UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE GRADO

"ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

CASO HOTEL PRESIDENTE *****"

POSTULANTE: MARIELA SUSANA VILLALBA LEYTÓN

TUTORA: LIC. DORIS ARIAS

LA PAZ – BOLIVIA

2012

CONTENIDO GENERAL

INTRODUCCIÓN
I. ANTECEDENTES 1
II. JUSTIFICACIÓN 5
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 6
IV. OBJETIVOS 7
a. Objetivo General 7
b. Objetivo Especifico 7

CAPITULO I
TURISMO

1.1. Antecedentes 9
1.2. Definición de Turismo 11
1.3. El Turismo en la Economía 13
1.4. Demanda Turística 15
1.5. Oferta Turística 16

CAPITULO II
HOTELERÍA

2.1. Antecedentes 21
2.2. Definición de Hotelería 23
2.3. Clasificación Hotelera Internacional 24
2.4. Clasificación Hotelera Según la Legislación Boliviana 25
2.5. Definición de Hotel 26
2.6. Definición de Recepción 26
2.7. Definición de Establecimientos de Hospedaje 27
2.8. Tipos de Establecimientos de Hospedaje 27
2.9. Categorización 27

CAPITULO III
CALIDAD

3.1. Antecedentes 29
3.2. Definición de Calidad 34
3.3. Definición de Aseguramiento 34
3.4. Certificación y normas de calidad 34
3.5. Proceso de Certificación en Bolivia 36
3.6. Medición de la Calidad en el Servicio SERVQUAL 37
3.6.1. Dimensiones de SERVQUAL 39

3.6.2. Expectativas del cliente 39
3.6.3. El modelo de las cinco discrepancias 40

CAPITULO IV
MARCO PRÁCTICO

4.1. Metodología 42
4.2. Descripción del Hotel Presidente 45
4.2.1. Hotel Presidente 45
4.2.2. Organigrama 45
4.2.3. Visión 48
4.2.4. Misión 48
4.2.5. Slogan 48
4.2.6. Mercado 48
4.2.7. Servicios 49
4.2.8. Servicio de Hospedaje 50
4.2.9. Agencia de Viajes 51
4.2.10. Restaurante – Cafetería 51
4.2.11. Restaurant Gourmet “Bella Vista” 51
4.2.12. Bar l’exclusive 51
4.2.13. Centro de Negocios 52
4.2.14. Sala de Reuniones y Banquetes 52
4.2.15. Sala de Juegos y Farmacia 52
4.2.16. Características del Servicio de Hospedaje 52
4.2.17. Pagina Web 53
4.3. Departamento de Recepción 53
4.3.1. Organigrama 55
4.4. Cuadros Estadísticos 56
4.5. Análisis del Servicio del Departamento de Recepción del Hotel Presidente 59
4.5.1. Población Objetivo 59
4.5.2. Investigación 60
4.6. Árbol de problemas 74
4.7. Árbol de objetivos 76
4.8. Análisis FODA 77
4.9. Priorización De Estrategias 79

CAPITULO V
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

5.1. Propuesta para el Aseguramiento de la Calidad 81
5.2. Marco Metodológico De La Propuesta 81
5.3. Productos del Proyecto 83
5.3.1. Manuales 83
5.3.1.1. Objetivo de los Manuales 83
5.3.1.2. Justificación 83
5.3.1.3. Manual de Funciones 84

MANUAL DE FUNCIONES
HOTEL PRESIDENTE
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

OBJETIVO DEL MANUAL DE FUNCIONES 84
ALCANCE 84
1. GERENTE DE RECEPCIÓN 84
1.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO 84
1.2. FUNCIONES GENÉRICAS 84
1.3. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN 85
1.4. PERFIL DEL JEFE DE RECEPCIÓN 85
1.5. FUNCIONES DEL PUESTO DE JEFE DE RECEPCIÓN 86
2. RECEPCIONISTA 88
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO 88
2.2. FUNCIONES GENÉRICAS 88
2.3. FUNCIONES ESPECIFICAS 88
2.4. PERFIL DEL RECEPCIONISTA 89
2.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN 90
2.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE RECEPCIONISTA 90
3. RECEPCIONISTA – CAJERO 91
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO 91
3.2. FUNCIONES GENÉRICAS 91
3.3. FUNCIONES ESPECIFICAS 91
3.4. PERFIL DEL RECEPCIONISTA – CAJERO 92
3.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN 93
3.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE RECEPCIONISTA – CAJERO 93
4. BELL BOY 94
4.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO 95
4.2. FUNCIONES GENÉRICAS 95
4.3. FUNCIONES ESPECIFICAS 95
4.4. PERFIL DEL BELL BOY 95
4.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN 96
4.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE BELL BOY 97
5.3.1.4. Manual de procedimientos

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN
HOTEL PRESIDENTE

INTRODUCCIÓN 98
1. OBJETIVO 99
2. ALCANCE 100
3. RESPONSABILIDAD 100
4. TABLA DE RESPONSABILIDADES 100
5. RECEPCIONISTA 101
6. RECEPCIONISTA - CAJERO 107
7. BELL BOY 110

5.3.1.5. Manual de procedimientos

MANUAL DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD
HOTEL PRESIDENTE

DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

1. PROTOCOLOS PRELIMINARES. 119
1.1. LISTA DE DISTRIBUCIÓN. 119
1.2. HOJA DE ENMIENDAS. 119
1.3. ALCANCE DE ESTE MANUAL. 120
1.4. CAMPO DE APLICACIÓN. 120
1.5. PROPÓSITO. 121
2. PERFIL DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DEL HOTEL PRESIDENTE. 121
2.1. Definición de términos de calidad. 122
2.1.1. Acción correctiva. 122
2.1.2. Acción preventiva. 122
2.1.3. Actividades de verificación. 122
2.1.4. Actividades que afectan a la calidad. 122
2.1.5. Administración de la calidad. 122
2.1.6. Aseguramiento. 123
2.1.7. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD. 123
2.1.8. Auditoría. 123
2.1.9. Auditoría de calidad. 123
2.1.10. Brainstorm “Tormenta de Ideas”. 124
2.1.11. Calidad. 124
2.1.12. Conformidad. 124
2.1.13. Control. 124
2.1.14. Control de calidad. 124
2.1.15. Costos de la calidad. 125
2.1.16. Costo De Prevención. 125
2.1.17. Costo de evaluación. 125
2.1.18. Costo de fallas internas. 125
2.1.19. Costo de fallas externas. 126
2.1.20. Cliente. 126
2.1.21. Defecto. 126
2.1.22. Diagrama causa y efecto. 126
2.1.23. Diagrama de flujo. 126
2.1.24. Estructura organizacional. 127
2.1.25. Equipo de trabajo. 127
2.1.26. Funciones. 127
2.1.27. Gráfica de control. 128
2.1.28. Gráfica De Pareto. 128
2.1.29. Gestión de la calidad total 128
2.1.30. Inspección. 129
2.1.31. ISO 9001. 129
2.1.32. Manual de calidad. 129
2.1.33. Manual de funciones. 129
2.1.34. Manual De Procedimientos. 130
2.1.35. Métodos de control. 130
2.1.36. Mejoramiento de la calidad. 130
2.1.37. Muestra representativa. 130
2.1.38. No conformidad. 130
2.1.39. Plan de calidad. 131
2.1.40. Planificación de la calidad. 131
2.1.41. Política. 131

2.1.42. Política de calidad. 131
2.1.43. Prevenir. 131
2.1.44. Problema de calidad. 131
2.1.45. Procedimiento. 132
2.1.46. Producto. 132
2.1.47. Registro. 132
2.1.48. Requisitos de la calidad. 132
2.1.49. Responsabilidad. 132
2.1.50. Revisión. 132
2.1.51. Revisión de diseño. 133
2.1.52. Revisión del contrato. 133
2.1.53. Revisión por la gerencia. 133
2.1.54. Revisión del contrato. 133
2.1.55. Satisfacción del cliente. 134
2.1.56. Seguridad. 134
2.1.57. Seguridad de funcionamiento. 134
2.1.58. Servicio. 134
2.1.59. Servicio de calidad. 134
2.1.60. Servicio post-venta. 135
2.1.61. Sistema de gestión de la calidad. 135
2.1.62. Sistema de calidad. 135
2.1.63. Supervisión de la calidad. 135
2.1.64. Total quality management (tqm) "administración total de la calidad" 136
2.1.65. Tormenta de ideas - ver definición en brain storm. 136
2.1.66. Variación. 136
2.1.67. Verificación. 136
3. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN. 136
3.1. Política de calidad. 136
3.1.1. Responsabilidad y autoridad. 138
3.1.1.1. Gerencia de Recepción 138
3.1.1.2. Departamento De Calidad 139
3.1.2. Recursos 139
3.1.3. Recursos Humanos 139
3.2. Revisión por la Dirección 140
3.3. Satisfacción Del Cliente 141
4. Sistema de calidad. 142
4.1. Generalidades. 142
4.2. Alcance 142
4.3. Procedimientos del sistema de calidad. 143
4.4. Procedimientos. 143
4.5. Planeación de la calidad. 144
4.6. Revisión del contrato. 144
4.7. Control del diseño. 145
5. Control Del Documentos. 147
5.1. Marco 148
5.2. Aprobación Y Emisión De Documentos Y Datos 148
5.3. Cambios en los documentos y en los datos. 149
5.4. Documentos Caducos 149
6. Identificación Y Seguimiento De Los Servicios 149

6.1. Marco 150
7. Control De Procesos 150
7.1. Marco. 151
8. Inspección Y Ensayos 151
8.1. Marco 151
9. Control De Los Equipos 152
9.1. Marco 152
10. Estado De Inspección Y Ensayo 152
10.1. Marco. 152
10.2. Metodología De Verificación 153
10.3. Inspección Final Y Prueba 153
11. Control De Los Servicios No Conformes 153
11.1. Marco 153
12. Acciones Preventivas Y Correctivas 154
12.1. Marco. 154
12.2. Generalidades. 155
12.3. Acción Correctiva 155
12.4. Acciones preventivas. 156
12.4.1. Mantenimiento preventivo de equipamiento: 156
13. Control De Los Registros De La Calidad 156
13.1. Marco 157
14. Auditorías Internas De Calidad 157
14.1. Marco 157
14.2. Personal designado a las auditorías internas de calidad 157
15. Adiestramiento Del Personal 158
15.1. Marco. 159
15.2. Servicio Post Venta 159
15.3. Marco 159
15.4. Técnicas estadísticas 160
15.5. Marco 160
15.6. Técnicas Estadísticas 160
5.3.1.6. Presupuesto 161
5.3.1.7. Evaluación 161
5.3.2. Capacitación de Personal 161
5.3.1.6. Objetivo 161
5.3.1.7. Justificación 161
5.3.1.8. Contenido 162
5.3.1.9. Descripción 163
5.3.1.10. Presupuesto 164
5.3.1.11. Evaluación 164
5.3.2. Equipamiento 164
5.3.2.5. Objetivo 164
5.3.2.6. Justificación 164
5.3.2.7. Presupuesto 165
5.3.2.8. Evaluación 166
5.4. Financiamiento 166
RESUMEN 167
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 168
BIBLIOGRAFÍA 171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

OCUPACIÓN DE HABITACIONES

GRÁFICO Nº1 **57**
OCUPACIÓN DE HABITACIONES
Gestión 2007 / 2008 / 2009 / 2010

GRÁFICO Nº 2 **58**
LLEGADA DE PASAJEROS
Gestión 2007 / 2008 / 2009 / 2010

ENCUESTAS

GRÁFICO Nº 1 **61**
¿Cuál es su nacionalidad?

GRÁFICO Nº 2 **62**
¿Qué edad tiene?

GRÁFICO Nº 3 **63**
Sexo: Femenino ó Masculino

GRÁFICO Nº 4 **64**
¿Cuándo un cliente tiene un problema el
recepcionista muestra un sincero interés por solucionarlo?

GRÁFICO Nº 5 **65**
¿El Recepcionista realiza bien el servicio en la primera vez?

GRÁFICO Nº 6 **66**
¿Los Recepcionistas ofrecen un servicio rápido a los huéspedes?

GRÁFICO Nº 7 **67**
¿El comportamiento de los empleados de Recepción
le transmite confianza a los huéspedes?

GRÁFICO Nº 8 **68**
¿Los empleados del Departamento de Recepción
son siempre amables con los clientes?

GRÁFICO Nº 9 **69**
¿El Departamento de Recepción comprende las
necesidades específicas de los huéspedes?

GRÁFICO Nº 10 **70**
¿El Departamento de Recepción tiene empleados
que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?

GRÁFICO Nº 11 **71**
¿Los empleados de Recepción tienen conocimientos

suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes?

GRÁFICO Nº 12 **72**
¿El personal del Departamento de Recepción
tiene apariencia pulcra?

GRÁFICO Nº 13 **73**
¿Cuando el Departamento de Recepción
Promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?

INTRODUCCIÓN

El propósito principal del presente proyecto inicia cuando realice mis prácticas en el Hotel Presidente, mi principal inquietud fue obtener datos sobre la satisfacción de los clientes y aportar al hotel con algunas sugerencias.

Posteriormente el Gerente de Operaciones del hotel me invita a colaborarle permanentemente como personal fijo del Departamento de Recepción, una vez aceptada la Propuesta pude observar que existían muchas interrogantes y problemas que debían solucionarse.

Mi primer objetivo y aporte fue realizar las encuestas correspondientes para el análisis de la satisfacción del huésped al recibir el servicio, es de ahí que nace la idea de proponer la Gestión de la Calidad del servicio, es en esta etapa donde surgen las preguntas para realizar el proyecto, ¿Cómo se puede realizar la Gestión de la calidad, adecuada para el Problema?, ¿Cuáles eran los factores para que el servicio no fuera satisfactorio?, ¿esta medida ayudaría a mejorar las ventas del hotel?, por tanto la premisa fundamental fue “Proponer un Sistema de Gestión calidad para el departamento del Hotel Presidente”, presentada la propuesta y después de haber sido analizada por la Gerencia se realizaron varios cambios en la propuesta original, la cual derivo en la propuesta principal del presente documento el “Aseguramiento de la Calidad del Departamento de Recepción”.

El Hotel Presidente, si bien no busca la certificación a corto plazo, busca el perfeccionamiento en sus servicios y en primera instancia busca la elaboración de los manuales.

Realizados los cambios correspondientes, se plantea que el presente proyecto pretende realizar el *mejoramiento de los servicios, con la presentación de los manuales de Funciones, de Procedimientos y de Calidad*, la información que fue

entregada a mi persona es confidencial y además no se podrá presentar en su integridad.

Luego se realizó el diagnostico del Departamento de Recepción, determinando el cuello de botella que es la falta de los manuales para la prestación del servicio.

Posteriormente para el presente proyecto se diseñan los manuales de acuerdo a las necesidades del departamento, esto permitirá reducir el tiempo de atención hacia el huésped ampliar las posibilidades y así cumplir con las expectativas del cliente.

A lo largo del presente proyecto se ha explicado en forma detallada los pasos a seguir así como también la descripción del análisis realizado en el Hotel Presidente, como consecuencia se tiene las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente el presente proyecto es un aporte para el logro de los objetivos del Departamento de Recepción del Hotel Presidente.

I. ANTECEDENTES GENERALES

Desde el principio de la humanidad el hombre ha sentido la necesidad de desplazarse, para realizar el intercambio de productos, de religión, de estudios, de conquistas y otros.

En la antigüedad el hombre era nómada, emigraba buscando lugares cerca a ríos, lagos y mares donde pueda quedarse, pero después este se volvió sedentario constituyéndose así en una sociedad con un territorio definido.

Un claro ejemplo, en la edad antigua los juegos olímpicos en Grecia, creado para realizar desplazamientos con interés turístico y recreativo, el deseo de conquistar tierras llevó a la gente al desplazamiento, en la edad media las guerras y las cruzadas, y búsqueda de rutas comerciales, entre muchas otras razones para realizar viajes.

Con el tiempo el hombre ha buscado trasladarse momentáneamente a diferentes partes, con esto también buscaba donde quedarse y descansar, como resultado tiempo después surgieron las posadas, donde las personas que viajaban podían quedarse a cambio de dinero, la "*industria hotelera nace propiamente en el siglo XIX se considera al hotel Tremont House, construido en Boston, Mass, en 1819, es como El Adán y Eva de la industria hotelera*"[1].

Es en la Revolución Industrial, el momento más importante de desarrollo del turismo y la hotelería, es en este período de la historia cuando las personas comienzan a desplazarse con más facilidades, puesto que al principio los viajes eran realizados por los comerciantes y la gente de clase alta, los hoteles y restaurantes casi imposibles de pagar para la clase trabajadora. [2]

---

[1] RAMIREZ, Cesar. *Hoteles Gerencia, Seguridad y Mantenimiento*. 1998. Ed. Trillas. 200 p.

[2] UGARTE, Xoán. Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel internacional. 1999. Ed. Universidad de Santiago de Compostela. 237 p.

El crecimiento del turismo y la hotelería, con la revolución industrial, fue de tal magnitud que gran parte de las personas tenían más posibilidades de viajar, y quedarse por un tiempo prolongado en el destino.

La sociedad y el estilo de vida, cambiaron con el desarrollo de la industria y la tecnología; en el siglo XIX, se desarrollan las primeras vías ferroviarias en Europa y Estados Unidos, es en este período de tiempo donde surge la primera agencia de viajes del señor Thomas Cook[3], quien ofrecía servicios de transporte, alojamientos y atractivos.

También la navegación, redujo el tiempo de los desplazamientos, realizando más frecuentemente las travesías transoceánicas, que dominarían el mercado.

En el año 1867, se crea el voucher, que es un documento que permite la utilización de servicios en hoteles contratados y pre pagados a través de una agencia de viajes; por su parte el señor Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes de American Express, quienes introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viajeros.

Cesar Ritz es considerado como padre de la hotelería moderna[4], se ocupo desde muy joven en trabajar en la hotelería hasta llegar a ser gerente de unos de los mejores hoteles de la época. Este gran personaje introdujo el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración.

En 1914, al iniciar la primera guerra mundial, se estima que había aproximadamente 150.000 turistas en Europa, al finalizar la guerra se

[3] UGARTE, Xoán. Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel internacional. 1999. Ed. Universidad de Santiago de Compostela. 237 p.
[4] WOODFORD, Protase. SCHMITT. Conrrad. Turismo y Hoteleria lecturas y vocabulario en español. 1993. Ed. MacGraw Hill.193 p.

comienza a fabricar automóviles, las playas y los ríos se convierten en centros de turismo, y comienza a crecer el turismo de costa.

El avión todavía era un medio muy poco usado en la época, el turismo y la hotelería se ven estancados, con la segunda guerra mundial (1949).

Entre los años 1950 – 1973 es el boom turístico, crece a un ritmo acelerado, por la estabilidad social, y el desarrollo de la cultura de ocio en el mundo occidental[5].

Surge la sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas la necesidades básicas, aparece el desarrollo del nivel de formación, el interés por viajar y conocer nuevas culturas, la evasión del estrés de las grandes ciudades, y escapar de la presión.

La producción en cadena de los automóviles, la construcción de carreteras y autopistas, permite el viaje en menor tiempo, los viajes por mar se destinan a viajes en cruceros.

Todos los factores son decisivos para la implementación de la estandarización del producto turístico, los Operadores Turísticos venden los paquetes turísticos que utilizan los vuelos charter que abaratan las tarifas y son más accesibles.

En los años 70, la crisis energética y la inflación monetaria ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística hasta el año 1978, la crisis es la reducción de la calidad y abarata los costos en turismo.

[5] UGARTE, Xoán. Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel internacional. 1999. Ed. Universidad de Santiago de Compostela. 237 p.

En los años 80, el nivel de vida se eleva y el turismo se convierte en el motor económico de algunos países, se inauguran grandes empresas hoteleras y de tour operadores, con nuevas técnicas de marketing creando la competencia entre ellos.

En la década de los 90, comienza la madurez del sector y que crece, diversificándose la oferta e incrementando la demanda, y con esto se pone en práctica la calidad. El turismo y la hotelería forman parte fundamental de la agenda política de la mayoría de los países en el mundo, formando a las personas para un turismo sostenible, y la regulación del turismo y la hotelería.

En este nuevo periodo se tiene el abaratamiento de los viajes por vía aérea, con viajes para diferentes tipos de turistas, con diferentes gustos y preferencias.

Es así, como en otras partes del mundo el turismo y la hotelería, ha experimentado un crecimiento paulatino, en Bolivia, si bien el turismo se dio con mayor fuerza en el Departamento de La Paz por ser la ruta fundamental para la entrada y salida de turistas, los otros departamentos también fueron evolucionando con el turismo.

En la época de la colonia, se realizaron varios viajes que fueron el comienzo del turismo en Bolivia, estas expediciones que fueron denominadas reducciones fueron realizadas por los Jesuitas, también los desplazamientos al departamento de Potosí, en la época del auge de la plata en el Cerro Rico, son algunos ejemplos que se pueden mencionar del turismo dentro de las fronteras.

"*Uno de los precursores del turismo fue Darius Morgan en 1930*"[6], quien realizó una expedición por el altiplano y llegó hasta el Lago Titicaca, quedó fascinado con el paisaje, logrando que la empresa operadora de turismo de ciudad de La Paz, incluyera paquetes *todo incluido* al lago Titicaca, esto impulsó también a la hotelería a brindar servicios que vayan de acuerdo con los turistas que llegaban a territorio boliviano.

Los operadores turísticos también fueron diferenciando los productos ofrecidos dentro de las fronteras, brindando servicios de transporte y de hospedaje a los turistas.

Es por esta razón que la calidad fue evolucionando tanto con el turismo como con la hotelería, y esto llevó a una categorización de la calidad en los hoteles, brindando más comodidades y facilidades a los clientes que utilizan sus servicios.

El Hotel Presidente con aproximadamente 20 años en el rubro del servicio de hospedaje, ha tratado de evolucionar junto con las tendencias de los clientes que en los últimos años han sido más exigentes.

II. JUSTIFICACIÓN

La calidad y la diferenciación de los servicios han estado presentes durante toda la evolución de la hotelería, es por esta razón que se ha realizado la categorización de hoteles con diferente número de estrellas, los hoteles de cinco estrellas brindan servicios que están comprometidos con la calidad especialmente en este tipo de hoteles, como en el caso del Hotel Presidente.
El presente trabajo parte de la importancia de la calidad en el ámbito hotelero, se puede considerar que el aseguramiento de la calidad es un paso

[6] *MUÑOZ REYES, Víctor. Bolivia y sus orígenes. Bolivia en el primer centenario de su independencia. Ed. The University Society. EE.UU. 1925..*

fundamental para mejorar los servicios y brindar calidad, para que las actividades realizadas dentro del departamento sean planeadas, programadas y documentadas, todo esto para lograr una estandarización de los servicios.

El proyecto que se presenta a continuación es el fruto del análisis y encuestas, además de estar basado en la experiencia de trabajo en este departamento en el puesto de Recepcionista en el hotel, tomando en cuenta el análisis y las experiencias obtenidas, este proyecto beneficiara en gran medida al hotel, porque este mejorará la forma de brindar servicio, asimismo tendrá capacitado constantemente a su personal, aparte de obtener la estandarización del servicio, al mismo tiempo el hotel percibirá económicamente un incremento, también en el numero de huéspedes que lleguen; además los empleados del departamento podrán incrementar su conocimiento, mientras tanto otros beneficiados serán los huéspedes del hotel, porque recibirán los servicios que esperan obtener con calidad, satisfaciendo sus necesidades.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Hotel Presidente en su organización tiene varios departamentos que forman un sistema productivo donde todos son considerados importantes; pero el departamento fundamental es el de Recepción que tiene mayor relevancia, porque este es el que atiende al cliente personalmente, desde el momento que ingresa al hotel hasta el momento de su salida.

En el Departamento de Recepción del Hotel Presidente es el que tiene contacto directo con el huésped es por esta razón que es uno de los departamentos más importantes dentro del hotel, carece de un Aseguramiento de Calidad, falta de manuales para el departamento, el recurso humano que no está capacitado para brindar servicio.

Para el análisis de lo anteriormente expuesto, se toma como base referencial la norma ISO 9001:2000, la misma norma que se usa para implementar el servicio de calidad el hotel

a) debe asegurar su calidad,
b) debe implementar manual de calidad, funciones y procedimientos,
c) capacitar al personal para brindar un servicio con calidad,
d) debe mejorar la infraestructura y el apoyo logístico.

Son los puntos anteriores los cuales sirven para fundamentar el presente proyecto, siendo que el objeto de estudio es el Departamento de Recepción del Hotel Presidente y no se tiene ninguno de los puntos anteriormente nombrados.

Los hoteles en todas sus categorías, deben contar con estos puntos que son imprescindibles para obtener la certificación de la calidad ISO al momento de brindar el servicio. Esto lleva a formular la siguiente pregunta: ***¿Cómo estandarizar los servicios del Departamento de Recepción del Hotel Presidente para obtener un servicio con calidad?***

IV. OBJETIVOS

a. Objetivo General

- Proponer un Sistema de Aseguramiento de la Calidad en el **departamento de Recepción.**

b. Objetivo Especifico

- Realizar un diagnostico del departamento de Recepción.
- Determinar las funciones del personal del departamento de recepción.

- Evaluar la calidad de los servicios que son brindados al cliente.
- Diseñar los manuales de funciones, de procedimiento y calidad para mejorar la calidad que estén de acuerdo a la realidad del hotel.
- Implementar cursos de capacitación para el personal del departamento de Recepción.

1.1. Antecedentes

Desde el principio de la humanidad el turismo fue desarrollándose juntamente con el ser humano, el hombre sedentario se convirtió en nómada estableciéndose permanentemente en un lugar.

Con el transcurrir del tiempo las personas comienzan a realizar viajes como es un claro ejemplo en la antigua Babilonia los viajes eran realizados generalmente con carácter religioso o competencias atléticas, estas no son conocidas como turismo hasta la época del Imperio Romano, durante los meses de verano los romanos se dirigían hasta los lugares de veraneo, así también a los templos, santuarios, festividades y baños termales que contaban con un sistema de comunicaciones adecuado para la época.

En la edad media, la gente por razones de seguridad comenzó a viajar en grupos, las peregrinaciones se convirtieron en movimiento de la época, y se les brindaba información sobre los lugares a donde llegaban.

En el siglo XVI, los jóvenes de la nobleza y clase media iniciaron los viajes para incrementar su conocimiento y ganar experiencia personal, estos viajes duraban tres años; ya en el comienzo del siglo XVII, como menciona Acerenza existían "*libros en los cuales se recomendaba la forma de viajar y como hacer más provechosos y honorables los viajes por países extranjeros"*[7] (pág.25), estos libros contenían los itinerarios realizados, distancias, recorridos, medios de transportes y hospedajes.

El valor cultural de los viajes y el potencial del comercio, generan el movimiento de viajeros que muestra claramente el desarrollo de los centros

[7] *ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo- Conceptualización y Organización- Volumen 1, 1984 Mexico D.F*

vacacionales, por otra parte, comenzó el interés de los baños termales y baños en el mar.

En el siglo XIX, se establece las bases del turismo moderno, en este periodo surgió el *Grand Tour* del cual después derivaría el término *turismo*, la transformación económica y social que se dio a consecuencia de la Revolución Industrial, incremento el número de personas que viajaban por placer, el movimiento masivo de personas dio origen a una industria vacacional.

Es en este siglo que Tomas Cook, fundan la empresa *Thomas cook and Sons* y Welss funda *American Express Company*[8]; el primer agente de viajes profesional es Thomas Cook, quien arregló el primer viaje sin pretender beneficio personal, con 570 personas para asistir a un congreso; pronto comprendió que era un negocio que tenía un gran potencial y se dedico a realizar excursiones, incluyo después el *Handbook of the Trip* (guía de viajes) que es un itinerario para el turista. El aporte realizado por Cook es el concepto de *excursión organizada*, que ahora es el *paquete turístico*, además contrató el transporte para el traslado de los turistas, con esta modalidad brindaba mejores servicios.

Durante el siglo XIX y XX, hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), hay un incremento rápido del turismo tanto en Europa como en Estados Unidos. Con el desarrollo de los ferrocarriles, George Mortimer Pullman tuvo la idea de implementar el *coche salón*, así incluyo varias mejoras en el servicio hotelero, el profesionalismo de Thomas Cook y Mortimer Pullman contribuyeron en gran manera al turismo, así también como a las comunicaciones marítimas ayudaron a incrementar la actividad

[8] *ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo- Conceptualización y Organización- Volumen 1, 1984 Mexico D.F*

turística en "*1867 se realiza el primer crucero oceánico concebido especialmente para turistas*"[9].

América por su parte a mediados del siglo XIX se observar que hay un auge de centros turísticos en el norte y en el sur, los nuevos medios de transporte ayudaron a este crecimiento.

Después de la segunda guerra mundial (1939-1945), con la incorporación de nuevas técnicas de marketing en la industria turística, se dio paso a nuevas formas de comercialización, y con esto nacen los términos de *producto turístico, estandarización y oferta turística*. El concepto de *Viaje Todo Incluido* consiste en que el viaje que se ofrece al cliente tenga el transporte, alojamiento y comida.

En los últimos tiempos los países comenzaron a fomentar la actividad turística, como consecuencia se observa el surgimiento de nuevos centros turísticos brindando diferentes opciones.

1.2. Definición de Turismo

Para definir correctamente el término turismo, se debe analizar primero la etimología de la palabra, en el libro *Técnico en Hotelería y Turismo* menciona que la palabra turismo deriva de "*las raíces "tour y turn" que proceden del latín ya sea del verbo tormus (turno) o del verbo "tornare" (girar), cuyo significado resultaría ser "viaje circular*"[10].

Por otra parte la Organización Mundial del Turismo define el turismo como *"las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en*

---

[9] *ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo- Conceptualización y Organización- Volumen 1, 1984 Mexico D.F*

[10] *VILLENA, Eduardo. Técnico en Hotelería y Turismo- TOMO 1-, Ed. Cultural. ESPAÑA.2003. 215pag.*

lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos".[11]

Por otra parte el turismo también es definido como *"todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro. De lo cual se deduce que toda persona que se desplace por negocios no es turista*." [12]
Haciendo un análisis de ambas definiciones, la que se adecua más a la realidad actual es la definición de la Organización Mundial de Turismo.

La OMT también ha querido definir la palabra *turista*, con un concepto clave que es visitante, y esta organización divide a los "*visitantes de un día o "excursionistas" y en "turistas". Los "visitantes" son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual durante un periodo que no excede los doce meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Los ´"visitantes de un día o excursionistas" son aquellos que no llegan a pasar una noche en un alojamiento público o privado en el país visitado. Los "turistas" son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado (OMT*)". [13]

El libro Técnico en Hotelería y Turismo define *turista* como "*persona que realiza una o más viajes, especialmente que hace esto por afán de recreación. Alguien que viaja por placer, ocio o cultura, visitando varios lugares por sus objetivos de interés, paisaje, cultura descanso, etc.*" [14] (pag.215)

1.3. El Turismo en la Economía

[11] *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO- http://www.unwto.org/index.php*
[12] *ARRLLAGA, Ignacio. Ensayos sobre Turismo. Ed. Turisticas. 1962. 158 p.*
[13] MANTECON, Alejandro. La Experiencia del Turismo. Barcelona. Ed. Icaria. 2008. 298p.
[14] *VILLENA, Eduardo. Técnico en Hotelería y Turismo- TOMO 1-, Ed. Cultural. ESPAÑA.2003. 215pag.*

Como se observó anteriormente, la evolución del turismo fue de gran importancia, en esta época el turismo ocupa un lugar fundamental en la economía de varios países.

El turismo para la mayoría de los países es conceptualizado como un sector económico dinámico, y cada año es mayor la proporción de la población que forma parte de esta actividad, en esta época se vio afectada por la crisis económica mundial, que da como resultado cifras alarmantes de desempleo, este desafío se dio en un periodo corto de tiempo, haciendo que el turismo sea el más afectado.

La actividad turística atrae al conjunto de producción de servicios hoteleros, de agencias de viaje y restaurantes, además de una parte del sector de transporte, y una porción de las actividades que están relacionadas con el turismo como ser empresas proveedoras de insumos, formando parte de la producción de los sectores.

Según la Organización Mundial de Turismo, que afirma que el turismo internacional genero 856.000 millones de dólares en el año 2007 que equivale a un 30% más en comparación a las exportaciones mundiales de servicios.

Las cifras que da a conocer la OMT[15] en el año 2008, indican que 924 millones de turistas llegaron a los destinos turísticos señalando un crecimiento de 2%, esto quiere decir que son 16 millones más de turistas que en el 2007.

[15] *Organización Mundial de Turismo* http://www.unwto.org/index_s.php

El año 2009, durante los meses de enero – agosto se vieron afectados con la disminución de la llegada de turistas con un 5%, estas cifras se vieron reflejadas en Europa, Oriente Medio y en toda América.

Por otra parte, el informe presentado por el *Barómetro de la OMT del Turismo Mundial*, en el artículo *Moderación de la tendencia bajista durante el resto de 2009* el turismo internacional se vio afectado con una caída del 8% entre enero y abril, en comparación del mismo periodo un año antes. Los destinos del mundo registraron un total de 247 millones de llegadas turísticas internacionales en los primeros cuatro meses del 2009, frente a 269 millones que llegaron en el 2008[16].

Constituye un fenómeno de amplia expansión con significativas repercusiones económicas y sociales para el mundo. En este expansivo sector de la economía mundial, están empleados más de 74 millones de personas y participan de él unos 600 millones de personas por año, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En Bolivia es complejo, identificar al turismo dentro de una rama precisa de la economía, pero se puede analizar la aproximación del impacto económico del mismo a partir de los ingresos del turismo emisivo y receptivo, considerando el aporte al PIB, de acuerdo con el periódico Jornada muestra que el turismo es la cuarta actividad con mayor impacto en la economía de Bolivia, cita al Viceministro Iván Cahuaya quien habla que el "*turismo en Bolivia tiene una gran importancia, por el momento estamos en cuarto lugar del PIB, con una generación de recursos superiores 340 millones de bolivianos*" [17].

---

[16] *Barómetro OMT del Turismo Mundial – Hoja de Ruta para la Recuperación- tercer trimestre 2009 http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=2532&idioma=S*

[17] PERIODICO LA JORNADA. *Jornadanet. com, http://www.jornadanet.com/n.php?a=37780-1 publicado 28/8/2009*

Todas estas cifras están reguladas por la oferta y la demanda del turismo dentro y fuera de nuestras fronteras.

1.4. Demanda Turística

Se puede definir a la demanda turística como: "*conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. (…) opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda*" [18]

Por otra parte *"puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística*". [19]

La demanda dentro del mercado turístico está sometida a la influencia de un conjunto de factores, los cuales son:

- ***Factores económicos***: que son la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí dentro de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas.

[18] *RODRIGUEZ, Manuel. Características de la oferta y la demanda. Mexico DF. 2008. 50p.*
[19] *VALDEZ, Luis. RUIZ, Agustín. Turismo y Promoción de destinos turísticos. España. 2009. 355 p.*

- ***Factores relativos a las unidades demandantes***: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los turistas tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.

- ***Factores aleatorios***: los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales demandantes.

- ***Factores relativos a los sistemas de comercialización***: son la calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

El turista tiene muchas necesidades que deberán ser cubiertas, el transporte (avión, coches, barcos, entre otros), alimentación (desayuno, almuerzo, cena), ocio (paseos, diversión, etc.), y uno de los más importantes el hospedaje, es en estas necesidades donde sale la oferta turística.

1.5. Oferta Turística

Se define oferta turística al "*conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo*". [20]

[20] *CABARCOS, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos. España. 2006. 290 p.*

Para conocer bien que es la oferta turística se deberán tomar en cuenta los siguientes conceptos:

Tomando en cuenta que el "*recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística,(…) la cantidad de un servicio o producto que un productor está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, (…) o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor*." [21]

Entonces la oferta turística es un conjunto de servicios puestos efectivamente en el Mercado, que están relacionados con otros sectores como ser la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión, tomando en cuenta que la oferta turística mundial es cada día más variada en bienes y servicios. La actividad turística tiene mayor impacto económico en los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones, entre otros.

La oferta turística tiene como elementos fundamentales:

*Atractivo Turístico s*e define como un "*objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. (…) guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el*

[21] *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*

mercado si no son puestos en valor y explotados, (…) hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables" [22]

Patrimonio Turístico es "*Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan*". [23]

"*Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura*".

Producto Turístico "*Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico*". Por otra parte también "e*s el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (…), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista*".

El Recurso Turístico es "*todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo*". Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones. [24]

La Planta Turística se define como el "*conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de*

---

[22] *CABARCOS, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos. España. 2006. 290 p.*
[23] *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*
[24] *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*

servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, etc."[25]

El Equipamiento Turístico, definida como el "*eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte."*[26]

La Infraestructura Turística es "*una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda*." [27]

Los Servicios Complementarios son los que "*constituyen prestaciones que directamente o con auxilio (…) dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.(…) son la actividad en que el Estado interviene más directamente como el caso de la salud, los deportes, (…) Incluyen proveedoras de agua, gas, transporte ferroviario, (…) Precisan una inversión considerable de planta y equipo ,(…) los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias*." [28]

Los servicios complementarios que componen toda oferta turística moderna son:

- ✓ los servicios de comunicación.

[25] *CABARCOS, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos. España. 2006. 290 p.*
[26] *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*
[27] *CABARCOS, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos. España. 2006. 290 p.*
[28] *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*

- ✓ los servicios de correos
- ✓ los servicios de información turística.
- ✓ el comercio de productos para turistas.

2.1 Antecedentes

La actividad hotelera surge con la evolución del hombre nómada que se queda a vivir en un lugar determinado, después una vez establecido este debía buscar comida y es por esta razón el hombre emigraba tenía la necesidad de quedarse en lugares donde pueda descansar, después surgieron las posadas, donde las personas podían quedarse y descansar a cambio de dinero, pero esta actividad se desarrolla rápidamente en la Revolución Industrial.

Durante la época colonial, en Estados Unidos surgieron las posadas con un modelo de las tabernas europeas, en las que dos o más huéspedes compartían las habitaciones.

A lo largo del siglo XIX, los posaderos estadounidenses mejoraron los servicios y continuaron construyendo propiedades de mayor tamaño, y con mejor equipamiento. Tales establecimientos se localizaban en los puertos y operaban junto con las tabernas, la tendencia viajera de los estadounidenses dio como resultado en la apertura de las casas de hospedaje.

El primer hotel estadounidense el *City Hotel* se inauguró en 1794, en la ciudad de Nueva York. El City Hotel contaba con 73 cuartos para huéspedes, cuyo propósito único era el hospedaje.

En 1942, Hilton adquirió el *Town House*, en los años siguientes la Hilton Hotel Corporación organizada en 1946, compró o construyó en todo el mundo un gran número de hoteles de lujo y comprometió a las dos cadenas hoteleras más grandes de ese tiempo -Sheraton y Statler- a trabar una feroz competencia.

En el mundo las necesidades de los clientes van creciendo constantemente es por eso que los hoteles deben brindar un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas del cliente que compra el servicio turístico, en esta época todas las personas pueden viajar y alojarse en establecimientos decentes, habiendo variedad de ofertas en el mercado y esto es lo que da paso a una de las actividades más importantes en esta época, el *turismo*.
En la actualidad la industria turística ha cobrado una gran importancia en el mundo debido a su rápido crecimiento, factor que ha colocado a la hotelería en un sitio prominente, y junto a la función principal productiva que es la de prestar el servicio de alojamiento a los clientes, los hoteles generalmente prestan un conjunto amplio de actividades con el objeto de facilitar una serie de servicios complementarios, caracterizados por una enorme variedad de servicios que requieren una diversidad importante de recursos (materiales, humanos, formativos, administrativos, etc.), y porque contribuyen en al resultado global de la unidad económica.

La industria hotelera ha crecido en tal magnitud que podemos encontrar hostales de todo tipo, categoría y precio, con o sin servicios complementarios, en un mercado cada vez más competitivo donde se brinda un servicio esmerado, cumpliendo así con las expectativas de los clientes.

En Bolivia, la industria hotelera fue experimentando un crecimiento constante ganando rápidamente terreno en la actividad económica, siendo esta una fuente importante de recursos para la actividad turística, y también una fuente de empleo, esta actividad desempeña un papel dentro de la economía boliviana, este sector forma parte de un conjunto de servicios donde entran el comercio, el servicio financiero, transporte, alimentos y bebidas entre otros.

El turismo ha sido la precursora del crecimiento de la hotelería en el mundo, se encuentra en un escenario muy competitivo, la evolución de esta fue muy dinámica, mostrando que soportó un proceso continuo de crecimiento.

2.2 Definición de Hotelería

La hotelería está definida como el "*conjunto de servicios que proporcionan alojamiento, comida con o sin servicios complementarios a los huéspedes mediante una compensación económica*" [29]

En la ley de turismo de Bolivia los hoteles están definidos en el Art. 5. c) 1.como "*aquellos establecimientos que prestan en forma permanente el servicio de hospedaje en unidades habitacionales. La construcción deberá constituir un todo homogéneo con escaleras y/o ascensores de uso exclusivo.*

Tener un mínimo de veinte (20) habitaciones, contar con el servicio sanitario privado (…) disponer de los servicios de alimentos y bebidas según su categoría. La infraestructura, mobiliario, el equipamiento y los servicios deben estar acordes a su categoría y cumplir con las exigencias y requisitos mínimos del modulo correspondiente." [30]

Es por esta razón, que se puede considerar la hotelería como un requisito fundamental para el turismo, es así que la definición correcta es bastante compleja, ya que esta depende de los gustos, deseos y motivos.

2.3 Clasificación Hotelera Internacional

[29] *Galileo, Jesús .Peyrolon, Ramon.* ***Diccionario de hostelería****. Hotelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar. Madrid. 2004.*

[30] *Ley de Promocióny desarrollo de la Actividad Turístic. Ley 2074 y decreto supremo 26643. Bolivia. 2005.*

Los hoteles se clasifican internacionalmente por el nivel de confort, posicionamiento, nivel de los servicios que ofrecen, y en la mayoría de los países se pueden encontrar:

- Hoteles de 5 a 1 estrella
- Hoteles de E a A
- Clases de cuarta a primera
- De diamantes y world turism

Además, la clasificación de los hoteles apuntan a un mercado definido pueden ser los siguientes:

- Hoteles de Aeropuerto
- Hoteles de Naturaleza
- Hoteles apartamento o Aparthoteles
- Albergues turísticos
- Hoteles familiares
- Hotel posada
- Hoteles monumento
- Hoteles balneario
- Moteles
- Hotel de paso
- Hoteles casino
- Hoteles club
- Hoteles deportivos
- Hoteles gastronómicos
- Hoteles de montaña
- Hoteles de temporada
- Hoteles rústicos
- Hoteles vacacionales
- Cadenas hoteleras

La clasificación hotelera puede variar según el lugar, el país, y las normas del lugar, pero los nombrados anteriormente es la clasificación que se conoce actualmente para los hoteles[31].

2.4 Clasificación Hotelera Según la Legislación Boliviana

Según la ley 2074 y su reglamento de hospedaje turístico, vigente con resolución ministerial Nº185/01 La Paz, del 11 de Octubre de 2001, reglamenta la hotelería en Bolivia, y clasifica a los establecimientos de hospedaje de la siguiente forma.

En el capítulo 2, articulo 4 (de la clasificación): "los establecimientos de hospedaje se clasifican en:

1. HOTELES
2. APART HOTELES
3. HOTELES SUITS
4. HOSTALES O RESIDENCIALES
5. CASA DE HUÉSPEDES
6. ALOJAMIENTOS
7. COMPLEJOS TURÍSTICOS
8. FLÓTELES
9. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COMPLEMENTARIO."

Este reglamento, en el artículo 5, también toma en cuenta varias denominaciones, para el este trabajo se tomaran algunas. [32]

---

[31] *Barómetro OMT del Turismo Mundial – Hoja de Ruta para la Recuperación- tercer trimestre 2009 http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=2532&idioma=S*

[32] *Ley de Promoción y desarrollo de la Actividad Turística. Ley 2074 y decreto supremo 26643. Bolivia. 2005.*

2.5 Definición de Hotel

El hotel está definido como "*un edificio equipado y planificado para albergar a las* personas *de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante)*". [33]

2.6 Definición de Recepción

Se define a recepción como "*el centro de operaciones donde se controlan todos los servicios que son proporcionados a los clientes desde el momento de su llegada hasta que abandonan el hotel"* [34]

También se puede definir como el *"departamento de la instalación hotelera que ofrece los servicios relacionados con la llegada y salida de los clientes además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación (…) donde afluyen las solicitudes, reclamaciones y quejas (…) directamente relacionadas con el servicio de la instalación. Además, es la Recepción donde se elabora y emite la información diaria, a los diferentes departamentos del hotel (listas, reportes, etc.) para garantizar un trabajo armónico y fluido, que a la vez asegura un servicio de calidad."* [35]

---

[33] *Centro Empresarial Latinoamericano. Gestión y Servicios de Hotelería. Bolivia. 2009. 98p.*
[34] *Universidad del Caribe. Técnicas de Hospedaje. México DF. 2009. 50p.*
[35] *Reyes, Eliana. Administración Hotelera: Recepción. 2006. 100p.*

2.7 Definición de Establecimientos de Hospedaje

Se define a los establecimientos como "*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*". [36]

2.8 Tipos de Establecimientos de Hospedaje

Según el Art.5, en el inciso c) son "aquellos establecimientos que prestan un servicio para alojarse en forma temporal, y que funcionen en una edificación construida o acondicionada para tal fin, cuyas instalaciones reúnan las condiciones mínimas requeridas para el huésped, conformando su infraestructura un todo unitario". [37]

2.9 Categorización

El Art. 6 se refiere a la categorización de los establecimientos de hospedaje, son "categorizados según su tipo y clasificación, bajo procedimientos específicos debidamente reglamentados mediante Resolución Administrativa emanada del ente rector del turismo nacional, y el cumplimiento de los requisitos mínimos enunciados en los receptivos módulos de clasificación que forma parte indisoluble del presente reglamento,

1. HOTELES: 1 a 5 estrellas
2. APART HOTELES: 3 a5 estrellas
3. HOTELES SUITS: 4 y 5 estrellas
4. HOSTALES O RESIDENCIALES: 1 a 5 estrellas

[36] *Centro Empresarial Latinoamericano. Gestión y Servicios de Hotelería. Bolivia. 2009. 98p.*
[37] *Ley de Promoción y desarrollo de la Actividad Turística. Ley 2074 y decreto supremo 26643. Bolivia. 2005.*

5. CASA DE HUÉSPEDES: Categoría única

6. ALOJAMIENTOS: Clase A y clase B

7. COMPLEJOS TURÍSTICOS: 3 a 5 estrellas

8. FLÓTELES: Categoría única

9. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COMPLEMENTARIO: Categoría única [38]

Tomando en cuenta la categoría del Hotel Presidente, se realiza un apartado solo para hacer un análisis del mismo.

[38] *Ley de Promocióny desarrollo de la Actividad Turístic. Ley 2074 y decreto supremo 26643. Bolivia. 2005.*

3.1 Antecedentes

El desarrollo de la calidad fue paulatina y evolucionó a través de fases como ser la inspección; desde el principio de la civilización el hombre ha buscado el mejoramiento constante, un claro ejemplo es la época medieval la fabricación y venta de las artesanías realizadas en talleres, los artesanos captaban directamente las quejas sobre los productos, esto servía para mejorar el proceso y no volver a cometer errores.

En los siglos XVII y XVIII, se crean grandes ciudades de artesanos, como menciona González *"establecían especificaciones para los materiales con los que se trabaja, para los procesos y para los productos elaborados".* [39]
A mediados del siglo XVIII, se inicio el uso de partes intercambiables en la fabricación de armas, se diseñaron maquinas y herramientas especiales, esto da como resultado la evolución de la industria.

La revolución industrial produce la incorporación de nueva tecnología, pero articulada la comunicación fabricante – cliente, esto hacia que el trabajador sea el responsable de la calidad, a lo largo del proceso. James menciona en su libro que "*el desarrollo de la gestión de la calidad empezó con la inspección(…)fue la creación de los especialistas que "inspeccionaron" la calidad de los productos*." [40], siendo este un intento defectuoso, pues los directivos pensaron que esto era la influencia del entorno, es entonces que la dirección científica desarrolló la gestión de la calidad a través de la inspección, lo que realizaban los artesanos en tiempos antiguos, es lo que en esta época se ponía en práctica *la Gestión de la Calidad a través de la inspección,* la diferencia radica en la cantidad de producción.
Con el paso del tiempo y con el desarrollo de la tecnología las fábricas comenzaron a realizar sus productos en serie, las empresas se basaron en

[39] *GONZALES, Francisco Et.al. Introducción a la Gestión de la Calidad .. Ed. Delta - España (2007)*
[40] *JAMES, Paul. Gestión de la Calidad Total. Un Texto Introductorio- España (1997)*

la Organización Científica del Trabajo de Taylor donde las "*personas dedicadas a fabricar, a ejecutar y (…) a controlar la calidad de lo producido" (Pág.3*)[41], es en este punto donde una persona es encargada de la calidad el *inspector de calidad*, los departamentos de calidad, los cuales están encargados de la calidad.

Es en esta etapa que ocurre la separación entre planificación, ejecución y control, que origina un incremento de productividad y lo que provoca una caída en la calidad del producto, en esta época no representó un gran problema porque existía un exceso de demanda sobre la oferta.

La siguiente fase de evolución por la que paso la calidad *es a través del control de calidad*, donde se trabaja con los datos obtenidos del proceso de fabricación del producto o servicio, que son producidos con especificaciones de acuerdo a los requerimientos del cliente, el control de la producción da como resultado un rendimiento coherente y estandarizado, esto equivale a menos pérdidas, más eficacia y mayor ganancia.

La empresa *Bell Telephone* de los Estados Unidos, realizó una serie de trabajos de inspección, para mejorar la calidad, puso en marcha la aplicación de técnicas estadísticas al control de la calidad, que van mas allá de la inspección de calidad esta quiere identificar y eliminar causas que generan defectos, la herramienta más conocida son los gráficos de control, que es un medio imprescindible para el control de calidad de los procesos donde el "*aseguramiento de la calidad, desarrolló los conceptos que son fundamentales para el control estadístico de la calidad (…) fue desarrollado en un documento formal que se ha convertido en el punto de cambio de la*

[41] *Francisco; CHAMORRO, Antonio; RUBIO, Sergio, Introducción a la Gestión de la Calidad. Ed. Delta, España(2007)*

aceptación científica del control de la calidad" [42] (Pág.30), con esto se inicia la inspección para mejorar el producto o servicio disminuyendo los defectos. Es en este proceso donde se reconoce que " *primero que los principios y las prácticas del análisis de probabilidad y estadística podían ser aplicados a los problemas de la calidad (…) que el proceso de fabricación era variable y que esta variabilidad ocurría a lo largo del proceso y del tiempo.(…) no existían dos procesos iguales y que el producto que necesitara ser emparejado al final de cada proceso estaría sujeto a la variación detectada en cada uno de ellos*" [43] (pág.30), esto significaba que los productos no podían ser estandarizados en su totalidad pero podían cubrir las expectativas, donde lo que varia es que el proceso es único, esto origino grandes pérdidas de productos, obligando a los ingenieros y diseñadores a recurrir a la dirección científica.

Es en este punto, donde la dirección necesitaba determinar cuáles eran las variaciones, para esto se usaron las técnicas estadísticas como ser los gráficos, esto permitió dividir las causas fortuitas de las reales para manejarlas eficazmente, y se podía llevar a cabo un control eficiente la diferencia entre inspección y control era el enfoque de cada uno, pero algo mas se presentaba en ese momento *el muestreo*.

El muestreo en un principio, ofrecía las bases de la inspección del final de línea y no como un proceso continuo, basado en gráficos para dirigir la producción evolucionando este como un trabajo especializado.

Los nuevos conceptos surgen con la II Guerra Mundial, ya que la armada estadounidense, incorporo normas muy severas a sus proveedores para que sus suministros sean confiables, estas todavía se emplean en el control de la calidad.

---

[42] *JAMES, Paul .Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio. España(1997)*
[43] *JAMES, Paul .Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio. España(1997)*

En los años 70, se aplican las técnicas e instrumentos de calidad en los procesos de producción y también en la organización, afectando a toda la empresa, reduciendo el costo de fabricación.

La tercera fase del desarrollo de la calidad en el tiempo es a *través del aseguramiento de la calidad* con una perspectiva más concreta de calidad sin diferenciación ni especificación de trabajos, se convirtió en el compromiso de todos los trabajadores.

En la década de los 80, se fue concretizando la idea sobre la calidad, por parte de las empresas occidentales con casi dos años de retraso en comparación con Japón, este retraso se puede explicar por el cambio que se realizó en la cultura empresarial, es por la necesidad de supervivencia en el mercado que se adopta la *Calidad Total*, además "*que el aseguramiento de la calidad está formado por aquellas acciones planificadas y sistematizadas, necesarias para ofrecer la adecuada confianza que el producto o servicio satisfará los requisitos de calidad*."(Pág. 32)[44].

El Aseguramiento de la Calidad, necesita auditorias, ya que es el "*desarrollo de un sistema interno que con el tiempo genera datos que indicarán que el producto ha sido fabricado según las especificaciones y que cualquier error ha sido detectado y borrado del sistema*" (pág. 32), estas son las bases de producción que ahora se encuentran en el sistema de producción.

La cuarta fase por la que paso la calidad fue a *través de la gestión de la calidad total (GCT)* es un compromiso que afecta a toda la organización para llevar a cabo las cosas, es una revolución para mejorar los productos desde la filosofía de empresa, principios y prácticas.

[44] *JAMES, Paul .Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio. España(1997)*

Esto quiere decir, que en la organización todos los elementos deben ser claros, el autor James menciona que existen cuatro partes que constituyen a la Gestión de la Calidad Total: actúa, planifica, verifica e implementa.

Si bien estos elementos son interdependientes, mantienen y ayudan al desarrollo de la calidad, la dirección busca mejorar continuamente los procesos, productos y servicios; ofreciendo los medios para la participación de empleados, promoviendo la satisfacción del cliente y la competitividad de la organización.

Para el éxito de la Gestión de la Calidad Total (GCT) requiere el conocimiento de un grupo especialista, los cuales fijaran los estándares y prácticas de trabajo, si la alta dirección está comprometida con la calidad y con la participación de todos, la calidad rendirá a mediano plazo. La GCT brinda los medios para controlar y redirigir los patrones para realizar el cambio y ofrece oportunidades de mejoramiento continuo.

El autor James define Gestión de la Calidad Total, como "*una filosofía de dirección generada por una orientación practica, que concibe un proceso que visiblemente ilustra su compromiso de crecimiento y de supervivencia organizativa. Significa acción enfocada hacia la mejora de la calidad en el trabajo y la organización como un todo."* (pag.33)[45].

La GCT exige que las organizaciones tengan valores, principios y normas aceptadas por todos, además de estrategias, misión, políticas de calidad, objetivos, con procedimientos y prácticas claras; así también el desarrollo y aplicación de programas de educación y formación, para un desarrollo eficaz.

[45] *JAMES, Paul .Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio. España(1997)*

3.2 Definición de Calidad

En la actualidad, debido al cambio constante y la competitividad global que vive el mundo, donde la economía y la libre competencia caracterizan el entorno del sector empresarial las empresas que brindan productos y servicios tienen que realizarlo con calidad, la razón es la necesidad de que las empresas funcionen competitivamente en un mercado exigente. Y este se hace más exigente por la competencia internacional y los niveles de requerimientos cada vez más alto de los clientes, quienes quieren mayor calidad en los productos a precios razonables y mejor atención.

Es por esta razón que la calidad se define como "*la totalidad de los rasgos y las características de un producto o servicio que se refieren a su capacidad para satisfacer necesidades expresadas o implícitas*"[46].

3.3 Definición de Aseguramiento

Desde su definición, la palabra "asegurar" implica afianzar algo, garantizar el cumplimiento de una obligación, transmitir confianza a alguien, afirmar, prometer, comprobar la certeza de algo, cerciorar; de acuerdo con esto, el aseguramiento es un "*conjunto de actividades planeadas y sistemáticas implantadas dentro del sistema de calidad, y demostradas según se requiera para proporcionar confianza adecuada de que un elemento cumplirá los requisitos para la calidad*"[47].

---

[46] *AMERICAN SOCIETY FOR QUALITY. http://www4.asq.org/qualityforlife/work-stories/mike-mcdermott---video.html*

[47] *AMERICAN SOCIETY FOR QUALITY. http://www4.asq.org/qualityforlife/work-stories/mike-mcdermott---video.html*

3.4 Certificación y normas de calidad

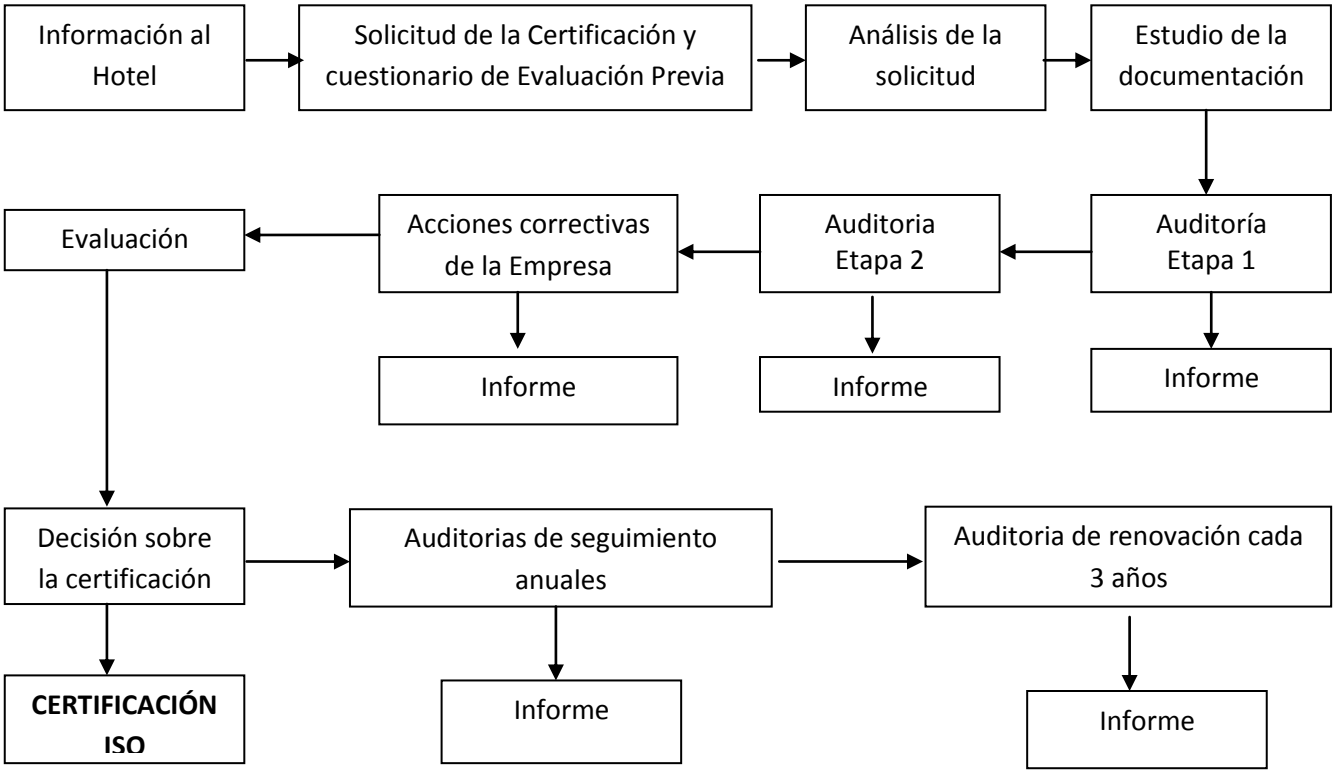
La institución encargada brindar la certificación de la calidad en Bolivia es el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad IBNORCA, esta es una institución privada, sin fines de lucro, que desde el año 1993 promueve la calidad como una nueva cultura, todo esto a través de la normalización, capacitación, certificación de productos y/o sistemas de gestión dentro de las organizaciones.

IBNORCA, es ISO en Bolivia, el cual se encarga de certificar los sistemas de calidad ISO 9001, ISO 14001 ambiental, SYSO, OSHAS 18001 y sistemas integrados.

La ISO tiene más de 26.000 normas, para diferentes rubros de trabajo, minería, industria, y por supuesto turismo con la normalización en los servicios turísticos, servicios de restaurantes, y servicios hoteleros.
Dentro de la calidad turística se tiene los siguientes sellos que son reconocidos:

- Norma ISO 9001 – 2000
- Q de calidad turística

3.5 Proceso de certificación en Bolivia



FUENTE: IBNORCA

El proceso de certificación de sistemas de Gestión de la calidad en Bolivia pasa por las siguientes fases:

Fase 1 estudio de la documentación: en este proceso la documentación presentada es evaluada según los requisitos de la norma, al final del proceso se realiza un informe a la empresa con los resultados del estudio

Fase 2 auditoria ETAPA I: el equipo evaluador visita le empresa con el objetivo de explicar el proceso de certificación y aclarar dudas, evaluar el grado de implementación que tendrá el sistema de gestión de calidad y por ultimo planificar la auditoria inicial, todo lo observado será informado a la organización mediante un informe de pre-auditoria.

Fase 3 Auditoria del sistema de gestión de la calidad: el equipo auditor auditará según los requisitos de la norma correspondiente, los resultados de este serán informados a la empresa mediante el informe de auditoría, este contiene el reporte de no conformidades, que será analizado en la reunión final de auditoría. A partir de este informe la empresa tiene 30 días para realizar las acciones correctivas correspondientes.

Fase 4 Decisión: el Informe de Auditoría, las acciones correctivas y las evidencias de las mismas, son evaluadas en IBNORCA para determinar el grado de conformidad del Sistema de Gestión de Calidad establecida por la norma correspondiente, y determinar el grado de confianza con los servicios ofrecidos por la empresa. Después de este proceso se mandan recomendaciones a los órganos competentes de IBNORCA y estos tomaran una decisión sobre la certificación. Si el resultado fuera negativo y no entrega el certificado se da a la empresa un plazo para acciones correctivas y se planifica otra auditoria extraordinaria.

Fase 5 auditorías de seguimiento y renovación: La certificación dura 3 años durante esta se realizan dos auditorías anuales, con el objetivo de cerrar las no conformidades de auditorías anteriores y auditar una serie de requisitos de la norma aplicable, una vez concluido el plazo se realiza una auditoría con las mismas características de la primera auditoria, si el resultado es favorable se renueva la certificación, repitiéndose el mismo ciclo cada 3 años.

3.6 Medición de la Calidad en el Servicio SERVQUAL

El sistema de medición de la calidad SERVQUAL es un cuestionario con preguntas estandarizadas, esta herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a America Latina por Michelsen Consulting con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios.
SERVQUAL, que es una herramienta que sugiere que la diferencia entre las expectativas y sus percepciones respecto al servicio prestado, pueden constituir una medida de calidad del servicio.

Es conocido como "Modelo de Discrepancias" y sugiere que la diferencia entre las expectativas generales y sus percepciones respecto al servicio de un proveedor específico pueden constituir una medida de la calidad en el servicio. Este tiene la capacidad de medir:

- Una calificación global de la calidad del establecimiento.
- Lo que desean los consumidores de ese establecimiento (Beneficios Ideales).
- Lo que encuentran los consumidores en ese establecimiento (Beneficios Descriptivos).
- Calcula brechas de insatisfacción específicas.
- Ordena defectos de calidad desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

Beneficios de SERVQUAL

- AMT: Ambiente Tangible
- CON: Confiabilidad
- REA: Reactividad
- SEG: Seguridad Interpersonal

- COM: Comunicación
- ACC: Acceso

3.6.1 Dimensiones de SERVQUAL

Percepción de las necesidades del cliente tiene ciertas necesidades reales, de las cuales a veces él mismo no es consciente. Estas necesidades son percibidas por el sistema para la posterior realización del servicio. Algunos sistemas logran identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solo perciben las necesidades de las cuales el cliente es consciente.

3.6.2 Expectativas del cliente.

Aquí se define lo que espera el cliente del servicio, esta expectativa está formada por comunicación de boca a boca, información externa, experiencias pasadas y por sus necesidades conscientes. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

A través de sus extensos estudios sobre la calidad en el servicio, han identificado cinco dimensiones que los clientes utilizan para juzgar a una compañía de servicios. Estas dimensiones son:

Dimensiones del SERVQUAL

1. ***Elementos Tangibles*** (Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación.)

2. ***Fiabilidad*** (Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero)

3. ***Capacidad de respuesta*** (El deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil.)

4. ***Seguridad*** (Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente)

5. ***Empatía*** (Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro)

3.6.3 El modelo de las cinco discrepancias

El modelo de PZB contempla la posible existencia de cinco discrepancias o "brechas" en la cadena de servicio de una organización. Mediante la Identificación de estas brechas, se pueden localizar áreas de oportunidad. El modelo aparece en la figura siguiente:

Discrepancia, diferencia entre:

1. Expectativas de los clientes y percepciones de la administración respecto a dichas expectativas
2. Percepciones de la administración respecto a las expectativas de los clientes y las especificaciones de calidad en el servicio
3. Las especificaciones de calidad en el servicio y el servicio que actualmente se esta brindando a los clientes
4. El servicio que actualmente se esta brindando a los clientes y lo que se comunicó a los clientes respecto a dicho servicio

5. Servicio esperado y servicio percibido

La escala determina la calidad de servicio mediante la diferencia entre expectativas y percepciones valorando ambas a través de una encuesta de 22 ítems, divididos en 5 dimensiones; cada uno de los ítems es medido a través de una escala numérica que va desde 1 para una percepción o expectativa muy baja para el servicio en cuestión, hasta el número 7 para una percepción o expectativa muy elevada del mismo servicio.

La escala SERVQUAL ha sido probada y validada empíricamente para una amplia variedad de servicios catalogados como puros, en la actualidad SERVQUAL es el modelo de investigación más usado para medir la calidad en la industria de servicios.

4.1. Metodología

La metodología que utiliza el proyecto está de acuerdo a las necesidades que presente el estudio, a continuación describo la investigación.

1. Según el *Propósito o razón*, utilizando la investigación aplicada que también es denominada utilitaria, la cual busca el conocimiento con fines de aplicación inmediata, presenta soluciones prácticas a los problemas.

2. Según el *nivel de conocimiento*, la investigación es descriptivos, los consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables

   El objetivo es recoger los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento

3. Según la *estrategia empleada*, investigación documental, permite obtener conocimiento a partir del análisis de los datos que ya han sido recolectados o analizados en otras investigaciones y que se extraen de distintas fuentes de consulta. La investigación documental es un procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección, organización y análisis de datos e información a partir de su ubicación en documentos. La investigación documental es una estrategia que normalmente se utiliza al iniciar cualquier investigación, ya que de esta manera el investigador revisa los antecedentes existentes.

Investigación de campo, permite obtener conocimiento a partir del análisis de datos que ya han sido recolectados en forma directa de la realidad donde se presentan y que extrae del contacto directo con la unidad objeto de investigación. Es un procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección y organización de datos primarios o de primera mano. La investigación de campo es una estrategia que normalmente se utiliza, cuando se requiere conocer opiniones mediante instrumentos especiales, como ser la encuesta.

4. Según la ubicación de datos en el tiempo, la investigación prospectiva son los datos que permiten investigar sobre el futuro, predecir los acontecimientos.[48]

Para cumplir el presente estudio utilizamos las siguientes herramientas:

1. ***Método del FODA*** *(*Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) permite realizar una matriz de doble entrada analizando los factores internos que pueden controlarse y externos que son los que no se pueden controlar, con esto obtendremos un diagnóstico claro del objeto de estudio

2. ***Árbol de problemas*** sirve para identificar la situación o problema central, obtener un problema concreto y para encontrar soluciones posibles.

3. ***Árbol de objetivos*** sirve para mostrar los objetivos del proyecto con claridad.

[48] METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN, Mejía I. Raúl. (Pág. 36)

4. Dada la particularidad del objetivo del proyecto, se utiliza el enfoque de calidad ***SERVQUAL***, el cual estará modificado de acuerdo a las necesidades del mismo. Con este se medirá la calidad del servicio recibido y también la satisfacción del cliente, además se obtendrá una evaluación de la satisfacción y la importancia que otorgan los mismos a los servicios recibidos.

5. Para la evaluación de la calidad del hotel se han realizado encuestas que proporcionaran información actual.

4.2. Descripción del Hotel Presidente

4.2.1. Hotel Presidente

Es una empresa que fue fundada bajo La Sociedad Boliviana de Hoteles y Turismo SRL., se creó legalmente el 10 de Abril de 1978, integrada por siete socios, pertenecientes a la Familia Dueri, de esta sociedad nació el Hotel Presidente que está ubicado en el centro de la ciudad de La Paz, cerca al área histórica, cultural, política y comercial, tiene la categoría de hotel de cinco estrellas.

Las personas que visitan la ciudad por negocios encontrarán a dos cuadras del hotel los centros comerciales más importantes como por ejemplo "Mercado de Brujas", y a pocos pasos de las principales tiendas de artesanía, museos de historia, arte, etnografía y folklore, a la Plaza Murillo, el Palacio de Gobierno, el Palacio Legislativo y La Catedral y la "Basílica Menor de San Francisco"

4.2.2. Organigrama

Está organizado de la siguiente manera: Directorio, Gerencia General, Gerentes de Departamento, Jefatura de Departamento y los Operativos.

El Directorio junto con la Gerencia General se encarga de llevar a cabo las políticas y estrategias más importantes que afecten a toda la organización.

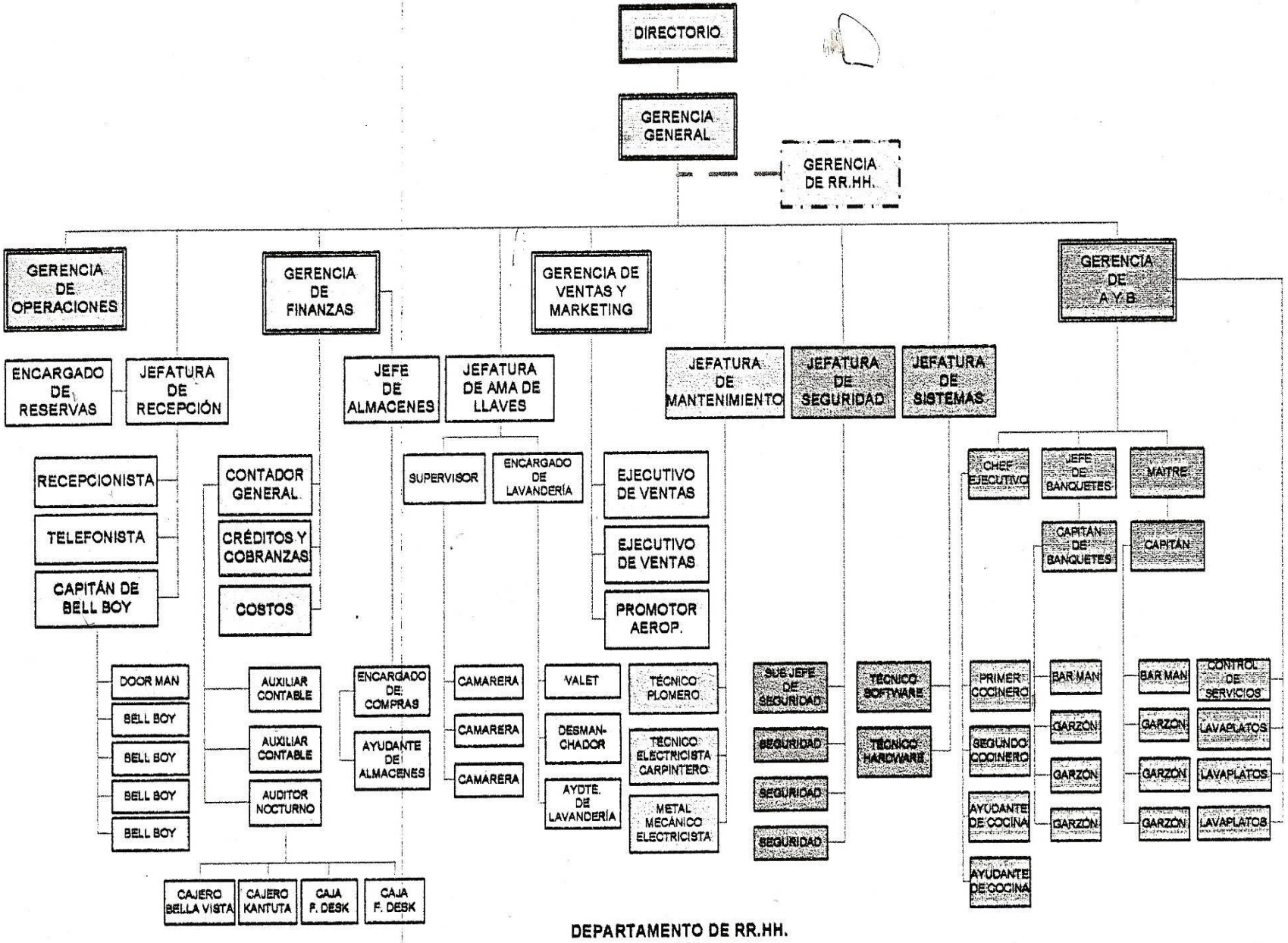
Las Gerencias de Departamento están encargadas de poner en marcha las decisiones y acciones del directorio.

El staff está compuesto por el departamento de Recursos humanos. Existen departamentos que aparecen con más cargos de los que existe, es porque el organigrama del hotel es desde la apertura del hotel.

Tomando en cuenta la realidad del Hotel Presidente el organigrama del Departamento de Recepción puede variar puesto que el organigrama no está actualizado, como se muestra en otros puntos en el documento.

HOTEL PRESIDENTE ★★★★★

ORGANIGRAMA HOTEL PRESIDENTE 2006



DEPARTAMENTO DE RR.HH.
E.F.P.

4.2.3. Visión

"*seremos el hotel más flexible en sus procesos administrativos y productivos, logrando mayores niveles de eficiencia y eficacia, que generen mayores ventajas competitivas y ventajas comparativas, con un alto valor agregado."*

4.2.4. Misión

El *"Hotel Presidente tiene como misión, satisfacer oportunamente las necesidades de sus huéspedes, superando las expectativas, con servicios y productos generados con calidad, calidez y profesionalismo".*

4.2.5. Slogan

"Como sentirse en casa, satisfacción garantizada, para gente que sabe gustar y disfrutar lo bueno, elegancia y confort. Calidad y profesionalismo…"

4.2.6. Mercado

El Hotel Presidente tiene un mercado variado nacional e internacional, tiene convenio con empresas nacionales, como ser BOA, YPFB, Manaco y además ofrece sus servicios de hospedaje al gobierno nacional.

Por otro lado, el mercado internacional, trabaja con muchas agencias de viaje, así como con operadoras, y por los años de servicio que está funcionando tiene muchos clientes antiguos que llegan para

hospedarse en el hotel. Las nacionalidades de los clientes varían por épocas, estadounidenses, alemanes, mexicanos, chilenos, brasileros, argentinos, entre otros.

4.2.7. Servicios

Los servicios dentro del hotel de cinco estrellas se observa el esmero del personal para brindar servicios que agraden al cliente.

El Hotel Presidente ofrece a sus clientes:

HOTEL PRESIDENTE			
DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS			**OBSERVACIONES**
General	Restaurante	✓	Restaurante y cafetería, y restaurante gourmet.
	Bar	✓	Abierto desde las 20:00 hasta la madrugada
	Recepción	✓	Atención 24 horas.
Actividades	Sauna, piscina, jacuzzi, spa y peluquería	✓	Desde las 09:00 hasta las 20:00, abierto al público en general.
	Gimnasio	✓	Uso exclusivo, de Lunes a Viernes de 08:00 a 20:00
	Sala de juegos	✓	Abierto desde las 20;00
Servicios	Hospedaje	✓	Habitaciones cómodas, vista a la ciudad
	Salas de reuniones, centro de negocios y conferencias	✓	Amplias salas totalmente equipadas.
	Lavandería, tintorería	✓	Funciona las 24 horas los 7 días de la semana
	Información turística	✓	

	Transfer	✓	24 horas
	ATM (cajeros automáticos)	✓	Seguros y funcionan 24 horas.
Internet		✓	Toda la información necesaria del hotel
Parking	Ballet parking	✓	Seguridad para el cliente.

- *Fuente: elaboración propia*
-

4.2.8. Servicio de Hospedaje

La oferta hotelera consta de 103 habitaciones, suites, habitaciones dobles, matrimoniales y habitaciones simples.

- 32 habitaciones simples, de 20 metros cuadrados, con calefacción central y conexión a internet (ADSL y Wi-Fi)

- 44 habitaciones dobles Twin y 9 habitaciones matrimoniales, las habitaciones tipo Twin tienen dos camas full size, frigo bar, radio reloj y una superficie de 30 metros cuadrados.

- 9 suite estándar, cuenta con jacuzzi, sala, 37metros cuadrados, grandes ventanales, con vistas panorámicas a la Iglesia de San Francisco

- 9 suites ejecutivas, cuenta con sala para reuniones, con baño de visitas, conexión a internet (ADSL y Wi – Fi), 40 metros cuadrados. Además de contar con un office center con servicio secretarial.
  Las tarifas de estas habitaciones incluyen el desayuno buffet, bebida de bienvenida, uso del club Oasis, transfer in y transfer out, el uso del Business Center.

4.2.9. Agencia de Viajes

Está ubicado fuera de las instalaciones del hotel, brinda a los clientes emisión de pasajes, venta de destinos turísticos.

4.2.10. Restaurante – Cafetería

El hotel ofrece a sus huéspedes y a la gente en general, un menú variado, que funciona 24 horas los 7 días de la semana, tiene una oferta variada de comida rápida, y a la carta, variedad de bebidas, repostería fina, y otros. Está disponible también para realizar el servicio a la habitación y servicio al sauna, brindando la comodidad al huésped de recibir la comida y/o bebida en la comodidad de su habitación.

4.2.11. Restaurant Gourmet "Bella Vista"

El restaurante la Bella Vista, es un restaurante que funciona a partir de 12:00 a 14:00 y 18:30 hasta las 00:00, es un restaurante de comida gourmet, boliviana, italiana, española, peruana, entre otros, el cliente puede degustar de este menú previa reservación, tiene un bar con una vista panorámica de la ciudad de La Paz.

4.2.12. Bar l'exclusive

Hermosa vista de la ciudad en un agradable ambiente para gente distinguida. Sentirá el encanto y la magia de la ciudad de noche. Diferentes bebidas preparadas para los gustos más exigentes.

4.2.13. Centro de Negocios

También llamado business Center totalmente equipado con terminales de última generación, conexión permanente a Internet banda ancha las 24 hrs. sin costo.

4.2.14. Sala de Reuniones y Banquetes

Brinda amplios ambientes para huéspedes y público en general, para reuniones, conferencias, seminarios, fiestas, y otros.

4.2.15. Sala de Juegos y Farmacia

El salón de juegos, no pertenece al Hotel Presidente, y está ubicado en las instalaciones del mismo, el huésped tiene la posibilidad de ingresar a este, así también la farmacia que está ubicada dentro de las instalaciones.

4.2.16. Características del Servicio de Hospedaje

CONDICIONES DE USO	
Entrada (check inn)	A partir de las 12:00 (puede variar de acuerdo a la disponibilidad y a la temporada)
Salida (check out)	A partir de las 14:00(puede variar de acuerdo a la disponibilidad y a la temporada)
Cancelaciones / pago por adelantado	Las condiciones de cancelación y de pago por adelantado pueden variar según el tipo de habitación.
Condiciones sobre niños y camas	Un menor de 2 años, en cuna, un menor de 12 años gratis utilizando las camas

adicionales	existentes, no tiene costo. Número máximo de camas supletorias en la habitación: 0 Número máximo de cunas en habitación doble 1. Las camas supletorias y las cunas están disponibles bajo petición y deben ser confirmadas por el hotel.
Animales y compañía	No se aceptan
Tarjetas de crédito	American Express, Visa. El hotel se reserva el derecho de comprobar la validez de las tarjetas de crédito antes de la fecha de llegada.

4.2.17. Pagina Web

El Hotel Presidente, hace su oferta de servicios por internet, donde informa a los clientes las facilidades, los servicios, y las garantías que tiene al ingresar al hotel.

La página oficial del hotel es www.hotel-presidentebo.com, es una página web interactiva, fácil de usar con iconos claros, y algunas ventanas todavía en construcción, de fácil acceso a todas las ventanas, en la página principal esta la presentación del hotel.

4.3. Departamento de Recepción

El Departamento de Recepción que es objeto de estudio de este Proyecto de Grado, es uno de los más importantes dentro de la organización del hotel puesto que tiene contacto directo con el cliente, está conformado por:

- Jefe de Departamento el Sr. Raúl Murillo, es el encargado desde hace varios años de la planeación de las actividades del Departamento, encargado de las reservas, y también de controlar el comportamiento del personal.

- Los Recepcionistas por su parte son las personas que dan la cara por el hotel, formando parte fundamental del hotel, encargados de contestar el teléfono y de pasar las llamadas a las Oficinas y además de realizar el check in y el check out, brindar las llaves y realizar los informes respectivos del día.
  El cargo de Recepción está dividido en tres horarios rotativos, el primero de 07:00 a 15:00, el segundo de 15:00 a 23:00 y el tercero de 23:00 a 07:00. Los recepcionistas son: Hernan Nacho, Jenaro Samos, Ximena Yapura, Silvana Rojas, Jhony Carrasco y augusto Servantes.

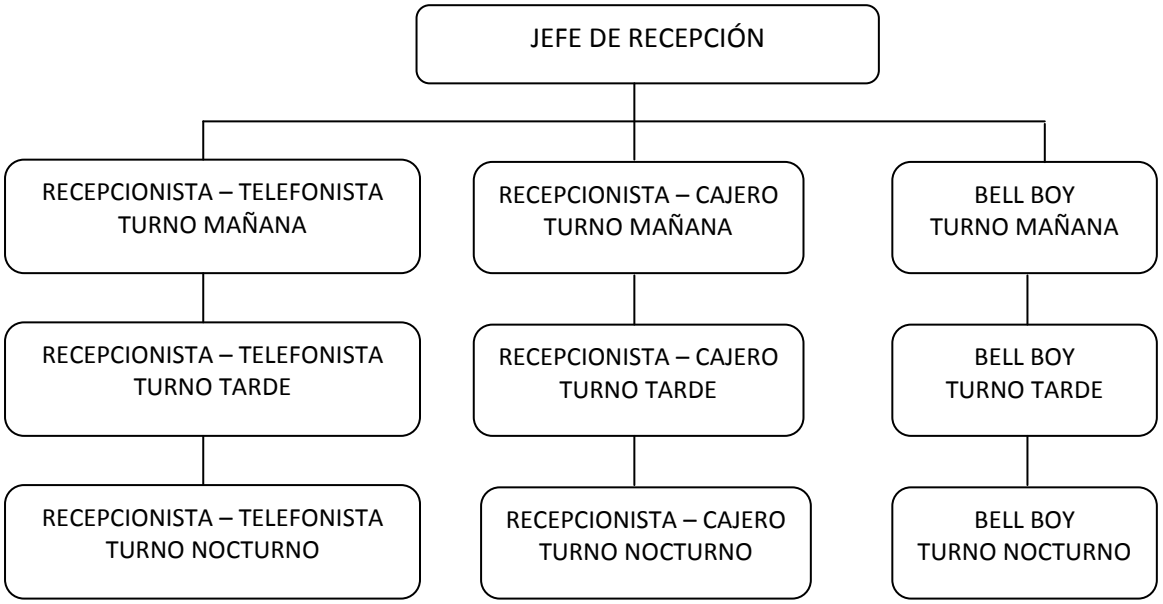
  El turno nocturno por su parte, tiene como característica principal que el recepcionista – cajero también realiza el cargo de Gerente del Hotel, este se encarga de realizar rondas nocturnas para verificar que todos los empleados estén en sus puestos de trabajo.

- Los Bell Boy por su parte, tienen igual horarios rotativos, si bien están al servicio del jefe de recepción, tienen un encargado de Bell boys que es Felix,Endara quien se encarga de designar horarios, para este puesto solo se tienen 3 operativos, felix Endara, Saul Salas y Darwin Adubijes quienes rotan horarios y días, es por esta razón que solo se tiene un bell boy en la mañana, uno en la tarde y otro en la noche, solo en casos especiales como llegada de grupos grandes se tienen dos Bell Boys.

El Departamento de Recepción cuenta con un manual de procedimientos que no está actualizado, no cuenta con manual de calidad, ni manual de procedimientos; además que el departamento procesa las reservas de las empresas y de los clientes en el lapso de una semana, respondiendo a todos después de 8 días hábiles para confirmar o negar las reservas.

Además que no cuenta con mapas para los clientes, falta material de escritorio para los recepcionistas, no cuenta con una fotocopiadora para copiar los pasaportes y pases de entrada de los clientes hospedados.
En caso de que los huéspedes lleguen al hotel y tengan una reserva previa que llego al hotel en fin de semana, el recepcionista no puede revisar las reservas que llegaron ya que el jefe de recepción tiene una cuenta privada donde le llegan las reservas y nadie más tiene acceso a esta.

4.3.1. Organigrama



4.4. Cuadros Estadísticos

OCUPACIÓN DE HABITACIONES

Los cuadros estadísticos que se presentan a continuación, expresan la ocupación de habitaciones simples, dobles, matrimoniales y por day use de las gestiones 2007, 2008, 2009 y 2010; sin importar cuantas personas se hospedaron por habitación. Los datos expuestos en los cuadros estadísticos fueron proporcionados por el jefe de Recepción del Hotel Presidente el Sr. Raúl Murillo, si bien estos son publicados solo con el consentimiento del Hotel Presidente.

GRÁFICO Nº1

OCUPACIÓN DE HABITACIONES
Gestión 2007 / 2008 / 2009 / 2010

El siguiente cuadro muestra la ocupación de habitaciones de acuerdo al uso de las habitaciones simples, dobles, matrimoniales, y day use; sin tomar en cuenta cuantas personas entraron por habitación.

El total de las habitaciones vendidas es 74.027 que es la suma de las cuatro gestiones, esta cifra son las habitaciones vendidas durante las cuatro gestiones y refleja los siguientes resultados.

Se observa en el cuadro la comparación de las cuatro gestiones de los cuales se tiene los datos, mostrando cifras elevadas de ocupación en las gestiones 2007 con 26.7 y en la gestión 2009 con 26.9% en comparación con las otras gestiones que son 2008 con 23.6% y la gestión 2010 con una cifra aun más baja de 22.9%, que es 4% menos que la gestión 2009.

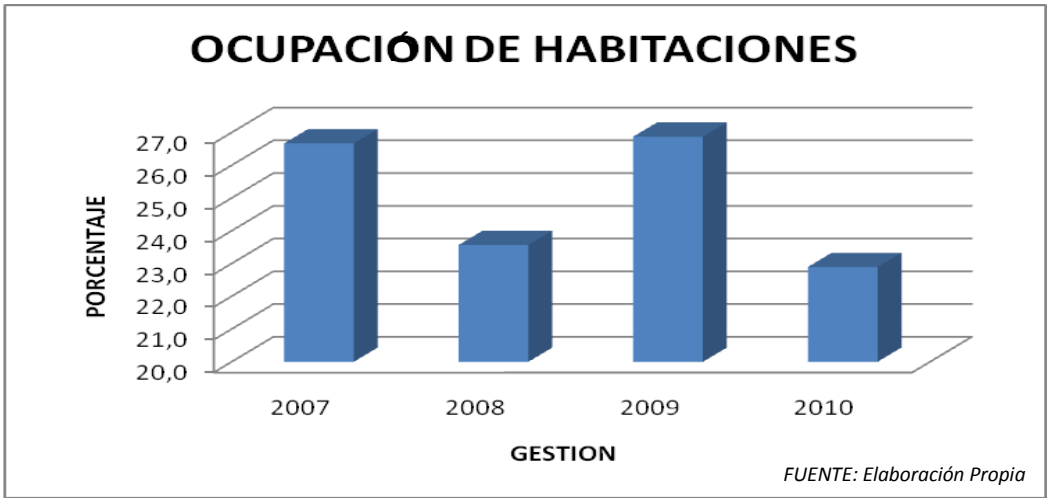


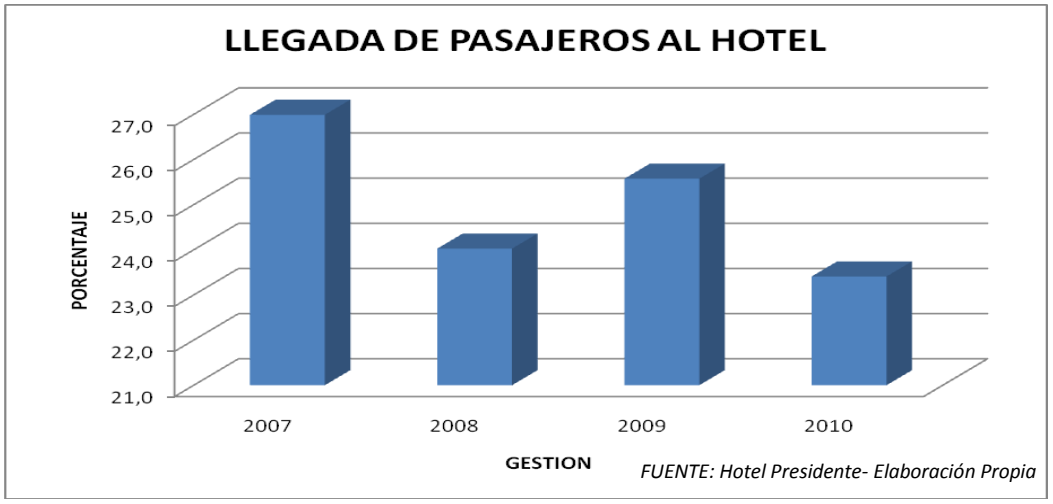
GRÁFICO Nº 2

LLEGADA DE PASAJEROS
Gestión 2007 / 2008 / 2009 / 2010

El siguiente cuadro muestra la ocupación según la llegada de los pasajeros al hotel, sin importar que tipo de habitación recibieron durante su estadía en el hotel.

El total de pasajeros que llegaron al hotel durante las cuatro gestiones da un total de 103.677 esta cifra muestra cuantas personas llegaron al hotel, se tienen los siguientes resultados.

El hotel muestra cifras altas en el año 2007 que muestra un 27%, también se puede observar que en la gestión 2009 se tienen cifras altas de llegada de huéspedes al hotel con un 25%; en comparación con las gestiones 2008 con un 24 % y la gestión 2010 con una cifra de 23.4%, son cifras bajas de ocupación en el último año.



Si bien las cifras que se muestran en este cuadro son bajas, reflejan claramente la realidad actual del hotel siendo esta información confidencial del mismo.

Para más información más detallada de los cuadros revisar el Anexo # 2

4.5. Análisis del Servicio del Departamento de Recepción del Hotel Presidente

4.5.1. Población Objetivo

Para el presente proyecto, es sumamente importante definir la población objetivo y poder identificar esta, es decir, aquel grupo vulnerable que a pesar de recibir servicios con las limitaciones de recursos y de atención, debe satisfacer siempre sus necesidades atendida.

La capacidad de dirección y el uso de instrumentos y técnicas para implementar acciones que conlleven al logro de los objetivos, se verá definido con los resultados obtenidos.

La población objetivo elegida para el proyecto son los huéspedes del hotel nacionales y extranjeros, hombres y mujeres de diferentes edades y capacidad de gasto.

Para definir el tamaño de la población se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{0.25\,\mathbf{N}}{(a/z)^2\,(n-1) + 0.25}$$

Donde:

- **N** es el tamaño de la población.
- **a** es el valor del error (5%).

- **z** es el valor del número de unidades de desviación estándar para una prueba de dos colas con una zona de rechazo igual alfa.
- **0.25** es el valor de p^2 que produce el máximo de valor de estándar, esto es p=0.5
- **n** es el tamaño de la muestra

$$n= \frac{(0.25)(23812)}{(0.5/1.9599)^2\,(23812-1)+0.25}$$

n= 378

Tomando en cuenta que para esta encuesta el margen de error es el 5% y con una confiabilidad del 95%, el número de huéspedes encuestados es 378 realizadas a los huéspedes del hotel.

4.5.2. Investigación

La investigación realizada al Departamento de Recepción del Hotel Presidente, se logro gracias a la colaboración del Jefe Operativo el Lic. Gregorio Avendaño y el jefe del Departamento de Recepción el Sr. Raúl Murillo.

El instrumento utilizado fue el SERVQUAL, que es un cuestionario para conocer la satisfacción del huésped por el servicio brindado, el cuestionario fue realizado por mi persona con 22 preguntas que corresponden a las cuatro dimensiones de que pide dicho cuestionario, una vez presentado al Lic. Avendaño se realizaron cambios omitiendo varias de las preguntas del cuestionario, el cuestionario final se realizo con 13 preguntas.

El cuestionario fue revisado cuidadosamente ya que mucha de la ***información que se pide en el mismo es clasificada, y no puede ser publicada en ningún documento***, es por esta razón que muchas de las preguntas fueron eliminadas del cuestionario original.

Esta prohibición por parte del Hotel Presidente dio como resultado un cuestionario basado en el sistema SERVQUAL y para analizar los resultados no se tomara en cuenta los rangos GAP.

GRÁFICO Nº 1

¿Cuál es su nacionalidad?

Esta pregunta refleja que nacionalidades tienen los huéspedes que llegan a hospedarse en el hotel, tomando en cuenta que llegan al hotel huéspedes de nacionalidad boliviana con un 33% son los que en un porcentaje más alto ocupan el hotel, seguido por huéspedes alemanes con un 22%, observando que el porcentaje más bajo es de los huéspedes que llegan al hotel son brasileros con un 5% estos ocupan el último lugar en la lista.

¿Qué edad tiene?

El gráfico nº 2 muestra la edad de los huéspedes encuestados, tomando en cuenta que el 33% de los huéspedes del hotel entran en el rango de 51 – 60 años, seguido por el 20% los huéspedes que tienen entre 21 – 30 años, el 11% de los huéspedes entre 15 – 20 años tienen el porcentaje más bajo.

FUENTE: Elaboración Propia

GRÁFICO Nº 3

Sexo: Femenino ó Masculino

Del total de los huéspedes 378 que fueron encuestados, el 58% son hombres y el 42% son mujeres. Esta pregunta es muy importante porque los hombres y las mujeres perciben de diferente forma la calidad en los servicios.

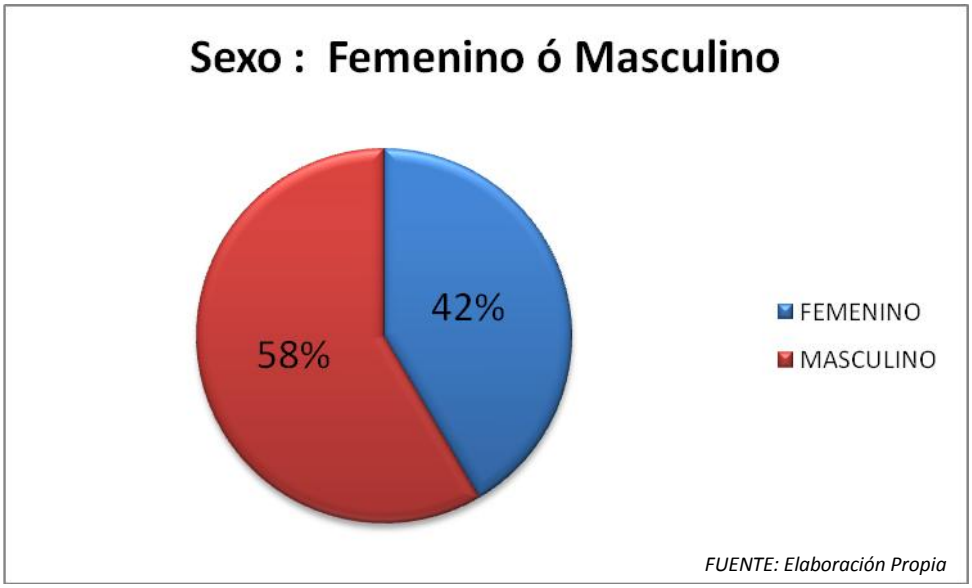


GRÁFICO Nº 4

¿Cuándo un cliente tiene un problema el recepcionista muestra sincero interés por solucionarlo?

El gráfico Nº 4, nos muestra el interés que tiene el recepcionista por resolver los problemas de los huéspedes, como resultado tenemos que el 46% de las personas que respondieron la encuesta dicen que no sienten sincero interés por solucionar sus problemas, en comparación con el 22% que si siente un real interés departe del recepcionista por solucionar sus problemas; y el 32% que no sabe si el recepcionista tenía interés o no.

GRÁFICO Nº 5

¿El Recepcionista realiza bien el servicio en la primera vez?

Este gráfico muestra si el cliente se siente satisfecho al recibir el servicio en la primera vez, esto quiere decir que si el recepcionista hace bien su trabajo en el momento que el huésped llega al hotel.

El 33% de las personas encuestadas dice que el primer servicio recibido no fue satisfactorio, en comparación el 28% que respondió que el primer servicio fue bien realizado.

GRÁFICO Nº 6

¿Los Recepcionistas ofrecen un servicio rápido a los huéspedes?

Esta pregunta muestra si el huésped está satisfecho con la rapidez del servicio que ofrece el Departamento de Recepción al momento de brindar el servicio.

Del total de huéspedes el 40% dijo que no se sentía satisfecho ya que el servicio se había realizado muy lento, en comparación al 37% que si está conforme con la rapidez brindada por el personal del departamento.

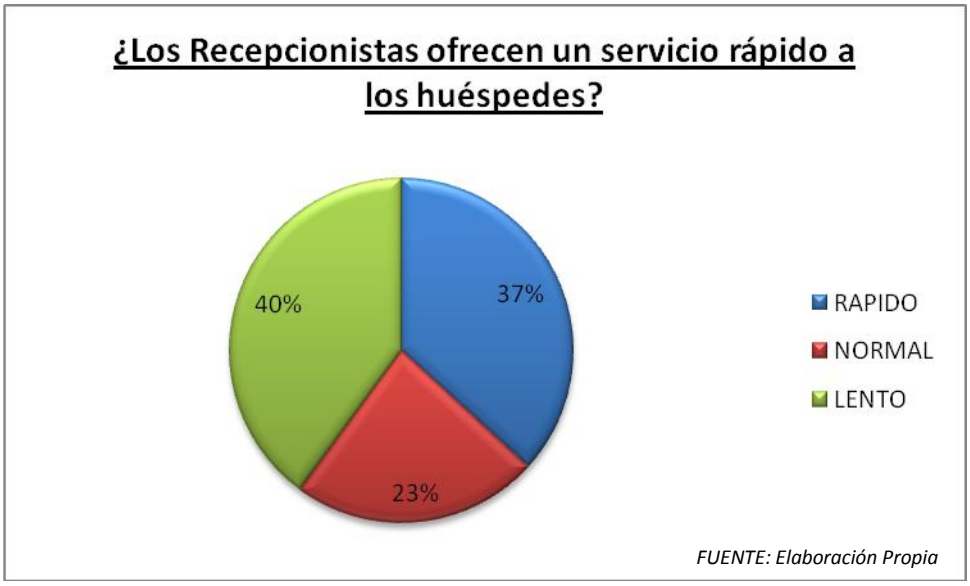


GRÁFICO Nº 7

¿El comportamiento de los empleados de Recepción le transmite confianza a los huéspedes?

El gráfico siguiente muestra si los empleados del Departamento de Recepción inspiran confianza a los huéspedes del hotel en el momento de brindar el servicio.

De total de personas encuestadas el 42% opinó que el personal inspira confianza al brindar el servicio, en comparación al 33% que dijo que no le inspira mucha confianza, y el 33%.que no sabe/no responde.

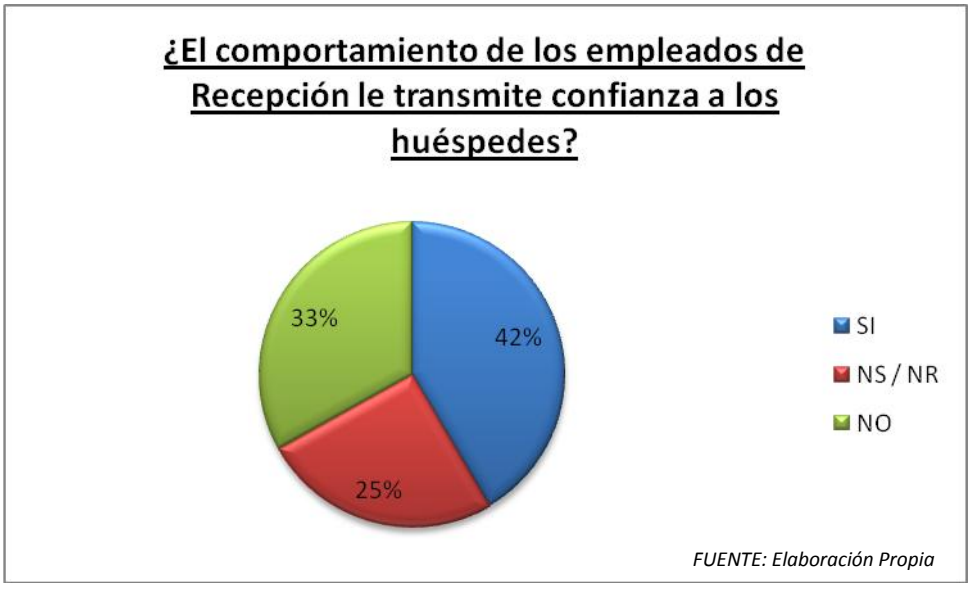


GRÁFICO Nº 8

¿Los empleados del Departamento de Recepción son siempre amables con los clientes?

El gráfico siguiente muestra la amabilidad de los empleados del Departamento de Recepción en el momento de brindar el servicio a los huéspedes del hotel.

Del total de huéspedes encuestados el 40% no recibió un servicio con amabilidad de parte de algunos empleados del departamento, en comparación el 35% de los huéspedes respondió que sí fueron atendidos con amabilidad en el momento de recibir el servicio.

GRÁFICO Nº 9

¿El Departamento de Recepción comprende las necesidades específicas de los huéspedes?

El gráfico muestra el resultado de la pregunta, si los empleados del Departamento de Recepción del Hotel Presidente comprenden las necesidades del huésped al momento de brindar el servicio.

Del total de huéspedes encuestados el 32% respondió que los empleados de recepción no entendieron sus necesidades del huésped, en comparación del 19% que dijo que los empleados del departamento de recepción entendieron sus necesidades.

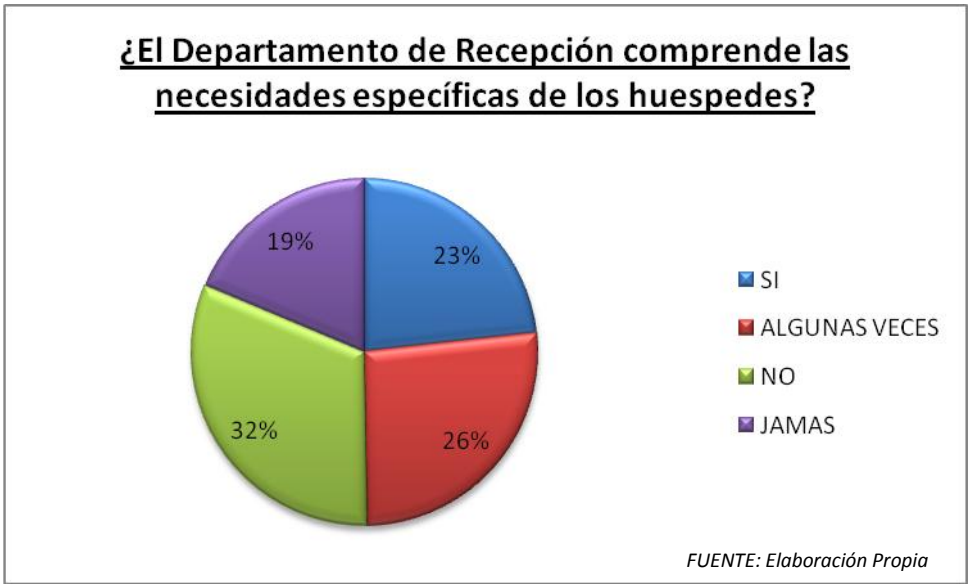


GRÁFICO Nº 10

¿ El Departamento de Recepción tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?

El siguiente gráfico muestra si el Departamento de Recepción brinda un servicio personalizado a los huéspedes del hotel.

Del total de huéspedes encuestados, el 47% opina que el servicio que recibieron no fue personalizado, en comparación con el 36% que opina que el servicio fue personalizado.

GRÁFICO Nº 11

¿Los empleados de Recepción tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes?

El siguiente gráfico muestra si el personal del Departamento de Recepción está capacitado para responder a las preguntas de los huéspedes del hotel.

Del total de personas que respondieron la encuesta el 42% dice que el personal si está capacitado, y el 39% dice que los empleados del departamento no están capacitados para responder las preguntas de los huéspedes.

GRÁFICO Nº 12

¿El personal del Departamento de Recepción tiene apariencia impecable?

El siguiente gráfico muestra que percepción tiene el huésped sobre la apariencia del personal al momento de recibir el servicio.

Del total de las personas encuestadas el 45% piensa que el personal tiene una apariencia pulcra en el momento de recibir el servicio, en comparación del 33% opina que el personal no luce bien al momento de brindar el servicio.

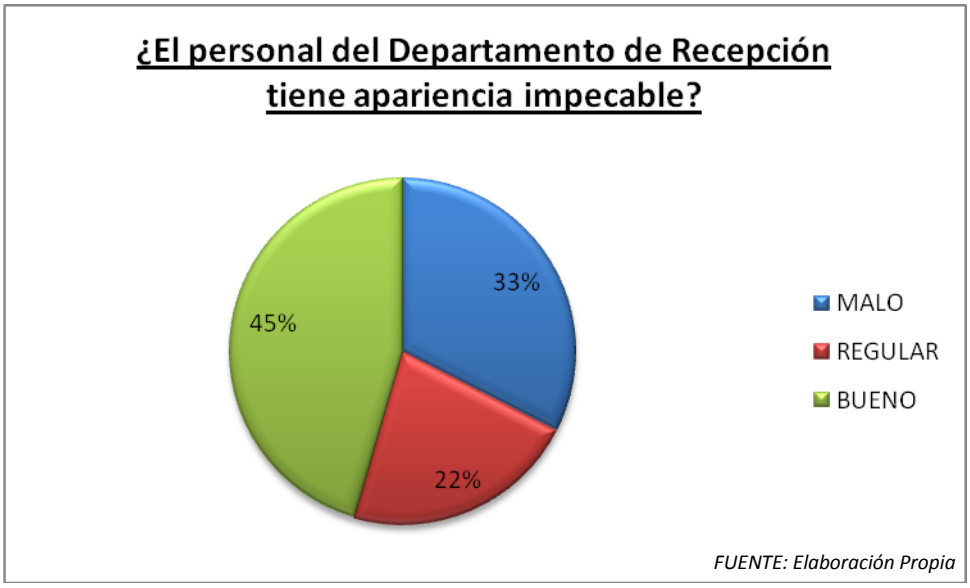
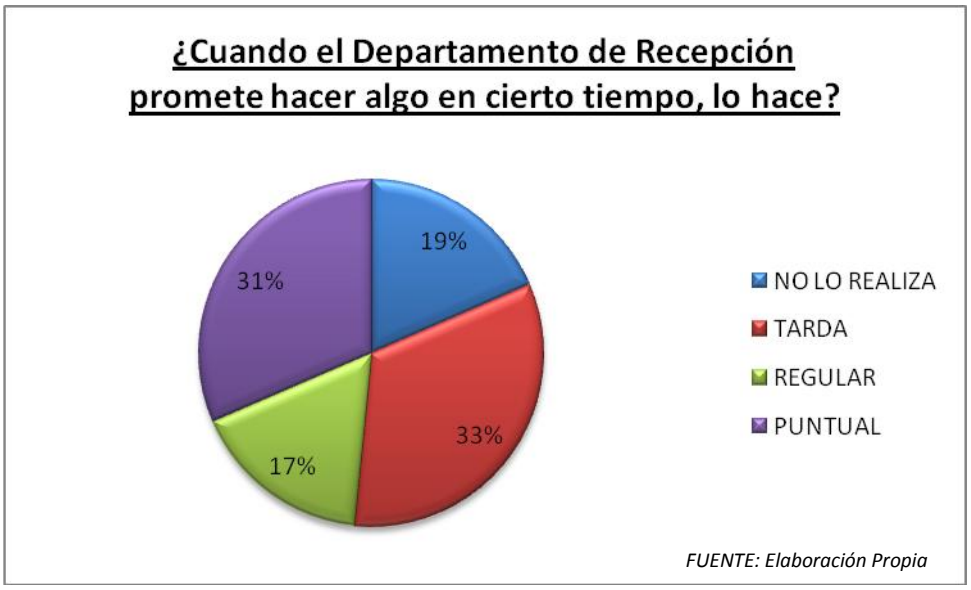


GRÁFICO Nº 13

¿Cuando el Departamento de Recepción promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?

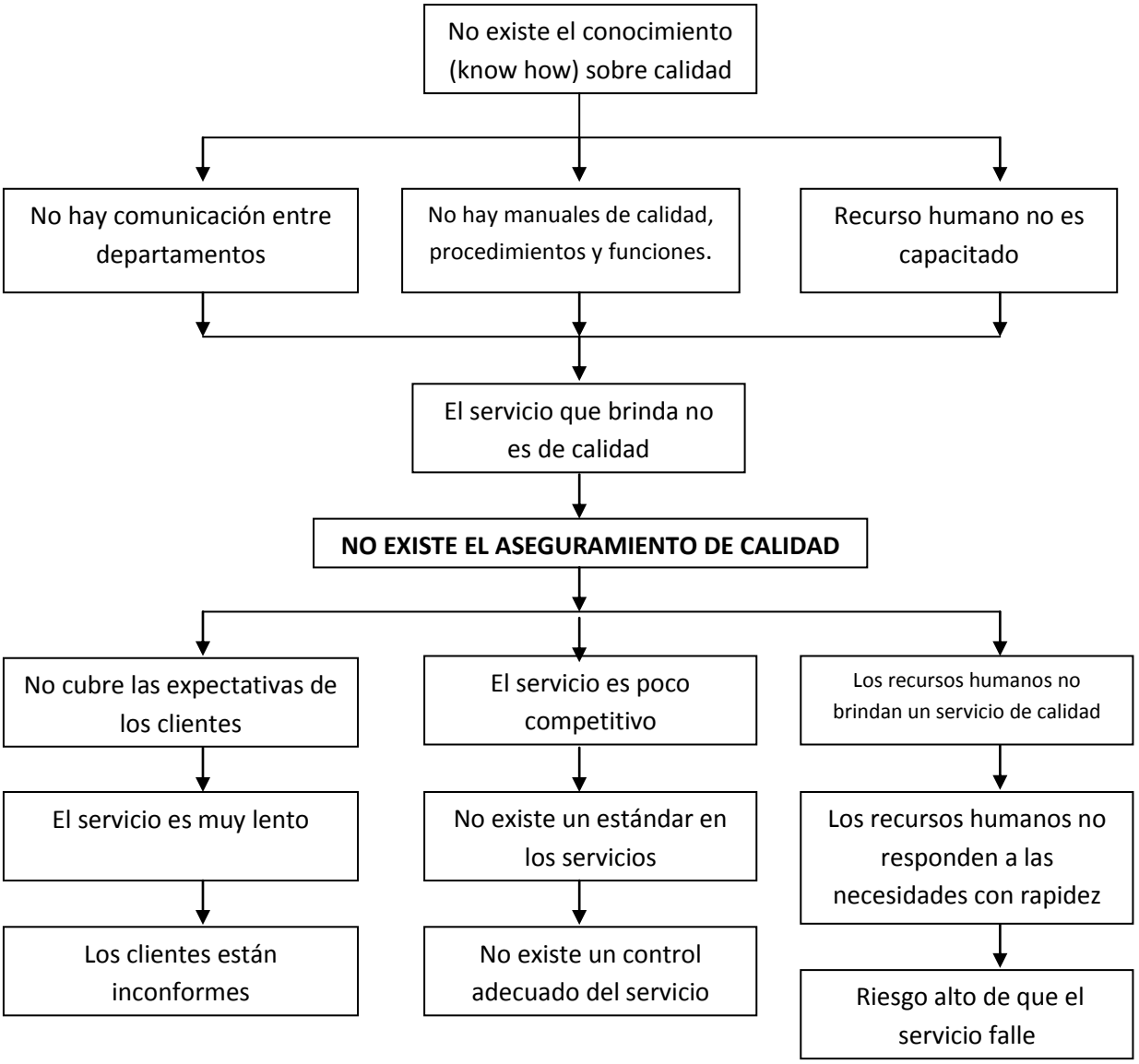
El siguiente gráfico presenta el tiempo que tardan los empleados de Departamento de Recepción, si cumple con lo establecido con el huésped.

Del total de huéspedes encuestados el 33% respondió que los empleados del Departamento de Recepción tardan realizar cosas para el huésped, y el 31% opina que los empleados son puntuales con lo que se comprometen en realizar.



Para información más detallada revisar Anexo Nº 2

4.6. Árbol de problemas del Departamento de Recepción



El árbol de problemas muestra las causas y los efectos de los problemas que existen en el departamento de Recepción del Hotel Presidente.

Después de un análisis de las causas que originan los problemas principales se puede citar las siguientes:

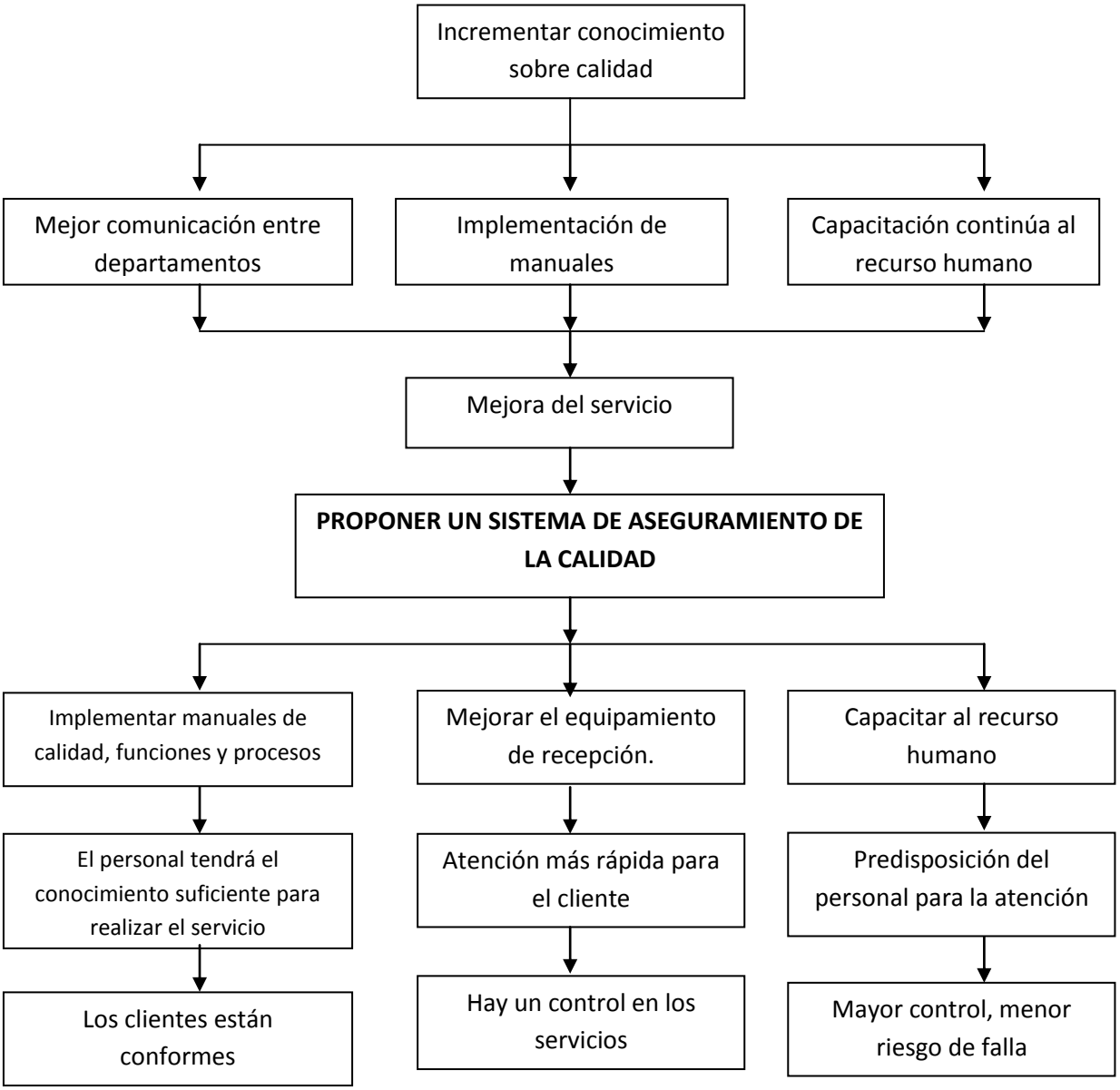
- La falta de conocimiento sobre calidad
- Falta de estandarización de los servicios
- no hay manuales de calidad, procedimientos y funciones
- los recursos humanos no están capacitados

Estas causas dan como resultado el problema principal, que es la *falta de un Aseguramiento de la Calidad en el servicio* que brinda el departamento de recepción en el *Hotel Presidente*, esto significa que no es posible planear, organizar, dirigir y controlar de calidad en la producción de servicios brindados a los huéspedes.

Las causas y el problema principal dan como resultado:

- no satisfacen las expectativas del cliente
- no hay un control en el servicio
- el servicio sea poco competitivo
- no existe una respuesta efectiva a las necesidades del cliente
- hay un alto riesgo de que el servicio prestado falle.

4.7. Árbol de objetivos para el Departamento de Recepción



El árbol de objetivos muestra las soluciones posibles de los problemas existentes dentro del departamento, lo que se pretende con el siguiente proyecto es ampliar el conocimiento que tienen los empleados sobre la calidad, la implementación de manuales que servirán como guías de trabajo para los empleados, también la capacitación de los empleados del área.

Siendo el objetivo principal *Proponer un Sistema de Aseguramiento de la Calidad en el departamento de Recepción del Hotel Presidente*

4.8. Análisis FODA

FODA	**FORTALEZAS** **F1**.La gran mayoría de los empleados del departamento de Recepción tiene más de cinco años de experiencia. **F2**.el recursos humanos es muy cordial en el momento de brindar el servicio. **F3**.Los empleados del departamento conocen muy bien a los huéspedes. **F4.** Los empleados del departamento conocen muy bien al mercado al que se dirige. **O5**.El hotel tiene una hermosa vista de la ciudad. **O6**. El hotel brinda servicios complementarios para el huésped (piscina, sauna, gym). **O7**. El hotel tiene un buen prestigio en el mercado turístico. **O8**. El hotel cuenta con servicio exclusivo para los huéspedes. **O9**. El lobby es seguro para los huéspedes.	**DEBILIDADES** **D1**.Falta de material para trabajar en el área. **D2**.Falta de capacitación del personal del área. **D3**.No existen manuales de procedimientos. **D4**.No existen manuales de funciones. **D5**.no existe un manual de Calidad. **D6**.El servicio no cubre las expectativas del cliente. **D7**.No hay un plan anual definido. **D8**. El programa utilizado en el hotel para registro de los huéspedes es antiguo. **D9**. La conexión a Internet es deficiente. **D10**. Falta de computadoras para los huéspedes. **D11**. No existe un estándar en la calidad de los servicios. **D12**.No hay maquina fotocopiadora. **D13**.Hotel no está de acuerdo con las tendencias del mercado.
OPORTUNIDADES **O1**.brinda comodidades al cliente. **O2**. Alcanzar nuevos mercados. **O3**. Los clientes que llegan al hotel tienen un alto poder adquisitivo. **O4**. Varias empresas de diferentes rubros quieren los servicios del hotel.	**ESTRATEGIAS** **O2-O7-O3-F1** mejorar el prestigio y el servicio mediante el aseguramiento de la calidad, para alcanzar más mercados. **O3-F1** incentivar la práctica del aseguramiento de la calidad en el departamento de Recepción. **O1-F3-F1** aprovechar la experiencia y conocimiento de los empleados para	**ESTRATEGIAS** **O1-O8-D3-D4-D5** Elaboración de manuales de calidad y procedimientos, mejora de funciones. **O3-O4-D1-D8** planteamiento de un sistema de control de insumos del departamento. **O3-O4-D7-D11** Planteamiento de un plan anual del departamento de recepción en función de la

	implementar un sistema que mejore el prestigio del servicio.	gestión de calidad, estandarizando todos los procesos. **O3-O4-D2** planteamiento de un programa de capacitación de personal. **O3-O4-D6-D9-D10** Elaboración de un sistema de aseguramiento de calidad para mejorara el servicio.
AMENAZAS **A1**.Alta competencia de los hoteles cercanos. **A3**.La competencia brinda servicios de calidad. **A4**.Los clientes buscan otros hoteles de similares características para pernoctar. **A5**.Las calles cerca del hotel no son seguras. **A6**.Las marchas, manifestaciones sociales, pasan por la puerta del hotel. **A7**.El ruido de la calle molesta a algunos huéspedes del hotel. **A8**.Las calles aledañas al hotel son muy congestionadas.	**ESTRATEGIAS** **A1- F1** impulsar a al personal para mejorar los servicios, y el hotel sea más competitivo, y este al tanto de las tendencias del mercado consumidor. **A4-F4** Impulsar a la mejora de de los servicios, para captar más a mercado consumidor. **A5-A6-A7-A8-F1** Gestionar la mejora de la seguridad entorno al hotel.	**ESTRATEGIAS** **A1-D2-D3-D4-D11** impulsar las estrategias de calidad, así como las tendencias del mercado, para tener un estándar de los servicios ofrecidos. **A4-D6-D9-D10** Impulsar las estrategias de mejoramiento del servicio brindado al cliente. Con el mejoramiento del equipamiento.

Referencia
O-F: Oportunidades - Fortalezas.
A-F: Amenazas - Fortalezas.
O-D: Oportunidades - Debilidades.
A-D: Amenazas y Debilidades.

4.9. Priorización de Estrategias

E1. Elaboración de un sistema de aseguramiento de la calidad, para mejorar el servicio.

E2. Mejoramiento del servicio mediante la implementación del aseguramiento de la calidad

E3. Elaboración de manuales de calidad, manual de funciones, y procedimientos.

E4. Planteamiento de un programa anual del departamento.

E5. Planteamiento de un sistema de control de insumos del departamento.

E6. Planteamiento de un programa de capacitación del personal para mejorar el servicio brindado.

E7. Impulsar al personal para que sea competitivo y este al tanto de las tendencias del mercado.

E8. Impulsar estrategias de calidad, así como las tendencias del mercado, para tener un estándar de los servicios ofrecidos.

E9. Impulsar estrategias de mejoramiento del servicio brindado al cliente.

E10. Gestionar la mejora de la seguridad del hotel.

Realizando un análisis general de las herramientas utilizadas para el diagnóstico del departamento de Recepción del hotel presidente, se tienen los siguientes puntos fundamentales que se especifican a continuación.

- Falta de un aseguramiento de calidad
- Poca comunicación entre departamentos.
- Falta de manuales para el departamento
- Los recursos humanos poco capacitados.

A estos problemas tenemos las siguientes estrategias que son las más importantes dentro del rango de ponderación

- Elaboración de un sistema de aseguramiento de la calidad.
- Elaboración de manuales de calidad, manual de funciones, y procedimientos.
- Planteamiento de un programa de capacitación del personal para mejorar el servicio brindado.
- Renovar los equipos del departamento.

5.1. Propuesta para el Aseguramiento de la Calidad

El Hotel Presidente tiene un gran potencial hotelero, para brindar calidad a los clientes a partir de la priorización de estrategias se propone desarrollar el proyecto con planes integrales específicos. Así mismo es importante mencionar la predisposición del personal al cambio, esta es una estrategia que será utilizada a favor del proyecto.

5.2. Marco Metodológico de la Propuesta

El presente proyecto está enfocado a la mejora del servicio en el Departamento de Recepción del Hotel Presidente con el Aseguramiento de la Calidad en el Servicio. La matriz del método FODA, constituye en una herramienta que facilita el proceso de conceptualización, diseño, evaluación y programación del proyecto. El propósito es brindar estructura al proceso del proyecto y dar información esencial a los programas a realizar.

La selección de estrategias muestra en forma clara los resultados esperados y programas a realizar en el proyecto, está enfocado a la propuesta del Aseguramiento de la Calidad en el Servicio y tiene como bases la realización de los siguientes instrumentos que serán necesarias para el mejor funcionamiento del proyecto.

1. *Manuales:* Estos documentos servirán como medios de comunicación y coordinación que registrarán de forma ordenada la información que es necesaria para los empleados del departamento.
   El manual de Funciones se encargará de mostrar las tareas que el operativo tiene que realizar en el puesto que está ocupando.

El manual de Procedimientos se encargara de mostrar el modo y la forma de realizar el trabajo.
El manual de calidad es el más importante, siendo este el que guiara al empleado en la forma de brindar el servicio y que este sea de calidad.

2. *Capacitación de personal:* El empleado trabaja mucho mejor cuando está capacitado, la propuesta es la capacitación contínua que plantea la mejora del recurso humano, para realizar mejor el trabajo requerido.

   El recurso humano será capacitado principalmente en servicios con calidad al cliente.

3. *Equipamiento:* Este punto es fundamental ya que permite efectuar la prestación del servicio. Se propone mejorar el equipamiento que se tiene en el Departamento de Recepción.

   Se propone renovar el equipo de comunicaciones que tiene el departamento, los walkei-talkie son muy necesarios para poder comunicarse con el encargado de ama de llaves para conocer el consumo de los huéspedes; y también para que los recepcionistas puedan realizar su trabajo rápidamente en el momento de check in y en el check out se propone la adquisición de una fotocopiadora.

También merece destacarse la gran ayuda que ha significado trabajar para el Hotel Presidente, para poder llevar a cabo tanto el abordaje del problema y sus efectos.

5.3. Productos del Proyecto

5.3.1. Manuales

Los manuales que se proponen serán los de Funciones, manual de procedimientos y manual de calidad. Todos estos serán una base fundamental para estandarizar los servicios y esto ayudará a la calidad de los servicios que presta el departamento de Recepción del Hotel Presidente.

5.3.1.1. Objetivo de los Manuales

Los manuales son base fundamental con el cual el personal de servicios del departamento que hoy nos toca analizar debe regirse y encuadrarse a las normas, con el objetivo de optimizar el servicio.

5.3.1.2. Justificación

Los manuales que se presentan, pretenden estandarizar los servicios en el departamento de Recepción, estos manuales brindaran una línea de trabajo para que la labor se realice en el menor tiempo posible y con un mínimo de errores, todo esto para satisfacer al cliente y además también para poner en marcha una cultura de calidad.

5.3.1.3. Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES

HOTEL PRESIDENTE

DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

OBJETIVO DEL MANUAL DE FUNCIONES

Este manual tiene por objeto mejorar el servicio y establecer las pautas de calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente, así como describir las funciones, autoridades, relaciones y responsabilidades del personal de la empresa, con respecto a las actividades que se relacionan con la Calidad

ALCANCE

Este manual afecta a todo el personal del Departamento de Recepción del Hotel presidente, que esté involucrado con la calidad.

5. JEFE DE RECEPCIÓN

5.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

REP	DIR	001	Gerente de Recepción

DEPENDE DE: GERENTE GENERAL

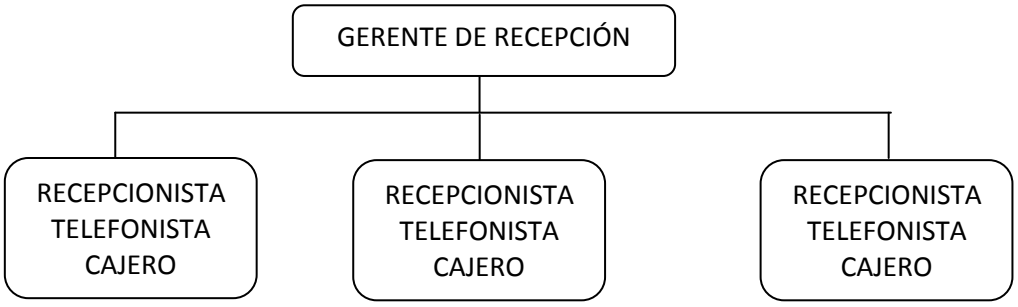
SUPERVISA A: Recepcionistas, Cajeros, Reservas, Teléfonos, Bell boys.

5.2. FUNCIONES GENÉRICAS

- ✓ Definir y establecer la organización del Departamento de Recepción del Hotel Presidente.

- ✓ Aprobar el manual de Aseguramiento de La Calidad.
- ✓ Designar al representante de la calidad
- ✓ Aprobar la documentación designada bajo su responsabilidad.
- ✓ Archivar los Registros de Calidad correspondientes bajo su responsabilidad
- ✓ Revisar las reservas y pedidos de los huéspedes.

5.3. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



5.4. PERFIL DEL JEFE DE RECEPCIÓN

Dentro de un marco de referencia ideal el Jefe de Recepción debe contar con las siguientes características:

Estudios:

- ✓ Lic. de Turismo y Hotelería ó Administración Turística; con conocimientos en Administración Hotelera y Recursos Humanos.

Características:

- ✓ Amable
- ✓ Cortés
- ✓ Pulcro y con excelente presentación

- ✓ Puntual
- ✓ Apariencia agradable
- ✓ Honesto
- ✓ Ético

De relaciones humanas:

- ✓ Observador
- ✓ Discreto en el trato
- ✓ Consciente de que su labor representa la imagen del departamento y del hotel.
- ✓ Trato fino

Técnicas y experiencia:

- ✓ Conocimientos sobre hotelería
- ✓ Conocimientos sobre turismo
- ✓ Conocimientos sobre calidad
- ✓ Dominar otro idioma además del español
- ✓ Conocimiento en ventas.
- ✓ Conocimientos sobre trato y atención al cliente

5.5. FUNCIONES DEL PUESTO DE JEFE DE RECEPCIÓN

El Jefe de Recepción lleva a cabo, una serie de funciones, y actividades que se puntualizan a continuación.

Registro de las reservaciones

- ✓ Diarias
- ✓ Semanales
- ✓ Mensuales

Registro check in

- ✓ No show
- ✓ Day use

Registro check out

Registro de huéspedes

- ✓ Individuales
- ✓ Grupales

Cambios

- ✓De habitación
- ✓De renta o tarifa
- ✓De registro

Salida de huéspedes

Atención a huéspedes

- ✓Brindar información

Elaboración y verificación de reportes.

Realizar planes de trabajo para el mejoramiento continuo

- ✓Semestral
- ✓Anual

6. RECEPCIONISTA

6.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

REP	REP	002	Recepcionista

DEPENDE DE: GERENTE DE RECEPCIÓN

6.2. FUNCIONES GENÉRICAS

El recepcionista realiza el registro de los huéspedes, se controla la asignación de habitaciones, así como la entrada o salida de huéspedes, además cumple la función de telefonista, encargado de pasar las llamadas a las habitaciones y oficinas dentro del hotel.

6.3. FUNCIONES ESPECIFICAS

- ✓ Responsable de registrara a las personas que se hospedarán en el hotel.
- ✓ Registrar de manera grupal o individual.
- ✓ Operar la central telefónica y conectar las llamadas.
- ✓ Realizar las reservas correspondientes.
- ✓ Revisar si los clientes tienen o no reserva.
- ✓ Efectuar los cambios que los huéspedes deseen
- ✓ Brindar información y atenciones especiales.
- ✓ Registrar entradas y salidas de los huéspedes del hotel.
- ✓ Elaborar los reportes e información para los siguientes turnos.

6.4. PERFIL DEL RECEPCIONISTA

Dentro de un marco de referencia ideal el recepcionista debe contar con las siguientes características:

Estudios:

- ✓ Lic. en Turismo y/o Hotelería Técnico
- ✓ Superior en Turismo y Hotelería,
- ✓ Técnico Superior en el Idioma Ingles

Características:

- ✓ Amable
- ✓ Cortés
- ✓ Pulcro y con excelente presentación
- ✓ Puntual
- ✓ Apariencia agradable
- ✓ Discreto
- ✓ Honesto

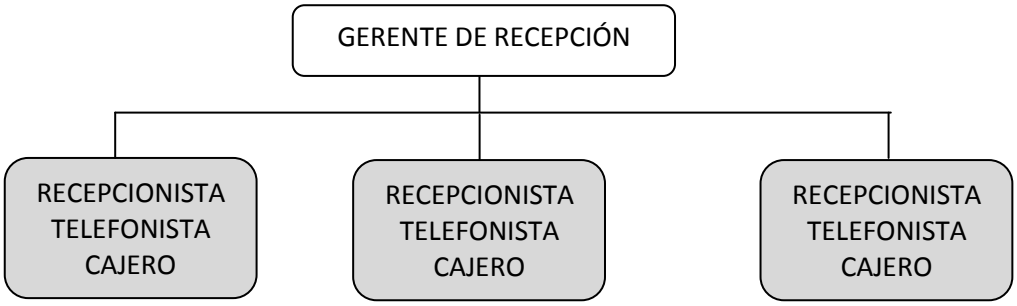
De relaciones humanas:

- ✓ Observador
- ✓ Discreto en el trato
- ✓ Consciente de que su labor representa la imagen del departamento y del hotel.
- ✓ Trato fino

Técnicas y experiencia:

- ✓ Conocimientos sobre hotelería
- ✓ Conocimientos sobre turismo
- ✓ Conocimientos sobre calidad
- ✓ Dominar otro idioma además del español
- ✓ Conocimiento en ventas.
- ✓ Conocimientos sobre trato y atención al cliente

6.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



6.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE RECEPCIONISTA

El recepcionista lleva a cabo una serie de tareas y actividades que se puntualizan a continuación.

Registro de huéspedes

- ✓ Individuales
- ✓ Grupales

Cambios

- ✓De habitación
- ✓De renta o tarifa
- ✓De registro

Salida de huéspedes

Atención a huéspedes

- ✓Brindar información

Elaboración y verificación de reportes.

7. RECEPCIONISTA – CAJERO

7.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

REP	CAJ	003	Recepcionista – Cajero

DEPENDE DE: GERENTE DE RECEPCIÓN

7.2. FUNCIONES GENÉRICAS

El recepcionista - cajero realiza el registro de los huéspedes, se controla la asignación de habitaciones y el consumo que estos realicen, así como la realización de pagos anticipados, vocher de la tarjeta de crédito, en el check out del huésped debe verificar junto a Ama de Llaves el consumo de la habitación.

7.3. FUNCIONES ESPECIFICAS

- ✓ Responsable de registrar el consumo de las personas que se hospeda en el hotel.
- ✓ Registrar el cobro de la estadía de manera grupal o individual.
- ✓ Operar la central telefónica y conectar las llamadas con los respectivas conexiones.
- ✓ Realizar las cobranzas correspondientes.

- ✓ Revisar si los clientes tienen o no deuda con el hotel.
- ✓ Brindar información y atenciones especiales.
- ✓ Registrar entradas y salidas de los huéspedes del hotel.
- ✓ Elaborar los reportes e información de cobranzas para los siguientes turnos.

7.4. PERFIL DEL RECEPCIONISTA – CAJERO

Dentro de un marco de referencia ideal el recepcionista debe contar con las siguientes características:

Estudios:

- ✓ Técnico Superior en Contabilidad
- ✓ Técnico Superior en Turismo
- ✓ Técnico superior en el Idioma Ingles

Características:

- ✓ Amable
- ✓ Cortés
- ✓ Pulcro y con excelente presentación
- ✓ Puntual
- ✓ Apariencia agradable
- ✓ Discreto
- ✓ Honesto

De relaciones humanas:

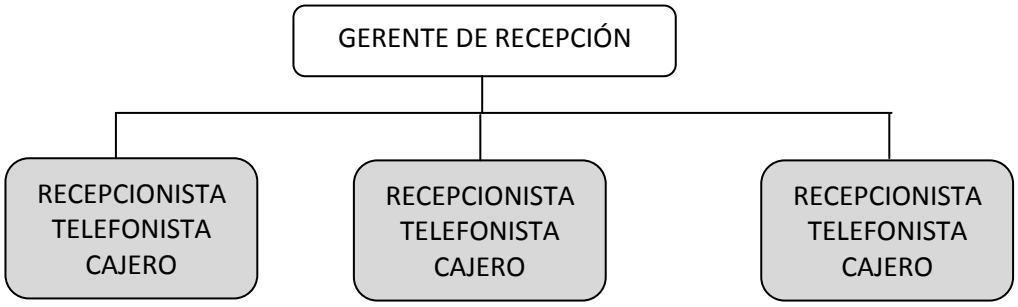
- ✓ Observador
- ✓ Discreto en el trato

- ✓ Consciente de que su labor representa la imagen del departamento y del hotel.
- ✓ Trato fino

Técnicas y experiencia:

- ✓ Conocimientos sobre hotelería
- ✓ Conocimientos sobre turismo
- ✓ Conocimientos sobre calidad
- ✓ Conocimientos sobre contabilidad
- ✓ Dominar otro idioma además del español
- ✓ Conocimiento en ventas.
- ✓ Conocimientos sobre trato y atención al cliente

7.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



7.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE RECEPCIONISTA - CAJERO

El recepcionista - cajero lleva a cabo, una serie de tareas, y actividades que se puntualizan a continuación.

Registro de consumo de los huéspedes

- ✓ Individuales

- ✓ Grupales

Cambios

- ✓ De habitación
- ✓ De renta o tarifa
- ✓ De registro

Cuentas

- ✓ Que han sido pagadas
- ✓ Que deben cancelar

Salida de huéspedes

Atención a huéspedes

- ✓ Brindar información

Elaboración y verificación de reportes.

- ✓ Pedir los pagos anticipados por consumos, por habitación a los huéspedes que llegan al hotel sin reserva previa o con cuentas que excedan los 1000.- bs.

8. BELL BOY

8.1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

REP	BEL	004	Bell boy

DEPENDE DE: GERENTE DE RECEPCIÓN

8.2. FUNCIONES GENÉRICAS

El Bell Boy realiza el registro de los equipajes de los huéspedes, se controla la asignación de habitaciones, así como la entrada o salida de equipajes.

8.3. FUNCIONES ESPECIFICAS

- ✓ Responsable de registrar el equipaje de las personas que se hospedaran en el hotel.
- ✓ Registrar los equipajes de manera grupal o individual.
- ✓ Revisar si los clientes tienen o no maletas guardadas en el hotel.
- ✓ Efectuar el traslado del equipaje a las habitaciones.
- ✓ Brindar información y atenciones especiales.
- ✓ Registrar entradas y salidas de los equipajes de los huéspedes del hotel.
- ✓ Elaborar los reportes e información para los siguientes turnos.

8.4. PERFIL DEL BELL BOY

Dentro de un marco de referencia ideal el Bell boy debe contar con las siguientes:

Características:

- ✓ Amable
- ✓ Cortés
- ✓ Pulcro y con excelente presentación
- ✓ Puntual
- ✓ Apariencia agradable
- ✓ Discreto
- ✓ Honesto

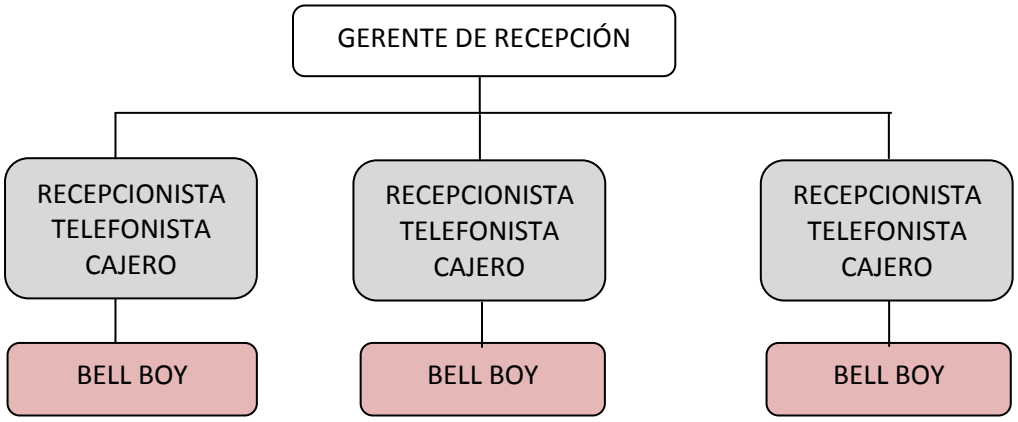
De relaciones humanas:

- ✓ Observador
- ✓ Discreto en el trato
- ✓ Consciente de que su labor representa la imagen del departamento y del hotel.
- ✓ Trato fino

Técnicas y experiencia:

- ✓ Conocimientos sobre hotelería
- ✓ Conocimientos sobre turismo
- ✓ Conocimientos sobre calidad
- ✓ Dominar otro idioma además del español
- ✓ Conocimientos sobre trato y atención al cliente

8.5. POSICIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



8.6. FUNCIONES DEL PUESTO DE BELL BOY

El Bell Boy lleva a cabo una serie de tareas, y actividades que se puntualizan a continuación.

Registro de equipaje de los huéspedes

- ✓ Individuales
- ✓ Grupales

Llevar el equipaje en cambios

- ✓De habitación

Bajar el equipaje en la salida de huéspedes

Atención a huéspedes

Elaboración y verificación de reportes.

5.3.1.4. Manual de Procedimientos

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN
HOTEL PRESIDENTE

INTRODUCCIÓN

El presente manual de procedimientos busca documentar cada uno de los procesos que se levan a cabo en el Departamento de Recepción del Hotel Presidente, con la finalidad de estandarizar la ejecución de los mismos, así como de los formatos utilizados dentro de cada uno de los procesos; y poner esta información al alcance de todo el personal que trabaja en el departamento, logrando así hacer más fácil cada uno de los procesos y tratar de realizar innovaciones y mejoras continuas en los servicios desarrollados.

REVISIÓN	FECHA	MODIFICACIONES
01	2011	Primer Manual de Procedimientos

ÍNDICE

CAPITULO	DESCRIPCIÓN	REVISIÓN
0	Índice de Contenidos y Hoja de Firmas	01
1	Control de Documentos	01
2	Control de registros del	01

	Aseguramiento de la Calidad	
3	Formación y Adiestramiento	01
4	Tratamiento de Reclamos	01
5	Control de Procesos	01
6	Preservación del servicio	01
7	Control de dispositivos de seguimiento y medición	01
8	Gestión de acciones correctivas y preventivas	01

8. OBJETIVO

Establecer la metodología a seguir para controlar la elaboración, revisión, aprobación, archivo y modificaciones de los documentos del sistema de control del aseguramiento de la calidad, de forma que asegure que se dispone de las ediciones actualizadas de los documentos aplicables en los lugares pertinentes.

El recepcionista debe conocer el procedimiento de rutina para registrar a los huéspedes del hotel, ya sea que lleguen individuales o grupales.

El recepcionista sepa manejar la papelería que debe utilizar para el registro de huéspedes en los diferentes casos.

Que la auto evaluación forme parte fundamental de lo aprendido en este manual.

9. ALCANCE

El presente manual de procedimiento se aplica para todos los cuadros de origen interno y externo requeridos por el Aseguramiento de Calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente.

10. RESPONSABILIDAD

GERENTE DE RECEPCIÓN: aprobación de documentos
COORDINADOR DEL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD: Revision y aprobación de todos los documentos emitidos por el encargado de calidad.
JEFE DE CONTROL DEL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD: estará encargado de las siguientes actividades:

- ✓ Distribuir y revisar los documentos de calidad.
- ✓ Registrar los documentos, los cambios y las actualizaciones en un registro principal.
- ✓ Retirar documentos obsoletos y reemplazar por versiones actualizadas.

11. TABLA DE RESPONSABILIDADES

DOCUMENTO	ELABORACIÓN	REVISIÓN	APROBACIÓN	ARCHIVO ORIGINAL
Manual de Procedimientos	Jefe de Recepción	Jefe de Control de Calidad	Jefe de control de calidad	Jefe de control de calidad
Manual de Funciones	Jefe de Control de Calidad	Jefe de Control de Calidad	Jefe de Recepción	Jefe de control de calidad

Instrucciones de Trabajo	Jefe de Recepción	Jefe de Control de Calidad	Jefe de Recepción	Jefe de control de calidad
Plan Anual de Formación	Jefe de Recepción	Jefe de Control de Calidad	Gerente general	Jefe de control de calidad
Plan de Orden y Limpieza	Jefe de Recepción	Jefe de Control de Calidad	Jefe de Control de Calidad	Jefe de control de calidad
Plan de Control de Calidad	Jefe de Control de Calidad	Jefe de Recepción	Gerente General	Jefe de control de calidad
Otros Documentos				

12. RECEPCIONISTA

PROCEDIMIENTO

REGISTRO DE HUÉSPEDES

1. Saluda y da la bienvenida al huésped
   1. Ser atentos y amables
   2. no debe esperar

2. Pregunta si tiene reservación
   (SI TIENE RESERVACIÓN…)

3. Pregunta a nombre de quien está registrada esta, verifica los datos en el reporte de reservación y retira el record de reserva que corresponda.
   (SI NO TIENE RESERVACIÓN…)

4. Verifica la disponibilidad en el rack numérico.

Si existe disponibilidad, preguntar al huésped el tipo de habitación que desea y el número de personas que son.

Si no existe disponibilidad infórmeselo amablemente al cliente.

- ❖Infórmele acerca de otros hoteles.
- ❖Se cortes. Es un futuro huésped
- ❖Recuerda que debe conocer las habitaciones.

IMPORTANTE:

El hotel maneja las reservaciones por el sistema computarizado, y también pueden tomar la reserva directamente de la bitácora.

(SI TIENE RESERVACIÓN Y EXISTE DISPONIBILIDAD…)

5. Proporciona al huésped la tarjeta de registro para que la llene, pedir la tarjeta de crédito (visa o mastercard), para realizar el voucher de respaldo correspondiente, además de pedir identificación pasaporte o carnet de identidad.

- ❖No hagas preguntas indiscretas
- ❖Proporciona una pluma al huésped

(MIENTRAS EL HUÉSPED SE REGISTRA…)

6. Elije la habitación que es más conveniente para asignarle de acuerdo al número de personas que lo acompañen, edades, y estadía en el hotel. Siguiendo criterios como:

- ❖En baja ocupación asigna las habitaciones con mejores características.
- ❖En alta ocupación asigna las habitaciones a disponibilidad prevista.
- ❖Bloquea las habitaciones del rack numérico.

❖Respetando las reservaciones.

7. Recoge la tarjeta de registro y la tarjeta de crédito, y pregunta al huésped la forma de pago.

(SI EL HUÉSPED…)

- ❖ Paga en efectivo, realiza el depósito correspondiente en la caja de recepción.
- ❖ Paga con tarjeta de crédito, con las que opera el hotel solicítesela al huésped, procesa el voucher y pide al huésped que lo firme.
- ❖ Obtuvo un crédito interno en el hotel, incluir el voucher de reservación con las especificaciones correspondientes.

IMPORTANTE:

En el hotel en los que el recepcionista - cajero, deben tener en el estado de cuenta el pago, registrándolo en la maquina.

❖No olvides verificar la tarjeta de crédito.

Cuando se trata de venta directa, el huésped acude directamente al hotel y sin reservación, solicítele que realice el pago por adelantado de su estadía.

Infórmele amablemente que sus consumos tendrán que ser cancelados directamente, indíquele las políticas del hotel, registre que es *cuenta pax*.

8. Elabora la hoja de registro, preferentemente con copias.

9. Compara los datos de la tarjeta de registro con los documentos del huésped, indica en número de la habitación y deséele una feliz estancia.

10. Llamar al bell boy, entregándole la tarjeta que se usara como llave de la habitación, solicítele que conduzca al huésped a la habitación.

- Menciona el nombre del huésped.
- No lo hagas esperar.
- Revisar la fecha de salida del huésped.

IMPORTANTE:

Si el bell boy se encuentra en habitaciones con otro huésped, indíquele amablemente por donde pasar a su habitación y entregue la tarjeta correspondiente para ingresar a su habitación.

11. Elabora el “slip” correspondiente para ubicarla en el rack.

12. Revisa la tarjeta de registro y anota los datos que falten.

- Número de personas
- Número de habitación
- Tipo de habitación
- Precio
- Forma de pago
- Nombre del recepcionista de turno
- Observaciones

Anota las observaciones del huésped registrado.

(SI TIENE RESERVACIÓN…)

Anota y adjunta la reservación y anota el número de habitación que le fue asignada.

(SI NO TENIA RESERVACIÓN…)

Completa todos los datos en el reporte, y también tipo de pago y con que tarjeta de crédito se realizara el pago.

13. La hoja de registro junto con los documentos necesarios, pasar al recepcionista cajero. Quien se encargara de archivar en el lugar correspondiente.

QUE HACER CUANDO?

14. Son dos o más personas en un habitación

- ❖Además la persona que se registro, y es responsable de la cuenta y de sus acompañantes, llamadas telefónicas y otros gastos.
- ❖Además del titular responsable el acompañante debe entregar su carnet o pasaporte, debe llegar hoja de registro con su firma.
- ❖Si los acompañantes pagaran sus consumos por separados, se deberá especificar en la hoja de registro.

IMPORTANTE:

Revisar minuciosamente los datos escritos por el huésped.

REGISTRO DE GRUPOS

1. Verifica el reporte de reservaciones la llegada de grupos.

2. Revisar la lista de integrantes del grupo.

3. Verificar el nombre del tour líder del grupo.

4. Bloquea el o los tipos de habitaciones necesarias.

5. Revisa la lista de grupo para enviar copias a los restaurantes, al departamento de costos, caja recepción.

6. Elabora el pre registro del grupo

- ❖Nombre del huésped
- ❖Nº de pasaporte (si se encuentra en la información brindada)
- ❖Número de personas
- ❖Número de habitación
- ❖Tipo de habitación
- ❖Precio
- ❖Forma de pago
- ❖Nombre del recepcionista de turno
- ❖Observaciones

7. Alistar las llaves correspondientes, con los datos de los huéspedes.

8. Verificar la lista de integrantes del grupo con el número de habitación, con copia para el tour líder.

9. Normalmente los extras son pagados por los huéspedes. Si ese es el caso pregunta la forma de pago.

(SI ES CON TARJETA DE CREDITO…)

- ❖Preparar el voucher correspondiente, y solicitar al huésped que firme el mismo.

(SI ES EN EFECTIVO…)

- ❖Solicita la cancelación del mismo antes de realizar el check out.

10. Enviar una lista con los números de habitaciones al bell boy de turno, para que realice la distribución correspondiente, al momento de la llegada de los huéspedes.

11. Enviar una lista con los números de habitación al departamento de seguridad, para incrementar la seguridad en el momento de la llegada de los huéspedes.

(EN EL MOMENTO DE LA LLEGADA…)

12. Entrega todas las hojas de registro, las llaves, con la lista y los números de habitaciones al tour líder quien se encargara de hacer llenar a los huéspedes.

13. En el momento que el tour líder entrega las hojas de registro llenadas, debe también facilitar los pasaportes de los huéspedes con el papel de ingreso al país.

CHECK OUT

1. Pedir al huésped amablemente su llave.
2. Preguntar si desea algo más.
3. Avisar a ama de llaves
4. Bloquear la habitación como *salida sucia*
5. Derivar a caja - recepción

13. RECEPCIONISTA - CAJERO

PROCEDIMIENTO

1. Saluda y da la bienvenida al huésped
   1. Ser atentos y amables
   2. no debe esperar

2. Pregunta si necesita el cambio de moneda
   (SI NECESITA CAMBIO…)

3. Pregunta a nombre y el número de habitación, verifica los datos, y le pregunta amablemente cuánto dinero desea cambiar.
   (SI NO NECESITA CAMBIO…)

4. Verifica el consumo del huésped en su habitación, es posible que el huésped quiera pagar por el consumo realizado.
   - Infórmele acerca de lo que consumió.
   - Sea cortes.
   - Recuerda preguntar al de ama de llaves para saber si no existe más consumos del huésped.

   IMPORTANTE:
   El hotel maneja los consumos por el sistema computarizado, y también por las comandas realizadas por los empleados de ama de llaves.
   (SI QUIERE REALIZAR EL CHECK OUT…)

5. Proporciona al huésped La información de lo que consumió durante su estadías, room service, llamadas telefónicas, minibar, y el servicio de lavandería.
   - ❖No hagas preguntas indiscretas
   - ❖Proporciona una pluma al huésped

   (MIENTRAS EL HUÉSPED REVISA SU CONSUMO…)

6. Verificar la tarifa de la habitación.
7. Verifica que no exista mas consumo en la habitación, preguntando a ama de llaves quien revisara la habitación, antes que el huésped deje el hotel. Ama de llaves informara
   - ❖Si hay otro tipo de consumo de minibar.
   - ❖Si el huésped dejo algo en la habitación.
   - ❖Si hay destrozos dentro de la habitación.

8. Recoge la información de consumo que le dio al huésped.

   (SI NO ESTA CORRECTO…)
   - ❖ Verifique con ama de llaves.
   - ❖ Revise las comandas dejadas.
   - ❖ Corrija el error.

   (SI ESTA CORRECTO…)

9. Pregúntele al huésped la forma de pago que realizara.
   - ❖ Con tarjeta de crédito, elabore el voucher correspondiente.
   - ❖ Efectivo, revise si el dinero cuidadosamente.

10. Al finalizar proporcionarle al huésped su factura y un voucher para que firme confirmado que todo está correcto.
11. Despedir al huésped de forma muy cortes.
12. Sacar del sistema al huésped.

13. Realizar las copias necesarias para caja y el departamento de costos, y el cierre de turno de caja.
14. Llamar al bell boy, indicándole el destino del huésped para que él lleve sus maletas hasta el taxi correspondiente.

IMPORTANTE:

Si el bell boy se encuentra en habitaciones con otro huésped, indíquele amablemente que el hotel tiene taxis que están a su disposición.

REGISTRO DE GRUPOS

1. Revisar la lista de integrantes del grupo.

2. Revisar el consumo de las habitaciones, llamadas, servicio de lavandería.

3. Verificar el consumo del tour líder del grupo.

4. Pedir las llaves correspondientes de los huéspedes.

5. Avisar al departamento de ama de llaves de la salida de los huéspedes.

6. Preguntar la forma de pago.

(SI ES CON TARJETA DE CRÉDITO…)

- ❖Preparar el voucher correspondiente, y solicitar al huésped que firme el mismo.

(SI ES EN EFECTIVO…)

- ❖Solicita la cancelación del mismo antes de realizar el check out.

7. Enviar una lista con los números de habitaciones al bell boy de turno, para que baje las maletas de los huéspedes al lobby.

8. Anunciar al departamento de seguridad que los huéspedes dejaran el hotel, para incrementar la seguridad en el momento de la salida de los huéspedes.

(EN EL MOMENTO DE LA SALIDA…)

9. Pedir a los huéspedes las llaves de su habitación,
10. Desearles la mejor de las suertes.

14. BELL BOY

PROCEDIMIENTO

1. Saluda y da la bienvenida al huésped
    1. Ser atentos y amables
    2. no debe esperar

2. recoge el equipaje del huésped hasta la recepción.
3. Mientras el huésped llena la tarjeta de registro, el bell boy se prepara para llevar a huésped a su habitación.
4. El recepcionista eligió la habitación para el huésped.
5. Llamar al bell boy, entregándole la tarjeta que se usara como llave de la habitación, solicítele que conduzca al huésped a la habitación.
    - Menciona el nombre del huésped.
    - No lo hagas esperar.
    - Revisar la fecha de salida del huésped.

IMPORTANTE:

El bell boy es el encargado del equipaje del huésped, tiene que manejar el equipaje de la forma más delicada posible, siendo cortes con el cliente.

6. Al llegar a la habitación el bell boy deberá mostrar las dependencias del mismo, donde se encuentra la caja de seguridad.

7. Deseándole una feliz estancia deberá retirarse de la habitación.

IMPORTANTE:

Si el bell boy se encuentra en habitaciones con otro huésped, debe volver a su puesto rápidamente.

QUE HACER CUANDO?

8. El huésped necesita algo
   - ❖El bell boy deberá subir a su habitación y preguntar ¿qué es lo que necesita el huésped?.
   - ❖El huésped será el que cancele al bell boy por sus servicios.

REGISTRO DE GRUPOS

1. Verifica el reporte de reservaciones la llegada de grupos, que será enviado por recepción.

2. Revisar la lista de integrantes del grupo.

3. Verificar el nombre del tour líder del grupo.

(EN EL MOMENTO DE LA LLEGADA…)

4. Revisar el equipaje y poner el número de habitación.

5. Subir el equipaje lo más pronto posible, para que el huésped no espere en su habitación.

CHECK OUT

6. Bajar las maletas del huésped en cuanto ese solicite.

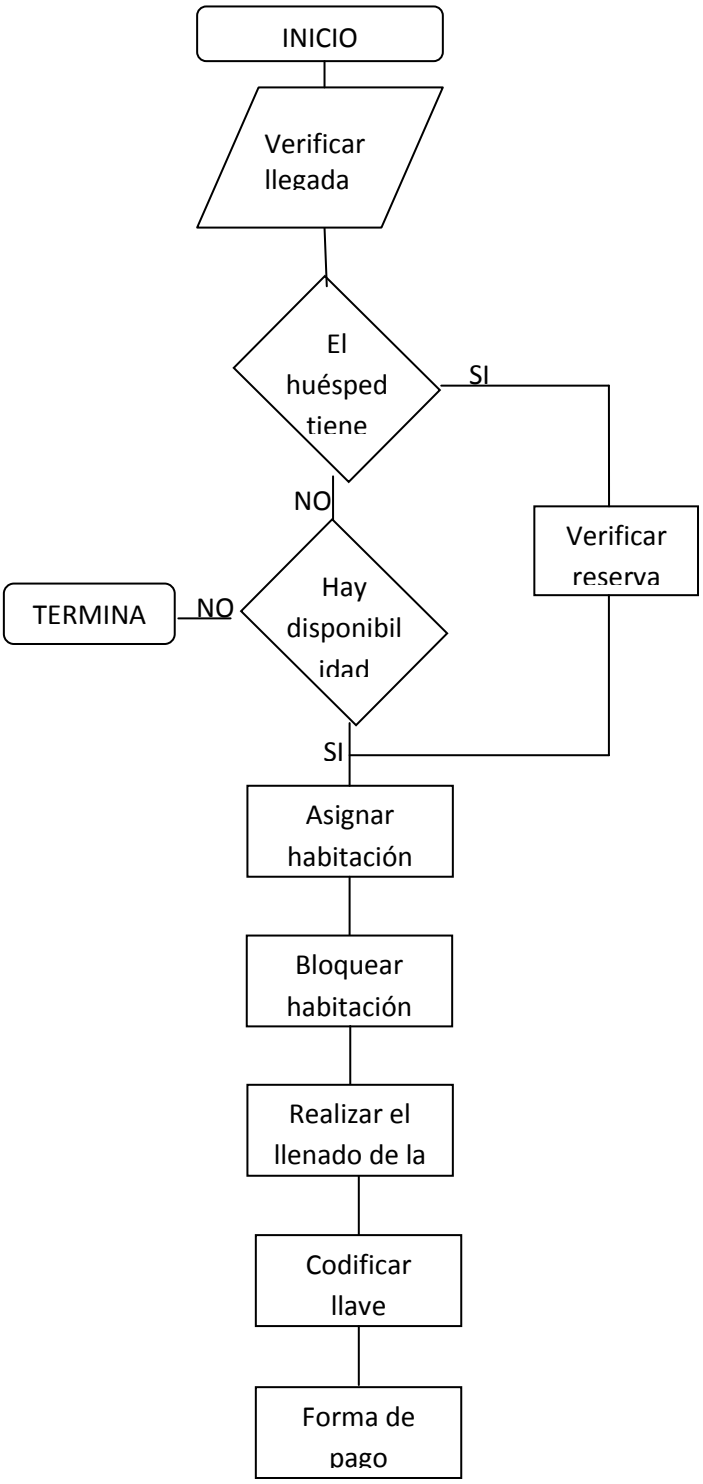
7. Dejarlas en el lobby mientras se realiza el check out.

8. Preguntar al huésped donde se dirige para que pueda preparar el taxi hasta el destino.

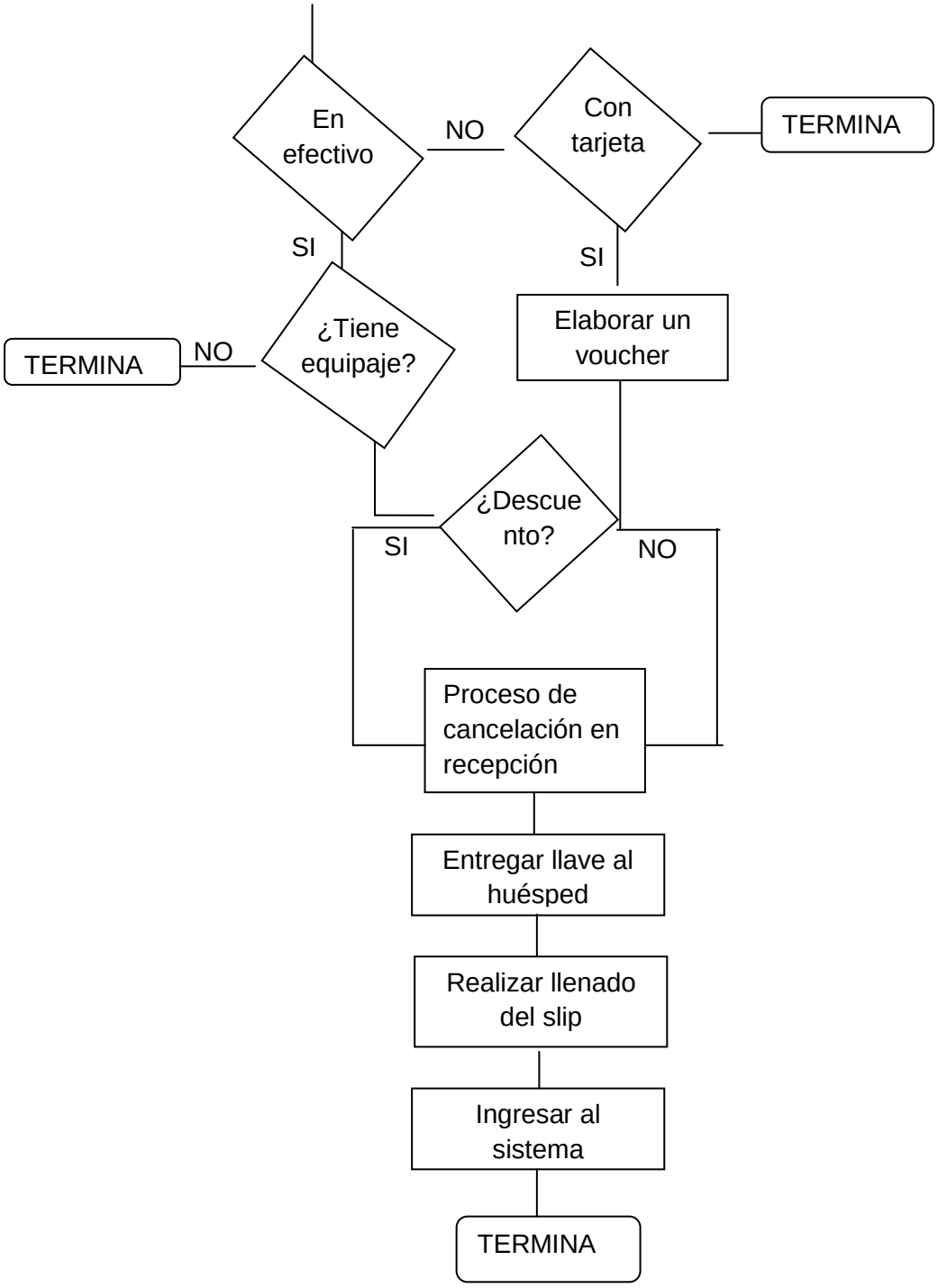
9. Llevar el equipaje hasta el taxi o el bus.

10. Despedir muy cordialmente al huésped.

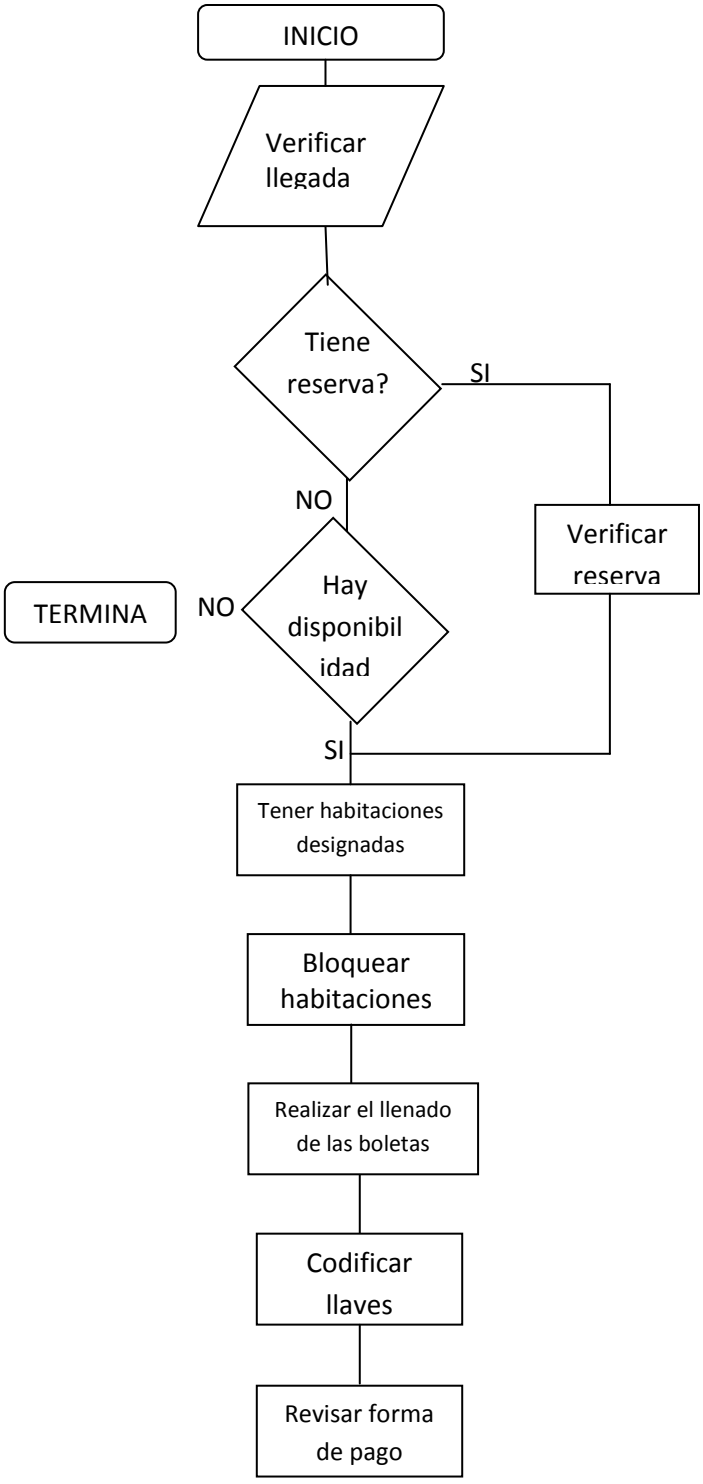
Registro de Huéspedes

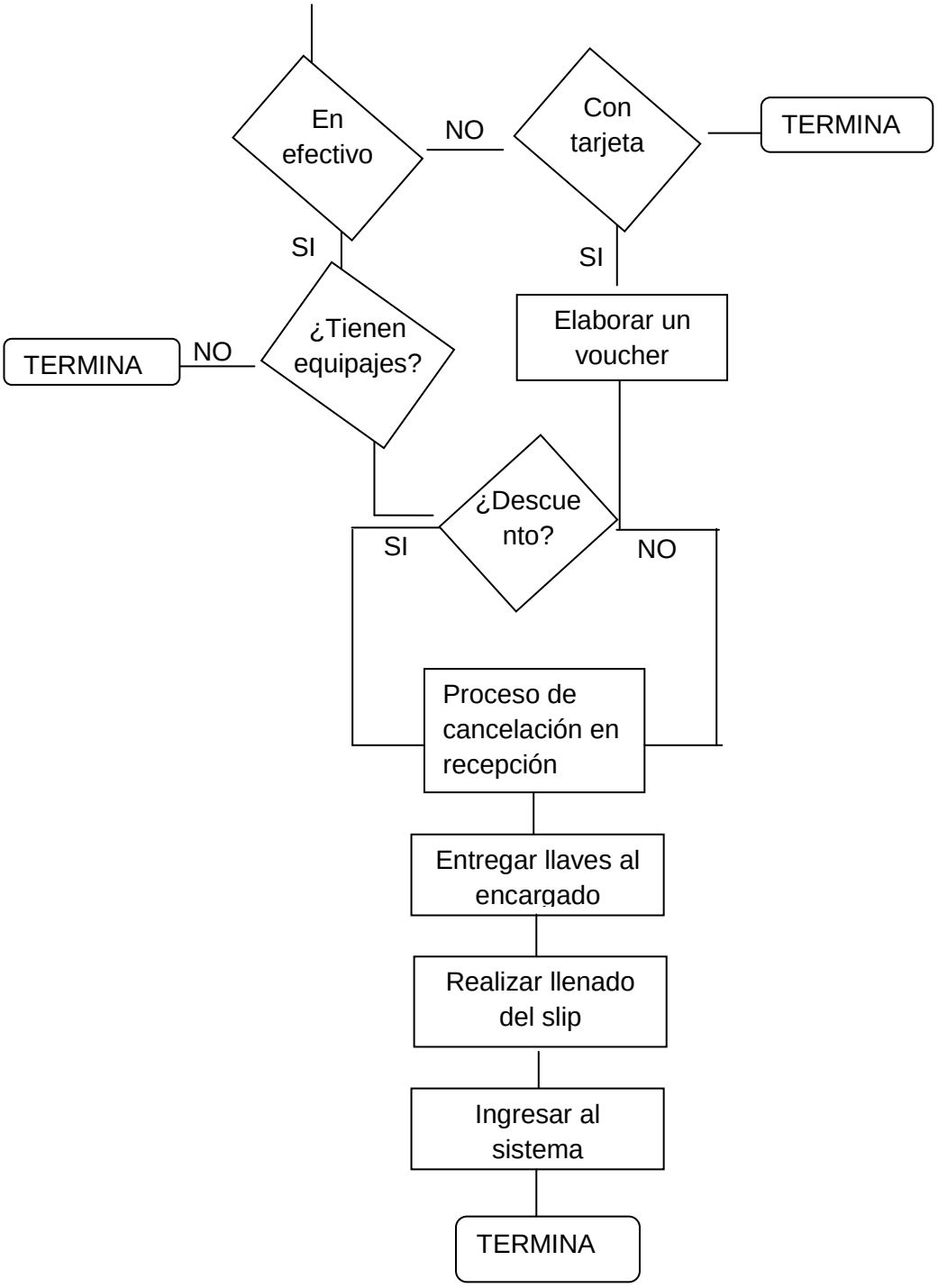


**** Continúa en la siguiente página***

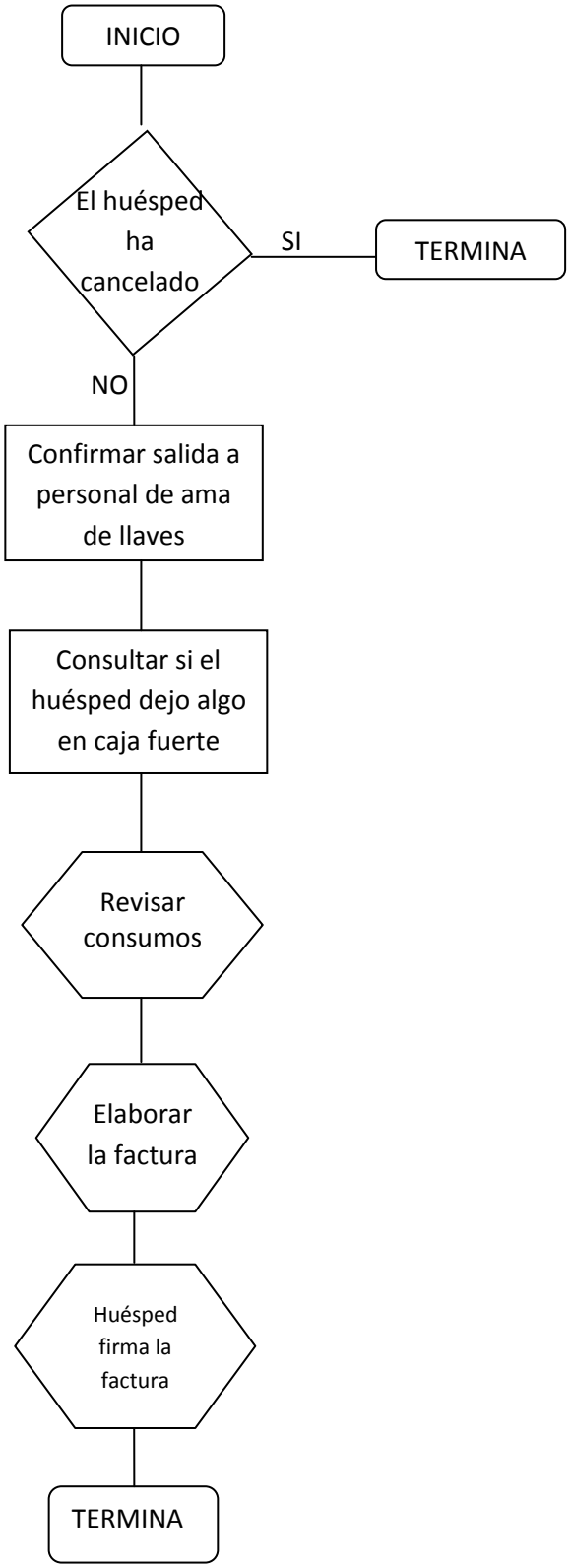

En efectivo
NO
Con tarjeta
TERMINA
SI
SI
Elaborar un voucher
¿Tiene equipaje?
NO
TERMINA
¿Descuento?
SI
NO
Proceso de cancelación en recepción
Entregar llave al huésped
Realizar llenado del slip
Ingresar al sistema
TERMINA

Registro de Grupos

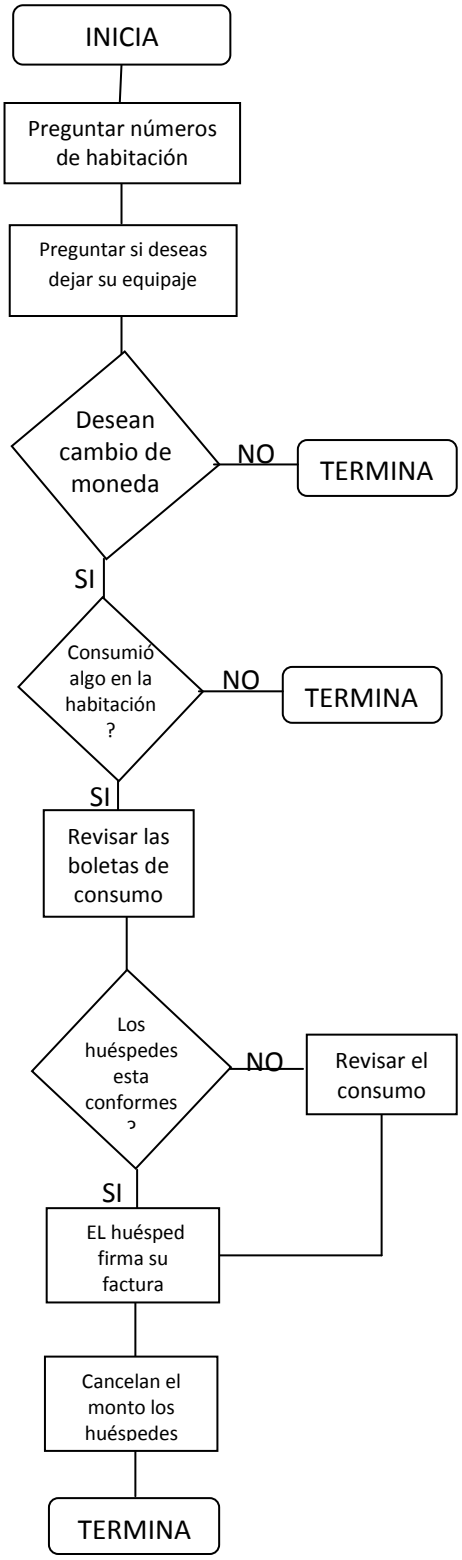



En efectivo
NO
Con tarjeta
TERMINA
SI
SI
¿Tienen equipajes?
NO
TERMINA
Elaborar un voucher
¿Descuento?
SI
NO
Proceso de cancelación en recepción
Entregar llaves al encargado
Realizar llenado del slip
Ingresar al sistema
TERMINA

Salída de Huéspedes Cajero



Salída de Grupos



5.3.1.5 Manual de Aseguramiento de la Calidad

MANUAL DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

HOTEL PRESIDENTE

DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

1. PROTOCOLOS PRELIMINARES.

1.1. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.

Ejemplar Nº	Tenedor del Ejemplar
1	Gerente General
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

1.2. HOJA DE ENMIENDAS.

Toda actualización a este manual se halla registrada en esta sección, se deberá describir la sección, subsección corregida o enmendada y la naturaleza del cambio.

SECCIÓN	SUBSECCIÓN	NATURALEZA DE LA ENMIENDA

1.3. ALCANCE DE ESTE MANUAL.

Los procedimientos documentados del aseguramiento de la calidad deben formar la documentación básica utilizada para la planificación general y la gestión de las actividades que tienen impacto sobre la calidad, también deben cubrir todos los elementos aplicables de la norma del sistema de la calidad. Dichos procedimientos deben describir las responsabilidades, autoridades e interrelaciones del personal que gerencia, efectúa y verifica el trabajo que afecta a la calidad, como se deben efectuar las diferentes actividades, la documentación que se debe utilizar y los controles que se deben aplicar.

El presente manual describe del Aseguramiento de la Calidad del Departamento de Recepción del Hotel Presidente que es aplicado a todas las actividades que contribuyen a la calidad de todos los servicios.

1.4. CAMPO DE APLICACIÓN.

El manual de calidad debe referirse a procedimientos documentados del sistema de la calidad destinados a planificar y gerenciar el conjunto de actividades que afectan la calidad dentro de un departamento.

Los manuales de la calidad son elaborados y utilizados por una organización para:

- ✓ Comunicar la política de la calidad, los procedimientos y los requisitos del departamento.
- ✓ Describir e implementar un aseguramiento de la calidad eficaz.
- ✓ Suministrar control adecuado de las prácticas y facilitar las actividades de aseguramiento.

- ✓ Presentar el sistema de la calidad para propósitos externos: por ejemplo, demostrar la conformidad con las normas ISO 9001.

1.5. PROPÓSITO.

El Manual de aseguramiento de la calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente es un documento que tiene por objeto el aseguramiento de la calidad en el departamento. En éste se describen las disposiciones generales para asegurar la calidad en sus productos así como prevenir la aparición de no conformidades y aplicar las acciones precisas.

2. PERFIL DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DEL HOTEL PRESIDENTE.

El Hotel Presidente, es una organización hotelera que orienta sus actividades a la prestación de servicios de hospedaje y otros servicios complementarios.

El departamento de recepción brinda servicio directamente al cliente, ofreciéndole la información necesaria sobre el hotel y la ciudad de La Paz.
La Sociedad Boliviana de Hoteles y Turismo SRL, creo el Hotel Presidente en el año 1990. Formando parte de los hoteles de cinco estrellas más antiguos de la ciudad de La Paz.

Actualmente el hotel tiene 20 años de experiencia dentro del mercado hotelero, ubicado en la ciudad de La Paz , en la zona Central, en la calle Potosí esquina Jenaro Sanjinés # 920.

2.1. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS DE CALIDAD.

2.1.1. Acción correctiva.

Acción tomada para eliminar las causas de que una no conformidad, de un defecto o de cualquier otra situación indeseable inexistente, para evitar su repetición.

2.1.2. Acción preventiva.

Una acción emprendida para eliminar las causas de una no conformidad, de un defecto u otra situación no deseable potencial, para evitar que ocurra.

2.1.3. Actividades de verificación.

Una investigación, prueba, inspección, demostración, análisis o comparación especial de datos para verificar que un producto o servicio o proceso cumple con los requerimientos prescritos.

2.1.4. Actividades que afectan a la calidad.

Cualquier actividad que afecta a la determinación de las características y funciones del servicio, sus especificaciones, realización o verificación, o los medios para planificarlas, organizarlas, controlarlas, asegurarlas o mejorarlas.

2.1.5. Administración de la calidad.

Un enfoque de administración de una organización, centrado en la calidad, basado en la participación de todos sus miembros y buscando el éxito a plazo a través de la satisfacción del cliente, y

los beneficios para los miembros de la organización y para la sociedad.

2.1.6. Aseguramiento.

Prueba (verbal o escrita) que asegura que algo ocurrirá o no, o que ha ocurrido o no.

2.1.7. Aseguramiento de la Calidad.

Todas las actividades planificadas y sistemáticas dentro del sistema de calidad para dar adecuada confianza de que una entidad cumplirá los requisitos de calidad.

2.1.8. Auditoría.

Un examen de registros o actividades para verificar su actitud, usualmente realizado por alguien distinto de la persona responsable de ello.

2.1.9. Auditoría de calidad.

Un examen sistemático e independiente para determinar si las actividades y los resultados relacionados con la calidad cumplen disposiciones preestablecidas, y si estas disposiciones se aplican en forma efectiva y son aptas para alcanzar los objetivos.

2.1.10. Brainstorm “TORMENTA DE IDEAS”.

Técnica para la generación de numerosas ideas usando el talento y experiencia de un grupo de personas reunidas en un ambiente de sesión y con un moderador.

2.1.11. Calidad.

Calidad es satisfacer las necesidades de los clientes y sus expectativas razonables.

2.1.12. Conformidad.

Cumplimiento con los requisitos especificados.

2.1.13. Control.

El acto de impedir o regular cambios en parámetros, situaciones o condiciones.

2.1.14. Control de calidad.

El control de calidad contempla técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para satisfacer los requisitos del cliente.

El control de calidad es un proceso para mantener estándares no para crearlos, detecta las desviaciones con respecto a los requerimientos de los clientes.

2.1.15. Costos de la calidad.

Costos incurridos por la posibilidad de una falla. El costo real de calidad es la suma del costo de prevención, costo de evaluación, costo de fallas internas y costo de fallas externas.

2.1.16. Costo De Prevención.

Costos generados por los esfuerzos para prevenir fallas, incluyen por ejemplo, el costo de establecer un sistema eficaz de aseguramiento de la calidad entre ellos el de preparar un manual, diseñar procedimientos.

2.1.17. Costo de evaluación.

Costo de ensayos e inspecciones para determinar si se están cumpliendo los requisitos de la calidad. Esto incluye salarios del personal de control de calidad, costo de instrumentos de medición, mantenimiento.

2.1.18. Costo de fallas internas.

Estos son los costos que resultan cuando un servicio no cumple los requisitos de calidad antes de la entrega. Cubren por ejemplo la prestación de un segundo servicio, el reprocesamiento, la repetición del trabajo.

2.1.19. Costo de fallas externas.

Son los costos que resultan cuando un producto no cumple los requisitos de la calidad después de la entrega. Incluyen reparación, devolución, fundición u otros costos inherentes a los defectos en los servicios tales como responsabilidad legal u económica por el incumplimiento de requerimientos de calidad.

2.1.20. Cliente.

Destinatario de un producto o servicio.

2.1.21. Defecto.

Incumplimiento de un requisito de uso o expectativa razonable, incluyendo las relativas a la seguridad.

2.1.22. Diagrama causa y efecto.

Técnica gráfica para compendiar los resultados de una sesión de tormenta de ideas, identificando las causas de determinado efecto no deseado. También se denomina “Diagrama de Espina de pescado” o “Diagrama de Ishikawa” (por su creador, el profesor Kaoru Ishikawa de la Universidad de Tokio).

2.1.23. Diagrama de flujo.

Técnica gráfica que utiliza símbolos para identificar las operaciones involucradas en un proceso, sus interrelaciones y entradas y salidas. Es una de las herramientas básicas de TQM, los diagramas

de flujo suelen constituir el primer paso para entender los procesos seleccionados en una organización.

2.1.24. Estructura organizacional.

Las responsabilidades, autoridades y relaciones dispuestas en un modelo, a través del cual una organización efectúa sus funciones.

2.1.25. Equipo de trabajo.

Grupo personas que aplica los principios y herramientas de TQM para (1) identificar oportunidades para el mejoramiento de procesos, (2) Extender los procesos existentes y localizar donde pueden lograrse máximos beneficios mediante mejoras al proceso, (3) Aportar recomendaciones para el mejoramiento de un proceso (4) implantar mejoras al procesos.

2.1.26. Funciones.

En el sentido de organización, una función es una actividad especial o principal (a menudo única en la organización) que es necesaria para que la organización cumpla su propósito y misión. Ejemplos de funciones son diseño, obtención, personal, fabricación, marketing, mantenimiento, etc.

2.1.27. Gráfica de control.

Técnica gráfica para identificar si una operación o proceso está o no bajo control y rastrear el comportamiento de esa operación o proceso respecto a una línea calculada de control y entre sus límites de seguridad superiores e inferiores.

2.1.28. Gráfica De Pareto.

Herramienta para asignar rangos de influencia, desde la más significativa hasta la menos. Se basa en el principio de Pareto, originalmente definido por J.M. Juran en 1950. El principio que lleva el nombre de Vilfredo Pareto, economista del siglo XIX, sugiere que la mayor parte de los efectos provienen de pocas causas; esto es 80% de los efectos vienen de 20% de las posibles causas. La gráfica de Pareto es una de las herramientas básicas de la calidad. En algunos libros, Pareto se define como un diagrama de Técnica gráfica que utiliza datos para ayudar a los miembros de los equipos de mejoramiento a identificar dónde deben aplicarse recursos escasos para cosechar las mayores ganancias. Ayuda a asignar prioridades a opciones, plasmando los resultados en forma de un diagrama de barras.

2.1.29. Gestión de la calidad total.

Forma de gestión de una organización, centrada en la calidad basada en la participación de todos sus miembros y que apunta al éxito a largo plazo a través de la satisfacción del cliente.

2.1.30. Inspección.

Una actividad tal como medir, examinar, ensayar o comparar con un patrón una o más características de una entidad, y confrontar los resultados con requisitos especificados para así establecer si se logra la conformidad para cada característica.

2.1.31. ISO 9001.

Metodología promulgada por la organización internacional de estándares para la Calidad.

Para lograr asegurar la calidad obtenida como conveniencia de la aplicación de técnicas TQM. Permite a la empresa diseñar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad que puede ser certificado por empresas evaluadoras independientes y permite garantizar a los clientes potenciales la idoneidad.

2.1.32. Manual de calidad.

Documento que enuncia la política de la calidad y que describe el sistema de calidad del Departamento de Recepción del Hotel Presidente.

2.1.33. Manual de funciones.

Posee la información sobre la descripción de cargos en forma sintética. Contiene los perfiles de cargo, a quién reporta (jefe inmediato), describe con verbos de acción los procedimientos en los cuales participa que el funcionario y la información adicional que la empresa considere pertinente de seguridad o medio ambiente.

2.1.34. Manual De Procedimientos.

Es una sección del manual de calidad que resume los flujo gramas y la descripción literaria de los procedimientos que debe seguir un empleado de una empresa.

2.1.35. Métodos de control.

Formas particulares de proporcionar control que no fijan la secuencia de pasos en que los métodos se llevan a cabo.

2.1.36. Mejoramiento de la calidad.

Acciones emprendidas en toda la organización con el fin de incrementar la eficiencia y la eficacia de las actividades y de los procesos para brindar los beneficios adicionales a la organización y a sus clientes.

2.1.37. Muestra representativa.

Muestra de un servicio que posee todas las características del lote del cual se tomó.

2.1.38. No conformidad.

Insatisfacción de un requisito especificado.

2.1.39. Plan de calidad.

Un documento que enuncia las prácticas, los recursos y la secuencia de las actividades relacionadas con la calidad, que son específicas a un servicio.

2.1.40. Planificación de la calidad.

Las actividades que establecen los objetivos y los requisitos de calidad así como los requisitos para la aplicación de los elementos del sistema de calidad

2.1.41. Política.

Una guía de pensamiento, acción y decisión.

2.1.42. Política de calidad.

Es un compromiso de la empresa hacia la calidad, es la guía para pensar, actuar y decidir. Debe ser promovida desde la alta gerencia y llegar a todos los niveles de la empresa.

2.1.43. Prevenir.

Impedir que algo suceda mediante una acción deliberada y planificada.

2.1.44. Problema de calidad.

Diferencia entre la calidad que se requiere y la que se logra.

2.1.45. Procedimiento.

Manera especificada para realizar una actividad.

2.1.46. Producto.

El resultado de actividades o procesos.

2.1.47. Registro.

Documento que provee evidencias objetivas de las actividades de calidad efectuadas o los resultados obtenidos.

2.1.48. Requisitos de la calidad.

Expresión de las necesidades o su traducción en un conjunto de requisitos, establecidos en términos cuantitativos o cualitativos para las características de un servicio, procedimiento o proceso.

2.1.49. Responsabilidad.

Un área en la que uno es nombrado para actuar de acuerdo con su propio criterio.

2.1.50. Revisión.

Volver a ver algo. Comparar con relación a un estándar.

2.1.51. Revisión de diseño.

Examen documentado, completo, sistemático de un diseño con el propósito de evaluar su capacidad para cumplir los requisitos de calidad, identificar problemas, si los hay, y proponer el desarrollo de soluciones.

2.1.52. Revisión del contrato.

Hace alusión a la norma ISO9001 para permitir a la empresa realizar un profundo análisis de qué implicaciones legales, comerciales y de ética está incurriendo la empresa con los clientes y los consumidores al vender un producto o un servicio. Algunos compromisos son de índole legal, otros están pactados por escrito en el contrato, pedido, factura o cualquier tipo de documento legal. Otros son implícitos, algunos comunicados verbalmente o a través de un contrato o una garantía escrita.

2.1.53. Revisión por la gerencia.

Una evaluación formal por parte de la alta gerencia acerca de la situación actual y de la adecuación del sistema de calidad en relación con la política de calidad y sus objetivos.

2.1.54. Revisión del contrato.

Las actividades sistemáticas efectuadas por el proveedor antes de firmar el contrato, para asegurarse de que los requisitos de calidad se definan en forma adecuada, que estén libres de ambigüedad, que estén documentados y que sean realizables por parte del proveedor.

2.1.55. Satisfacción del cliente.

Nivel de calidad medido a través de una encuesta al cliente final, al finalizar la prestación de un servicio o al terminar de utilizar un producto durante cierto lapso de tiempo previamente establecido.

2.1.56. Seguridad.

El estado en el cual el riesgo de falla en el servicio, está limitado a un nivel aceptable.

2.1.57. Seguridad de funcionamiento.

El conjunto de propiedades que describen la disponibilidad y los factores que la condicionan: confiabilidad, mantenibilidad y logística del mantenimiento.

2.1.58. Servicio.

Los resultados generados por las actividades en la interrelación entre el proveedor y el cliente y por las actividades internas del proveedor para atender las necesidades del cliente.

2.1.59. Servicio de calidad.

Una herramienta para conseguir, mantener y mejorar la calidad mediante el empleo de valor agregado adicional.

2.1.60. Servicio post-venta.

Acción de restaurar o mantener un elemento en condiciones de operación.

2.1.61. Sistema de gestión de la calidad.

Conjunto de políticas, normas, procedimientos y guías que permiten a una empresa realizar y controlar una operación conforme con un una calidad previamente pactada en un contrato con un cliente. Es un modelo administrativo que garantiza la reproducción fiel del diseño pactado con el cliente de manera sistémica e impersonal. Sistema de calidad dentro del contexto de la norma ISO 9001 representa la estructura, responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos organizacionales para llevar a cabo la gestión de calidad.

2.1.62. Sistema de calidad.

El sistema de calidad comprende la estructura de la organización, procedimientos, procesos y recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad, es imprescindible para lograr mantener y mejorar la calidad.

2.1.63. *Supervisión de la calidad.*

Seguimiento y verificación en forma continua de la condición de una entidad y análisis de los registros, para asegurar que se cumplen requisitos especificados

2.1.64. *Total quality management (tqm) "administración total de la calidad"*

Forma cooperativa de conducir las operaciones empresariales que confía en los talentos y habilidades, tanto de la mano de obra como

de dirección, para mejorar de manera continua la calidad y la productividad mediante el uso de equipos.

2.1.65. ***Tormenta de ideas - ver definición en brain storm.***

2.1.66. ***Variación.***

Es un cambio de datos, una característica o una función causada por una de cuatro factores: causas especiales, causas comunes, manipulación o variación estructural.

2.1.67. ***Verificación.***

Confirmación mediante examen y aporte de evidencia objetiva de que se han cumplido los requisitos particulares respecto de un uso específico previsto.

3. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN.

3.1. POLÍTICA DE CALIDAD.

Como máximo representante del Departamento de Recepción del Hotel Presidente y con objeto de que todas las actividades del personal del departamento estén orientadas hacia la mejora de la empresa establezco la siguiente política:

- **HOTEL PRESIDENTE** existe porque existen sus clientes; consecuentemente la Calidad consiste en satisfacer las necesidades de los Clientes al menor coste y con el mejor servicio. Para ello, el punto de vista de los Clientes debe conocerse a lo largo de toda la Empresa y debe medirse para poder evaluar su grado de satisfacción.

- La competitividad del Departamento de Recepción del Hotel Presidente es absolutamente necesaria para la permanencia de la organización en el mercado, y para ello, el Aseguramiento la Calidad implantado debe caminar hacia alcanzar la Satisfacción de los Clientes, la Satisfacción de los Empleados y la optimización de los Recursos de la Empresa.

- La calidad se fabrica en cada puesto de trabajo de todas las funciones del departamento, desde quién recoge las necesidades del Cliente hasta el que realiza el servicio, y ello conlleva la necesidad de la colaboración y compromiso de todos los integrantes de la misma para satisfacer esta Política.

- La tarea de mejorar la Calidad es en primer lugar una responsabilidad de la Dirección General; y por ello, me comprometo a:
  - ✓ Aportar los recursos necesarios.
  - ✓ Cumplir esta Política desarrollada mediante el Manual de la Calidad y Manual de Procedimientos y Funciones.
  - ✓ Velar por su implantación, cumplimiento y eficacia supervisando el cumplimiento de los objetivos que se deriven de esta Política.
  - ✓ Dar a conocer a todo el Personal esta Política.

"Hotel Presidente – Departamento de Recepción sitúa la calidad de sus servicios por encima de todo lo demás porque la lealtad y satisfacción de nuestros huéspedes constituyen nuestra mayor preocupación. Calidad significa satisfacer las necesidades del huésped a la primera y todas las veces y reconocemos que existen clientes dentro y fuera de la empresa.

Todos los empleados de la empresa recibirán constantemente capacitación para el mejoramiento de la calidad y se comprometerán en la tarea de alcanzar nuestros objetivos de la calidad."

3.1.1. Responsabilidad y autoridad.

Todos los empleados del Departamento de Recepción del hotel son responsables de la calidad de los servicios que se ofrecen. Cada empleado tiene la responsabilidad individual de asegurarse de que su contribución al producto se apegue a los requisitos del cliente. Cuando sea necesario la gerencia de departamento delegará la responsabilidad de verificación de la calidad de manera interna o externa.

Los procedimientos y funciones de trabajo se detallan en los manuales de procedimientos

El encargado de calidad tendrá la responsabilidad y autoridad directa para asegurarse de que el departamento cumpla el sistema de administración de la calidad y verificará que los productos satisfagan los requisitos de calidad del cliente.

La asignación de responsabilidades en el Área de Calidad para los diferentes puestos de trabajo es la siguiente:

3.1.1.1. GERENCIA DE RECEPCIÓN

- Política de calidad.
- Organización.
- Recursos.
- Aprobación Manual Calidad y Procedimientos.
- Control de la documentación y de datos.
- Revisión de ofertas.
- Gestión de Reclamaciones de cliente.

- Control de los registros de calidad.

3.1.1.2. Departamento De Calidad

Para asegurar el mantenimiento y mejora continua del Sistema de Calidad, se implementará un Departamento de la Calidad que estará conformado por personal directivo y operativo de la empresa, ya que actualmente la fábrica no cuenta con un este, y tiene el fin de:

- Revisión de la política y objetivos concretos de calidad.
- Revisión del sistema de calidad.
- Aprobación de acciones correctivas y preventivas.
- Análisis de Auditorías internas.
- Análisis de reclamos de clientes.
- Análisis del grado de consecución de objetivos de calidad.

3.1.2. Recursos

La Gerencia de Recepción es responsable de proveer los recursos necesarios para garantizar la calidad de los servicios.

3.1.3. Recursos Humanos

La empresa asignará los recursos humanos necesarios para garantizar la calidad. La Gerencia determina necesidades y prioridades. Según lo descrito en el anterior punto se requiere:

a) <u>Selección y Evaluación</u>

La Gerencia General y la Gerencia de Recursos humanos seleccionan y evalúan al personal de acuerdo a los requisitos definidos.

b) <u>Adiestramiento y capacitación</u>

Las actividades de capacitación serán tanto de carácter externo como interno. El Jefe de Personal tiene la obligación de mantener actualizados los registros sobre la capacitación del personal.

3.2. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

Considero que el sistema será siempre perfeccionable por lo que se realizaran revisiones periódicas del aseguramiento de la calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente, sin embrago el intervalo máximo entre una y otra revisión será de un año.

Toda revisión deberá se registrará en la sección de enmiendas (Sección 0.3)

Cualquier revisión no rutinaria deberá ser realizada cuando se presentan los siguientes hechos:

- ✓ Cambios en las especificaciones de calidad del cliente final.
- ✓ Cambios en un número importante de Reservaciones.
- ✓ Reclamos repetidos y graves respecto a características de calidad de nuestros servicios.
- ✓ Requerimiento interno o externo de una auditoria de calidad.

Para mantener la eficacia del aseguramiento de la calidad, el Gerente de Recepción del departamento de Recepción del Hotel Presidente, deberá realizar lo siguiente:

Llevar a cabo revisiones administrativas periódicas del sistema, a fin de asegurarse que este conserve su adecuación y eficacia.
Mantener registros de estas revisiones.

Estas revisiones deben extenderse a verificar la situación de todos los elementos integrantes del Aseguramiento de la Calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente.

El alcance de las revisiones por parte del departamento calidad debe incluir los siguientes elementos:

- Estructura de la organización.
- Implantación del sistema de la calidad.
- La calidad lograda en el producto.

3.3. Satisfacción Del Cliente

La gerencia de Recepción del departamento exigirá que el recepcionista deba realizar lo siguiente:

Documentar el proceso para determinar la frecuencia, la objetividad y la validez de la satisfacción del cliente.
Documentar las tendencias y los indicadores más importantes de insatisfacción.

Comparar las tendencias del servicio con la de los competidores.
Tomar en consideración tanto a clientes inmediatos, como a los clientes finales.

4. Sistema de calidad.

El aseguramiento de la Calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente se mantiene y practica siguiendo la siguiente estructura de documentación de calidad.

- ✓ Manual General de Calidad.

- ✓ Manual de Procedimientos.
- ✓ Manual de Funciones.

4.1. *Generalidades.*

El aseguramiento de la calidad tiene por objetivo poner por escrito lo que el departamento de Recepción del Hotel Presidente al hace para lograr la calidad.

Esto implica la elaboración de procedimientos e instrucciones documentadas, relacionadas con la calidad y su implantación efectiva.
Además, establece, documenta y mantiene al día el Manual de Calidad como medio para asegurar la conformidad de los servicios con los requisitos especificados. El manual de aseguramiento de la Calidad hace referencia a los diferentes puntos e incluye y hace referencia a los procedimientos del Sistema de Calidad.

4.2. Alcance

El Sistema de Calidad adoptado por el departamento de Recepción del Hotel Presidente, está basado en las normas ISO 9001:2000: Sistema de la Calidad – Modelo para el Aseguramiento de la Calidad en el diseño el desarrollo, la producción, instalación y servicio. El Manual suministra una descripción completa del sistema de operación de la organización, desde una perspectiva de calidad. La confianza en la obtención de servicios que cumplan los requisitos, normas y especificaciones ofertadas se basan en la capacidad de la organización, de controlar sus procesos. Se obtiene calidad en los productos principalmente por el trabajo de quienes realizan los procesos. La planeación de la calidad por lo general se lleva a cabo a través del manual de procedimientos operativos.

4.3. Procedimientos del sistema de calidad.

El objetivo principal de esta cláusula es de establecer e implantar un aseguramiento de la calidad documentado, aclarando que el grado de documentación indispensable para los procedimientos, depende de los métodos que se utilicen y de las habilidades necesarias y de la capacitación que reciba el personal responsable de llevar a cabo las actividades específicas.

4.4. Procedimientos.

Se realizará un manual para describir procedimientos importantes en el departamento de Recepción del Hotel Presidente como ser:

DESCRIPCIÓN
Índice de contenidos y hoja de firmas
Control de documentos
Control de Registros de Calidad
Formación y Adiestramiento
Tratamiento de Reclamos
Control de Procesos
Identificación y trazabilidad del servicio
Control de Dispositivos de seguimiento y medición
Inspección y ensayo
Control de servicios no conformes
Gestión de acciones Correctivas y Preventivas

4.5. Planeación de la calidad.

El objetivo en este punto es establecer lo que el departamento de Recepción del Hotel Presidente, realizará para lograr la calidad.

Para esto se tiene que los elementos necesarios para la planeación de la calidad son:

- Prepara un manual de calidad.
- Preparar un manual de Procedimientos, que es la base para la planificación de un sistema de calidad.

El manual de calidad puede estructurarse por conjunto de hileras de documentos, cada una de las cuales contendrán detalles cada vez mayores.

4.6. Revisión del contrato.

La revisión del contrato tiene por objeto asegurarse de que la empresa entiende y satisface las necesidades de sus clientes. Se requiere que el departamento de calidad entienda los requisitos de los clientes antes de iniciar el proceso del servicio.

Se deberá un procedimiento escrito para garantizar que cada contrato o pedido se revise antes de ser aceptado. La revisión debe confirmar lo que la empresa se compromete a cómo y cuándo suministrar, y que se informará al cliente si no se pueden cumplir algunos requisitos.

Se debe entender por “contrato” a los requisitos acordados entre un proveedor y un cliente, para la realización de una transacción comercial, los cuales deben ser registrados en algún medio escrito o electrónico.

4.7. Control del diseño.

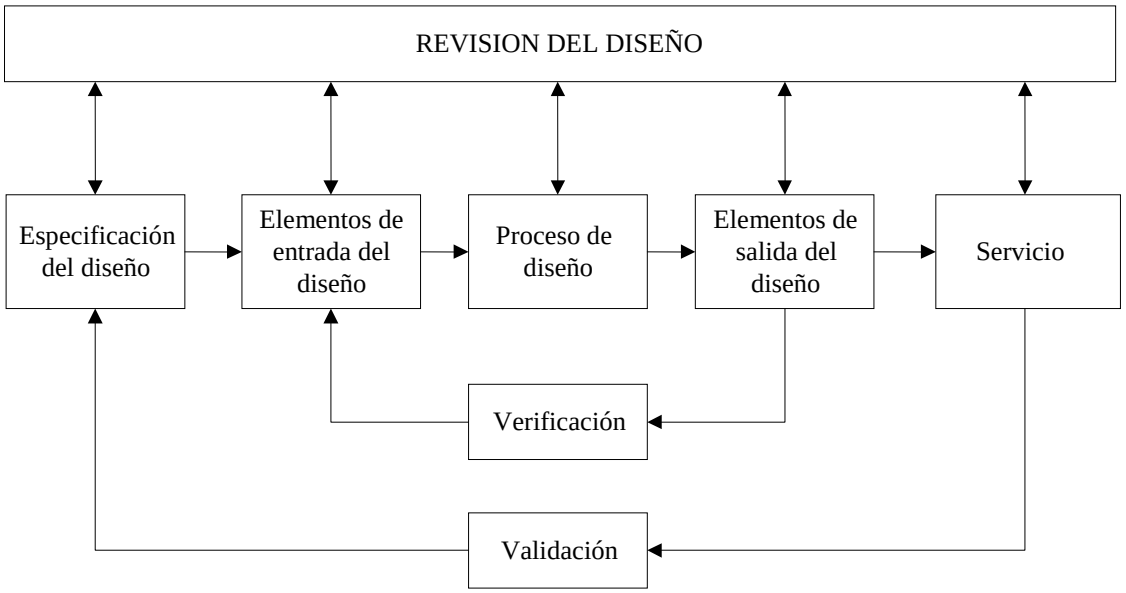
El objeto en esta cláusula es traducir las necesidades de los clientes en especificaciones.

Los pasos que debe darse son los siguientes:

- Deben existir procedimientos documentados para planificar y controlar el proceso del servicio. Estos deben aclarar quien está a cargo de las distintas tareas de diseño y asegurarse de que cuente con la información y recursos necesarios.
- Se deben llevar a cabo revisiones formales de los resultados del diseño en las etapas apropiadas.
- Se revisará la especificación completa del diseño para asegurarse de que satisface todas las necesidades del cliente.
- Se deben controlar cualquier cambio posterior al diseño para garantizar que el diseño modificado sea satisfactorio.

PLANEACIÓN DEL DISEÑO Y DESARROLLO	
Los planes deben definir cada una de las actividades de diseño y se asigna la responsabilidad al personal calificado que cuente con los recursos.	**La persona que propone la implementación de nuevos modelos es el gerente de departamento.**
RELACIONES ENTRE LOS DEPARTAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	
Es necesario definir, documentar, coordinar y controlar la responsabilidad y la autoridad de las fuentes de insumos.	**Los encargados de plasmar el diseño dado por el Gerente son los del departamento técnico.**
INSUMOS PARA EL DISEÑO	
Se presentarán en forma de especificaciones para el desempeño del producto con las especificaciones correspondientes.	**El gerente de Recepción realizará los esfuerzos necesarios para proveer de los recursos necesarios para el diseño.**
RESULTADOS DEL DISEÑO	
Son los documentos técnicos finales que se utilizarán a lo largo del proceso, desde la producción hasta el servicio acabado.	**Se podrá realizar un estudio de mercado que definirá si el servicio obtendrá los resultados esperados.**
REVISIÓN DEL DISEÑO	
Se incluirán representantes de todas las funciones que tengan relación con la etapa de diseño y cualquier tipo de personal especializado que sea necesario.	**Se llamará a todos los que forman parte importante del departamento, para que después de obtenido el diseño final, esta sea puesta a su consideración.**

Fuente: Elaboración propia



5. Control Del Documentos.

Esta cláusula tiene por objeto proporcionar a las personas los documentos o información que necesitan.

Especifica un procedimiento para garantizar que las personas que necesitan consultar documentos como una ayuda para hacer su trabajo adecuadamente tienen acceso a la versión correcta y actualizada de dicho documento y que este es aprobado por el gerente de Recepción del Hotel Presidente. El control de documentos debe incluir:

- La revisión y la aprobación de los documentos por el Gerente de Recepción.
- Poner a disposición las versiones actualizadas de los documentos necesarios en los lugares apropiados.
- Anular los documentos que no sean útiles o que hayan caducado.

5.1. Marco

El Manual de Calidad, es el documento más representativo de toda la estructura, este podrá ser usado para propósitos externos, en la relación con nuestros clientes o con nuestros proveedores.

Las copias de los Manuales de Procedimientos entregadas en cada punto de uso tendrán el rango de “copias controladas”, por ser documentos de uso interno exclusivamente. El término de copia controlada implica en un proceso que garantiza el uso exclusivo de revisiones validas para cada usuario.

La Gerente de Recepción como responsable del aseguramiento de la Calidad se encargará: del registro de modificaciones, presentación para la aprobación, lista maestra de revisiones válidas documentos o procedimiento equivalente que asegure que cada usuario o punto de uso tenga a su cargo únicamente revisiones válidas de documentos.

5.2. *Aprobación Y Emisión De Documentos Y Datos*

Es necesario revisar y aprobar la adecuación de los documentos y datos antes de emitirlos, a fin de evitar que se utilicen documentos obsoletos y/o inválidos, el departamento debe crear y distribuir una lista maestra o un procedimiento similar que permita consultar el estado actual de revisión de los documentos.

5.3. Cambios en los documentos y en los datos.

El requisito básico consiste en identificar los cambios realizados en los documentos y/o en los datos, revisarlos y aprobarlos. El proceso de

revisión y aprobación deberá realizarlo el personal que haya realizado la revisión inicial.

5.4. Documentos Caducos

Cuando los documentos pierden su vigencia se marca con la palabra “OBSOLETO” y se almacena en un lugar separado de los documentos en vigencia. Estos documentos se deben clasificar y se debe almacenar, posibles revisiones por parte de la organización o por los clientes.

- ✓ El departamento de Recepción del Hotel Presidente tiene un listado de los documentos relacionados con el desarrollo de sus labores.
- ✓ El Gerente de Recepción aprueba los documentos generados.
- ✓ Los documentos están clasificados por su nivel de importancia.

6. Identificación Y Seguimiento De Los Servicios

El objetivo de esta cláusula es habilitar al Departamento para seguir el rastro de los suministros, componentes y servicios terminados. Será utilizado cuando el cliente o el departamento necesite que se identifiquen o rastreen las partes o los componentes del servicio, para ello se definirá métodos por utilizar y los registros que se vayan a utilizar.

6.1. Marco

Se entiende por trazabilidad la posibilidad de identificar variables predefinidas de los procesos de prestación de servicios, desde el inicio de los mismos hasta la prestación del servicio.

Dentro de las variables de la trazabilidad se incluyen la posibilidad de identificar el origen y los resultados de las inspecciones o ensayos realizados en la prestación de los servicios.

Identificación: El personal de Departamento de Calidad y el personal del departamento de Recepción, son responsables de la identificación de todos los servicios prestados no conformes.

Trazabilidad: El departamento de Calidad mantiene al día los registros de inspección de los servicios, así como registrar los parámetros de la prestación de servicios.

El personal de Recepción es responsable de seguir las normas y directrices establecidas en cuanto a la identificación y trazabilidad.

7. Control De Procesos

Siendo este apartado el principal para estructurar el sistema de gestión de la calidad que se refiere al control de la calidad, donde todas las actividades que influyen en la calidad del servicio deben planificarse, controlarse. Se debe establecer el mejor método para llevar a cabo estos procesos mediante procedimientos e instrucciones detalladas.

7.1. Marco.

El Manual fija las directrices para la elaboración de los procedimientos de control de los procesos, para el departamento.
Como directriz de la calidad el departamento tiene los siguientes requisitos para el control de procesos:

- Disponer de procedimientos documentados, cuya ausencia podría afectar negativamente a la calidad del proceso. Disponer de diagramas de procesos.
- Disponer del equipo apropiado estableciendo un entorno de procesamiento adecuado.
- Verificación de los parámetros de servucción.
- Elaborar instrucciones de trabajo en los casos en que la ausencia de estas pudiera perjudicar la calidad.
- Registro de los parámetros de producción.

8. Inspección Y Ensayos

Tiene por objeto que el servicio cumpla con los requisitos establecidos.

8.1. Marco

El Manual exige directrices para la elaboración de los procedimientos de Inspección y ensayos.

La inspección y ensayo de los productos tiene como fin verificar la efectividad de los procesos y el cumplimento de los requisitos especificados.

- Inspección y ensayos en la recepción.
- Inspección y ensayo durante el proceso del servicio.
- Inspección y ensayo en el servicio terminado
- Registro de pruebas.

9. Control De Los Equipos

El objetivo es asegurar que se usa el equipo adecuado para verificar el trabajo.

9.1. Marco

El manual fija directrices para la elaboración de los procedimientos de control de los equipos de inspección, medición y ensayo.

Como política de calidad la empresa tiene los siguientes requisitos para el control de estos equipos:

- Identificar necesidades de mediciones y ensayos.
- Disponer de procedimientos documentados, para la selección, identificación, localización, mantenimiento y registro del equipamiento.

10. Estado De Inspección Y Ensayo

Aquí de identificará a los servicios que están listos.

10.1. Marco.

En la cláusula se especificará que debe ser posible especificar rápidamente los siguientes puntos:

- ✓ Si se han concluido satisfactoriamente las inspecciones y ensayos requeridos.
- ✓ Si el servicio está listo.

El propósito de este procedimiento se refiere al establecimiento de sistemas que eviten la utilización indebida de procedimientos que no hayan sido debidamente aprobados por inspección.

10.2. Metodología De Verificación

10.3. Inspección Final Y Prueba

La inspección final incluye verificar que se hayan realizado todas las inspecciones en proceso y prueba.

La inspección final se realiza como se describe en el procedimiento de control para asegurar que se cumplan todos los requerimientos especificados.

11. Control De Los Servicios No Conformes

En este apartado se establecerá formas para identificar y tratar las no conformidades.

11.1. Marco

Se identificará las no conformidades de manera estricta y decidir qué hacer al respecto y en lo posible mantener el servicio no conforme a parte.

El presente procedimiento se aplica a los servicios que se hallen fuera de especificaciones: en la recepción, o en el proceso, siempre que estén dentro del recinto la responsabilidad de:

Los recepcionistas: son responsables de actuar según lo establecido en el plan del servicio correspondiente, acudiendo en caso de duda a su inmediato superior o al Responsable de Control de Calidad.

12. Acciones Preventivas Y Correctivas

Son utilizadas para garantizar que se corrigen los problemas y se impiden que vuelvan a ocurrir.

12.1. Marco.

Las acciones correctivas y preventivas constituyen un mecanismo de autorregulación y mejora continua del Sistema de Calidad, y se ponen en marcha con carácter excepcional cuando se detectan no conformidades en dicho sistema; las correcciones inmediatas de problemas reciben el de DISPOSICIONES.

Control de servicios No Conformes o Reclamos de Clientes, implican toma de decisiones inmediata para corrección de problemas, sin la necesidad de análisis de causas ni del enfoque preventivo que deben tener las acciones correctivas.

Por tanto, este procedimiento de acciones correctivas, está basado en la ocurrencia de no conformidades, acciones preventivas, basado en actividades de estudios de disminución de riesgos, especialmente para el caso de nuevos servicios, no necesita aplicarse ante problemas cuya solución es obvia o directa, ni cuando la relación causa – efecto está bien identificada o predefinida.

12.2. Generalidades.

El departamento de Recepción del Hotel Presidente establece documentos y procedimientos documentados para la implantación de acciones correctoras y preventivas.

12.3. Acción Correctiva

Debe determinarse un Manual del Sistema de Calidad, deben tomarse las medidas correctivas necesarias para evitar contingencias y su repetición en el grado apropiado a la magnitud del problema y en relación a los riesgos que puede generar y que afecten a la calidad del servicio.
Las solicitudes de acciones correctivas pueden provenir de cualquiera de las siguientes partes:

Auditoría Interna de Calidad. En el informe se incluye un formulario para las solicitudes de acciones correctivas.
Requerimiento del cliente. Un procedimiento de seguimiento exterior da lugar a la acción correctiva pone de manifiesto los recursos para mejorar el servicio.

Acciones preventivas. Como resultados de control de calidad, mantenimiento de equipos, la instalación, etc. Pueden también ser iniciadas en cualquier momento.
Debe registrarse y mantenerse un archivo de las actividades de acciones correctivas y preventivas y monitorearse la efectividad de su desempeño.

12.4. Acciones preventivas.

12.4.1. Mantenimiento *PREVENTIVO DE EQUIPAMIENTO:*

Entre las ventajas que presenta el mantenimiento preventivo, tenemos:

- Funcionamiento correcto de máquinas e instalaciones.
- Seguridad del personal

El mantenimiento preventivo presenta en puntos, que son:

- Inspección: Primeramente se confeccionará las hojas de inspección las cuales formarán un cuadernillo para cada

equipo, figurando en ellas las partes más importantes de la misma, así como lo que se debe inspeccionar, cómo y cuánto.

- La frecuencia semanal, quincenal, etc. En que se debe de realizar la inspección se deduce de los datos del fabricante, para esto se aplicará el principio de Fiabilidad o probabilidad de que un elemento funcione durante un tiempo dado.
- Reparación: La misión del mantenimiento preventivo no sólo consiste en detectar posibles averías, sino que se debe realizar las reparaciones precisas para evitar que se produzcan las averías o para solucionar los destrozos ocasionados cuando esta se haya producido.
- Control : El control se refiere y comprende lo siguiente:
- Registro de trabajos
- Análisis de tiempos (Ingeniería de métodos)
- Registro de carga de trabajos

13. Control De Los Registros De La Calidad

Se establecerá pruebas de los registros de acciones emprendidas.

13.1. Marco

Los registros de la Calidad son todos aquellos datos, almacenados en papel o en soporte informático, que permiten demostrar y probar un hecho relevante para la Calidad y para la buena atención a los Clientes.

El procedimiento permitirá: Identificar, recolectar, codificar, acceder, clasificar, archivar, mantener, y disponer; de los registros relativos a la calidad.

El departamento de Recepción establece un período de conservación de los registros de la Calidad, en archivo activo, por espacio de 4 años. La función de toda esta documentación histórica es servir de base para análisis de problemas o diseño de acciones preventivas o correctivas, así como servir como prueba demostrativa de la Calidad en situaciones contractuales

14. Auditorías Internas De Calidad

14.1. Marco

La finalidad de las auditorías internas de calidad es contribuir de modo sistemático a la verificación de la adecuación del aseguramiento de la Calidad a los objetivos pertinentes, comprobando que está bien implantado, y que es eficaz para cumplir los Requisitos acordados con los Clientes.

14.2. *Personal Designado A Las Auditorías Internas De Calidad*

Las auditorías internas de calidad se deben realizar en forma programada y en cada área funcional por lo menos dos veces al año para monitorear y la efectividad del sistema completo y tener un seguimiento del mismo.

Todos los procesos y actividades relacionados con calidad, deben cumplir con procedimientos escritos y serán auditados periódicamente.

El o los auditores de calidad deben ser personas con:
Suficiente formación y apropiada calificación profesional.
Experiencia y conocimiento del rubro del servicio que le permita detectar errores.
Experiencia en auditajes de calidad y vigencia profesional demostrable.

Ser totalmente imparcial e inalterable ante presiones de los ejecutivos, directores, jefes o intereses sobre el sistema de calidad.

El auditor interno debe ser independiente del área auditado y puede estar acompañado por un representante de la misma.

Pueden ser contratados de empresas externas que acrediten suficiencia en calificaciones correspondientes.

Los informes de Auditoría de calidad deben contener cómo mínimo:

- Proceso o actividad sujeto de la auditoria.
- Procedimientos seguidos para la auditoria.
- Registros generados en la auditoria.
- Registros auditados.
- Acciones correctivas y preventivas recomendadas.
- Nombre del auditor y fecha de la auditoria.

15. Adiestramiento Del Personal

Los requisitos de capacitación de las normas ISO 9001 son muy generales y corresponden a la misión global de la calidad, es decir, que cada de las personas que trabajan en la empresa realizan actividades que influyen sobre la calidad.

15.1. Marco.

El objetivo que contempla este procedimiento comprende la identificación de las necesidades de capacitación, para lo cual es importante establecer requisitos de calificación de los recursos humanos que asuman cargos de importancia para la calidad.

Las actividades de capacitación que contempla este procedimiento pueden ser tanto de carácter externo como interno.

Podrán ser realizados planes Capacitación, pero lo importante es la actuación de los mismos y/o la verificación permanente de la eventual necesidad de capacitación.

15.2. Servicio Post Venta

Los requisitos básicos exigen que el proveedor realice lo siguiente:

- Establecer y mantener procedimientos documentados para el servicio.
- Verificar que el servicio cumpla con los requisitos estipulados e informar al respecto.

15.3. Marco

Se debe considerar el establecimiento de un sistema de advertencia temprana para reportar casos de falla en el servicio y así asegurar una rápida acción correctiva.

Se debe tener a disposición la información sobre quejas, o cualquier problema encontrado en el consumo del servicio, con el fin de llevar a cabo la revisión y acción correctiva en la proporción de ingredientes, en el proceso y en el consumo del servicio.

15.4. Técnicas estadísticas

El uso racional de los procesos estadísticos acarrea grandes beneficios, con frecuencia se pasa por alto esta cláusula, que no solo se refiere a las técnicas reconocidas de control estadístico de proceso y de muestreo para inspección, sino también de otras técnicas de análisis que se basan en la estadística.

15.5. Marco

No hay exigencia de usar esta cláusula, pero cuando se utiliza resulta esencial que el personal que las maneja sepa lo que está haciendo y porque, y para ello se necesita capacitación.

15.6. Técnicas Estadísticas

Serán utilizadas por los equipos de mejoramiento continuo conforme se hayan realizado los cursos de capacitación en este aspecto.

5.3.1.6 Presupuesto

COSTO DE ELABORACIÓN DE LOS MANUALES			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
	Nº EJEMPLARES	PAGINAS	TOTAL
Encargado de la elaboración de los manuales			4500,00
Impresión blanco y negro+ engrapado Manual de funciones	30,00	16,00	1680,00
Impresión blanco y negro+ engrapado Manual de Procedimiento	30,00	18,00	1890,00
Impresión blanco y negro + engrapado Manual de calidad	30,00	42,00	4410,00
COSTO TOTAL			**7980,00**

Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración de los manuales el costo será de 26.216 bolivianos, con este monto se realizara la impresión en papel normal, en blanco y negro todos los manuales, manual de calidad, manual de procedimientos y manual de funciones.

5.3.1.7 Evaluación

La evaluación de estos manuales será continua, ya que los empleados deberán saber al pie de la letra lo especificado en los manuales.

5.3.2 Capacitación de Personal

5.3.2.1 Objetivo

Coordinar las actividades entre los funcionarios y operativos del departamento.

5.3.2.2 Justificación

La capacitación de personal es una propuesta que ayudara a mejorar el servicio en el departamento, ya que el recurso humano que trabaja en el departamento debe estar interiorizado con la cultura de la calidad.

Por ahora el departamento no tiene cursos de capacitación para el personal, esta propuesta brindara herramientas de trabajo para los empleados del departamento.

La propuesta es factible para la realidad del hotel, esta capacitación beneficiara al hotel en gran medida mejorando su personal, también será beneficioso para el cliente quien recibirá mejores servicios.

Esta actividad importante porque sin la cual no podrá mejorar la calidad del personal del departamento.
Es por este motivo se debe realizar cursos en forma periódica en calidad de servicios y trabajo en equipo.

5.3.2.3 Contenido

PROGRAMA # 1

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

ATENCIÓN AL CLIENTE CON CALIDAD

La capacitación de personal tendrá el siguiente contenido:

1. Que es la calidad?
2. Que es el cliente?
3. Bases de la calidad aplicada al turismo y la calidad.
4. Como tratar al cliente para lograr su plena satisfacción.
5. Actitud positiva en el servicio
6. Pasos en la actitud del cliente
7. Formas de uso de los manuales implementados.
8. Saludos y presentaciones.

PROGRAMA # 2

CAPACITACIÓN DE PERSONAL

TRABAJO EN EQUIPO

En la capacitación de personal tiene el siguiente contenido:

1. Organización de materiales y equipos
2. Técnicas de speech
3. Motivación de grupo y auto motivación
4. Funciones del personal
5. Trato con el resto del personal
6. Interdependencia laboral
7. Responsabilidades y obligaciones
8. Liderazgo efectivo
9. Técnicas de liderazgo
10. Habiente de trabajo armónico
11. Técnicas de trabajo en equipo

5.3.2.4 Descripción

Los cursos de capacitación de personal para el Departamento de Recepción del Hotel Presidente, serán dictados fuera de horarios del personal, tendrá la duración de 60 horas, distribuidas entre semana para la comodidad del empleado.

5.3.2.5 Presupuesto

COSTO DE CAPACITACION DE PERSONAL			
expresado en bolivianos			
	CANTIDAD	**CONCEPTO**	**TOTAL**
Alquiler data show	1	MES	250.00
Bolígrafos	25	UNIDADES	50.00
Cuadernillos de notas	25	UNIDADES	62,50
Capacitador	1		5700.00
Certificados	12	UNIDADES	180.00
Breake	15	PERSONAS	2625.00
TOTAL			**8867,5**

Fuente: Elaboración propia

Para realizar las capacitaciones del personal se necesitara 8867.5 bolivianos por modulo, que cubrirán el costo de la capacitación para el personal de recepción del hotel, que se llevara a cabo en el lapso de 6 meses cada modulo durara un mes y medio.

5.3.2.6 Evaluación

La evaluación, se llevara a cabo al inicio, de la capacitación, en el transcurso del mismo, y al final del curso de capacitación.

El control será constante, dentro de las horas de trabajo, durante los tres turnos, para el Jefe de Recepción, recepcionistas y bell boys.

5.3.3 Equipamiento

5.3.3.1 Objetivo

El objetivo de reemplazar el equipamiento antiguo del departamento es porque con la adquisición de nuevos equipos se podrá brindar un servicio más eficiente y eficaz.

5.3.3.2 Justificación

La propuesta de equipamiento surge con la necesidad de nuevos walkie talkies y una maquina fotocopiadora, esto para que el recepcionista brinde el servicio en un lapso corto de tiempo.

El departamento de recepción tiene walkie talkies, que ya están fuera de servicio, no se escucha bien y el departamento de ama de llaves no recibe nuestros mensajes a tiempo ya que estos aparatos han cumplido ya su vida útil.

El departamento de Recepción no cuenta con una maquina fotocopiadora, es por esto que el check in de los huéspedes dura aproximadamente 15 minutos por persona, y este problema es porque hay un escáner que está en malas condiciones y tarda mucho en reconocer el papel.

El principal beneficiado será el hotel, especialmente los empleados del departamento de recepción ya que con este podrá acortar el tiempo de atención a los clientes, el cliente se sentirá más cómodo en un ambiente más moderno.

5.3.3.3 Presupuesto

COSTO DE EQUIPAMIENTO			
expresado en bolivianos			
	CANTIDAD	**CONCEPTO**	**TOTAL**
Maquina fotocopiadora	1	UNIDADES	3490.00
Walkie talkies	4	UNIDADES	698.00
TOTAL			**4188.00**

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la renovación del equipamiento necesario se necesitara 4188.00 bolivianos, que cubrirán el costo de la total de la 01 fotocopiadora y los 2 pares de walkie talkies.

Caracteristicas de la maquina fotocopiadora:

FOTOCOPIADOR MULTIFUNCIONAL KONICA MINOLTA MODELO BIZHUB – 160

- Impresora/Fotocopiadora/Scaner
- Scarner b/n y color
- 16 copias por minuto
- Digitalización de documentos
- Insumos de alta duración
- Sistema de copiado laser

Características de Walkie Talkies

MARCA MOTOROLA – MOD. MJ270R

- 3 pilas AAA con batería níquel
- Frecuencia de 22 canales
- Alcance máximo de 43 Km.
- 10 tonos de llamada
- Tono de confirmación
- Llamada vibratoria
- Activación de voz
- Bloqueo automático
- Sistema anti-ruido
- Central empotrada
- Cronometro
- Reloj
- Clip para cinturón

5.3.3.4 Evaluación

La evaluación mes para revisar el equipamiento brindado para que se mantenga en buen estado, con un control constante por parte del jefe de Recepción.

5.4 Financiamiento

El financiamiento para el proyecto que se plantea en el presente proyecto se realizara de la siguiente manera:

- El Hotel Presidente realizara el desembolso total del monto de dinero que se necesita para poner en marcha el presente proyecto.
- Ya que es una empresa privada la familia Dueri se hará cargo de la inversión a realizar.
- El monto a desembolsar es de 47.136 bolivianos, para poner capacitar al personal, tener los manuales actualizados e implementar el manual de calidad, y la adquisición de una fotocopiadora y walkie talkies.

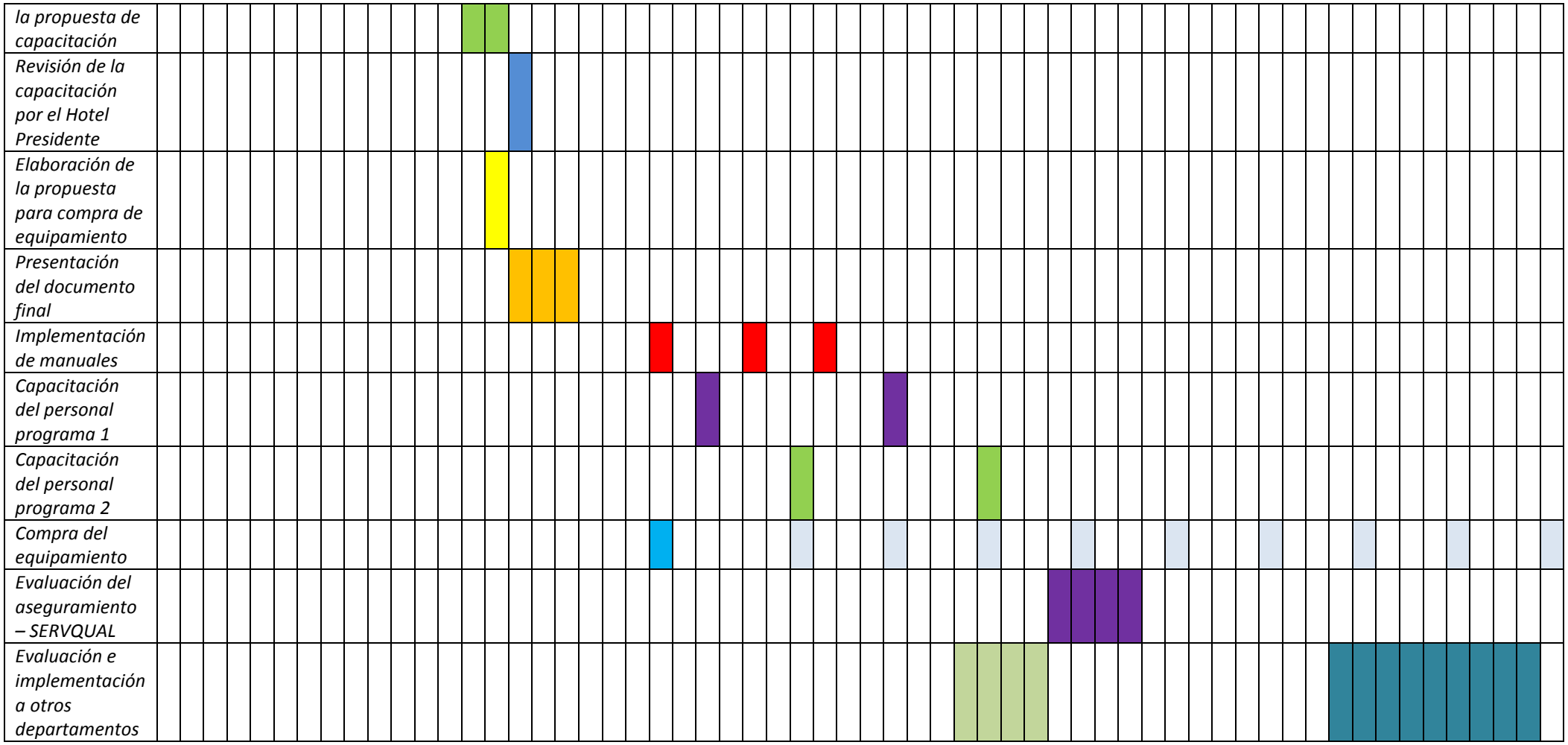
COSTO TOTAL DE LA INVERSIÓN	
EXPRESADO EN BOLIVIANOS	
CONCEPTO	**SUB TOTAL**
Costo de elaboración de los manuales	7980,00
Costo de capacitación de personal	8867,50
Costo de equipamiento	4188.00
TOTAL GENERAL	**21,035,50**

RESUMEN

1. Como se ha visto en la parte anterior el financiamiento se realizara para:
    - Capacitación de personal
    - Manuales
    - Equipamiento
2. El tiempo de capacitación del personal será constante.
3. Con la capacitación que reciban los empleados el servicio será eficaz, el rendimiento y la calidad del servicios lograran que la afluencia sea mayor.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDAD /MES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15
Se presenta la propuesta y es aceptada															
Se realiza y presenta el cuestionario															
Reunión con el jefe de Departamento de Recepción															
El cuestionario es aceptado															
Se pone en práctica el cuestionario															
Tabulación de datos															
Presentación de resultados al Hotel Presidente															
Resultados analizados por el Hotel Presidente															
Elaboración de los manuales															
Revisión de los manuales por el hotel presidente															
Elaboración de															


la propuesta de capacitación
Revisión de la capacitación por el Hotel Presidente
Elaboración de la propuesta para compra de equipamiento
Presentación del documento final
Implementación de manuales
Capacitación del personal programa 1
Capacitación del personal programa 2
Compra del equipamiento
Evaluación del aseguramiento – SERVQUAL
Evaluación e implementación a otros departamentos

CONCLUSIONES

Con lo mencionado anteriormente, las conclusiones son las siguientes:

- ✓ El departamento de Recepción del Hotel Presidente no brinda servicios con calidad.
- ✓ El personal del departamento de Recepción del Hotel Presidente no está capacitado.
- ✓ Los huéspedes no están conformes con el servicio.
- ✓ El servicio brindado en el departamento de Recepción del hotel Presidente es lento.

RECOMENDACIONES

- ✓ La presente propuesta surge como una necesidad de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad del departamento de Recepción del Hotel Presidente, se plantea esta propuesta para que el servicio sea más eficiente
- ✓ Los manuales deberán ser aplicados de forma inmediata y deberán ser actualizadas, de acuerdo a los requerimientos del hotel.
- ✓ Como parte del Aseguramiento de la Calidad, se proponen manuales de calidad, manual de procedimientos y manual de funciones, estos deben ser confidenciales, y deberán estar regulados por el encargado de departamento.
- ✓ El Sistema de Aseguramiento de Calidad que se propone en el documento deberá ser aplicado en forma continua, con las capacitaciones correspondientes al personal del departamento para que el este brinde una atención con calidad.
- ✓ Las actualizaciones deben ser realizadas por personas especializadas en calidad, la actualización se realizara cada seis meses,
- ✓ Al aplicar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad en el departamento de Recepción, se deberá tomar en cuenta la propuesta para los demás departamentos de tal forma de que todo el hotel tenga un servicio uniforme.
- ✓ Realizar los controles como se especifica en el documento, para tener resultados que puedan ser medidos y con esto logar la estandarización de los servicios que tiene el departamento de recepción.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ALBURTO, Manuel. (1997). *Administración por Calidad.* México: Ed. Continental.
- ✓ACERENZA, Miguel Ángel. (1984). *Administración del Turismo-Conceptualización y Organización.* Volumen 1, México D.F: Ed. Trillas.
- ✓*AMERICAN SOCIETY FOR QUALITY.(2009). (USA). 9/nov/2009 Recuperado de: http://www4.asq.org/qualityforlife/work-stories/mike-mcdermott---video.html*
- ✓*ARRILLAGA, Ignacio. Ensayos sobre Turismo. Ed. Turísticas. 1962. 158 p.*
- ✓*Barómetro OMT del Turismo Mundial – Hoja de Ruta para la Recuperación-tercer trimestre 2009 http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=2532&idioma=S*
- ✓BAEZ, Sixto; *Hotelería,* Ed. Continental S.A. México, (1996)
- ✓CREATIV COMMONS. ARP CALIDAD- ORGANIZACION POR PROCESOS Y GESTIÓN DE CALIDAD. http://arpcalidad.com
- ✓*CENTRO EMPRESARIAL LATINOAMERICANO. Gestión y Servicios de Hotelería. Bolivia. 2009. 98p.*
- ✓CÁMARA NACIONAL DE INDUSTRIA: industria en cifras 2005, Ed. Cámara Nacional de Industria. Santa Cruz – Bolivia.
- ✓*CABARCOS, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos. España. 2006. 290 p.*
- ✓*CÁTEDRA DE CALIDAD, METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN, Universidad de la Habana, 2005, Pág.4.*
- ✓CUATRECASAS, Lluis: Gestión Integral de la calidad.
- ✓CHONG, Kie – sung : atención al cliente en hostelería
- ✓*CHAMORRO; Francisco, RUBIO; Antonio, Introducción a la Gestión de la Calidad. Ed. Delta, España(2007)*
- ✓DE LA TORRE, Francisco; Administración Hotelera, Primer Curso división de *cuartos*, Ed. Trillas. (1998)

- ✓DOMÍNGUEZ, Humberto; *El servicio invisible. Fundamento de un buen servicio al cliente,* eco ediciones, Colombia (2006)
- ✓*DIRECCIÓN DE MARKETING. KOTLER, Philip. México (2006) ED. Mexicana.*
- ✓FITUR: Tendencias Hoteleras: entre el gran lujo y el bajo coste www.FITUR.com.bo 20 Mayo 2009
- ✓*GERENCIA BENCHMARKING. ESPENDOLINI, Michael. Bogotá-Colombia. Grupo editorial Norma. (2005)*
- ✓GAITHER, Norman et al. *Administración de Producción y Operaciones* Ed. Internacional Thomson, México, (2000)
- ✓*GRAN HOTEL COCHABAMBA. http://www.granhotelcochabamba.com/quienes_somos.php*
- ✓GARCÍA, Manuel, et, al. *Prácticas de la Gestión empresarial,* editorial Mc Grawn Hill, España, (2001)
- ✓*GALILEO, Jesús .PEYROLON, Ramón.* Diccionario de hostelería.
- ✓*Hotelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar. Madrid. 2004.*
- ✓*GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL. UN TEXTO INTRODUCTORIO- JAMES, Paul. España (1997)*
- ✓GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO REGIONAL Calidad en los servicios turísticos – Diplomado en los Servicios Turísticos –2002 gandrade@]prodigy.net.mx 1 de junio 2009.
- ✓*GONZALES, Francisco Et.al. Introducción a la Gestión de la Calidad .. Ed. Delta - España (2007)*
- ✓HANSAWORLD Enterprise: Caso de Estudio Hotel Cortez, Bolivia, www.hansaworld.com 06 Mayo 2009
- ✓*HOTEL SIDI. http://www.hotelessidi.es – Valencia- España*
- ✓*HOTEL CORTEZ. SANTA CRUZ DE LA SIERRA. http://www.hotelcortez.com/*
- ✓*HOTEL RITZ LAGOA DA ANTA URBAN RESORT - http://www.ritzlagoadaanta.com.br/es/index.php Alagoas- Brasil*

- ✓ *INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA CALIDAD- GONZALES, Francisco. Et.al. Ed. Delta - España (2007)*
- ✓ *INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS. Gobierno de España – Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES*
- ✓ *INSPECCIÓN. CONTROL DE CALIDAD. http://docencia.udea.edu.co/ingenieria/control_calidad/06_cc_inspeccion.html*
- ✓ *INFORMANDO DE CALIDAD. DEFINICIÓN DE AUDITORIA DE CALIDAD. http://informandodecalidad.wordpress.com/2008/04/09/definicion-de-auditoria-de-calidad/*
- ✓ *INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA CALIDAD- GONZALES, Francisco; CHAMORRO, Antonio; RUBIO, Sergio, Ed.Delta, España(2007)*
- ✓ INTERCONSULTIN BOREAU S.L.; *Manual de calidad de servicio y atención al cliente. Formación para el empleo*. Ed DPE S.I., Madrid. (2009)
- ✓ *JAMES, Paul. Gestión de la Calidad Total. Un Texto Introductorio- España (1997)*
- ✓ *Jornadanet.com, http://www.jornadanet.com/n.php?a=37780-1 publicado 28/8/2009*
- ✓ LARREA, Pedro; Calidad de Servicio del Marketing a la Estrategia Ed Díaz de Santos S.A, Madrid, (1991)
- ✓ *Ley de Promoción y desarrollo de la Actividad Turística. Ley 2074 y decreto supremo 26643. Bolivia. 2005.*
- ✓ METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Mejía I. Raúl. (Pág. 36)
- ✓ MANOEL, José: *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles – la calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad*, Universidad Federal de Paraná, Brasil.
- ✓ MANOEL, José: Hoteles sostenibles para destinos sostenibles – la calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad, Universidad Federal de Paraná, Brasil.

- ✓ MANTECON, Alejandro. La Experiencia del Turismo. Barcelona. Ed. Icaria. 2008. 298p.
- ✓ *MARKETING ESTRATÉGICO PARA EMPRESAS DE SERVICIO. MAQUEDA. Javier; LAGUNO, José; Ed diez de Santos, Madrid(1995)*
- ✓ *MUÑOZ REYES, Víctor. Bolivia y sus orígenes. Bolivia en el primer centenario de su independencia. Ed. The University Society. EE.UU. 1925.*
- ✓ *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.* UNITED NATIONS. *http://www.unwto.org*
- ✓ POLA, Ángel; *Gestión de la Calidad,* Ed. A.G. Portabella, España.
- ✓ *QUEZADA, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica. 2007. 300 p.*
- ✓ *REINGENIERÍA DE PROCESOS. ALARCON, Juan Ángel. ED. fundación confederal.*
- ✓ RAMÍREZ, Cesar; *Hoteles Gerencia, Seguridad y Mantenimiento*, Ed. Trillas, (2000)
- ✓ *RODRÍGUEZ, Manuel. Características de la oferta y la demanda. Mexico DF. 2008. 50p.*
- ✓ *REYES, Eliana. Administración Hotelera: Recepción. 2006. 100p.*
- ✓ SABIA: Gestión Hoteles, (2008)
- ✓ *SERVQUAL. UN INSTRUMENTO PARA MEDIR LA CALIDAD. PASCUAL, José Carlos. Asociación Española para la Calidad. (Pág.4)*
- ✓ *TÉCNICO EN HOTELERÍA Y TURISMO- TOMO 1- VILLENA, Eduardo, Ed. Cultural. ESPAÑA(2003) (pag-215)*
- ✓ UDAONDO, Miguel; *Gestión de la Calidad*, Ed. Díaz de Santos, Madrid (1992)
- ✓ UGARTE, Xoán. Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel internacional. 1999. Ed. Universidad de Santiago de Compostela. 237 p.
- ✓ *UNIVERSIDAD DEL NORTE. DEFINICIÓN Y TIPOS DE MUESTREO. http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html*
- ✓ *Universidad del Caribe. Técnicas de Hospedaje. México DF. 2009. 50p.*

- ✓ *VALDEZ, Luis. RUIZ, Agustín. Turismo y Promoción de destinos turísticos. España. 2009. 355 p.*
- ✓ *VILLENA, Eduardo. Técnico en Hotelería y Turismo- TOMO 1-, Ed. Cultural. ESPAÑA.2003. 215pag.*
- ✓ WELLINGTON, Patricia; *Como Brindar un Servicio Integral al Cliente*, Ed. Mc Grawn Hill, Colombia, (1997)
- ✓ *WIKIPEDIA. http://es.wikipedia.org/wiki/Especificaci%C3%B3n*
- ✓ *WOODFORD, Protase. SCHMITT. Conrrad. Turismo y Hotelería lecturas y vocabulario en español. 1993. Ed. MacGraw Hill.193 p.*
- ✓ Dinámica de mercado Madrid Mayo 2000 http://www.opabinia.com/teoria/Dinamica/dinamica.htm 20 de Mayo 2009.
- ✓ Elementos del servicio hotelero http://html.rincondelvago.com/servicio-hotelero.html 1 Junio 2009.
- ✓ Evolución de la Administración Hotelera http://www.gestionyadministracion.com/cursos/administracion-hotelera.html 06 de mayo 2009.
- ✓ La hotelería paceña sale a flote después de años de crisis La Razóm, domingo 11 de junio 2006.
- ✓ *GERENCIA NEGOCIOS. http://www.gerenciaynegocios.com/canales/produccion/conceptos_produccion.htm*
- ✓ *MG. CALIDAD. INTRODUCCION A LOS CONCEPTOS DE CALIDAD. http://mgar.net/soc/isointro.htm#def5*
- ✓ *DEFINCION LEGAL. DEFINICIONES LEGALES http://www.definicionlegal.com/definicionde/Sistema-calidad.htm*
- ✓ *EXELENCIA EMPRESARIAL. http://web.jet.es/amozarrain/*
- ✓ *EUSKOSARE. Definición y conceptos sobre calidad* http://www.euskosare.org/enpresak/kalitatea/definicion_conceptos_claves_sobre_calidad
- ✓ *CONCEPTOS GENERALES DE CALIDAD. http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml#man*

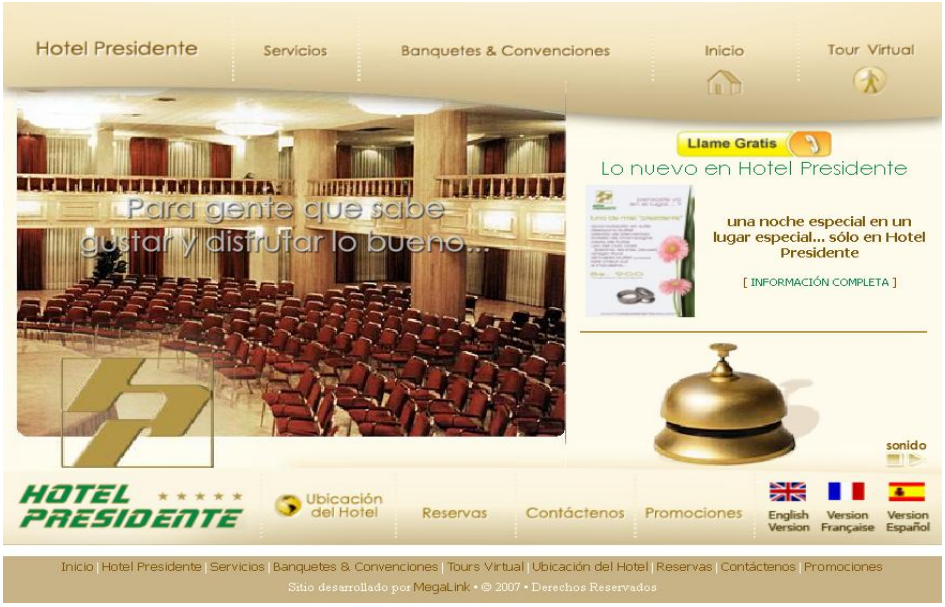
✓ *BIBLIOTECAVIRTUAL. EUMED.NET.*
http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rab/4.2.1.htm
✓ *"Q" DE LA CALIDAD TURÍSTICA,*
http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=menu/que_es

ANEXO Nº 1

HOTEL

PRESIDENTE

PAGINA WEB


Hotel Presidente
Servicios
Banquetes & Convenciones
Inicio
Tour Virtual
Para gente que sabe gustar y disfrutar lo bueno...
Llame Gratis
Lo nuevo en Hotel Presidente
una noche especial en un lugar especial... sólo en Hotel Presidente
[INFORMACIÓN COMPLETA]
sonido
HOTEL PRESIDENTE
Ubicación del Hotel
Reservas
Contáctenos
Promociones
English Version
Version Française
Version Español
Inicio | Hotel Presidente | Servicios | Banquetes & Convenciones | Tours Virtual | Ubicación del Hotel | Reservas | Contáctenos | Promociones
Sitio desarrollado por MegaLink • © 2007 • Derechos Reservados

Hotel Presidente
Servicios
Banquetes & Convenciones
Inicio
Tour Virtual
Sevicios - Hotel Presidente
Centro de Negocios (Internet gratuito 24 horas)
Servicio Secretarial
Lavandería y Limpieza en Seco
Servicio de Taxi
Servicio a la habitación las 24 horas
Salones de distinta capacidad para todo tipo de acontecimiento (4 Salones)
Restaurante Gourmet "La Bella Vista", Restaurante-Cafetería "La Kantuta"
Pisos Ejecutivos con conexión a Internet
Pisos de No Fumadores
Agencia de Viajes
SPA
Parqueo
Celu-Rent, entre otros...
Menú
Habitaciones
Restaurantes
Bar L'Exclusive
Club Oasis
SPA
Servicio a la Habitación
Centro de Negocios
Agencia de Viajes
Sala de Juegos
HOTEL PRESIDENTE
Ubicación del Hotel
Reservas
Contáctenos
Promociones
English Version
Version Française
Version Español
Inicio | Hotel Presidente | Servicios | Banquetes & Convenciones | Tours Virtual | Ubicación del Hotel | Reservas | Contáctenos | Promociones
Sitio desarrollado por MegaLink • © 2007 • Derechos Reservados

HABITACIONES

LOGO

HOTEL PRESIDENTE

ANEXO Nº 2

OCUPACION DE HABITACIONES

CUADRO Nº 1

OCUPACION DE HABITACIONES 2007				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1828	99	1927	10
Febrero	1538	43	1581	8
Marzo	1903	27	1930	10
Abril	1682	17	1699	9
Mayo	1536	23	1559	8
Junio	1302	45	1347	7
Julio	1433	62	1495	8
Agosto	1888	57	1945	10
Septiembre	1623	29	1652	8
Octubre	1985	24	2009	10
Noviembre	1794	29	1823	9
Diciembre	754	20	774	4

CUADRO Nº1.1

OCUPACION DE HABITACIONES POR PAX 2007				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	2566	112	2678	10
Febrero	2091	49	2140	8
Marzo	2535	32	2567	9
Abril	2452	24	2476	9
Mayo	2132	24	2156	8
Junio	1774	49	1823	7
Julio	2204	64	2268	8
Agosto	2757	64	2821	10
Septiembre	2268	39	2307	8
Octubre	2953	27	2980	11
Noviembre	2637	40	2677	10
Diciembre	1065	25	1090	4

CUADRO Nº 2

OCUPACION DE HABITACIONES 2008				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	730	34	764	4
Febrero	1997	43	2040	12
Marzo	1813	38	1851	11
Abril	1458	25	1483	9
Mayo	1534	39	1573	9
Junio	1671	43	1714	10
Julio	1196	36	1232	7
Agosto	1183	39	1222	7
Septiembre	1194	27	1221	7
Octubre	1642	62	1704	10
Noviembre	1355	29	1384	8
Diciembre	1215	42	1257	7

CUADRO Nº 2.1

OCUPACION DE HABITACIONES POR PAX 2008				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1811	64	1875	8
Febrero	1904	34	1938	8
Marzo	2404	75	2479	10
Abril	1746	34	1780	7
Mayo	1620	51	1671	7
Junio	1624	48	1672	7
Julio	2439	54	2493	10
Agosto	2237	64	2301	9
Septiembre	1977	39	2016	8
Octubre	2582	47	2629	11
Noviembre	2922	62	2984	12
Diciembre	1027	44	1071	4

CUADRO Nº 3

OCUPACION DE HABITACIONES 2009				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1227	51	1278	6
Febrero	1145	23	1168	6
Marzo	1426	27	1453	7
Abril	1563	85	1648	8
Mayo	1470	54	1524	8
Junio	1400	480	1880	9
Julio	1639	59	1698	9
Agosto	1661	47	1708	9
Septiembre	1489	63	1552	8
Octubre	1872	58	1930	10
Noviembre	2019	27	2046	10
Diciembre	1984	25	2009	10

CUADRO Nº 3.1

OCUPACION DE HABITACIONES POR PAX 2009				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1811	71	1882	7
Febrero	1561	23	1584	6
Marzo	2050	26	2076	8
Abril	2245	117	2362	9
Mayo	2131	62	2193	8
Junio	1848	59	1907	7
Julio	2311	78	2389	9
Agosto	2406	96	2502	9
Septiembre	2030	73	2103	8
Octubre	2733	72	2805	11
Noviembre	2684	33	2717	10
Diciembre	1965	10	1975	7

CUADRO Nº 4.1

OCUPACION DE HABITACIONES 2010				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1200	40	1240	7
Febrero	1000	33	1033	6
Marzo	1350	25	1375	8
Abril	1450	54	1504	9
Mayo	1320	32	1352	8
Junio	1259	52	1311	8
Julio	1520	25	1545	9
Agosto	1260	35	1295	8
Septiembre	1340	42	1382	8
Octubre	1325	25	1350	8
Noviembre	1720	20	1740	10
Diciembre	1800	20	1820	11

CUADRO Nº 4.1

OCUPACION DE HABITACIONES POR PAX 2010				
MES	**OCUPACION**	**OCUPACION DAY USE**	**TOTAL OCUPACION**	**PORCENTAJE**
Enero	1800	90	1890	8
Febrero	1420	29	1449	6
Marzo	1810	10	1820	8
Abril	2050	50	2100	9
Mayo	2210	40	2250	9
Junio	1720	35	1755	7
Julio	2015	42	2057	8
Agosto	2164	50	2214	9
Septiembre	2458	29	2487	10
Octubre	2630	30	2660	11
Noviembre	1958	31	1989	8
Diciembre	1569	15	1584	7

ANEXO N º 3

ENCUESTAS REALIZADAS

¿CUAL ES TU NACIONALIDAD?		
NACIONALIDAD	**Nº PERSONAS**	**PORCENTAJE**
ALEMANIA	85	22,5
ESPAÑA	70	18,5
E.E.U.U	55	14,6
ARGENTINA	25	6,6
BRASIL	18	4,8
BOLIVIA	125	33,1

Fuente: Elaboración Propia

¿QUE EDAD TIENE?		
RANGO DE EDAD	**ºN PERSONAS**	**PORCENTAJE**
15 - 20	42	11
21-30	77	20
31-40	73	19
41 - 50	61	16
51 - 60	125	33

Fuente: Elaboración Propia

SEXO		
SEXO	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
FEMENINO	157	42
MASCULINO	221	58

Fuente: Elaboración Propia

¿CUÁNDO UN CLIENTE TIENE UN PROBLEMA EL RECEPCIONISTA MUESTRA UN SINCERO INTERÉS POR SOLUCIONARLO?		
	Nº PERSONAS	**PORCENTAJE**
SI	82	21,7
NO	176	46,6
NS/ NR	120	31,7

Fuente: Elaboración Propia

¿EL RECEPCIONISTA REALIZA BIEN EL SERVICIO EN LA PRIMERA VEZ?		
	Nº PERSONAS	**PORCENTAJE**
MUY MALO	52	14
MALO	125	33
REGULAR	60	16
BUENO	108	29
MUY BUENO	33	9

Fuente: Elaboración Propia

¿LOS RECEPCIONISTAS OFRECEN UN SERVICIO RÁPIDO A LOS HUÉSPEDES?		
	Nº DE PERSONAS	**%**
RÁPIDO	139	37
NORMAL	88	23
LENTO	151	40

Fuente: Elaboración Propia

¿EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS DE RECEPCIÓN LE TRANSMITE CONFIANZA A LOS HUÉSPEDES?		
	Nº PERSONAS	**%**
SI	157	42
NS / NR	96	25
NO	125	33

Fuente: Elaboración Propia

¿LOS EMPLEADOS DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN SON SIEMPRE AMABLES CON LOS CLIENTES?		
	Nº PERSONAS	**%**
SIEMPRE	131	35
A VECES	95	25
NUNCA	152	40

Fuente: Elaboración Propia

¿EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN COMPRENDE LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE LOS HUÉSPEDES?		
	Nº PERSONAS	**%**
SI	87	23
ALGUNAS VECES	99	26
NO	118	32
JAMÁS	70	19

Fuente: Elaboración Propia

¿EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN TIENE EMPLEADOS QUE OFRECEN UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA A SUS CLIENTES?		
	Nº PERSONAS	**%**
SI	135	36
NO	178	47
NS/NR	65	17

Fuente: Elaboración Propia

¿LOS EMPLEADOS DE RECEPCIÓN TIENEN CONOCIMIENTOS SUFICIENTES PARA RESPONDER A LAS PREGUNTAS DE LOS HUÉSPEDES?		
	Nº PERSONAS	**%**
MALO	147	39
REGULAR	72	19
BUENO	159	42

Fuente: Elaboración Propia

¿EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN TIENE APARIENCIA IMPECABLE?		
	Nº PERSONAS	**%**
MALO	123	32,5
REGULAR	83	22,0
BUENO	172	45,5

Fuente: Elaboración Propia

¿CUANDO EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN PROMETE HACER ALGO EN CIERTO TIEMPO, LO HACE?		
	Nº PERSONAS	**%**
NO LO REALIZA	70	19
TARDA	125	33
REGULAR	64	17
PUNTUAL	119	31

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO Nº 4

COSTOS

COSTO DE ELABORACIÓN DE LOS MANUALES			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
	Nº EJEMPLARES	PAGINAS	TOTAL
encargado de la elaboración de los manuales			4500,00
impresión blanco y negro+ engrapado Manual de funciones	30,00	16,00	1680,00
impresión blanco y negro+ engrapado Manual de Procedimiento	30,00	18,00	1890,00
impresión blanco y negro + engrapado Manual de calidad	30,00	42,00	4410,00
TOTAL			**7980,00**

Fuente: Elaboración Propia

COSTO DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
	CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL
alquiler data show	1	mes	250.00
bolígrafos	25	unidades	50.00
cuadernillos de notas	25	unidades	62,50
capacitador	1		5700.00
certificados	12	unidades	180.00
breake	15	personas	2625.00
TOTAL			**8867,50**

Fuente: Elaboración Propia

COSTO DE EQUIPAMIENTO			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
	CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL
Maquina fotocopiadora	1	unidades	3490.00
Walkie talkies	4	unidades	698.00
TOTAL			4188.00

Fuente: Elaboración Propia

COSTO TOTAL DE LA INVERSIÓN	
EXPRESADO EN BOLIVIANOS	
CONCEPTO	SUB TOTAL
COSTO DE ELABORACIÓN DE LOS MANUALES	7980,00
COSTO DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL	8867,50
COSTO DE EQUIPAMIENTO	4188.00
TOTAL GENERAL	**21,035,50**

Fuente: Elaboración Propia