVICIOS TURISTICOS LA MEJOR S.A**  
**ESTADO DE RESULTADO**  
 2007

Ventas		\$ 354.000
(-)costo de ventas		
<b>(=)Utilidad bruta</b>		<b>\$ 354.000</b>
<b>Utilidad en ventas</b>		
(-) Gasto de Operación		\$ 255.904
Seguros		
Arriendos		
Servicios	\$ 10.000	
Gastos de personal	\$ 245.904	
Gastos de depreciacion	\$ 0	
Gastos diversos	\$ 0	
<b>Utilidad operacional</b>		<b>\$ 98.096</b>
(+)Otros ingresos		\$ 0
Ingresos Financieros		
Utilidad		
(-)Otros egresos		
Gastos Financieros		
<b>Utilidad</b>		<b>\$ 98.096</b>

(Google images, 2017)

## Anexo E. Basureros de reciclaje



(Google images, 2017)

## Referencias

Aguilar, L. A. (07 de Mayo de 2015). *Manual de reclutamiento y Selección de personal*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/manual-de-reclutamiento-y-seleccion-de-personal/>

Anfitriones Turismo. (2009). *Buenas Prácticas para la atención al cliente*. Obtenido de Hoteles: [http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp\\_HOTELES\\_may09.pdf](http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_HOTELES_may09.pdf)

Área Metropolitana del Valle de Aburrá. (2005). *Manual de buenas Prácticas para los hoteles y restaurantes*. Obtenido de: <http://www.metropol.gov.co/institucional/Documents1/Ambiental/Producci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20limpia/Manual%20Buenas%20Practicas%20Ambient>

[ales%20%20para%20%20los%20Hoteles%20%20y%20%20Restaurantes.pdf](#)

Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Obtenido de [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_estrategica.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf)

Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. Mc Graw Hill.

Gran Hotel Bahía. (2015). *Misión y Visión: Hotel en Bocas del Toro*. Obtenido de <http://ghbahia.com/mision-y-vision-bocas-del-toro/>

Lautaro, L., y Covarrubias, S. (Febrero de 2010). *Manual de Trabajo Comunitario*. Obtenido de [https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2694/mod\\_resource/content/0/Modulo\\_6/Manual\\_de\\_Trabajo\\_Comunitario\\_Postas\\_de\\_Salud\\_Rural.pdf](https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2694/mod_resource/content/0/Modulo_6/Manual_de_Trabajo_Comunitario_Postas_de_Salud_Rural.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Octubre de 2012). *Manual de buenas prácticas de gestión de servicios para establecimientos de hospedaje*. Obtenido de [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/03\\_mbp\\_gestion\\_hospedaje/Manual\\_141012.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf)

Organización Iberoamericana de Seguridad Social [OISS]. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa y la Seguridad y Salud en el trabajo*. Obtenido de [http://www.oiss.org/atprlja/IMG/pdf/Manual\\_RSC\\_y\\_PRL.pdf](http://www.oiss.org/atprlja/IMG/pdf/Manual_RSC_y_PRL.pdf)

Programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Guía de Buenas Prácticas para prestadores de servicio en*

*Turismo*. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/Documento%20Tecnico%20GUIA%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS.pdf>

PromPerú. (2006). *Manual de Buenas Practicas para Turismo Sostenible*. Obtenido de *Hacia un Turismo Responsable*:

[http://www.aptae.pe/archivos\\_up/0046-manual-de-buenas-practicas.pdf](http://www.aptae.pe/archivos_up/0046-manual-de-buenas-practicas.pdf)

Rainforest Alliance. (2005). *Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible*. Obtenido de [http://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)

Reyes, E. (06 de Febrero de 2011). *Recepción*. Obtenido de Administración Hotelera: <http://infoadmohotels.blogspot.com/2011/02/recepcion.html>

Rodriguez, R. (2012). *¿Que es un sistema contable?* Obtenido de Mi curso de contabilidad: <http://micursodecontabilidad.com/blogs/sistema-contable/>

Tejada, L., López, F., y Delgado, J. M. (s.f.). *Manual de Buenas Prácticas en el Sector Turístico*. Obtenido de [http://www.andaluciadestinocalidad.es/html/portal/com/bin/contenidos/documentos/ManualBBPPTarifa/1197458108611\\_manual\\_buenas\\_practicas\\_tarifa.pdf](http://www.andaluciadestinocalidad.es/html/portal/com/bin/contenidos/documentos/ManualBBPPTarifa/1197458108611_manual_buenas_practicas_tarifa.pdf)

Van Duynen, L., Carré, M., y Amicone, C. (2011). *Guía de Buenas Prácticas Hoteleras*. Misiones, Argentina.

