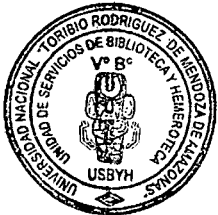


UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS

CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACION



10 6 JUL 2012

COMO MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS
EN LOS HOTELES DE CHACHAPOYAS

INFORME EXAMEN DE SUFICIENCIA

PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACION

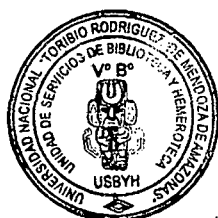
AUTOR: Bach. FERNANDEZ TORRES YSABEL

CHACHAPOYAS-AMAZONAS-PERU

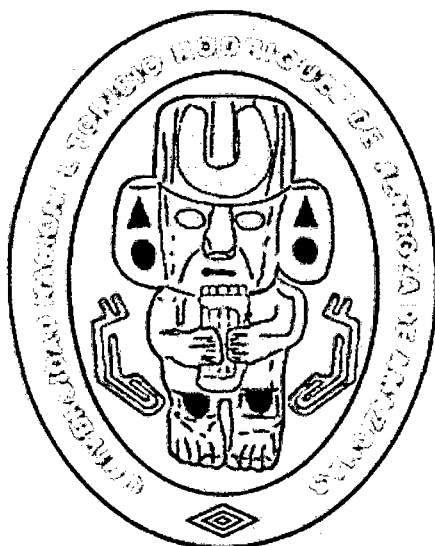
JUNIO 2010

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS

CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACION



06 JUL 2012



COMO MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS
EN LOS HOTELES DE CHACHAPOYAS

INFORME EXAMEN DE SUFICIENCIA

PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACION

AUTOR: Bach. FERNANDEZ TORRES YSABEL

CHACHAPOYAS-AMAZONAS-PERU

JUNIO 2010

AGRADECIMIENTO

A mis Padres por su apoyo incondicional en transcurso de mi vida.

A mi esposo e hija, por su amor, compañía, comprensión y apoyo

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

La Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM) fue creada mediante Ley N° 27347 del 18 de septiembre de 2000 e inició sus actividades académicas en junio de 2001, gracias a la Resolución N° 114 de Autorización de Funcionamiento emitida por el CONAFU con fecha 25 de mayo de 2001.

Desde su creación, hasta el 8 de diciembre de 2009, la Universidad ha sido administrada y gobernada por 5 comisiones designadas por CONAFU.

El 8 de diciembre de 2009 realizó su Ceremonia Académica de Juramentación de las nuevas autoridades elegidas, el CONAFU otorga mediante resolución N° 627-2009 de fecha 27 de noviembre de 2009 la Autorización Definitiva de Funcionamiento de la Universidad con lo que adquiere su autonomía y pasa a integrarse como miembro de la Asamblea Nacional de Rectores con todas las prerrogativas que le otorga la Ley Universitaria.

En efecto, el 21 de noviembre de 2009, fecha en que se celebra también el Aniversario de Creación Política del Departamento de Amazonas y a convocatoria de CONAFU, la Asamblea Universitaria eligió a las primeras autoridades de la UNTRM, las mismas que fueron reconocidas mediante Resolución N° 598-2009-CONAFU de fecha 24 de noviembre de 2009, la cual resuelve reconocer como:

RECTOR:

Dr. Vicente M. Castañeda Chávez.

VICERRECTOR ACADÉMICO:

Ms.C. Miguel Angel Barrera Gurbillón.

VICERRECTORA ADMINISTRATIVA:

Dra. Flor Teresa García Huamán.

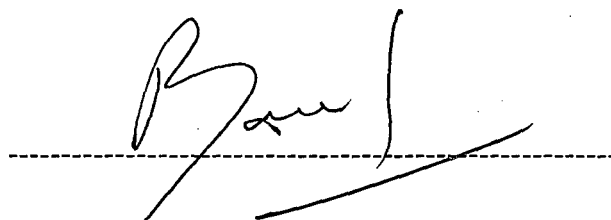
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE FACUTAD DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN:

Lic. Agustín Tamayo Beltrán.

JURADO

PRESIDENTE:

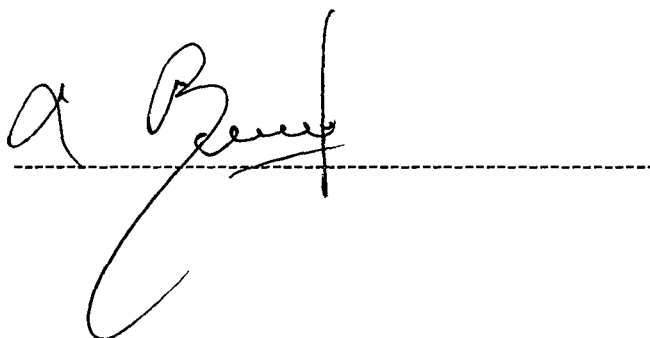
Dr. Barton Gervasi Sajami Luna



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Barton', is written over a horizontal dashed line.

SECRETARIO:

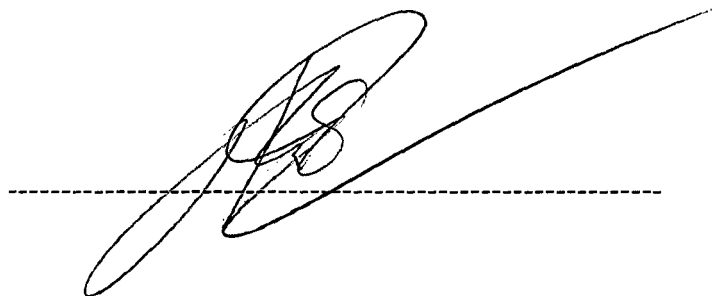
CPC & LIC.ADM. Juan Manuel Buendía Fernández



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juan Manuel Buendía', is written over a horizontal dashed line.

VOCAL:

CPC Carlos Hinojosa Salazar



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carlos Hinojosa', is written over a horizontal dashed line.

INDICE

Resumen.....	VIII
I. Introducción.....	IX
II. Marco Teórico.....	1
2.1. Definiciones... ..	1
Servicio Hotelero.....	1
Establecimiento de Hospedaje.....	1
Clasificación de los hospedajes.....	3
Servicios.....	4
Acepción del Servicio.....	5
Características de los servicios.....	5
Atributos para valorar un servicio.....	6
Elementos que intervienen en la prestación del servicio....	6
Etapas del servicio en un establecimiento de hospedaje....	7
Primera etapa	7
Segunda etapa.....	10
Tercera etapa	10
Cuarta etapa.....	11
Quinta etapa.....	13
Sexta etapa.....	14
Séptima etapa	15
Octava etapa	16
Calidad.....	17
Calidad en el turismo	17
Calidad en el servicio	18
Que es Calidad de servicio Turístico.....	18
La calidad de servicio en el sector hotelero.....	18
Como lograr una buena calidad de servicio.....	19
Gestión de la calidad turística.....	21
Como saber si nuestra empresa brinda calidad.....	22
Fidelizar un cliente	24

2.2.	Antecedentes.....	25
	Nivel Internacional.....	25
	Nivel Nacional.....	26
	Nivel regional y Local.....	
III.	Objetivos.....	29
	3.1 General.....	29
	3.2 Específicos.....	29
IV.	Material y Métodos.....	29
	4.1. Material.....	29
	4.2. Métodos y técnicas	29
V.	Resultados	30
	5.1. Diagnostico	30
	5.2. Análisis FODA	30
	5.3. Procesamiento de datos.....	33
VI.	Discusiones.....	41
VII.	Conclusiones.....	42
VIII.	Recomendaciones.....	43
IX.	Referencias Bibliográficas.....	46
X.	Anexos.....	47
	➤ Nombre de los establecimientos en materia de estudio...47	
	➤ Características del personal que trabaja en la área de recepción de un establecimiento de Hospedaje.....	47
	➤ Encuestas.....	62
	➤ Matriz	66
	➤ Fotos	
XI.	Apéndice	67
	➤ Ley general del Turismo.....	67
	➤ Legislación Turística.....	67
	➤ Definición de Análisis FODA.....	68

RESUMEN

El presente informe del trabajo práctico, se realizó con la finalidad de conocer como se encuentra la Calidad de los Servicio Turístico en los Hoteles de la ciudad de Chachapoyas, en función con las necesidades y exigencia de los clientes.

Para conocer su punto de vista de los clientes se aplicaron 15 encuestas en los tres establecimientos de materia de estudio, de donde recopilamos datos que nos permitió conocer su punto de vista sobre la apreciación de la calidad de servicio ofrecidos por los Hoteles de la ciudad de Chachapoyas.

Para conocer cómo debe ser la calidad de servicio ofrecido en un establecimiento de hospedaje, se tomo como base las etapas del servicio definidas en el Manual de calidad Turística para Establecimientos de hospedaje-elaborado por DIRCETUR-Cusco.

Concluyendo con recomendaciones que se debe considerar en las diferentes áreas del establecimiento de hospedaje en cuanto a la atención al cliente. Y así lograr mejorar la calidad del servicio turístico en los hoteles de la ciudad de Chachapoyas.

I. INTRODUCCION

En el mundo actual, de una economía globalizada no se puede producir solamente cumpliendo con especificaciones técnicas; se tiene que elaborar un producto o servicio al menor costo posible minimizando los errores y evitando el despilfarro.

En el desarrollo de la actividad turística, la calidad es de vital importancia, debido a que constantemente se elevan las necesidades y exigencia de la humanidad, con clientes más exigentes y ante un mundo de mucha competencia se hace necesario tratar de ser lo mejor dentro de lo mejor para poder sobrevivir, y esto no se logra si no es con el seguimiento de la calidad de cada uno de los servicios que se prestan en las instalaciones turísticas.

Esto no es ajeno en la actividad hotelera que ha pasado por diferentes cambios en las últimas décadas. Hoy nos encontramos frente a un público mucho más exigente propio de un mundo globalizado en la cual la calidad en el servicio son los factores fundamentales que diferencian un establecimiento de otro.

La preocupación por la calidad se debió a que no sólo se convirtió en uno de los requisitos primordiales de los productos o servicios, sino que pasó a ser un factor estratégico, para que muchas empresas mantengan su posición en el mercado así como coadyuvar a su supervivencia

Este trabajo recoge la opinión de los agentes involucrados en el servicio hotelero como son los turistas quienes reciben el servicio y los trabajadores de los establecimientos quienes son los que brindan el servicio, lo que nos permite evaluar la calidad en los que se encuentra el servicio de hotelero en la ciudad de Chachapoyas.

II: MARCO TEÓRICO

2.1 DEFINICIONES

El sector hotelero.

El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, con o sin servicios de carácter complementario."

Las actividades realizadas en los establecimientos hoteleros son de naturaleza heterogénea. La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración

A su vez, estas actividades "se diferencian de las actividades de otras organizaciones industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones, distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc. (DIRCETUR-Cusco)

Establecimiento de Hospedaje

De acuerdo al Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, (Decreto Supremo N° 029-2004-Mincetur), un Establecimiento de Hospedaje, es el lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación, previamente establecida en las tarifas del establecimiento

En la Región Amazonas registrados en el DIRCETUR existen 43 establecimientos de hospedajes localizados en la ciudad de Chachapoyas.

La oferta de los servicios turísticos en la ciudad se ha visto incrementando en los últimos años y esto mismo ha generado que los empresarios se enfoquen en la mejora de los establecimientos de hospedaje, pero sin embargo la calidad del servicio turístico se ha dejado de lado. Sin tomar en cuenta que este es un factor muy importante para la satisfacción del cliente

la calidad percibida es una condicionante de la competitividad de las empresas y por lo tanto de los beneficios que obtiene la organización

La importancia de los recursos humanos en la prestación de servicios es un aspecto clave en la gestión de la calidad aplicada a la industria hotelera

Los clientes que van a prestar servicios de un hospedaje, tienen conocimiento de los servicios que ofertan por medio de una publicidad o por simple deducción por la categoría, por lo cual no puede ser engañado en el momento de ofrecer el servicio hay que dar los que ha garantizado, es decir productos y servicios de buena calidad.

La calidad del servicio de un establecimiento de hospedaje debe sustentarse en:

- Recursos humanos competentes
- Estandarización de los procesos
- Practica de una mejora continua-busca de la calidad total
- Responsabilidad social y ambiental de la empresa

En un establecimiento de hospedaje su principal producto es el alojamiento del cliente,

El producto que ofrece consiste en la prestación de un servicio no inventariable una vez que ha sido finalizado

Es evidente que la mayoría de los servicios tiene una caducidad inmediata o instantánea. Esta dificultad o incluso imposibilidad de almacenar el producto o el servicio obliga al hotel a preocuparse por conseguir colocar toda la producción diariamente, puesto que lo que no se vende puede considerarse una pérdida

Además, cabe apuntar otra característica relacionada con el servicio hotelero como es la heterogeneidad de los productos o servicios que ofrece. En algunos hoteles puede perfectamente pedirse un café, jugarse un partido de tenis, alojarse una noche, utilizar el servicio de mueble-bar, disfrutar de una sesión de masajes

Clasificación de los Establecimientos Hoteleros

Resulta difícil hablar de una única clasificación de los establecimientos hoteleros puesto que no todos los países disponen de una clasificación oficial y si la tienen no se aplican los mismos criterios. Por ello, puede apreciarse que una misma categoría presente características diferentes en función del país en el que nos hallemos.

(Mestres Soler, J. R. (1999): Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera.

Los establecimientos hoteleros se clasifican en diferentes categorías en atención a sus características y a la calidad de las instalaciones y servicios que ofrecen.

De acuerdo a la normatividad se clasifican y categorizan en: Hotel, Apart-hotel, Hostal, Resort, Ecolodge y Albergue.

Sólo se categorizan con 1 a 5 estrellas a: Hotel, Apart- Hotel, Hostal y Resort. (DIRCETUR-Cusco)

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) otorga el Certificado correspondiente.

H	Hotel
Hs	Hostal
E	Ecolodge
A	Albergue

Hotel:

Establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios, que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

Apart-Hotel:

Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Su estructura y servicios disponen de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad del alojamiento.

Hostal:

Establecimientos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamiento en departamentos con garaje y entrada independiente para estancias de corta duración. Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

Resort:

Establecimiento de hospedaje ubicado en zonas vacacionales, tales como playas, ríos y otros de entorno natural, que ocupa la totalidad de un conjunto de edificaciones y posee una extensión de áreas libres alrededor del mismo.

Ecolodge:

Establecimiento de hospedaje cuyas actividades se desarrollan en espacios naturales, cumpliendo los principios del Ecoturismo. Debe ser operado y administrado de una manera sensible, en armonía con el respeto y protección del medio ambiente

Albergue:

Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines,

Es obligatorio en todos los establecimientos hoteleros exhibir junto a la entrada principal una placa normalizada en la que figure el distintivo correspondiente al grupo y categoría.

Servicios

- Un servicio es un conjunto de esfuerzos humanos en una organización, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores a través del óptimo uso de los productos. (Sosa -2000)
- Un servicio se define como la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales.
- Un servicio no es un elemento físico en su totalidad, es el resultado de un proceso de naturaleza intangible y de las actividades generadas por el proveedor para satisfacer al cliente.

El servicio únicamente existe como una experiencia vivida, del cual el consumidor puede expresar su satisfacción (Sosa -2000)

Acepciones del servicio

- *El servicio como producto principal:* es la actividad o beneficio que en el mercado, una parte puede ofrecer a otra
- *El servicio como apoyo de un producto principal.-* son los servicios adicionales que se le concede al consumidor para aumentar el valor del producto principal. En este caso este servicio constituye un elemento de la estrategia del producto, cuya finalidad es obtener una ventaja competitiva, ya que al ofrecer un servicio de mayor calidad que los ofrecidos por los competidores.- con esto se asegura la conservación de los clientes existentes y recuperar los clientes perdidos. (Sosa, 2000)

Características de los Servicios

Intangible.- los servicios no pueden ser experimentados, sentidos, probados antes de ser comprados; porque el cliente sólo los puede percibir una vez que los haya comprado, por lo que resulta imposible saber con certeza si van a ser satisfactorios para el cliente antes de su presentación. (Sosa-2000)

Inseparables-personal.- porque un servicio no puede darse en forma separada del prestador del servicio. Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo con la intervención del cliente y el prestador del servicio.

La presencia del cliente influye en gran medida en el resultado del servicio. (Sosa-2000)

Variable.- porque el grado de satisfacción por el resultado de un servicio está en función de las circunstancias que se presentan como cuando y donde se presenta un servicio.

Los servicios son altamente variables, pues depende de quien los brinda, de cómo lo realizan, de cuándo y dónde

Un servicio no es por igual para todos los clientes lo que es satisfactorio y excelente para uno puede ser deficiente para otro, todo es de acuerdo a las exigencias de cada cliente(Sosa-2000)

Percibibilidad.- los servicios no pueden ser guardados en stock, para su consumo posterior, pues se ofrece en fechas y horarios determinados, es por dicha características que los servicios se pagan por adelantado, ya que no son recuperables si no llegan a hacer uso del servicio. (Sosa-2000)

Atributos Para Valorar Un Servicio

- Acogida.- que esta expresado en la amabilidad del personal, en los múltiples puntos de información, en la facilidad para obtener consejos, en la señalización en cada localidad, etc.
- Comodidad.- que es la resultante de una serie de condiciones, tales como: facilidad de acceso, de circulación y descanso, rapidez en la entrega de los productos, así como también una buena iluminación, ventilación y ambiente en general.
- Opciones.- que se refiere a las alternativas de compra, las facilidades para obtener los productos
- Precio.- que deben estar en concordancia con la capacidad de gastos de la clientela clave para cada producto.
- Gama de productos.- que concierne a la amplitud y variedad de los productos ofrecidos. (Sosa-2000)

Elementos que Intervienen en la Prestación Del Servicio

- Las empresas que prestan el servicio
- Los servicios y materiales que acompañan al servicio
- Los métodos y procedimientos que se siguen
- Las materias primas e insumos a utilizar

Para realizar bien un servicio, requiere una inversión desde la selección del personal, contratación, formación y estímulo

Para que el desempeño del personal sea satisfactorio debe ocurrir que

- El personal realice un trabajo donde se sienta a gusto y que además concuerde con sus aspiraciones
- El personal sienta orgullo por el trabajo que efectúa, porque lo más importante es la relación interpersonal y en ella se ve reflejada la forma

como el personal se viste, el puesto que ocupa, la jerarquía que se le concede en la comunicación interna. (Sosa 2000)

Para la cadena del servicio (o secuencia del servicio), se han identificado las siguientes etapas, definiéndose los criterios de calidad para cada una de éstas:

Etapas del Servicio en un Establecimiento de Hospedaje

- La reserva
- La contratación del servicio
- El recibimiento del cliente
- El uso del servicio
- El pago del servicio
- La despedida del cliente
- Manejo documentario y reportes
- Seguimiento a la calidad del servicio

(DIRCETUR-Cusco)

PRIMERA ETAPA: La Reserva

a. Buscando alojamiento.

La primera etapa en la secuencia del servicio se da cuando el cliente busca el lugar donde se alojará luego de haber tomado la decisión de viajar a un determinado destino turístico; busca a un proveedor del servicio o lo hace directamente;

Para ello el establecimiento de hospedaje, debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Contar con material promocional impreso (trípticos, brochures, volantes), para ofrecerlo a los clientes que lo solicitan, el que será preciso, veraz y ajustado a lo que realmente ofrece el establecimiento
- Contar con una página Web, que permita conocer descriptiva y visualmente todo lo que el establecimiento ofrece: condiciones, características y el precio de venta de cada uno de los productos. Dé a conocer la dirección de esta página Web.
- El personal de ventas, o las personas que desarrollen esta labor, deberán vestirse en forma pulcra y correcta, con la vestimenta adecuada al tipo de cliente con el que trata

- Responder en un tiempo límite fijado toda inquietud o requerimiento de un potencial cliente, se recomienda que no exceda las 24 horas.
- Enviar las cartas de presentación y tarifario anual del establecimiento en forma personalizada a cada cliente, ya sea por vía impresa o por vía electrónica

b. *haciendo la reserva.*

El momento de la reserva es decisivo, ya que es en ese instante, que el cliente o usuario final nos confirma de su decisión a favor del establecimiento. Por ello en esta etapa es necesario darle la seguridad de que su decisión ha sido acertada.

Al realizar la **reservación hay que tomar las siguientes consideraciones:**

- Respete toda habitación confirmada a un cliente, siempre que cumpla con la política de pago establecida previamente, la cual deberá ser conocida por el cliente.
- Responda en un tiempo límite (que no exceda las 24 horas), toda solicitud de modificación o anulación de reserva enviada por el cliente.
- Solicite por escrito, toda reserva de habitación(es) recibida verbalmente (preferentemente vía electrónica), pudiendo hacer la excepción cuando se trate de una reserva de última hora y cuando el tipo de cliente así lo amerite.
- Antes de confirmar una reserva haga la verificación de espacios, y asigne en base al tipo de habitación solicitada y a los días de permanencia requeridos.
- La respuesta a toda reserva deberá tener su status y su correspondiente código de reserva: Confirmada (Ok), en lista de espera (W.L.), cancelada (XXL) o anulada (Avoid)
- En caso la reserva tenga el status de confirmada, consigne junto con la respuesta, la liquidación total de pago, las condiciones en las que aplica, todos los servicios que incluye, la fecha límite de pago, así como el respectivo número de cuenta bancaria (en caso el pago se haga vía depósito o transferencia).

- Cuento con un cuadro (cuaderno) oficial de reservas, el cual deberá ser actualizado permanentemente y manejado estrictamente por el personal encargado de reservas.
- Procese en forma ordenada y sistemática, todas las reservas recibidas y regístrelas cronológicamente en el cuadro oficial de reservas de habitaciones.
- Realice un cuidadoso seguimiento de cada reserva, a fin de verificar las fechas límite de pago y dar la respectiva conformidad cuando una reserva haya sido parcial o totalmente pagada.
- Todo requerimiento adicional o excepcional solicitado en la reserva, deberá ser aceptado siempre que esté dentro de las posibilidades del establecimiento; para tal fin, debe ser anotado como una observación importante a fin de darle fiel cumplimiento.
- No se debe aceptar ni trabajar con una política de sobreventas (vender más habitaciones de las que cuenta el establecimiento).
- En caso la reserva incluya el recojo del pasajero, anótelo en el cuadro de programación de traslados, a fin de tenerlo presente con la debida anticipación.

c) *reserva por teléfono*

Durante la comunicación telefónica el cliente tiene la percepción acerca del servicio que brinda el establecimiento, por ello

- Revise los aparatos telefónicos tanto de la recepción como de las habitaciones, los que estarán en buen estado de conservación y uso, de manera tal que no obstruyan o dificulten la comunicación.

Las personas que receptionan las llamadas deben:

- Estar en la capacidad de atender un requerimiento o ayudar a resolver los problemas o inquietudes de los huéspedes y/o clientes.
- Seguir un patrón único y determinado para contestar desde el inicio, que debe incluir: el saludo, la identificación del establecimiento y el nombre de la persona que atiende.
- Demostrar un tono de voz cordial que transmita confianza y seguridad a la persona que llama.
- Conocer bien el funcionamiento del teléfono y/o de la central telefónica

SEGUNDA ETAPA: El Contrato del Servicio

El contrato de servicio es el mecanismo de formalización mediante el cual se garantiza el cierre de una venta y el compromiso de brindar el servicio en la forma establecida por el establecimiento y con el conocimiento pleno del cliente.

- Dé a conocer al cliente en forma clara y precisa los servicios e impuestos que incluye la tarifa pactada.
- Establezca de manera clara el tipo de moneda que utiliza el establecimiento para el cobro de la habitación y/o de los servicios complementarios (soles o dólares).
- Especifique si la reserva incluye el traslado del aeropuerto o terminal terrestre; o si el cliente debe pagar por este servicio.
- Se sugiere pedir un voucher de garantía o el pago de la primera noche a los clientes directos (cuando realizan el check in).
- Se recomienda que para estadías largas realice el cobro de la habitación cada cierto tiempo (puede ser semanal dependiendo del tiempo de permanencia). Comuníquelo al cliente de una manera clara y con la debida anticipación.

TERCERA ETAPA: El Recibimiento al Cliente

Este es otro momento importante de contacto directo del huésped con el establecimiento, aquí se va moldeando la percepción del cliente, el que se ratificará o desmentirá a lo largo de su estadía.

a. El Recibimiento Al Huésped:

Las personas que tienen la responsabilidad y desarrollen la labor de recepcionar a los huéspedes a su llegada al establecimiento (generalmente el portero, Bell boys o el mismo recepcionista), deberán estar debidamente

presentados y llevar puesta una identificación del establecimiento con su respectivo nombre (se recomienda que estén uniformados).

- Deberán tener la capacidad de orientar y ayudar al huésped en todas sus necesidades, a su llegada y mientras dure su estadía en el establecimiento.
- Estar pendientes a la llegada de cualquier cliente o huésped a cualquier hora, sea del día o de la noche.
- Es importante que sean atentos y demuestren cordialidad y cortesía en todo momento.
- Se recomienda que la empresa ofrezca alguna cortesía de bienvenida a todos sus huéspedes en cuanto lleguen al establecimiento

CUARTA ETAPA: El Uso del Servicio

Esta etapa es la decisiva en la cadena del servicio, aquí es donde se define la percepción del huésped acerca del servicio que está recibiendo. En esta etapa el huésped juzga en todo momento el accionar de las personas y las bondades o limitaciones que ofrece el establecimiento para hacerlo sentir plenamente satisfecho

En esta etapa el personal responsable del área de recepción juega un papel muy importante, ya que este deberá

- Tener la capacidad de orientar al huésped en todas sus necesidades durante su estadía, debiendo conocer para ello, las preguntas frecuentes que hacen los clientes
- Estarán atentos a las necesidades y deseos de los huéspedes y ver la manera de satisfacerlos, siempre que no atenten contra la dignidad de las personas ni violen algún derecho establecido.
- Contar en el área de recepción con mobiliario necesario y básico que brinde comodidad a los clientes.
- Tener a la mano materiales necesarios para brindar un servicio eficaz y eficiente a los clientes (lapiceros, tampón, sellos, papel carbón, hojas, calculadora, engrapador, perforador, etc.).
- Contar con todos los formatos necesarios y propios del área de recepción para la atención al cliente: cuaderno de registro o ficha de

registro de huéspedes, formatos de liquidación, talonarios de comprobantes de pago (facturas y/o boletas de venta), talonarios de ticket numerados para guardar las maletas de los huéspedes, etc.

a) haciendo el check in (ingreso de pasajeros)

Mantenga el mostrador siempre ordenado, esto se verá reflejado en la prontitud en la atención al cliente y en el manejo documentario necesario.

- Proporcione lapiceros en perfecto estado y en el momento que necesite el pasajero, para el llenado del cuaderno, ficha de registro de huéspedes u otros.
- Tenga siempre actualizado el reporte de habitaciones, a fin de asignar las habitaciones en el momento.
- Antes de asignar una habitación, realice el registro de cada huésped en forma eficaz y eficiente, así evitará problemas de pago o identidad, aparte que no incomodará al huésped
- Resalte los espacios obligatorios que debe llenar el huésped en la ficha de registro, a fin de darle facilidades para la rapidez en el llenado.
- Esté atento a las necesidades del huésped y ayúdelo ante cualquier requerimiento adicional que solicite en ese momento

Tome en cuenta el siguiente procedimiento a la hora del check in:

- Verifique las fechas de estadía programadas en la reserva, si es directa pregunte al pasajero y si es con una agencia de viaje revise el voucher u orden de servicio respectivo a fin de que coincidan con las fechas de la reserva.
- Asigne las habitaciones con anticipación en base al cuadro de reservas y llegadas previstas. Coordine con el personal de limpieza, a fin de que estén listas antes de la llegada de los pasajeros al establecimiento.
- En caso el check in sea para un grupo, coordine con anticipación con la agencia o el tour conductor, a fin de tener con tiempo la lista de pasajeros y tener distribuidas las habitaciones antes de su llegada

- El fotocopiado del pasaporte y la tarjeta andina de migración (en caso sean extranjeros y se acojan al DL. 919 para ser exonerados del IGV), se deberá hacer a la llegada del huésped. En algunos casos se puede hacer la excepción sin embargo se recomienda no esperar al cambio de turno para realizarlo
- La ficha de registro debidamente llenada, deberá ser colocada junto con la hoja de liquidación en el casillero de llaves correspondiente a la habitación, o en el rack previamente establecido.
- Antes de entregar la llave de la habitación, asegúrese de que la habitación esté totalmente desocupada y perfectamente limpia
- El proceso de check in, tiene un tiempo límite, ya sea para clientes individuales o de grupos, el mismo que deberá ser fijado por el establecimiento de acuerdo a sus propias características (Se recomienda no exceder los 15 minutos para pasajeros individuales)
- Una vez finalizado el check in con la entrega de la respectiva llave de la habitación, oriente o conduzca al pasajero hacia su habitación, ayudándolo en el traslado de sus respectivas maletas (coordinar con el bell boys o personal encargado para ello).
- Cualquier cambio de habitación que sea solicitado por un motivo razonable, deberá ser atendido al momento, siempre que se disponga del tipo de habitación solicitada.

QUINTA ETAPA: El Pago del Servicio

- a. haciendo el check out:
 - Cuente con los medios de pago que usualmente solicitan sus clientes.
 - Coloque el tipo de cambio del día en algún lugar visible de la recepción el que será el mismo tipo de cambio del mercado.
 - Mantenga la tarifa pactada con el cliente, y será la que finalmente se respete a la hora del cobro respectivo.
 - Calcule previamente la cuenta del huésped con salida, y póngala en su hoja de liquidación o rack, para no demorar al momento de su salida.
 - Cuente con dinero adicional para dar cambio o tenga las facilidades para conseguirlo inmediatamente si se diera el caso.

- Antes que se retire el huésped, coordine con el personal de pisos (habitaciones) y verificar que no haya quedado ninguna pertenencia del huésped en la habitación.
- Solicite al huésped las llaves de la habitación antes que se retire del establecimiento, o verifique que las haya dejado en la habitación en caso así lo señale.
- Por todo pago entregue el respectivo comprobante que será boleta de venta o factura según lo solicite el cliente.
- El cajero o recepcionista estará en la capacidad de hacer boletas y facturas de acuerdo a la normatividad establecida sin incurrir en errores.
- Comunique al personal de pisos la salida del huésped, para que realicen la limpieza correspondiente
- Pregunte si el huésped requiere que se le guarde las maletas en custodia hasta que parta definitivamente.
- Realice el check out con la misma amabilidad con la que realizó el check in.
- El huésped no debe sentir que se le está apurando para que se vaya al momento de realizar el check out.
- Aproveche este momento e invite al huésped a llenar el formato de comentario de huéspedes o pregúntele cómo se sintió durante su estadía en el establecimiento y luego repórtelo.

SEXTA ETAPA: La Despedida al Cliente

- Proporcione al cliente antes de su partida, material promocional del establecimiento para que lo recuerde y lo recomiende a otras personas
- Despídase del huésped con la misma cordialidad con la que lo recibieron.
- Dé al huésped las gracias por la visita al lugar y por haber preferido quedarse en el establecimiento, e invítarlo cordialmente a que regrese en una próxima oportunidad.
- Ayude en el traslado de sus maletas hasta que aborde su medio de transporte

SÉTIMA ETAPA: Manejo Documentario y Reportes

- Cuento con todos los registros y reportes necesarios para poder monitorear la operación de servicio.
- Cada área debe contar por lo menos con los siguientes registros y reportes:

La Gerencia

- Reporte diario de producción.
- Cuaderno de inventarios (de muebles y enseres, maquinarias, equipos, etc

Área de Reservas y Recepción:

- Cuaderno de reservas.
- Libro de registro de huéspedes o ficha de registro de huéspedes
- Lista de pasajeros (rooming list)
- Boletas de venta y/o Facturas (según corresponda)
- Libro de Ocurrencias.
- Cuaderno de Caja.
- Cuaderno de despiertos.

Área de pisos o housekeeping:

- Reporte diario de habitaciones.
- Cuaderno de control de trabajo (ropa de cama, lencería, artículos de limpieza, amenities)
- Cuaderno de control de lavandería.
- Cuaderno de objetos olvidados.

En caso de que un establecimiento cuente con restaurante

Área de cocina y comedor:

- Cuaderno de control de almacén (productos e insumos para la preparación de alimentos)
- Comandas de consumo
- Cada área según corresponda, debe elaborar y proveer el registro o reporte en el tiempo y periodicidad establecida.

- Llene los registros y reportes ordenadamente ya sea a mano o sistematizados por computadora, los que deben hacerse tomando como base, datos e información real y fidedigna.

OCTAVA ETAPA: Seguimiento a la Calidad del Servicio

Administración del Talento Humano:

Un aspecto importante en la calidad del servicio es el tema de la administración del talento humano, por ello la gerencia del establecimiento tiene algunas funciones a cumplir:

- Capacite y actualice periódicamente a todos sus colaboradores, en nuevas técnicas que se desarrollan para funciones específicas (en recepción, housekeeping, cafetería, atención y servicio al cliente, primeros auxilios, entre otros).
- Fomente un clima organizacional entre todos los colaboradores, de respeto mutuo, disciplina, orden, lealtad, compañerismo y trabajo en equipo.
- Defina y promueva un sistema de valores que guíe a la organización y que cada uno de sus colaboradores se identifique.
- Cuente con un manual de funciones y procedimientos, el que debe ser dado a conocer, y entrenar a cada uno de sus colaboradores.
- Defina una política clara de remuneraciones e incentivos, conocida y aceptada por los colaboradores.
- Promueva y lleve a cabo reuniones periódicas de coordinación entre todo el equipo de colaboradores del establecimiento.

De la misma manera, es importante que los colaboradores que laboran en el establecimiento:

- Tengan una firme y decidida actitud de servicio.
- Estén debidamente capacitados para responder en la función asignada.
- Estén plenamente identificados con el establecimiento y con la cultura organizacional que ahí se desarrolla.
- Roten por los diferentes puestos para que conozcan y valoren el trabajo de cada uno, pero cada persona estará ubicado de acuerdo a su nivel de competencia

- Estén permanentemente motivados, por tanto es función de la gerencia, hacer lo necesario para asegurarse de tal fin

Calidad

El concepto de calidad ha ido evolucionando paralelo al desarrollo de la economía

- Se entiende por calidad el nivel de excelencia que una empresa se propone alcanzar para satisfacer a su cliente clave. (Collazos,2008)
- Joseph Juran, define la calidad como “Adecuado para el uso” es decir la capacidad que tiene un producto o servicio para satisfacer las verdaderas necesidades del cliente con la intervención de los Gerentes del negocio y los trabajadores (Stoner,2000)
- “la calidad es el conjunto de características que le confieren al producto los atributos necesarios para satisfacer necesidades implícitas y expresadas” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985)

El concepto de calidad se ha abordado desde dos puntos de vista: el objetivo y el subjetivo. El primero, denominado calidad objetiva, está asociado a especificaciones físicas de más o menos fácil cuantificación y que permiten un control de calidad estadístico. El segundo, denominado calidad de servicio, resulta de la comparación entre las expectativas y percepciones de los clientes (Iliquín, 2009)

Calidad en el turismo

La calidad puede ser considerada de dos formas

- Como el tipo de de atención provisto a los clientes
- Como el mantenimiento de los estándares de seguridad adecuados que permitan proveer un mejor servicio a los usuarios y en las condiciones óptimas necesarias.

La calidad debe ser entendida como la forma de vida, como filosofía que se proyecta al modo de hacer las cosas y que es importante asimilar y divulgar para que la sociedad pueda alcanzar los altos niveles que aspira

Calidad en los servicios

Actualmente, la importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado. Los consumidores son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad, para cumplir con estas expectativas se han desarrollado técnicas y herramientas para medir y asegurar la calidad de los productos ofrecidos (DIRCETUR-Cusco)

¿Qué es calidad de servicio turístico?

La calidad implica la satisfacción del cliente, ya sea de sus expectativas (lo que espera del bien) o de sus requerimientos (lo que necesita), la calidad se manifiesta en términos de la percepción del cliente, que va en la búsqueda de las constantes mejoras. Parasuraman (1988) desarrolló un modelo conceptual de la calidad del servicio y un instrumento de medida que identificaron como SERVQUAL (SERVice QUALity)

Este modelo propone que la calidad de servicio se puede estimar a partir de cinco dimensiones: elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía de Calidad Turística para Establecimientos de Hospedaje (DIRCETUR-Cusco)

La calidad de servicio en el sector hotelero

La calidad en un establecimiento hotelero "depende de la destreza y habilidad del equipo humano del hotel, puesto que unas buenas instalaciones o unas habitaciones lujosas no garantizan por sí solo el éxito de la empresa"

"Cuando una persona desea comprar un coche lo que más le interesa son sus características técnicas. Sin embargo, cuando lo que desea es alojarse en un hotel, la calidad técnica ya viene dada por la categoría del hotel, y lo que realmente le interesa son los "retoques humanos". Por lo tanto, los empleados de los hoteles se enfrentan a un desafío para satisfacer al público y mantener la clientela

Además de centrar un interés real en la calidad del servicio prestado, la necesidad primordial de la dirección de los hoteles radica en obtener información relevante que permita formarse una visión de su funcionamiento con el fin de utilizarla como soporte en el proceso de toma de decisiones,

tanto a nivel global de la empresa, como a nivel de sección o departamento.
(DIRCETUR-Cusco)

➤ La calidad varia con la cultura.- cada consumidor evalúa la prestación del servicio desde su particular punto de vista, concediendo importancia a cada uno de los componentes del servicio de acuerdo a sus valores adquiridos y sus criterios culturales. (Sosa, 2000)

¿Cómo lograr una buena calidad de servicio?

Para que una empresa brinde servicios de calidad, es importante entonces que éstos partan de la dirección, donde el compromiso y la asignación de recursos (humanos, financieros, etc.) son los principales indicadores

La empresa debe centrar parte de su atención al cliente y adaptar el servicio que ofrece a las circunstancias que condicionan su entorno.

Es decir, el servicio o producto “se consume en el lugar de producción. En el hotel la prestación de sus servicios tiene una unidad de tiempo y de espacio que no puede ser objeto de almacenamiento

No obstante, los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes a la vez que deben ser lo suficientemente flexibles como para adaptarse o ajustarse a una variedad amplia de situaciones más o menos previsibles o las diferentes necesidades de cada cliente

Para tener éxito en el ámbito empresarial de hoy, organizaciones como el segmento de hoteles deben presentar mucha atención a la calidad. De hecho, uno de los cambios más importantes en años recientes es la gran atención que se está presentado al concepto de la calidad llamada también la “Administración de la calidad total” (ACT) o “control a la calidad total” (Stoner, 2000)

La ACT significa que la cultura de la organización se define y fundamenta en conseguir constantemente la satisfacción de los clientes, por medio de un sistema integral de instrumentos, técnicas y capacitación. Esto implica la superación constante de los procesos de la organización, la cual deriva en productos y servicios de alta calidad (Stoner,2000)

Los sistemas de gestión de calidad total se han desarrollado de forma especial en las empresas turísticas, materializándose en un conjunto de aplicaciones y procesos de mejora en las empresas del sector, en busca de la excelencia en el servicio. Los objetivos básicos de estos sistemas de gestión son la búsqueda de la satisfacción del cliente y la satisfacción de todos los colectivos implicados en el desarrollo empresarial, bajo unos parámetros del consumidor. La implantación de los sistemas de gestión de calidad total precisa de la introducción de cambios profundos en los sistemas de gestión tradicionales, en búsqueda de la satisfacción del cliente, para lo cual se emplean distintas metodologías. En primer lugar podemos citar los métodos desarrollados como consecuencia de la creación de los grandes premios internacionales a la calidad y en segundo lugar, los métodos basados en sistemas de aseguramiento de la calidad mediante normas.

Premios internacionales a la calidad

Premio norteamericano "Malcolm Baldrige"

Nace en 1987 y sus objetivos son la satisfacción del cliente y los resultados empresariales, medidos en términos de índices de calidad e indicadores de negocio

Para alcanzar estos objetivos se introducen un conjunto de parámetros de referencia como la fidelidad de los clientes, la cuota de participación de la empresa en el mercado, así como una serie de medidas de progreso basadas en la calidad de productos y servicios, la mejora de la productividad, la eliminación de residuos y por último, la calidad de los proveedores.

Los sistemas de aseguramiento de la calidad mediante normas.

Se basan en tres pilares fundamentales

- Sistema de normalización a partir del cual se establecen y acuerdan un conjunto de estándares cuya finalidad es garantizar unos niveles mínimos en la realización de los procesos y en la prestación del servicio. Con la aplicación de dichas normas se persigue alcanzar la satisfacción del cliente, mediante la prevención de cualquier elemento no conforme a las normas en cada una de las etapas que componen la prestación del servicio
- Sistema de inspección, auditoria, certificación y concesión, a través del cual un organismo certificador con acreditación oficial, verifica el

cumplimiento de dichas normas y dictamina sobre la concesión final del sello de calidad

- Sistema de gestión que asegura el correcto funcionamiento de todos los procesos

Gestión de la Calidad Turística

La gestión de la calidad es la función que realiza la gerencia o dirección de una empresa para definir y aplicar la política de calidad. Para ello se requiere del compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, pero la responsabilidad por la gestión de calidad pertenece a la dirección superior (gerencia).

Para que una empresa brinde servicios de calidad, es importante entonces que éstos partan de la dirección, donde el compromiso y la asignación de recursos (humanos, financieros, etc.) son los principales indicadores

Uno de los sistemas de calidad más implantados a nivel internacional, son los basados en la norma ISO 9001:2000, es una norma que establece los requisitos necesarios para implementar un sistema de gestión de calidad, está orientada a procesos, su medición y mejora, pretende asegurar la calidad y mejorar la satisfacción del cliente.

Este tipo de sistema aporta una serie de beneficios a la empresa

Un lenguaje común, una identidad, una cultura

Se trata que todo el personal que trabaja en el establecimiento de hospedaje compartan una misma visión de la calidad, de la forma de trabajar, del servicio al cliente, entre otros

Gestión Por Procesos Y Hechos.

La identificación, la satisfacción y la normalización de los procesos ayudaran a que la organización actúe de forma más eficiente, favoreciendo la medición y la obtención de información fiable, para el desarrollo de actividades de mejora.

La implementación de sistemas de gestión de calidad ISO 9000 nos permite alcanzar este objetivo, unos buenos procesos garantizan en gran medida unos

buenos resultados, consiguiendo al mismo tiempo mayor transparencia y una mejor gestión de del conocimiento.

Desarrollo e implicación de las personas

Los dirigentes de una empresa tienen que velar por la satisfacción de los clientes tanto externos como internos, compartir unos valores, en un clima de confianza, de comunicación y de desarrollo profesional, fomentando la participación, obteniendo todo el potencial de cada una de las personas de la organización. Esta cultura es transmitida y percibida por el cliente.

Responsabilidad social.

Un comportamiento ético de la organización y de las personas hacia la comunidad, superando sus expectativas y los requisitos legales, es beneficioso en el tiempo, para los intereses de todas las partes implicadas recuerde que su empresa no es un ente aislado. Todas las empresas interactúan en mayor o menor medida, con la comunidad en la que se ubica: una ciudad, un pueblo en un barrio, o una comunidad de vecinos.

Orientación hacia los resultados

Los resultados no solo económicos, sino también desde el punto de vista de las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas, recuerdo que el éxito continuado de su organización dependerá del equilibrio de las necesidades y de la satisfacción de todos los grupos de interés que se relacionan con su empresa entre ellos se encuentran: los clientes, los trabajadores, accionistas y la sociedad

¿Cómo saber si nuestra empresa brinda calidad?

Sabremos que nuestra empresa brinda calidad, cuando exista satisfacción del cliente en cada una de estas 5 dimensiones que están presentes en las diferentes etapas del servicio

➤ Elementos Tangibles:

Dirigido a las Instalaciones físicas, equipamiento y apariencia del personal: limpieza de las instalaciones, equipamiento necesario, estado de conservación de la infraestructura, mobiliario y equipos, mantenimiento y limpieza de sanitarios y grifería, provisión de implementos necesarios en baños de uso público, apariencia y presentación del personal, conocimiento y dominio de idiomas

➤ Fiabilidad:

Dirigido a la habilidad del personal para prestar el servicio de manera confiable y precisa: confianza que inspira el personal, cumplimiento de promesas por parte del personal, veracidad de la publicidad, formalidad de la empresa.

➤ Capacidad de respuesta:

Predisposición del personal para ayudar al cliente y proveer el servicio a tiempo: cumplimiento de servicios en el tiempo indicado, solución de problemas con rapidez.

➤ Seguridad:

Conocimiento del personal y habilidad para inspirar confianza: personal capacitado y con experiencia, tranquilidad al dejar las pertenencias y seguridad dentro del establecimiento.

➤ Empatía:

Predisposición del personal para una atención y ayuda en todo momento, atención con un trato amable y cordial permanente.

Los clientes perciben la calidad de los servicios como un conjunto de características que los conforman, que a su vez lo asignan determinados atributos. La percepción de la calidad de un servicio es subjetiva ya que para una persona no es igual para otro.

Las personas tienen múltiples necesidades y expectativas en cuanto a un servicio, es por ello que su percepción de calidad de un mismo servicio es diferente, es en cuanto satisface sus necesidades, la calidad de un servicio la define el cliente.

Para ofrecer servicio de calidad a los clientes es necesario ajustar las características del servicio a las expectativas de los usuarios. Por ellos, las empresas deben orientar su organización y procesos a un modelo en el cual los clientes y la satisfacción de los mismos sean la prioridad.

Los prestadores de servicio de alojamiento deben conocer las características de sus clientes y evaluar su capacidad operativa para satisfacer los requerimientos y expectativas de los mismos, para lograr la fidelización; ya que esto se logra cuando el cliente queda satisfecho por el servicio recibido.



10 6 JUL 2012

La competitividad de una empresa turística depende de la captación y retención de su público objetivo, y ello se logra a través de clientes satisfechos ya que aumentara la frecuencia de visitar el establecimiento y la recomendación hacia nuevos clientes (Organización Mundial del Turismo- Introducción al Turismo)

Fidelizar un cliente

De la calidad del servicio brindado, depende para que un huésped decida regresar o recomendar el establecimiento, ya que dicho hospedaje colmo o supere sus expectativas

La fidelización de los clientes tiene dos dimensiones:

- **Subjetiva:** se centra en establecer vínculos de tipo emocional entre el cliente y la empresa, se trata de persuadir a los clientes a favor de la empresa, que se identifiquen con ella
- **Objetiva:** está relacionado con el perfil del cliente que acude a la empresa, con lo observable, lo medible

La actitud y profesionalidad de los empleados en la atención de los clientes repercute notoriamente en la satisfacción y la fidelización de los mismos.

Decimos que una empresa fideliza a su cliente cuando satisface sus expectativas con el servicio ofrecido y regresa a hacer uso de sus servicios.

Generalmente un cliente fidelizado está dispuesto a pagar más precio por un servicio conocido y que garantiza el cumplimiento de sus expectativas, que por otro más barato pero desconocido. (Huete, 1995)

2.2 ANTECEDENTES

A Nivel Internacional

La industria del hospedaje en Estados Unidos

Si se le ve como un sector separado de la economía de Estados Unidos, la industria de hospedaje ocupa el séptimo lugar entre las industrias de ese país. Si se le combina con el servicio de alimentos y bebida, el hospedaje y la hospitalidad ocupan el segundo lugar. Los estadounidenses son la población del mundo que más viaja.

En USA los cinco segmentos principales son los siguientes

➤ Hoteles económicos o de servicios limitados.

Estos hoteles económicos proporciona habitaciones privadas con baño, funciones e higiénicas y no haya servicio de alimentos y bebidas

➤ Hoteles de mediana categoría

El hotel moderno de mediana categoría es descendiente hotel comercial. Además de tener alojamientos cómodos con baños privados, el hotel tradicional de mediana categoría ofrece en sus instalaciones servicio de alimentos y bebidas y botones.

➤ Hoteles de mediana categoría, también denominado hoteles de clase turista o Estándares.

Las propiedades de categoría mediana ofrecen lujo y comodidad a un nivel más alto que el promedio, decoración diseñada profesionalmente, y servicio de alimentos y bebidas en las instalaciones. El alojamiento puede tener una vista pintoresca o una ubicación conveniente

➤ Hoteles de suites

El hotel de suites se creó para competir con los hoteles de primera clase al ofrecer instalaciones superiores al promedio, a un costo de hotel de categoría mediana. El hotel de suites por lo regular ofrece áreas separadas para dormir y estar, junto con otros beneficios tales como cocineta y mini bar surtido

Una variante del hotel de suites, el hotel condominio o “condotel”, es un complejo de departamentos equipados que rentan alojamiento por temporadas mínimas de una semana. El hotel condominio típico se localiza en un área de descanso

➤ Hoteles de primera clase para ejecutivos

El hotel de primera clase típico es lujoso o de una categoría cercana a la de lujo, con comodidad y decoración excepcionales, personal altamente capacitado y, por lo general, con alimentos y bebidas superiores al promedio. Llamados también hoteles de ejecutivos, o primera clase, los hoteles de primera clase a menudo tienen suites de lujo, dos o más comedores, y un bar cóctel. Muchos de los alojamientos tienen vistas excelentes, refrigeradores y cantinas surtidas.

➤ Hoteles de lujo

Los hoteles de lujo representan el estándar de excelencia más alto en el nivel de lujo y comodidad. Se caracterizan por su pulcritud y funcionalidad; especialización del personal, competencia y cortesía; diversidad y calidad en el servicio de alimentos y bebidas. El hotel de lujo y dos o más comedores. Casi todos los alojamientos tienen vista, ubicación o ambiente sobresalientes. (<http://html.rincondelvago.com/historia-de-la-hosteleria.html>)

2.2.2 A Nivel Nacional

El desarrollo del sector hotelero en el Perú está ligado íntimamente al desarrollo del turismo. La infraestructura hotelera juega un papel importante, pues de la calidad de los servicios hoteleros recibidos va depender la buena imagen que se haga el turista del Perú.

Si revisamos la evaluación del turismo en el Perú en relación al sector hotelero, se puede afirmar que ambos han crecido casi al mismo ritmo, la capacidad hotelera en el Perú se concentra básicamente en la capital. (Tesis; Iliquin -2009)

Existen programas desarrollados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, vinculadas a la calidad turística, entre ellas el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR, 2005-2015)

El PENTUR es un plan estratégico que busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en la identidad del destino. De este modo, optimiza la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país. Cuyo objetivo general es Impulsar el desarrollo turístico sostenible en el

Perú, desarrollando una Oferta turística competitiva y sostenible. (MINCETUR-Lima)

El reglamento de establecimiento de hospedaje Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, establece las disposiciones para la categorización, clasificación, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; asimismo establece los órganos competentes en dicha materia, así como, la obligatoriedad a todos los que inicien operaciones de presentar de presentar la declaración jurada de cumplimiento de las normas relativas a las condiciones mínimas del servicio que presenten. Establece los requisitos de infraestructura, equipo y servicios para la clase del Hotel, Apart-hotel, hostel, Ecolodge y albergue, categoría de 1 a 5 estrellas

También contamos con el PENTUR 2008-2018, Sistema para la Puesta en Operación teniendo como objetivo general: Alcanzar un turismo sostenible en el Perú como herramienta de desarrollo económico-social del país.

Esta herramienta está orientada al desarrollo integral del país desde la acción, ya que formula retos, plantea alternativas y propone líneas y programas de actuación, así como oportunidades de inversión y desarrollo para otros sectores. Por ello, dentro del Plan de Gobierno, una buena parte de las medidas que propone son competencia de los diversos ministerios encargados de la planificación sectorial que, a través del turismo, incide directa e indirectamente en el bienestar de la economía peruana.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo es una herramienta que encamina nuestro país hacia una mayor competitividad económica, un mayor equilibrio y un desarrollo sostenible dentro de un territorio accesible y bien conectado.

(PENTUR-2008-2018-Lima)

2.2.3 A Nivel Regional y Local

En la región Amazonas también se viene implementando programas que nos permite conocer de manera responsable como se está manejando la actividad turística en la zona, tal es el caso del Plan Estratégico Regional de Turismo 2009-2015 (PERTUR Amazonas)

La formulación del Plan Estratégico de Turismo Amazonas se inició buscando aquello que une, moviliza e impulsa a compromisos con el futuro. Se reubicó a los actores involucrados en el proceso, pasando de una posición de

analizadores de problemas a agentes con propuestas creativas y con un sentido común de acción

El PERTUR de la Región Amazonas está en concordancia con los objetivos y lineamientos establecidos en el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2008 -2018 y de igual manera al Plan Regional de Desarrollo Concertado de la Región Amazonas

Este plan es un instrumento de planificación dinámico y susceptible de mejoras, el mismo que se irá actualizando con nuevos aportes y de esta manera cumplir con los objetivos propuestos

En el PERTUR nos dan a conocer de manera detallada los recursos con los que cuenta la Región Amazonas (PERTUR Amazonas)

Amazonas forma parte del Circuito Turístico Nororiental, junto a las regiones de Lambayeque, Cajamarca y La Libertad, cuyo objetivo es consolidar el desarrollo del circuito turístico nororiental del Perú, tiene el propósito de elevar la competitividad de las MiPyMEs, diseñar y comercializar productos, y fortalecer la gestión del sector.

El 06 de diciembre del año 2004, el Proyecto CTN, y la Cámara Regional de Turismo de Amazonas, inician sus actividades de coordinación.

(PERTUR-Amazonas)

III. OBJETIVO

3.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir a mejorar La Calidad de Los Servicios Turísticos en Los Hoteles de Chachapoyas

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el nivel de calidad de servicio ofrecido por los hoteles en la ciudad de Chachapoyas.
- Identificar los aspectos que se involucran y afectan la calidad de servicio ofrecidos por los hoteles de la ciudad
- Presentar propuestas de mejora en la prestación del servicio que brindan los hoteles de la ciudad. Y en la atención del cliente interno

IV. MATERIALES Y METODOS

4.1 MATERIAL DE ESTUDIO

Los establecimientos de hospedaje categorizados como HOTELES de la ciudad de Chachapoyas.

4.2 METODOS Y TECNICAS

La metodología para realizar este informe está dividida en diferentes etapas, las mismas que nos permitirán conocer la calidad de servicio que brindan los diferentes hoteles de la ciudad de Chachapoyas y el grado de satisfacción de los huéspedes

Primera etapa: Para el acopio de información de diferentes fuentes bibliográficas, que permitió definir algunos conceptos, términos; que nos facilitará conocer mejor sobre el tema a desarrollar se utilizó el método Inductivo

Segunda etapa: trabajo de campo, aplicando el método etnográfico descriptivo donde se utilizaron técnicas como: observación directa, consistió en visitas oculares a los establecimientos en materia de estudio; así como

también aplicación de encuestas y entrevistas a los trabajadores y clientes del establecimiento.

Tercera etapa: procesamiento y análisis de información del trabajo de campo, para el proceso de datos se trabajó utilizando método inductivo y deductivo y para el análisis el método analítico

Cuarta etapa: redacción del informe final mediante el uso del método deductivo inductivo, que va permitir la articulación de información de la primera etapa con los datos de la tercera etapa llegando a la etapa de la ciencia estado

Con el desarrollo de estas etapas se logrará una mejor descripción y análisis de la calidad del servicio que brindan los hoteles en la ciudad de Chachapoyas, permitiéndonos estas diferentes respuestas a tomar medidas correctivas en cuanto al producto o servicio ofrecido,

V. RESULTADOS

5.1 DIAGNOSTICO

El diagnóstico se realizó en base a observación directa, realizada en la etapa de trabajo de campo, utilizando una ficha de registro, donde nos permitió capturar información de la visita ocular a los tres establecimientos de materia de estudio, para luego ser analizados a través de un FODA

5.2 ANALISIS FODA

Para la elaboración del análisis FODA, se tomo en cuenta los resultados de la matriz realizado para los tres establecimientos (ver anexo)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación geográfica favorable, para un fácil acceso de los huéspedes • Están posicionados en el mercado (llevan varios años de funcionamiento en el mercado) • Los establecimientos tienen gran afluencia de clientes en toda época del año • La tecnología utilizada es la apropiada (cuentan con una computadora, teléfono, fax) • Los establecimientos cuentan con una página Web, facilitando una mayor comunicación con sus clientes • Cuentan con servicios adicionales • El establecimiento cuenta con el número de personal necesario (Puma Urco, Gran Vilaya) • Cuentan con personal capacitado en temas de atención al público (Gran Vilaya) • El personal, cuenta con un uniforme que lo identifica con el 	<ul style="list-style-type: none"> • Los establecimientos en temporada alta tienen dificultades por el limitado número de habitaciones <ul style="list-style-type: none"> • Numero de personal limitado (Hotel Kuelap) • Los trabajadores en los establecimiento de hospedaje carecen de capacitación, (hotel Kuelap y Puma Urco) • El personal no cuentan con un uniforme que los identifique (Kuelap, Puma Urco) • El equipamiento del establecimiento se encuentra en un estado regular (Hotel Kuelap) • El área de parque es fuera del establecimiento (a dos cuadras)

<p>establecimiento (Gran Vilaya)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El personal que labora tiene conocimiento de hotelería y calidad de servicio • El equipamiento del establecimiento se encuentra en un buen estado de (Puma Urco, Gran Vilaya) • Llevan un buen control de los huéspedes • El personal cuenta con los medios y recursos necesarios para el desarrollo de sus funciones. • Cuenta con su área de parque junto al establecimiento (Kuelap) • Tienen bien segmentado su mercado 	
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento • Amazonas es conocido por su riqueza natural y cultural y está considerado en los puntos de visita a nivel Nacional • La presencia de la catarata de Gocta y declarada como la primera más alta del Perú • La presencia de entidades crediticias en la ciudad, como las cajas municipales y entidades bancarias, que brindan financiamiento a las pequeñas microempresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Constantes desastres naturales, ocasionando interrupción en las carreteras que conducen a esta parte de la Región. • Problemas políticos y sociales constantes en los últimos años • Las empresas mineras tienen interés en asentarse en esta zona debido a la presencia de recursos mineros en los distritos de María y Santo Tomas • Trabas por las Instituciones, para los permisos

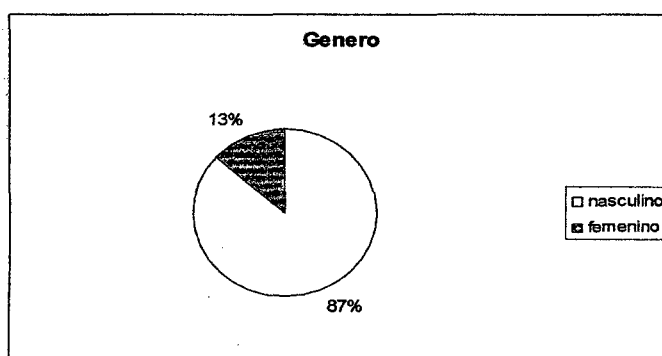
5.3 Procesamiento de datos

Para la tabulación y análisis de datos obtenidos en la encuesta de evaluación de la calidad de servicios, aplicados a los huéspedes alojados en los Hoteles de la ciudad de Chachapoyas. Se utilizó el software Microsoft Excel, obteniendo gráficos estadísticos porcentuales.

5.3.1 Datos Generales de los Huéspedes encuestados

➤ Genero

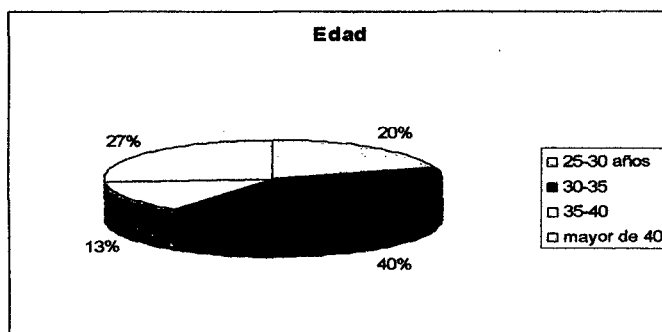
Masculino	13
Femenino	2
Total	15



De las personas encuestadas el 87% fueron de sexo masculino y sólo el 13% fueron de sexo femenino

➤ Edad

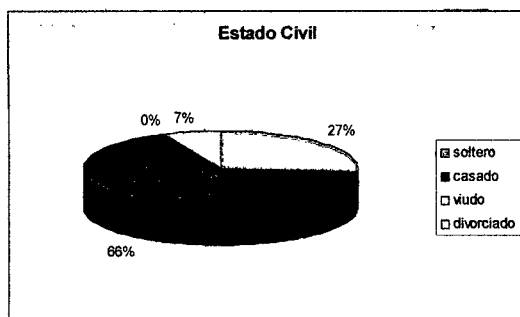
25-30 años	3
30-35 años	6
35-40 años	2
mayor de 40 años	4
Total	15



De las personas encuestadas podemos observar que: el mayor porcentaje (40%) son las personas que se encuentra entre 30-35 años de edad, las personas mayores de 40 años son el 27% y en un menor porcentaje están de 25-30 con 20% y de 35-40 son 13%

➤ Estado Civil

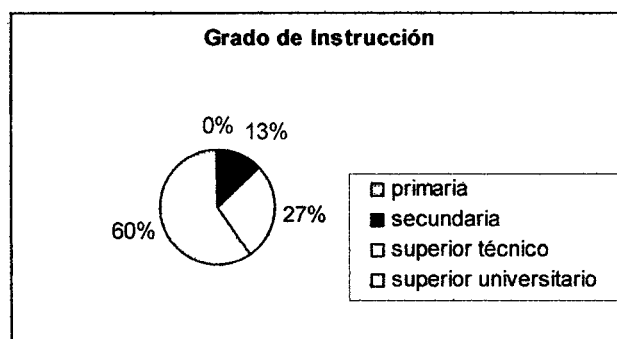
soltero	4
casado	10
viudo	0
divorciado	1
total	15



Del cuadro de estado civil podemos resaltar que las personas que se han encuestado un mayor porcentaje son casadas con un 66% seguido con un 27% son solteros y divorciados son el 7%

➤ Grado de Instrucción

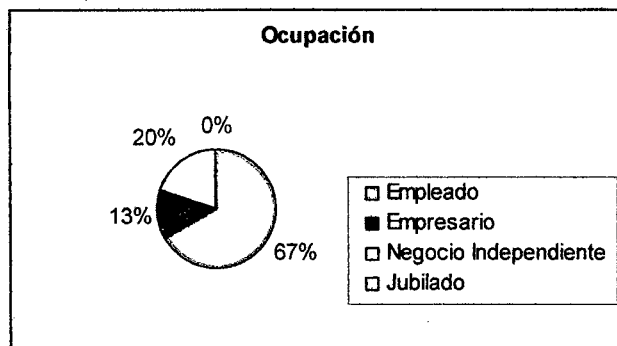
primaria	0
secundaria	2
superior técnico	4
superior universitario	9
total	15



De las personas encuestadas el 60% tienen estudios Superiores Universitarios, el 27% Superior Técnico y el 13% tienen solo secundaria

➤ Ocupación

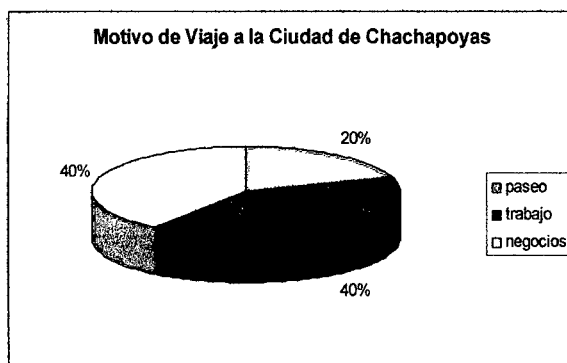
Empleado	10
Empresario	2
Negocio Independiente	3
Jubilado	0
total	15



De las personas encuestadas que visitaron la ciudad de chachapoyas y se alojaron en los diferentes hoteles de la ciudad podemos observar que el mayor porcentaje con un 67% son empleados (públicos y privados), los que se dedican a un negocio Independiente son el 20% y el 13% son empresarios

➤ Motivo de viaje a la ciudad de Chachapoyas

paseo	3
trabajo	6
negocios	6
Total	15

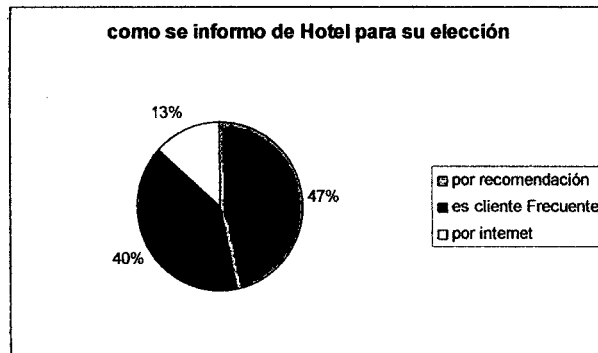


De las personas encuestadas su motivo de viaje a la ciudad de Chachapoyas son por negocios y trabajo de igual porcentaje de 40% y sólo el 20% visitaron por paseo

5.3.2. Datos sobre el establecimiento

➤ Como se enteró del Hotel para su elección

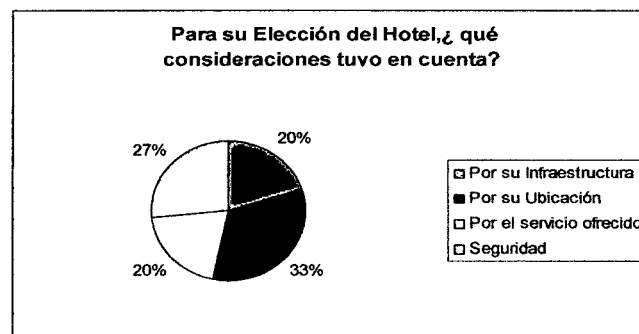
por recomendación	7
es cliente Frecuente	6
por Internet	2
Total	15



De las personas encuestadas su respuesta sobre la información del Hotel fue que el 47% son por recomendación de terceros, el 40 % son clientes recurrentes y sólo el 13% se informo por vía Internet

➤ Para su Elección del Hotel, que consideraciones tuvo en cuenta

Por su Infraestructura	2
Por su Ubicación	7
Por el servicio ofrecido	3
Seguridad	3
total	15

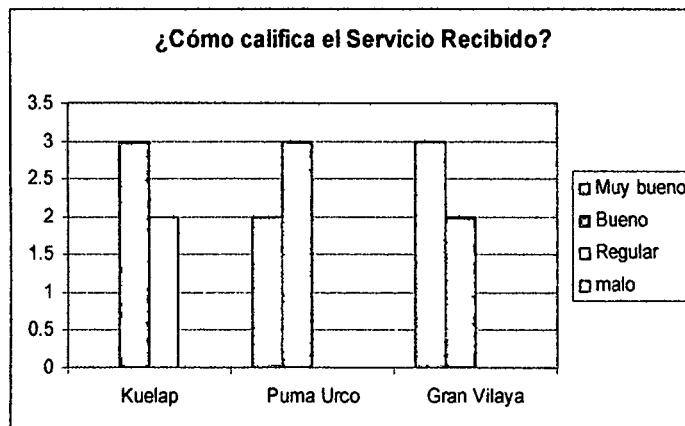


De éste cuadro, podemos señalar que de las personas encuestas el 33% eligió el Hotel por su ubicación geográfica, el 27 % por seguridad y con igual porcentaje con un 20% por su por la calidad del servicio ofrecido y por su infraestructura, de acá podemos señalar que las personal visitantes prefieren un hotel bien ubicado pero con seguridad.

5.3.3 Para la evaluación de la calidad del servicio recibido por parte del hotel y sus trabajadores

➤ ¿Cómo califica el Servicio recibido?

Calificativo	Kuelap	Puma Urco	Gran Vilaya
Muy bueno	0	2	3
Bueno	3	3	2
Regular	2	0	0
malo	0	0	0



Expresado en porcentaje la calificación del total de los encuestados

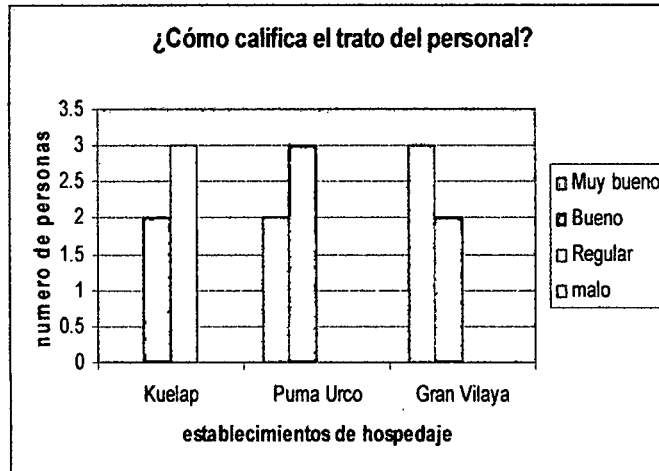
Muy bueno	5
Bueno	8
Regular	2
Malo	0
Total	15



Según la percepción de los servicios recibidos los huéspedes consideran que el servicio es muy bueno un 33%, considera bueno el 54% y el 13% considera que el servicio recibido es regular

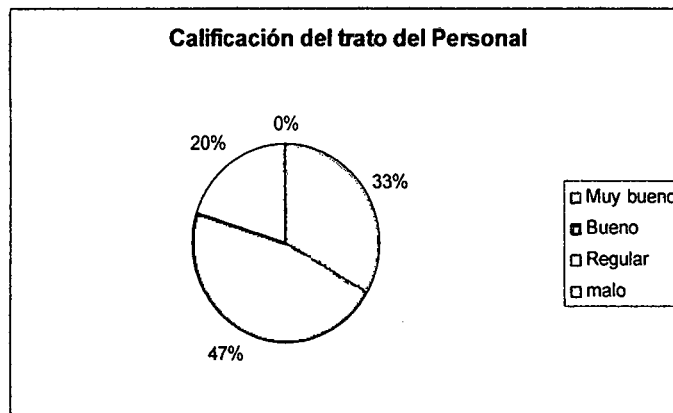
➤ ¿Cómo califica el trato del personal?

Calificativo	Kuelap	Puma Urco	Gran Vilaya
Muy bueno	0	2	3
Bueno	2	3	2
Regular	3	0	0
malo	0	0	0



Expresado en porcentaje la calificación del total de los encuestados

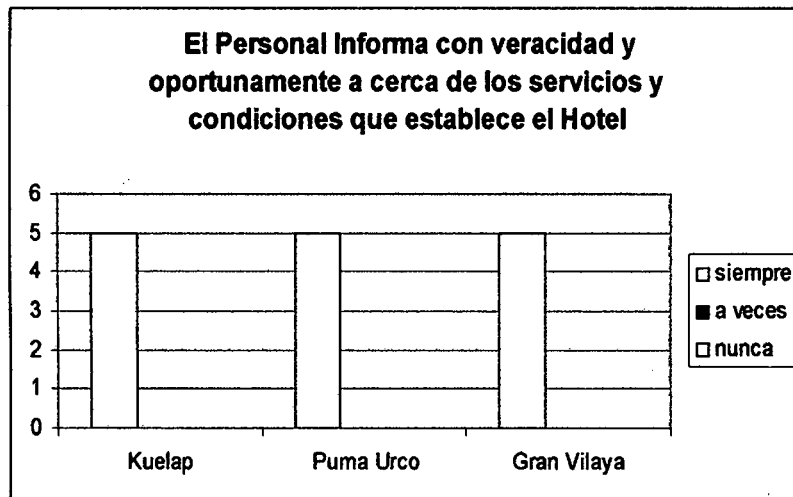
Muy bueno	5
Bueno	7
Regular	3
Malo	0
Total	15



Los huéspedes encuestados, califican al trato del personal como muy bueno el 33%, bueno el 47% y como regular el 20%

➤ El Personal Informa con veracidad y oportunamente a cerca de los servicios y condiciones que establece el Hotel

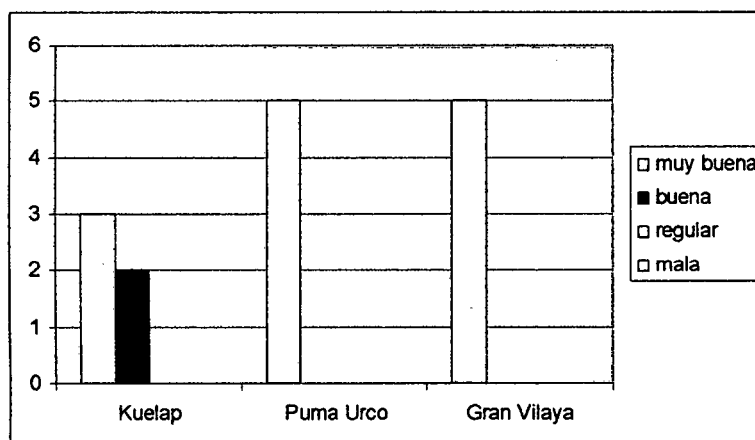
	Kuelap	Puma Urco	Gran Vilaya
siempre	5	5	5
a veces	0	0	0
nunca	0	0	0



Todas las personas encuestadas afirman en un 100% que la información dada por el personal que labora en los Hoteles es oportuna y veras

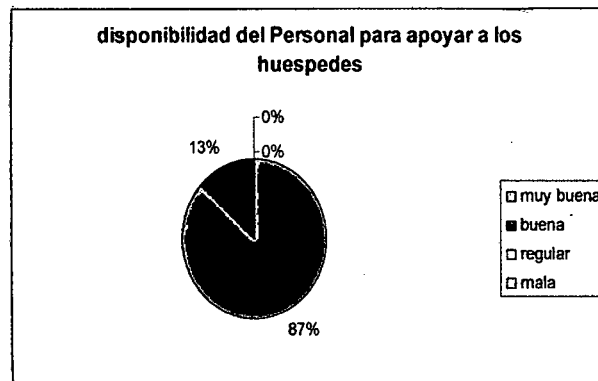
➤ ¿Cómo califica la disponibilidad del personal para apoyar en lo que necesitan?

	Kuelap	Puma Urco	Gran Vilaya
muy buena	3	5	5
buena	2	0	0
regular	0	0	0
mala	0	0	0



Expresado en porcentaje la calificación del total de los encuestados

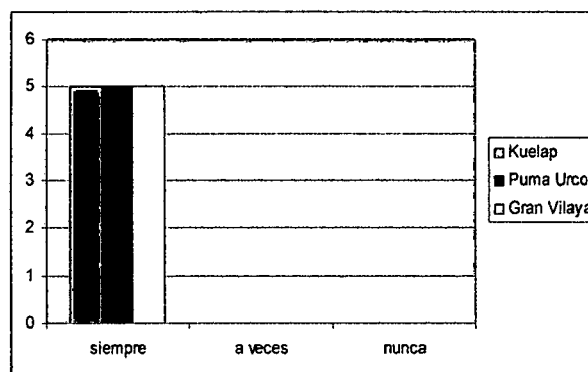
muy buena	13
buena	2
regular	0
mala	0
Total	15



Los Huéspedes encuestados opinan que en un 87% el personal tiene una muy buena disponibilidad de apoyo y el 13% tiene buena disponibilidad

- El establecimiento presta el servicio según las condiciones pactadas

	Kuelap	Puma Urco	Gran Vilaya
siempre	5	5	5
a veces	0	0	0
nunca	0	0	0



Según las respuestas de los huéspedes en un 100% de los establecimientos prestan el servicio como lo pactan

VI. DISCUSIONES

La calidad de los servicios se define en función de las expectativas y perspectiva para lograr la satisfacción de los clientes.

El objetivo de este informe es conocer como están brindando sus servicios los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas y para saber cómo están realizando los servicios en los hoteles de se toma en cuenta las medidas consideradas en el Manual de calidad Turística para Establecimientos de hospedaje, elaborado por DIRCETUR-Cusco, considerando como un modelo para el seguimiento del servicio ofrecida en los hoteles en sus diferentes áreas.

Para ello se realizaron encuestas y conversaciones con los involucrados en el sector hotelero, lo que nos permitió conocer el grado de satisfacción de los clientes hospedados en los hoteles de la ciudad de Chachapoyas.

Actualmente, la importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado. Los consumidores son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad, para cumplir con estas expectativas se han desarrollado técnicas y herramientas para medir y asegurar la calidad de los productos ofrecidos (DIRCETUR-Cusco)

➤ Según Sosas, La calidad varia con la cultura.- cada consumidor evalúa la prestación del servicio desde su particular punto de vista, concediendo importancia a cada uno de los componentes del servicio de acuerdo a sus valores adquiridos y sus criterios culturales

Este punto hay que tener muy presente al brindar el servicio en los hoteles de la ciudad de Chachapoyas, ya que en los huéspedes encuestados se pudo observar el segmento que con mayor frecuencia visitan esta ciudad, siendo ellos los por trabajo y negocio, siendo estas personas más exigentes en cuanto a la calidad del servicio ofrecido.

VII. CONCLUSIONES

Para poder tomar medidas, plantear estrategias sobre cómo mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecido por los establecimientos de hospedaje, primero hay que definir bien el estado que se encuentra ¿dónde estamos? ya que solo se puede mejorar lo que se conoce y para esto se necesita que esté documentado, en esta documentación se detalla lo que se está haciendo, esto nos facilitará comunicar, explicar todas las cosas que se viene haciendo para el desarrollo de la empresa.

Esta documentación nos permitirá.

- **Mejorar.-** lo que está documentado es fácil de mejorar, ya que podemos visualizar lo que se está haciendo, se puede revisar, modificar y se puede volver a comunicar.
- **Ser transparentes.-** tener documentado los procesos, nos hace más transparentes frente a nuestros clientes (externos), pues nos permite decir ¿cómo hacemos las cosas? Y frente a nuestro trabajadores (clientes internos), nos permite explicar ¿cómo queremos que se hagan las cosas,
- **Normalizar.-** la documentación permite que los procesos sean reproducibles y trazables, reduciendo así la variabilidad en el servicio ofrecido, consiguiendo que la percepción de la calidad del cliente sean más uniforme.
- **Gestionar el conocimiento.-** las personas poseen el conocimiento, si estas personas se van el conocimiento se va con ellos, documentar lo que se sabe sobre el tema permitirá el acceso para otras personas.

También tienen que estar bien definidos la misión, visión y los objetivos de la empresa, esto nos servirá cuando se contrate un nuevo personal, lo sea más fácil adaptarse a su centro de trabajo, conociendo como funciona un establecimiento de hospedaje

En la actualidad ya no basta con satisfacer a los clientes, es necesario deleitarlos, e incluso asombrarlos.

Esa es la base sobre la cual se apoya la gestión de emociones en establecimientos de hospedaje, e incluso de todo el sector turismo, es una verdadera industria de las emociones, la cual se constituye en la variable competitiva clave para todas las empresas en el presente siglo.

VIII. RECOMENDACIONES

Con los clientes

- Forme vínculos de amistad corporativa con los clientes más importantes, a fin de estrechar lazos de negocios beneficiosos para ambos (personal de ventas y reservas, recepción)
- Responda las reservas al momento de recibirlas o con la mayor prontitud posible.
- Al confirmar una reserva, proporcione al cliente algunos detalles adicionales sobre clima, temperatura, cómo debe vestir, etc.
- Incluya el traslado desde el aeropuerto o terminal al establecimiento para cualquier reserva de un pasajero libre
- Cuento con un archivo de fotos del establecimiento listos para enviar al cliente y mejor aun cuente con una filmación reciente donde pueda ver el establecimiento y escuchar algunos comentarios de alojados.
- Dé a sus clientes frecuentes, una tarifa especial.
- Ofrezca alguna cortesía de bienvenida, Ofrezca una cortesía especial y colóquela en la habitación, en caso sea el cumpleaños del huésped, que esté pasando su luna de miel o que esté festejando alguna fecha en especial
- Envíe las maletas del pasajero que ingresa al establecimiento, a la habitación que ocupará durante su estadía
- Salude al pasajero respetuosamente por su nombre, el cual se ha obtenido de los datos de la reserva
- Haga sentir al huésped que llega al establecimiento, no como si llegara a un lugar de hospedaje, sino a su propio hogar
- Realice el pre check in a los pasajeros con reserva, cuando cuente con datos exactos, para aliviarles el trabajo de llenar toda la ficha al momento de su ingreso.
- En toda comunicación telefónica con huéspedes alojados, al momento de responder saludelo por su apellido con respeto.
- Converse con el huésped y trate de saber cómo le está yendo durante su visita en la ciudad de Chachapoyas
- Incorpore a su página Web, un blog de comentarios libres para huéspedes o coloque los mejores comentarios dejados por huéspedes durante su estadía

- Tenga un MSN permanentemente abierto para comunicarse con sus clientes en tiempo real y sin costo alguno
- Entregue al huésped a su partida un recuerdo simbólico pero significativo que lo identifique con el lugar y el establecimiento

Con el establecimiento

- Utilice en los carteles de señalización y toda la decoración del establecimiento motivos e iconografía propia del lugar para crearle identidad y un concepto al establecimiento, que lo diferencie de los demás.
- Utilice en los llaveros algo representativo y vistoso del lugar, que sea agradable y cómodo para llevar en la mano
- Cuento con aguja e hilo en la recepción para ser facilitado en caso algún huésped lo solicite.
- Cuento con frazadas y almohadas adicionales en la recepción, listas para ser prestadas en caso el huésped lo solicite
- Cuento con algunos juegos de mesa para adultos y juegos para niños, que se presten a los huéspedes bajo las condiciones y procedimientos establecidos (pago por hora).
- Coloque relojes con las horas de los países de mayor afluencia de turistas al establecimiento
- Coloque banderas de los países, especialmente de aquellos que llegan mayormente al establecimiento
- Ofrezca el servicio de quemado de CD o DVD, a fin de que los huéspedes liberen espacio de sus máquinas fotográficas o filmadoras
- Tenga algunos paraguas o ponchos de lluvia permanentemente en la recepción para prestarlos cuando el huésped lo necesite
- Tenga en el mostrador de recepción una copa de dulces o caramelos para invitar a los clientes o huéspedes.
- Cuento con material promocional (lapiceros, llaveros, agendas, etc.). a fin de obsequiarlo a los huéspedes.
- Invite al huésped a que firme el libro de oro del establecimiento para darle la importancia que se merece.
- Envíe al huésped unos días después de que se haya ido del establecimiento, un correo de agradecimiento por haber estado con nosotros

- Implemente medidas para la adecuada canalización, uso y disposición de las aguas de lluvia.
- Utilice en lo posible productos de limpieza y aseo personal que sean biodegradables o amigables con el ambiente.

Con el personal

- Promueva la contratación de personal de la localidad
- Promueva la capacitación del personal de la empresa, sobre temas de atención al cliente, calidad de servicio. La capacitación es importante para brindar un servicio de calidad

Con la comunidad

- Utilice los servicios de micro, pequeñas o medianas empresas locales, especialmente de aquellas de carácter sostenible, para que sean proveedoras de insumos para su establecimiento.
- Fomente la fabricación y compra de artesanías y otros productos propios de la localidad. La artesanía es una muestra de nuestras costumbres y valores culturales

En Caso De Contar Con Servicio De Restaurante

- Prepare los alimentos tal y como el huésped lo solicita, previa coordinación con el cafetero o cocinero, incluso de ser necesario, abra el espacio de la cocina para que el mismo huésped, se lo prepare.
- Informe a todo el personal las características de algunos huéspedes especiales (vegetarianos, místicos, etc.).
- Varíe la propuesta de desayuno cuando los huéspedes se quedan por un largo periodo en el establecimiento.
- Sorprenda a su huésped llevando a su habitación algo especialmente preparado para él
- Evite el uso de empaques y utensilios no reutilizables.
- Cuenten con un programa de abastecimiento para minimizar la compra de insumos que producen desechos
- Identifique y ponga en práctica acciones concretas para clasificar los desechos, ya sea para su reutilización, reciclaje y disposición final adecuada

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

1. STONER, J. 2000 Administración
2. CHIAVENATO, I. Administración de Recursos Humanos
3. SOSA, Clifor D. 2000, Los Servicios Turísticos, Cualidades y Medición 1 edición. Edit. San Marcos
4. LUIS, María H. Curso de Gestión Empresarial Servicios y Beneficios
5. DIRCETUR, Cusco, Manual De Calidad Turística Para Establecimientos De Hospedaje
6. MINCETUR, Lima 2006. Manual de Buenas Prácticas Ambientales en Establecimientos de Hospedaje
7. MINCETUR. Lima 2008 Manual de Buenas Prácticas para Establecimientos de Hospedaje.
8. ERIK, Collazos S. 2008, TESIS. Situación de los Servicios de Alojamiento y Restauración Enfocado a Satisfacer las Necesidades de Turistas Nacionales de la Tercera Edad en el Corredor Turístico Chachapoyas Kuelap 2008
9. CATHERYN, Iliquin F. 2009, TESIS. Evaluación de la Calidad de Servicios que Brindan los Establecimientos de Hospedaje en Función a la Satisfacción de los Huéspedes Alojados en la Ciudad de Chachapoyas en el 2008

Fuentes

1. <http://www.abcpymes.com/menu21.htm>
2. <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/marketing.htm>
3. <http://www.tesisymonografias.org/foda-de-empoesa-hotelera/>
4. (http://www.degerencia.com/articulo/deficiencias_en_el_uso_del_foda_ca_usas_y_sugerencias)

ANEXOS

1. Establecimientos en Materia de Estudio

Nombre del establecimiento	categorización	Dirección
Hotel Kuelap	1 estrella	Jr. Amazonas 1057
Hotel Puma Urco	2 estrellas	Jr. Amazonas 833
Gran Hotel Vilaya	3 estrellas	Jr Ayacucho 755

2. Características del personal que trabaja en las diferentes áreas de un establecimiento de Hospedaje

Área de recepción

- Es importante que hablen y entiendan por lo menos el idioma inglés, (comunicación oral y escrita), especialmente si el establecimiento trabaja con turismo receptivo.
- Que estén capacitados para vender las habitaciones, o cualquier otro servicio que se brinde.
- Que lleven en forma ordenada y sistemática una base de datos de todos los clientes registrados (agencias de viaje, instituciones, clientes directos), una vez que utilizaron algún servicio del establecimiento.
- Cuiden y respeten las reglas de redacción y ortografía en cada una de las respuestas que le brindan al cliente.
- Conozcan perfectamente las características de su producto, las políticas y procedimientos de ventas definidos y estén facultados para cerrar una venta.
- Brinden siempre y en todo momento, un trato amable y cordial a todos los clientes, sea en forma directa o indirecta.
- Dialoguen permanentemente con sus clientes y recojan de cada uno de ellos: sus necesidades, gustos y preferencias, lo cual les permitirá tener actualizada la propuesta de servicios ofrecida por el establecimiento

Normas y procedimientos durante la comunicación telefónica

- Reciba toda llamada telefónica entrante, y asegúrese que el mensaje sea claro y preciso. Retransmítalo inmediatamente al huésped y/o cliente o apenas llegue al establecimiento.
- Conteste de inmediato toda llamada telefónica entrante, la que no debe superar la tercera timbrada.
- No deje esperando una llamada contestada a una persona por más de tres minutos detrás de la línea, caso contrario, consulte si desea seguir esperando o tome nota de su nombre y teléfono para devolverle luego la llamada.
- No ocupe la línea telefónica con llamadas personales, salvo casos de emergencia o para una comunicación muy puntual

En el área de recepción deben contar con:

- Un reloj visible que marque la hora exacta y un calendario a la mano
- Exhiba detrás del mostrador, las tarifas publicadas que se cobra a los huéspedes por tipo de habitación, en soles o dólares y con la respectiva especificación de si se incluyen o no el desayuno y los impuestos de ley
- Tenga un espacio propio y próximo, que sirva como almacén temporal de maletas en custodia de huéspedes, el cual deberá estar permanentemente cerrado y siempre bajo llave.
- Cuente con un tablero visible y vistoso, donde guardar las llaves de cada habitación, ubique cada llave en la numeración correspondiente.
- Tenga una caja de seguridad en la recepción, donde el huésped deje en custodia sus cosas de valor o dinero, utilizando los formatos y procedimientos establecidos para tal fin (se recomienda implementar cajas de seguridad en las habitaciones)
- Cuente con un fondo de caja chica, para compras de emergencia y/o para dar vuelto a los huéspedes, el cual deberá ser repuesto permanentemente, conforme se va utilizando.

- Cuente con una caja con llave, para guardar el dinero que ingresa en forma temporal por pagos directos a la recepción o los fondos de la caja chica.
- Cuente con una llave maestra o copia de las llaves de las habitaciones, como medida de seguridad, en caso se extravíe o se lleven alguna llave de las habitaciones, las que deberán estar debidamente guardadas en la recepción.
- Tenga un botiquín de primeros auxilios, con material básico y capacite a todos sus colaboradores en técnicas de atención en primeros auxilios.
- Tenga en el mostrador, material publicitario del establecimiento y/o tarjetas de presentación.

Los procedimientos necesarios a seguir en el área de recepción son:

Mantenga un orden estricto en la colocación de los útiles y formatos necesarios para el trabajo operativo del área (fichas de ingreso, facturas, notas de mensaje, lapiceros, etc), el cual será respetado por todas las personas que ocupen el área de recepción.

- Anote en el cuaderno de ocurrencias, todo hecho o suceso relevante que ocurra durante cada turno en el área; así como las diversas solicitudes que haga el huésped, a fin de contar con información precisa, independientemente de la persona que está en el turno, para brindarla cuando sea requerida.
- Realice el cambio de turno en forma paciente y detallada, utilizando para ello el cuaderno de ocurrencias para la entrega de la información y las tareas pendientes, así como el cuaderno de caja para la entrega del dinero recibido durante el turno. Reitere los mensajes pendientes para ser entregado a los huéspedes.
- Cada vez que el huésped se retire del establecimiento, ya sea temporal o definitivamente, coloque inmediatamente la llave de su habitación en el casillero correspondiente a su numeración en el tablero de llaves.
- Realice el despertar a los huéspedes que lo solicitan, mediante los procedimientos adecuados, y respetando siempre la hora exacta pedida.
- El área de recepción estará limpio, ordenado y con buen olor, las paredes y su respectivo baño, se encontrarán siempre limpios y en buen estado de

mantenimiento, con colores cálidos y decorativos que combinen con la estética del edificio.

- Los baños de la recepción serán de uso exclusivo para los huéspedes y clientes y contará como mínimo con: un lavatorio, un espejo, un inodoro con tapa y una papelería de baño.
- Los baños de la recepción estarán siempre limpios, ordenados, con buen olor y provistos en todo momento de los útiles de aseo necesarios: jaboncillo o jabón líquido, papel higiénico y secador o toallas de papel (no se recomienda usar toallas de felpa por ser antihigiénicas).
- Señalice los baños de la recepción, de acuerdo al tipo de usuario.

La habitación

La ubicación, presentación e implementación que deben tener las habitaciones y sus respectivos baños, son importantes, ya que éstas son la razón de ser del establecimiento de hospedaje. Por ello

- Señalice debidamente la habitación, para que el pasajero llegue a ésta sin dificultad y sin ayuda alguna, desde el área de recepción.
- El letrero de la habitación estará en buen estado de limpieza y mantenimiento
- Se recomienda que dentro del establecimiento, se ubiquen las habitaciones preferentemente en un lugar tranquilo, de poco movimiento y aislada de todo ruido.
- Las puertas de la habitación y del baño, estarán limpias y en buen estado de conservación y uso, brindando además toda la seguridad necesaria.
- Mantenga la chapa de la puerta de la habitación en buen estado, que permita abrir la puerta con la llave correspondiente sin dificultad alguna.
- La habitación y su correspondiente baño serán amplios y cómodos (de acuerdo a su tipo y categoría) y de preferencia accesible para personas con discapacidad.

Sin embargo es importante que considere no sólo las dimensiones normalizadas de acuerdo al reglamento de hospedaje, sino también la comodidad del huésped.

- Conserve limpias las paredes interiores de la habitación y del baño; las que estarán además en buen estado de conservación y mantenimiento, pintados

con colores cálidos y decorativos que combinen con el lugar y la iluminación de la habitación.

- Mantenga en perfecto estado de conservación y uso los cerrojos interiores de las puertas de la habitación y del baño.
- La habitación contará con espacios de ventilación libres (ventanas) tanto en la habitación como en el baño.
- Conserve limpias y en buen estado las cortinas (tanto de la habitación como del baño), verificando su funcionamiento para que el huésped las pueda abrir y cerrar sin problema alguno.
- Mantenga siempre limpia y ordenada la habitación y su baño, el que debe despedir buen olor a la llegada del huésped y mientras dure su permanencia en dicha habitación.
- Mantenga los pisos, zócalos y mayólicas en buenas condiciones, sin fracturas y perfectamente limpios y brillantes
- Mantenga los techos, paredes y cortinas de baños limpios, libres de manchas y de cualquier rastro de hongos y de humedad.
- Conserve limpias las pantallas y focos de iluminación, los que estarán libres de polvo y de algunos insectos atrapados en su interior por la luz.
- Coloque en forma visible, avisos y/o recomendaciones útiles para los huéspedes durante su estadía (reglamento de uso de habitación, recomendaciones sobre ahorro de energía y agua, sobre el agua caliente, sobre el número de anexos para comunicarse telefónicamente, etc.).
- Verifique que todos los enchufes y tomacorrientes estén en perfecto estado de uso y conservación, bien colocados y respetando la altura que le corresponde, de acuerdo a las reglas de construcción vigentes.
- Revise que no haya por ningún motivo, cables sueltos o colgando ya sean de energía, teléfono o TV cable, ya que es un potencial riesgo para el huésped, así como da un mal aspecto visual en su interior.
- Cuenten con agua fría y caliente en forma permanente las 24 horas del día y a libre disposición del huésped. En caso se tengan restricciones comunicarlo al huésped de manera oportuna, a través de carteles ubicados en la recepción o en la misma habitación.
- Cuenten con una buena presión de agua, independientemente del nivel o piso en que se encuentre la habitación.

- El tiempo de calentamiento del agua en la ducha o tina, no debe exceder de un minuto. En caso el tiempo sea mayor debido la distancia que recorre las tuberías e instalaciones; haga conocer al huésped e indíquele el tiempo promedio que demora en calentar el agua, para que tome sus previsiones y se evite las molestias del caso.
- Cuento con un sistema de calentamiento de agua que sea sostenible, tratando en lo posible de usar termas a gas, evitando de esta manera que el huésped, corra riesgos innecesarios al manipular duchas a base de energía eléctrica.
- Cuento con un buen sistema de iluminación natural para el día y artificial para la noche, usando criterios básicos de sostenibilidad que le sean a su vez beneficiosos al huésped y a la empresa (uso de focos ahorradores, entre otros. Ver tema 4 sostenibilidad)
- Cuento con lámparas de iluminación colocadas al costado de cada cama, a fin de darle facilidad al huésped al momento de apagar la luz antes de dormir.
- Instale en el baño tomacorrientes, y de ser posible de 110 y 220 voltios, especialmente si trabaja con turismo receptivo, el huésped por el tipo de máquinas que trae desde su país de origen, necesita de este voltaje para hacerlos funcionar.
- Las paredes de los baños estarán revestidas por mayólicas de color claro, especialmente donde se ubican el lavatorio, el inodoro y la ducha o tina; ello para facilitar el proceso de limpieza y desinfección permanente de los baños.

3. Equipamiento Mínimo Y Estándares De Limpieza En Las Habitaciones:

Equipamiento y mobiliario.

Las habitaciones independientemente del tipo que sean, deberán contar con el siguiente mobiliario y equipos, los cuales se adaptaran a las necesidades y/o categoría del establecimiento y al tipo de huéspedes que recibe, estos son:

- Camas firmes, resistentes, que no hagan ruidos incómodos al moverse en ella, se recomienda que sean tarimas. Pueden ser de 1, 1 ½ o 2 plazas según sea el caso y/o tipo de habitación
- Colchones de resortes hoteleros
- Un velador con cajones uno por cama en cada habitación
- Un closet o ropero con puertas y con por lo menos 6 colgadores de ropa en su interior
- Una mesa de trabajo con una silla.
- Un teléfono que sirva como anexo para comunicarse con o desde la habitación en caso se tenga una central telefónica
- Un televisor con su respectivo rack; así como el control remoto del televisor con sus baterías recargadas (los hoteles y hostales de 3 estrellas están obligados a tener una en cada habitación).
- Las habitaciones tendrán una decoración apropiada que combine el concepto o estilo que desean promover y los colores que lo identifican.
- Muestre en todas las habitaciones una prohibición expresa de no fumar al interior de la misma ni fuera de ella, salvo que el establecimiento cuente con ambientes y habitaciones especiales y exclusivas para fumadores.
- El mobiliario y equipo anteriormente mencionado, deberá estar en perfecto estado de uso, bien conservado y con un mantenimiento adecuado y permanente.

Equipamiento y mobiliario mínimo para los baños:

- Los baños de las habitaciones deberán contar con: un lavatorio, un inodoro con tapa, una ducha o tina, todos ellos preferentemente de colores claros y uniformes, para dar luminosidad al baño y a la vez dar la sensación de limpieza en su interior.
- Cuente además con los accesorios propios de un baño, tales como: colgador de toallas, repisa de baño, espejo, alfombra o toalla de baño, papelería, porta toallas.
- El mobiliario y equipamiento anteriormente mencionado, estará en perfecto estado de uso y conservación, con un mantenimiento adecuado y permanente.

- Provea de artículos de aseo mínimos que requiere un huésped durante su permanencia, tales como: jaboncillo hotelero (uno por cada huésped ingresado a la habitación) y papel higiénico, pudiendo adicionarse otros en función al tipo y categoría del establecimiento y al precio cobrado por la habitación (como shampoo, crema dental, etc)
- Se utiliza jaboncillo hotelero por un tema de utilidad y costo, al ser pequeño se repone cada vez que un cliente se retira del establecimiento evitando así desperdiciar el producto.
- Se recomienda utilizar papel higiénico y jaboncillos hoteleros de calidad, se sugiere que este último sea amigable con el ambiente o biodegradable.
- Provea como mínimo una toalla de cuerpo por pasajero, pudiendo añadirse más (toalla de cara, toalla de mano) de acuerdo a la clase y categoría de establecimiento, así como el precio cobrado por la habitación.
- Presente las toallas de baño (uno por huésped), debidamente dobladas y colóquelas sobre el tanque del inodoro o de preferencia sobre el toallero. Se recomienda no colocarlas sobre la cama por un tema de presentación de la habitación.

4. Criterios de limpieza y desinfección:

- El aseo general y la limpieza del establecimiento y de las habitaciones es lo primero que se fijan los clientes.
- El descuido en la limpieza y en el mantenimiento de un establecimiento de hospedaje además que da mala reputación a la empresa; es que tanto los clientes como el personal se exponen a microorganismos potencialmente infecciosos.
- Por ello las personas que desarrollan la labor de limpieza y desinfección de las habitaciones y baños (housekeeping), debe estar debidamente y suficientemente entrenadas. Estarán además siempre aseadas y de preferencia uniformadas (con mandil o mameluco). En caso de no contar con uniforme, estarán debidamente presentados, portando una identificación del establecimiento con su respectivo nombre.

- Deberán contar además con todas las herramientas y productos propios de limpieza, así como de protección para resguardar su salud y la de los huéspedes, mientras realizan su trabajo diario.

Limpieza en la habitación:

La ropa de cama mínima que se debe tener es:

- un protector de colchón (recomendable),
- una sábana (de color blanco),
- una sobre sábana (de color blanco)
- dos frazada(s)
- una cubrecama
- una o dos almohadas con sus respectivas fundas.
- Considerando el clima de la Ciudad del Cusco, se recomienda que la cantidad mínima de frazadas sea de dos por cama. En el caso de las almohadas se sugiere que sean una o dos, dependiendo del tipo de cama (una plaza o plaza y media).
- Considerando el clima del lugar, la exigencia por el tipo y categoría del establecimiento y el precio cobrado por la habitación se puede incrementar el número de frazadas y almohadas.
- Cuente con almohadas adicionales, en caso el huésped las solicite.
- Tanto las fundas, almohadas y frazadas estarán en perfecto estado de conservación, totalmente limpias a la vista y al olfato; y la cama siempre bien tendida.
- La limpieza y presentación de las habitaciones deberá hacerse en forma diaria y en base a una rutina propia de trabajo, debiendo utilizar para tal fin, las herramientas y productos de limpieza necesarios.

Procedimiento de limpieza para una habitación de “salida”:

- Llevar el equipo, “blancos” y materiales de limpieza necesarios.
- Tocar la puerta de la habitación a limpiar (aunque esté vacía).
- Ingresar a la habitación sino se tiene respuesta o si la puerta está abierta.

- Colocar los equipos en la puerta de la habitación para bloquear la entrada de personas ajenas a esta.
- Abrir las ventanas de la habitación para ventilarla.
- Revisar si se encuentra alguna pertenencia olvidada por el huésped (de cualquier tipo y valor) y reportar inmediatamente al área de recepción. Anotarlo en el cuaderno de objetos olvidados.
- Retirar la basura de los cestos (habitación y baño), y colocarla en la bolsa general de basura.
- Si encuentra algún desperfecto en la habitación avisar al encargado de mantenimiento o a la recepción según sea el caso.
- Retirar la ropa sucia de la cama y tenderla con ropa limpia.
- Limpiar los muebles, vidrios y espejos de la habitación.
- Proveer de suministros a la habitación, tales como: vasos, papelería, bolsas de lavandería y otros que en el establecimiento utilice.
- Limpiar minuciosamente el baño, comenzando por las mayólicas, ducha y/o tina, inodoro, espejo, lavabo y piso.
- Proveer de suministros al baño: toallas (las que correspondan), jaboncillos hoteleros, papel higiénico, y otros
- Verificar que no haya pasado por alto algún detalle en la limpieza y suministros

Procedimiento de limpieza para una habitación “ocupada”:

- Llevar el equipo y materiales de limpieza necesarios.
- Tocar la puerta de la habitación que se limpiará.
- Si no recibe respuesta del huésped, tocar nuevamente.
- Si en la habitación no se encuentra el huésped, abrirla y proceder a limpiarla.
- Si recibe respuesta del huésped, anunciarse y preguntar si desea el servicio de limpieza en ese momento. Si el huésped no desea en momento... dirigirse a otra habitación, si el huésped desea el servicio en ese momento realizarla.
- Abrir las ventanas de la habitación para ventilarla.

- Retirar la basura de los cestos de la habitación y del baño, y colocarla en la bolsa general de basura. Tener cuidado que entre la basura no se encuentre pertenencias del huésped.
- Si brinda el servicio de lavandería y encuentra la bolsa de ropa sucia del huésped llevarla a la lavandería. Verificar que el contenido de la bolsa coincida con lo anotado en la lista de lavandería.
- Retirar la ropa sucia de la cama y tenderla con ropa limpia.²
- Limpiar los muebles, vidrios y espejos de la habitación.
- Si encuentra algún desperfecto en la habitación avisar al encargado de mantenimiento o a la recepción según sea el caso.
- Proveer de suministros a la habitación, tales como: vasos, papelería, bolsas de lavandería y otros que en el establecimiento utilice.
- Barrer el piso o aspirar la alfombra de la habitación en caso sea necesario
- Limpiar minuciosamente el baño, comenzando por las mayólicas, ducha y/o tina, water, espejo, lavabo y piso.
- Proveer de suministros al baño: toallas (las que correspondan), jaboncillos hoteleros, papel higiénico, y otros si contara con ello.
- El arreglo y presentación de una habitación ocupada, deberá hacerse con sumo cuidado y evitando tocar las pertenencias que el huésped deja en la habitación; es preferible dejar todo tal y como se encontró (lo que no implica que no se haga la limpieza), salvo que el huésped expresamente manifieste que se le acomode todo (documentos, ropa, etc).
- Respete cuando un huésped no desea que le hagan su habitación, una forma de saberlo es cuando lo da a conocer en la recepción.
- Cuento con material informativo que promueva la práctica de “no cambio de sábanas y toallas diario” y dé a conocer a sus clientes.

Conociendo las áreas públicas:

Se entiende por áreas públicas a todos aquellos espacios de uso común que van a permitir hacer placentera la estadía del cliente. Entre éstos tenemos: lobby, salas de lectura, patios, baños comunes. Incluye también las áreas de desplazamiento como escaleras, pasillos y la puerta de ingreso al establecimiento.

- Mantenga las áreas permanentemente limpias y ordenadas
- Realice la limpieza de los baños públicos (o comunes) varias veces durante el día.
- Mantenga las paredes siempre limpias y en buen estado de mantenimiento.
- Señalícelas adecuadamente y cuente con todos los equipos de seguridad necesarios para afrontar cualquier emergencia.
- Decore las áreas públicas, basada en un “concepto” propio, que se maneje en el establecimiento, evitando la mezcla de estilos.
- Promueva espacios al interior del establecimiento amigables con el medio ambiente.
- Cuente con accesos y facilidades necesarios para las personas con alguna discapacidad.
- Evite lugares de riesgo que puedan provocar accidentes a las personas que por ahí transitan.
- Coloque avisos o recomendaciones a los huéspedes, que le sean de utilidad durante su estadía.

Otros servicios que se brinda:

Con la finalidad de crear valor agregado al producto ofrecido, se recomienda:

- Disponga de un espacio o sala de lectura, donde se tenga a libre disposición del huésped libros, revistas, diarios, etc.
- Cuente con sistemas o aparatos de calefacción o ventilación, según sea el caso, a disposición del huésped y bajo las condiciones de uso establecidas por el establecimiento.
- Se recomienda contar con una computadora e Internet, en un mueble independiente a la recepción, para uso del cliente, bajo las condiciones del establecimiento (se sugiere otorgar al cliente 15 minutos libres).
- Cuente en la recepción con algunos productos aptos y disponibles para la venta a los huéspedes, en función a las necesidades observadas durante su permanencia (agua embotellada, shampoo, entre otros)

- Cuento con un sistema de Internet inalámbrico, en caso se trabaje con clientes corporativos y ofrezca dicho servicio, con la cobertura de red apropiada, para que se capte fácilmente la señal desde las habitaciones.
- Todos los productos que se vendan en la recepción, deberán tener en forma visible los precios correspondientes.
- Cuento con el servicio de llamadas telefónicas en caso no tenga sistema de discado directo ni central telefónica, para tal fin, tenga visible las tarifas a cobrar por minuto y el sistema de control de tiempo.
- Cuento con proveedores de transporte idóneos, puntuales y seguros a fin de recomendarlos en caso el huésped lo necesite.
- Tenga disponible en la recepción, artículos de escritorio que generalmente solicita el huésped y de acuerdo al tipo de cliente (papel en blanco, lapicero, directorio telefónico, calculadora, etc.)

5. Atención De Quejas Y Reclamos:

En hotelería los clientes no siempre esperan el check out para presentar una queja, por lo general la hacen llegar para que se les dé una solución inmediata.

- Toda queja o reclamo, debe ser escuchada debidamente a fin de entender el problema y darle la debida solución.
- El personal de recepción deberá estar en la capacidad de resolver cualquier problema suscitado, caso contrario, deberá informar inmediatamente a la gerencia a fin de darle solución en el menor tiempo posible.
- Una misma queja o reclamo no debe ser mencionada en corto tiempo por más de un huésped, caso contrario, se habrá convertido en un problema reiterativo y sin solución.

Los procedimientos a seguir para atender y enfrentar una queja o reclamo, son las siguientes:

- Al recibir una queja, establezca exactamente cuál es la queja. Pregunte al cliente ¿Cuál es su queja?
- Nunca diga que una queja no es importante; pero pregunte de manera que la otra persona reduzca la importancia.
- Demuestre auténtico interés por la queja.
- Escuche activamente y deje que el cliente se desahogue, consulte ¿Qué más le preocupa?

- Lo mejor es recibir la queja apuntando en un papel. Obliga a reducir la carga emocional y se dimensiona más objetivamente la queja.
- Si el cliente empieza a gritar, dígame que llamará a su superior y aléjese; no diga nada más.
- Nunca entre en argumento o discusión con el cliente. Cuanto más discute, más se agrava el problema.
- Es importante contar con una política definida de prestaciones gratuitas a los huéspedes para cada tipo de situaciones o quejas y/o reclamos presentados, para tenerlos a mano como ofrecimientos de disculpa.
- Cuando la queja y/o reclamo se hace con posterioridad mediante una agencia de viajes, es necesario investigar a fondo el problema y su causa en un tiempo definido, y luego dar a conocer al cliente y ofrecerle la explicación o las disculpas del caso, en forma escrita.
- Es importante llevar un registro histórico de quejas y/o reclamos, a fin de medir periódicamente la calidad de servicio que se está ofreciendo a los huéspedes y clientes.

**Encuesta para personas que hicieron uso de servicio de alojamiento en
los hoteles de Chachapoyas.**

1. Genero
 - a) Masculino
 - b) Femenino
2. Edad
 - a) 25-30
 - b) 30-35
 - c) 35-40
 - d) mayor a 40
3. Estado Civil
 - a) Soltero
 - b) Casado
 - c) Viudo
 - d) divorciado
4. Grado de instrucción
 - a) Primaria
 - b) secundaria
 - c) superior técnico
 - d) superior universitario
5. Ocupación
 - a) empleado público
 - b) Empresario
 - c) Negocio independiente
 - d) jubilado
6. motivo de viaje a la ciudad de Chachapoyas
 - a) paseo
 - b) negocios
 - c) trabajo
7. cómo se informó del hotel para su elección
 - a) Por recomendación
 - b) por Internet
 - c) Es cliente Frecuente

8. para su elección del hotel que consideraciones tuvo en cuenta
 - a) la infraestructura
 - b) el servicio ofrecido
 - c) la ubicación
 - d) seguridad
 - e) trato del personal
9. ¿cómo califica el servicio recibido?
 - a) muy Bueno
 - b) bueno
 - c) regular
 - d) malo
10. ¿cómo califica el trato del personal hacia el cliente?
 - a) muy Bueno
 - b) bueno
 - c) regular
 - d) malo
11. El personal informa con veracidad y oportunamente a cerca de los servicios y condiciones que establece el hotel
 - a) Siempre
 - b) a veces
 - c) nunca
12. Cómo califica la disponibilidad del personal para apoyar en lo que necesitan
 - a) muy Bueno
 - b) bueno
 - c) regular
 - d) malo
13. El establecimiento presta el servicio según las condiciones pactadas
 - a) Siempre
 - b) a veces
 - c) nunca

Gracias, que tenga un lindo día

Encuesta para el personal que trabaja en los hoteles de la ciudad de Chachapoyas

1. Sexo
 - a) F
 - b) M
2. edad
3. Estado Civil
 - a) Soltero
 - b) Casado
 - c) Viudo
 - d) Divorciado
4. Grado de instrucción
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior Técnico
 - d) Superior Universitario
5. Qué tiempo viene laborando en el establecimiento
-----en que área-----
6. Cuantas horas al día trabaja

7. Los capacitan
 - a) Si que temas.....
Cada qué tiempo.....
 - b) no
8. Conoce Ud. La misión, visión del hotel
 - a) Si
 - b) No
9. reciben algún incentivo por parte del establecimiento
 - a) Si
 - b) No

Gracias, que tenga un lindo día

Matriz De Registro de Información de Visita a los Establecimientos de Materia de Estudio

DATOS GENERALES	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		
	Hotel kuelap	Hotel Puma Hurco	Gran Hotel Vilaya
Ubicación	Jr. Amazonas 1057	Jr. Amazonas 833	Jr. Ayacucho755
Tiempo de funcionamiento	23 años	12 años	12 años
Número de habitaciones	39	21	30
% de ocupabilidad de las habitaciones al mes	Temporada alta 100% Temporada baja 80%	Temporada alta 100% Temporada baja 50%	Temporada alta 100% Temporada baja 60%
¿Cómo es la Tecnología que utiliza?	Adecuada, cuentan con una computadora, teléfono, fax	Adecuada, cuentan con una computadora, teléfono, fax	Adecuada, cuentan con una computadora, teléfono, fax
El establecimiento tiene una página Web	Si	Si	Si
Que servicios adicionales ofrecen	Cochera, Internet gratis	Cafetín, lavandería, internet gratis cochera	Tours, lavandería, alimentación, internet, cochera
Número de trabajadores	4	6	5

¿Cuentan con uniforme propio del establecimiento?	No, esta en propuesta	no	Si
El personal tiene alguna especialización en hotelería	Administradora	no	Los trabajadores en recepción
¿En qué estado se encuentra el equipamiento del hotel?	Regular	Bueno	Bueno
El establecimiento ¿cuenta con una base de datos de los clientes?	Cuentan con un libro – registro de huéspedes	Cuentan con un libro – registro de huéspedes	Cuentan con un libro – registro de huéspedes y descargan en un sistema
Tienen alguna política para hacer seguimiento después del uso del servicio	Envío de correo electrónico	Envío de correo electrónico	Envío de correo electrónico
El personal ¿cuenta con los medios y recursos necesarios para realizar su trabajo?	Si	Si	Si
El establecimiento ¿realiza alguna actividad que contribuya a la comunidad?	No	Si	Si, pertenecen a la asociación AHORA-Amazonas
El establecimiento ¿realiza alguna actividad que contribuya al	Manejan estrategias para que los	Manejan estrategias para que los	Manejan estrategias para que los

cuidado del medio ambiente?	clientes cuiden el consumo del agua y la luz	clientes cuiden el consumo del agua y la luz	clientes cuiden el consumo del agua y la luz
El establecimiento ¿cuenta con un área de parqueo?	Si, junto al establecimiento	Si, a dos cuadras del establecimiento	Si, a dos cuadras del establecimiento
El establecimiento ¿Qué proyección de crecimiento tiene?	Ampliar su infraestructura, mas habitaciones	Ampliar su infraestructura, mas habitaciones	Ampliar su infraestructura, mas habitaciones
A sus ventas, como lo favorece la presencia en Amazonas de la catara de Gocta y Kuelap, como Iconos de la Región	Con la llegada de turistas nacionales e Internacionales	Con la llegada de turistas nacionales e Internacionales	Con la llegada de turistas nacionales e Internacionales
Segmento a que se dirige	De bajo a medio	Media y alta	Alta
Tipo de actividad que realiza los clientes, que lo visitan	Negocio, trabajo, política	Negocios, trabajo, paseo	Negocios, trabajo

Matriz De Encuesta A Trabajadores De Los Hoteles De La Ciudad De Chachapoyas

Nombre del establecimiento	Hotel Kuelap	Hotel Puma Urco	Gran Hotel Vilaya
sexo	F	F	M
Edad	27	26	26
Estado Civil	soltera	soltera	soltero
Grado de Instrucción	Superior universitario	Superior Técnico	Superior Técnico
Domina otra idioma	no	no	si
Tiempo que labora en el establecimiento	1 año	2 meses	2 años
Cargo que desempeña	Administradora y recepción	Recepción	Recepción
Cuántas horas al día trabaja	10 horas	8 horas	8 horas
Cuánto gana	Básico	Básico	Básico
Los capacitan	no	si	Si
Cada cuanto tiempo	-	Cuando ingresan	Cada tres meses
Conoce la misión, visión del establecimiento	Si	Si	Si
Reciben algún incentivo por parte del establecimiento	Si, beneficios sociales y comisión cuando cumplen una meta establecida	no	Si, beneficios sociales
Dificultades que se presenta en su trabajo	Mala coordinación entre los dueños	En temporada alta faltan habitaciones	ninguna

XII. APENDICE:

LEY GENERAL DEL TURISMO

La presente Ley tiene por objeto promover, fomentar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística en el país. Su aplicación es obligatoria en todo el territorio nacional y en los tres niveles de Gobierno: Nacional, Regional y Local.

- La Ley General de Turismo declara de interés nacional esta actividad y la consagra como una política de estado para el desarrollo del país.
- La promulgación de esta Ley establece las responsabilidades y las funciones de los gobiernos regionales, locales y el rol del gobierno nacional en temas turísticos.

Incorpora, además, cláusulas importantes sobre la protección al turista y da un marco para lograr que el turismo funcione como eje descentralizador y de inclusión social

LEGISLACION TURISTICA

En el ámbito legal, esta vigente la ley N° 26961, ley para el desarrollo de la actividad turística del 18 de Mayo de 1998

Dicha ley señala como principios básicos

- Estimar el desarrollo de la actividad turística como un medio para contribuir al crecimiento económico y desarrollo social
- Establecer el uso turístico racional y sostenible del patrimonio cultural y natural de la nación
- Promover la competitividad de los productos turísticos fomentando el desarrollo de la infraestructura y la calidad de los servicios.

Con respecto al ámbito empresarial el artículo 17 de esta ley determina que los prestadores de servicio turístico como personas naturales o jurídicas pueden operar en cualquiera de las siguientes actividades

- Agencia de viajes de turismo
- Empresa de transporte turístico
- Establecimientos de hospedaje en todas sus formas
- Establecimientos de servicio turístico extrahoteleros
- Restaurantes y afines, etc.

(Sosa, 2000)

ANALISIS FODA

- El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos

(El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas

- **Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

- **Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

- **Debilidades:** Son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que debieran para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables, son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se

poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, la organización tiene control sobre ellas y son relevantes

➤ Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

	Positivas	Negativas
Exterior	Oportunidades	Amenazas
Interior	Fortalezas	Debilidades

<http://www.tesisymonografias.org/foda-de-empoesa-hotelera/>

Para el análisis externo se requiere evaluar:

- Los aspectos económico, tecnológico, político, legal, cultural y social.
- Las grandes tendencias locales e internacionales, en términos de preferencias de los consumidores.
- La competencia actual y potencial.

Para el análisis interno es necesario estudiar:

- Los recursos humanos y materiales disponibles, la tecnología, capital de trabajo y acceso al crédito.
- Los bienes inmateriales disponibles como la marca, imagen, satisfacción del cliente, etc.

.Fred David define la Gerencia Estratégica en la siguiente forma: “Una empresa debe tratar de llevar a cabo estrategias que obtengan beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas, mitigar las debilidades internas y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas. En este proceso radica la esencia de la Gerencia Estrategia”.

Sobre el análisis FODA, Steiner plantea lo siguiente.

“El análisis FODA es un paso crítico en el proceso de planeación. Examinar correctamente oportunidades y peligros (amenazas) futuros de una empresa, y relacionarlo en un estudio imparcial con las potencialidades (fortalezas) y debilidades de la misma representa una enorme ventaja”.