



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN
LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DEL HOTEL HOLIDAY INN
UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Autora:

Maquilón Duarte Dennys Jazmin

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil – Ecuador

2018



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre Juanita Duarte Gavilánez, quien con todo su amor cultivó en mí el deseo de seguir aprendiendo, cuando realmente lo había perdido, siempre su entusiasmo me animaba a seguir adelante y gracias a ella hoy puedo decir que estoy culminando una etapa académica de mi vida.

A pesar de que ya no estás, junto a mi madre querida, te dedico este trabajo con todo el amor del mundo y sé que desde el cielo me guiarás y estarás muy feliz por lo que he conseguido.

Maquilón Duarte Dennys Jazmin



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque me ha dado salud, fortaleza y amor para avanzar en esta carrera emprendida.

A mi esposo Víctor Vizcaino por toda su ayuda y motivación, por estar con mis hijos cuando hacía falta en casa, por todo su apoyo que fue incondicional y darme siempre esas fuerzas para seguir adelante a pesar de las circunstancias, gracias mi amor.

A mis hijos Elkin y Justin quienes han sufrido mucho la ausencia de mamá en casa, pero quiero que sepan que los amo.

Maquilón Duarte Dennys Jazmin



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejoramiento del servicio al cliente en la productividad laboral del Hotel Holiday Inn ubicado en la ciudad de Guayaquil

Autor: Maquilón Duarte Dennys Jazmin

Tutora: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

El Hotel Holiday Inn Airport, ubicado en la ciudad de Guayaquil dedicado al hospedaje de viajeros de todo el mundo, presenta en el área de ama de llaves una mala organización con los respectivos trabajos, como asignación de pisos, asignación de horarios y faltante de lencería por no tener los inventarios mensuales. Como consecuencia de esto se percibe un mal ambiente laboral que generalmente causa conflictos entre el personal. El propósito de esta investigación está orientado a proponer acciones de mejoras en todos los aspectos estableciendo nuevos procedimientos que ayuden a la organización diaria en el trabajo. El tipo de investigación que se utiliza es la explicativa porque se basa en los hechos reales en el lugar donde acontecen es decir en el Hotel Holiday Inn Airport en el área de ama de llaves. El diseño a utilizar en esta investigación será el bibliográfico ya que es importante investigar y conocer la historia del hotelería. La conclusión más relevante es que se deben aplicar procedimientos en base a estándares establecidos y la capacitación al personal en todo momento.

Productividad

Laboral

Servicio

Cliente



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejoramiento del servicio al cliente en la productividad laboral del Hotel Holiday Inn ubicado en la ciudad de Guayaquil

Autor: Maquilón Duarte Dennys Jazmin

Tutora: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The Holiday Inn Airport Hotel, located in the city of Guayaquil dedicated to the accommodation of travelers from around the world, presents in the area of keys a bad organization with the respective jobs, such as allocation of flats, allocation of schedules and lack of linen for not having the monthly inventories. As a result of this, a bad work environment is perceived that usually causes conflicts among the personnel. The purpose of this research is aimed at proposing improvement actions in all aspects establishing new procedures that help the daily organization at work. The type of investigation that is used is the explanatory one because it is based on the real events in the place where they happen, that is, at the Holiday Inn Airport Hotel in the area of housekeeping. The design to be used in this investigation will be the bibliographic one since it is important to investigate and know the history of the hotel industry. The most relevant conclusion is that procedures must be applied based on established standards and staff training at all times.

Productivity

Labor

Service

Client

ÍNDICE GENERAL

Contenido:	Páginas:
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de cuadros.....	xi
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	3
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema.....	5
Variables de la investigación.....	5
Evaluación del Problema.....	5
Objetivos de la Investigación.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación e importancia.....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
Fundamentación Teórica.....	7
Antecedentes Históricos.....	7
Antecedentes Referenciales.....	17
Fundamentación Legal.....	19
Variables de investigación.....	22
Definiciones conceptuales.....	23

CAPÍTULO III.....	25
METODOLOGÍA.....	25
Presentación de la empresa	25
Diseño de la investigación	27
Población y muestra.....	27
Métodos de investigación	29
Técnicas de investigación.....	29
CAPÍTULO IV	30
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	30
Encuesta.....	30
Manual de políticas y procedimientos del hotel Holiday Inn.....	43
Conclusiones	55
Recomendaciones	56
Bibliografía.....	57
ANEXOS.....	60
Preguntas de encuestas	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Servicios del hotel	1
Cuadro 2 Servicios del hotel - Il parte.....	2
Cuadro 3 Conflicto	4
Cuadro 4 Tipos de Investigación.....	27
Cuadro 5 Población y muestra.....	28
Cuadro 6 Técnicas e instrumentos de investigación	29

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

El Hotel Holiday Inn Guayaquil Aeropuerto pertenece a la cadena internacional IHG, esta convenientemente ubicado a menos de cinco minutos del Aeropuerto Internacional José de Olmedo de la ciudad Guayaquil, este elegante y contemporáneo hotel cuenta con 122 cómodas habitaciones distribuidas a lo largo de siete pisos adema de otros servicios como:

Cuadro 1 Servicios del hotel

Servicios de negocios	Entretenimiento y recreación	Salud y acondicionamiento físico
Centro de negocios en el hotel	Piscina al aire libre	Gimnasio gratuito
Centro de negocios abierto las 24 horas	Piscina al aire libre climatizada	Gimnasio con vistas a la ciudad y al aeropuerto. Cuenta con caminadoras, máquinas elípticas, bicicleta estática y estación de ejercicios completa.
Impresora	Piscina de hidromasaje al aire libre	Horario de servicio: de 5:30 a.m. a 11:00 p.m.
Servicio de Copiado	Outdoor Pool Hours of Operation: 5:30 a.m. to 11:00 p.m.	Equipo de gimnasio: Máquinas elípticas, Cinta de correr, Máquina de escalera, Bicicleta estática
Escáner	Se ofrecen servicios en la piscina	
Se dispone de material de oficina		

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

Fuente: Pagina web, Hotel Holiday Inn Guayaquil

Cuadro 2 Servicios del hotel - II parte

Limpieza y lavandería	Servicios de Internet	Valor añadido
<p>Limpieza diaria</p> <p>Limpieza semanal</p> <p>Servicio de limpieza completo</p> <p>Servicio de limpieza limitado</p> <p>Horario de servicio: de 6:30 a.m. a 7:00 p.m.</p> <p>Servicio de recogida de tintorería (lavado en seco) o lavandería</p> <p>Servicio de tintorería (lavado en seco) el mismo día</p> <p>Horario de servicio: de 10:00 a.m. a 6:00 p.m.</p>	<p>Se dispone de Internet por cable en Habitaciones, Suites, Centro de negocios, Áreas públicas y Espacios para reuniones.</p> <p>El servicio alámbrico de Internet estándar es gratis para todos los socios IHG® Rewards Club</p> <p>Se dispone de Internet inalámbrico en Habitaciones, Suites, Centro de negocios, Áreas públicas y Espacios para reuniones.</p>	<p>Café gratuito en la recepción</p> <p>Servicios de conserje</p> <p>Planta Executive Club</p> <p>Interpretación de idiomas</p> <p>Servicio de despertador</p> <p>Conserje/botones</p> <p>Guarda equipaje</p> <p>Se dispone de espacio de almacenamiento</p> <p>Máquina de hielo</p> <p>Se dispone de caja fuerte</p> <p>Alquiler de teléfonos móviles</p> <p>Tienda de conveniencia</p> <p>Médico de guardia</p> <p>Check-in: 3p.m.</p> <p>Check-out: 12p.m.</p>

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

Fuente: Página web, Hotel Holiday Inn Guayaquil

Dentro del hotel existen varios departamentos que son considerados importantes al momento de medir la atención y satisfacción al cliente como alimentos y bebidas, eventos sociales y ama de llaves. Sin embargo, el número de quejas y reclamos por parte de los huéspedes ha ido en aumento durante los últimos meses (2017-2018) en el área de ama de llaves ya que los huéspedes indican que el personal no le brinda la mejor atención cuando se dispone a realizar su labor en la habitación. Por tal razón, se considera importante diagnosticar el estado laboral y emocional, actual del personal de ama de llaves y la influencia que tiene en el servicio al cliente.

Ubicación del problema en un contexto

Se evidencia un mal ambiente laboral en el departamento de ama de llaves del hotel Holiday Inn Guayaquil ya que no se respeta un sistema de trabajo equitativo, por lo que ante esta situación es difícil brindar un buen servicio al cliente, generando así una insatisfacción en la experiencia del cliente en las instalaciones del hotel.

Los efectos del mal servicio al cliente se extienden mucho más allá de los ingresos perdidos con esa persona. Los clientes son la base del éxito para cualquier empresa, y si los clientes no son tratados correctamente, la empresa puede perder su razón de ser. Si no se ocupa de sus clientes y su negocio es conocido por su deficiente servicio al cliente, es de esperar que sucedan varias cosas, y ninguna de ellas es una buena noticia para el hotel.

El mal servicio al cliente tiene un impacto negativo en cualquier tipo de negocio. Sin embargo, las empresas pequeñas que dependen de las ventas reiteradas y comentarios positivos para su éxito son las más afectadas. Si bien las grandes corporaciones pueden existir con esto y tener nuevos clientes en lugar de los que se han ido, las pequeñas empresas perderán su cuota de mercado.

Las empresas que permiten que sus estándares de servicio se deslicen a menudo se enfrentan a consecuencias negativas, con graves repercusiones en su negocio en general. Un servicio de atención al cliente deficiente puede afectar no solo las relaciones existentes, sino que también puede dañar las posibles oportunidades futuras, sin mencionar el daño a su cuenta de resultados. Las principales quejas de los clientes incluyen largos tiempos de espera y tiempos de respuesta, poca atención a los detalles y empleados que demuestran falta de experiencia y conocimiento.

Situación conflicto

Cuadro 3 Conflicto

ANTECEDENTES	CONSECUENCIAS
Deficiente ambiente laboral del personal de Ama de Llaves.	Queja de los huéspedes
Defectuosa organización	No tienen un sistema de trabajo equitativo
Imperfecta distribución de trabajo	No se respeta los días libres del personal y no hay secuencia en sus horarios
No se asignan correctamente la asignación de horarios	Fallo en la lencería para reponer en pisos lo cual demora la entrega de habitaciones.
Incorrecto control en inventarios	
Carente lencería	

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

Fuente: Página web, Hotel Holiday Inn Guayaquil

Delimitación del problema

Aspectos: Productividad laboral y servicio al cliente

Campo: Administración

Área: Servicio al Cliente

Tema: Propuesta de mejoramiento del servicio al cliente en la productividad laboral del Hotel Holiday Inn ubicado en la ciudad de Guayaquil

Formulación del problema

¿Cómo influye el servicio al cliente en la productividad laboral del Hotel Holiday Inn, ubicado en la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?

Variables de la investigación

Variable independiente: Servicio Al Cliente.

Variable dependiente: Productividad Laboral.

Evaluación del Problema

Los aspectos generales de evaluación son:

Delimitado. - Porque describimos nuestro problema de tal manera que se encuentra su significado en el marco teórico.

Concreto. - Porque se redacta de manera preciso, directo y adecuado. Además, se brindan las variables de la investigación.

Relevante. - Porque es importante para la comunidad en este caso el personal del hotel.

Contextualmente. - Porque es importante conocer los antecedentes para poder armar un plan de mejoramiento enfocado hacia el servicio al cliente.

Factible. - Porque nos ayuda con soluciones para mejoramiento del servicio al cliente en la productividad laboral del hotel Holiday Inn ubicado en la ciudad de Guayaquil

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio al cliente para mejorar la productividad laboral del Hotel Holiday Inn, ubicado en la ciudad de Guayaquil

Objetivos específicos

- Sistematizar los fundamentos teóricos que influyen en el mejoramiento del servicio al cliente.
- Diagnosticar el estado actual que influye en el servicio al cliente.

- Elaborar una propuesta con los componentes que influyen en el mejoramiento del servicio al cliente.

Justificación e importancia

“La competitividad cada vez se torna más agresiva y genera la necesidad a la gerencia de mercados de actualizar sus funciones, crear, desarrollar nuevos programas que no solo le permitan conquistar nuevos mercados, sino garantizar la fidelidad de sus clientes”. (Pizzo, 2011)

Así mismo se evidencia una crisis en el ambiente laboral que posiblemente afecte el servicio al cliente. La mala actitud en el trabajo por parte de un empleado puede ser el resultado de problemas personales, así como de situaciones presentadas en la empresa tales como: disminución de los pagos y un clima laboral tenso. (Efectos de una pesima actitud en el trabajo, 2015)

Dada la afirmación anterior, se considera que el servicio al cliente es una parte fundamental para cualquier empresa interesada en posicionarse en un mercado. Pero no podemos dejar atrás al empleado y las cosas negativas también influyen en un ambiente labora. Por tal razón, el Hotel Holiday Inn Guayaquil, percibe la necesidad de iniciar un plan de mejora en donde comience desde la actitud del personal y que termine en la satisfacción del cliente.

El propósito de esta investigación está orientado a proponer acciones de mejoras en todos los aspectos estableciendo nuevos procedimientos que ayuden a la organización diaria en el trabajo. El tipo de investigación que se utiliza es la explicativa porque se basa en los hechos reales en el lugar donde acontecen es decir en el Hotel Holiday Inn Airport en el área de ama de llaves. El diseño a utilizar en esta investigación será el bibliográfico ya que es importante investigar y conocer la historia del hotelería.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes Históricos

En la Edad Moderna, la industria hotelera comienza a desarrollarse a partir de la Revolución Industrial en Inglaterra. Las referencias documentales señalan que durante los años 1750 y 1820 los británicos se ganaron la reputación de los mejores del mundo. Sus primeros desarrollos se centraron en Londres y sus alrededores. (Tarrío, 2012)

Hacia los años 1800, los Estados Unidos tomaron la delantera en el desarrollo de hoteles modernos de primera clase. Esto se debió al espíritu emprendedor del hotelero estadounidense y al criterio social asumido en la actividad. En 1794 se inauguró en New York el City Hotel, fue el primer edificio construido en Norteamérica con fines específicamente hoteleros.

Este hotel era un albergue de gran tamaño, contaba con 73 habitaciones y se convirtió en el centro social de la ciudad que para la época tenía 30 000 habitantes. (Tarrío, 2012)

La Tremont House fue el primero en la industria hotelera moderna, pero poco después fue superada con otros hoteles que en distintas ciudades que siguieron intensamente las mismas tendencias, al cabo de veinte años tuvo que cerrar para modernizarse. Sin embargo, en el transcurso de los años paso a ser un hotel de segunda clase. Hacia fines del siglo XIX censo el crecimiento de los hoteles y la mayoría de las personas estaban convencidas de que se había incluido en ellos todas las comodidades, los servicios y las nuevas ideas. (Tarrío, 2012)

La calidad en sentido general se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, un elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector. (Maithé Del Toro Soto, 2011)

Los hoteles presentan una posibilidad extraordinaria para dar servicio al cliente. Los “momentos de la verdad” vividos por el cliente en los hoteles son innumerables, y cada instante de su estadía es una prueba de fuego para la calidad del servicio que recibe. (Pizzo, 2011)

Es que cuando un huésped se encuentra alojado en un hotel siempre está en una condición de alta sensibilidad. La situación que lo ha llevado hasta allí es, o una necesidad de descanso, de recreación, de dispersión, en el caso de un viaje de placer o vacaciones, o bien la necesidad de alojarse en otro lugar diferente a su hogar por algún motivo laboral o circunstancial. En ambas situaciones tiene una necesidad imperiosa de sentirse “como en su casa”, y hasta mejor que en su casa. Éste es el desafío de la empresa hotelera. (Pizzo, 2011)

Una investigación realizada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, con el auspicio del Marketing Science Institute (E.E.U.U.), consistió en averiguar cuáles son las características que los clientes esperan encontrar en los servicios. (Maithé Del Toro Soto, 2011) A partir de esto se encontraron algunas dimensiones que ayudan a medir la calidad en el servicio, estas son las siguientes:

- **Fiabilidad:** Los clientes pueden creer y confiar en la empresa y en la calidad constante de sus servicios.
- **Capacidad de respuesta:** Los empleados están siempre dispuestos a suministrar el servicio cuando el cliente lo necesita mas no cuando la empresa lo considera conveniente.

- **Profesionalidad:** Los empleados poseen las habilidades y conocimientos necesarios para prestar, de forma correcta y precisa, los servicios solicitados por los clientes.
- **Accesibilidad:** Los clientes pueden ponerse fácilmente en contacto con la empresa.
- **Cortesía:** Todo el personal de la empresa trata con los clientes con atención, respeto y consideración y con una actitud y disposición basada en la amistad (los clientes son amigos, no oponentes).
- **Comunicación:** La empresa mantiene un flujo de comunicación, abierta y sincera, en ambos sentidos con la clientela.
- **Credibilidad:** En sus actuaciones y conversaciones, todo el personal proyecta una imagen de confianza, fe y honestidad.
- **Seguridad:** La empresa se preocupa y asegura que los clientes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas.
- **Comprensión y conocimiento de los clientes:** La empresa mantiene mecanismos permanentes que le permiten conocer con precisión las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, sus cambios y tendencias, y sus problemas y aspiraciones.
- **Elementos tangibles:** La empresa se preocupa de que las evidencias físicas del servicio proyecten siempre una imagen de calidad. (Maithé Del Toro Soto, 2011)

Efectos de una mala actitud en el trabajo:

Una mala actitud en el trabajo se puede reflejar con pereza, groserías, rumores o cualquier otra actitud o actividad que baje la moral en general.

- **Rendimiento reducido:** Cuando un empleado tiene una mala actitud su entorno se vuelve apático y desanimado, desencadenando errores frecuentes y desaceleración en la producción.
- **Clientes insatisfechos:** Cuando un cliente se encuentra con un oficial de servicio apático o aburrido no le quedan ganas de volver más a la empresa, aparte de que esta actitud lleva los empleados a

incumplir los plazos en el proyecto y al cumplimiento incompleto de los pedidos.

- **Identificación:** Debes identificar cuáles son las causas que llevan a tu empleado a comportarse de esa manera, si realmente está en él o es provocado por el ambiente laboral o por la presión.
- **Consideraciones:** Pídeles retroalimentación a tus empleados y aprende a hacerle frente a los problemas, que, si bien es una situación difícil, vale la pena a largo plazo. (Efectos de una mala actitud en el trabajo, 2015)

Servicio al cliente

El servicio al cliente es el proceso de garantizar la satisfacción del cliente con un producto o servicio. A menudo, el servicio al cliente se lleva a cabo mientras se realiza una transacción para el cliente, como hacer una venta o devolver un artículo. El servicio al cliente puede tomar la forma de una interacción en persona, una llamada telefónica, sistemas de autoservicio o por otros medios.

El servicio al cliente es el acto de atender las necesidades del cliente brindando y entregando un servicio profesional, útil, de alta calidad y asistencia antes, durante y después de que se cumplan los requisitos del cliente. El servicio al cliente satisface las necesidades y deseos de cualquier cliente. Algunas características del buen servicio al cliente incluyen la actitud del trabajador. (Reinares, 2017, pág. 14)

El servicio al cliente es una parte importante de mantener relaciones constantes con los clientes, lo cual es clave para continuar con los ingresos. Por este motivo, muchas empresas han trabajado arduamente para aumentar sus niveles de satisfacción del cliente. Aunque muchas personas pueden trabajar entre bastidores en una empresa, es principalmente el personal que interactúa directamente con los clientes que forma las percepciones de los clientes de la empresa en su conjunto.

La mayoría de las empresas exitosas reconocen la importancia de brindar un excelente servicio al cliente. Una interacción cortés y empática con un representante capacitado de atención al cliente puede significar la diferencia entre perder o retener a un cliente. Cuando surgen problemas, los clientes deben recibir atención oportuna sobre el problema. La pronta atención a los correos electrónicos y llamadas telefónicas es fundamental para mantener buenas relaciones. Exigir que los clientes se paren en largas filas o que permanezcan en espera puede agriar una interacción antes de que comience.

Idealmente, el servicio al cliente debe ser un esfuerzo integral para el consumidor. Por ejemplo, si un cliente llama a una línea de ayuda con respecto a un problema con un producto, el representante de servicio al cliente debe seguir con el cliente hasta que el problema se resuelva por completo. Esto puede implicar programar citas con personal de reparación en persona si el problema no puede resolverse por teléfono, o transferir una llamada a técnicos calificados en otro departamento. Hacer un seguimiento proactivo con el cliente para asegurarse de que esté completamente satisfecho es otro movimiento inteligente.

El servicio al cliente forma una parte importante del mantenimiento de las relaciones con los clientes, que son clave para la continuación de los ingresos. Por este motivo, muchas empresas han trabajado arduamente para aumentar sus niveles de satisfacción del cliente. Aunque muchas personas pueden trabajar entre bastidores en una empresa, es principalmente el personal que interactúa directamente con los clientes que forma las percepciones de los clientes de la empresa en su conjunto. (Vega, 2012, p. 18)

Los representantes de servicio al cliente deben ser accesibles, conocedores y amables. Requieren excelentes habilidades para escuchar y una voluntad de compromiso para llegar a una resolución. La capacitación en resolución de conflictos puede ser muy beneficiosa para fomentar esas habilidades. Las habilidades para hablar fuerte son otro atributo importante

de un representante exitoso de servicio al cliente. Para el personal del teléfono, esto significa hablar de manera clara y lenta, manteniendo una actitud tranquila, incluso si el cliente se molesta.

El servicio al cliente es el proceso de garantizar la satisfacción del cliente con un bien o servicio. A menudo, el servicio al cliente se lleva a cabo mientras se realiza una transacción para el cliente, como hacer una venta o devolver un artículo. El servicio al cliente puede tomar la forma de una interacción en persona, una llamada telefónica, sistemas de autoservicio o por otros medios que representa la personalización en la atención al cliente. (Nazel, 2014, p. 12)

Las empresas deben comprometerse a proporcionar información actualizada a los representantes de servicio al cliente. Para evitar complicar un problema existente, los empleados deben tener la información más reciente y precisa sobre los productos y las políticas de la compañía. La evaluación periódica del servicio al cliente es esencial para dirigir una empresa exitosa. Las encuestas permiten a los clientes dar su opinión sobre el servicio que reciben y sugerir áreas de mejora.

La administración de la relación con el cliente (CRM)¹ se refiere a los principios, prácticas y directrices que una organización sigue cuando interactúa con sus clientes. Desde el punto de vista de la organización, toda esta relación abarca las interacciones directas con los clientes, como los procesos relacionados con las ventas y el servicio, y la previsión y el análisis de las tendencias y los comportamientos de los clientes. (Valle, 2015, pág. 17)

El servicio al cliente es la asistencia que le ofrece a sus clientes, tanto antes como después de comprar y usar sus productos o servicios, lo que les ayuda a tener una experiencia fácil y agradable con usted. Ofrecer un servicio al cliente increíble es importante si desea retener clientes y hacer

¹ CRM: Customer Relationship Management

crecer su negocio. El servicio al cliente de hoy va más allá del agente de soporte telefónico tradicional.

La mayoría de las empresas exitosas reconocen la importancia de brindar un excelente servicio al cliente. Una interacción empática con un representante capacitado de atención al cliente puede significar la diferencia entre perder o retener a un cliente. Cuando surgen problemas, los clientes deben recibir atención oportuna sobre el problema. La pronta atención a los correos electrónicos y llamadas telefónicas es fundamental para mantener buenas relaciones con los clientes y personas en general. (Brito & Pérez, 2014, p. 4)

Está disponible por correo electrónico, web, mensaje de texto y redes sociales. Muchas compañías también ofrecen soporte de autoservicio, por lo que los clientes pueden encontrar sus propias respuestas en cualquier momento del día o de la noche. La atención al cliente es más que solo brindar respuestas; es una parte importante de la promesa que su marca hace a sus clientes.

Productividad laboral

La productividad laboral mide la producción por hora de la economía de un país. Específicamente, registra la cantidad de producto interno bruto (PIB) real producido por una hora de trabajo. El crecimiento de la productividad laboral depende de tres factores principales: inversión y ahorro en capital físico, nuevas tecnologías y capital humano.

La productividad laboral, también conocida como productividad de la fuerza laboral, se define como el producto económico real por hora de trabajo. El crecimiento de la productividad laboral se mide por el cambio en el producto económico por hora de trabajo durante un período definido. La productividad laboral no debe confundirse con la productividad del empleado, que es una medida de la producción de un trabajador individual.

La productividad laboral está directamente relacionada con mejores niveles de vida en forma de mayor consumo. A medida que crece la productividad laboral de una economía, produce más bienes y servicios por la misma cantidad de trabajo relativo. Este aumento en la producción permite consumir más bienes y servicios por un precio cada vez más razonable.

El crecimiento en la productividad del trabajo es directamente atribuible a las fluctuaciones en el capital físico, las nuevas tecnologías y el capital humano. Si la productividad laboral está creciendo, se puede remontar al crecimiento en una de estas tres áreas. El capital físico es la cantidad de dinero que las personas tienen en ahorros e inversiones. Las nuevas tecnologías son avances tecnológicos, como robots o líneas de montaje. El capital humano representa el aumento en la educación y la especialización de la fuerza de trabajo. La medición de la productividad laboral permite que una economía comprenda estas tendencias subyacentes.

La productividad laboral también es una medida importante de los cambios cíclicos y de corto plazo en una economía. La productividad laboral de alto nivel es una combinación del rendimiento total y las horas de trabajo. La medición de la productividad laboral cada trimestre permite a una economía medir el cambio en su producción en relación con el cambio en sus horas de trabajo.

Si la producción aumenta mientras que las horas de trabajo permanecen estáticas, podría ser una señal de que la economía está avanzando tecnológicamente y debería continuar haciéndolo. Por el contrario, si las horas de trabajo aumentan en relación con la producción plana, puede ser una señal de que la economía necesita invertir en educación para aumentar su capital humano.

Hay una serie de formas en que los gobiernos y las empresas pueden mejorar la productividad laboral.

- Inversión en infraestructura: aumentar la inversión en infraestructura de los gobiernos y el sector privado puede ayudar a la productividad a la vez que se reduce el costo de hacer negocios.
- Reformas fiscales y de bienestar: la implementación de esta mejora los incentivos laborales y aumentan los ingresos de las personas que trabajan de forma más productiva.
- Calidad de la educación y la capacitación: Ofrecer oportunidades para que los trabajadores mejoren sus habilidades y ofrecer educación y capacitación a un costo asequible ayuda a elevar la productividad de una empresa.
- Inversión empresarial: aumentar el tamaño y actualizar de forma constante el stock de capital de una empresa mediante la eliminación de máquinas envejecidas y menos eficientes.
- Desgravaciones fiscales: ofrecer incentivos para que las empresas usen tecnología limpia, eficiente y nueva para ayudar a aumentar la producción.
- Desregulación de mercados: la creciente competencia para ingresar al mercado puede generar una mayor eficiencia y una mayor productividad.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es el mejor indicador de la probabilidad de que un cliente haga una compra en el futuro. Pedir a los clientes que califiquen su satisfacción en una escala del 1 al 10 es una buena forma de ver si se convertirán en clientes habituales o incluso en defensores. Cualquier cliente que le otorgue una calificación de 7 o más se puede considerar satisfecho, y puede esperar con seguridad que regresen y realicen compras repetidas.

La medición de la satisfacción del cliente podría abarcar una amplia gama de áreas diferentes, por lo que se debe comenzar pensando cuidadosamente en qué es exactamente lo que se quiere descubrir. Es necesario en primer lugar identificar los hallazgos más importantes que espera descubrir en su investigación y luego organizarlos en orden de

importancia, al final se podría realizar un buzón con esta lista de hallazgos y dejarla visible ante el cliente para que el mismo pueda realizar una evaluación de la empresa. (Freemantle, 2012, pág. 28)

En un mercado competitivo donde las empresas compiten por los clientes y así ver quien perdura en la mente del consumidor; la satisfacción del cliente se ve como un elemento diferenciador clave, las empresas que tienen éxito en el entorno antes mencionado son las que hacen de la satisfacción del cliente un elemento clave de su estrategia comercial, ganando así una ventaja competitiva frente a otras empresas. (Bernal, 2014, pág. 11)

La satisfacción del cliente juega un papel importante en una empresa, compañía o negocio, puesto que no solo es el indicador líder para medir la fidelización, identificar a los usuarios insatisfechos, reducir el abandono y aumentar los ingresos que son las características más conocidas o los beneficios más comunes que entrega la satisfacción del consumidor a la empresa; también es un punto clave de diferenciación que lo ayuda a atraer nuevos nichos de mercados en entornos comerciales competitivos.

La satisfacción del cliente es el paso previo para la fidelización de este, representa un concepto abstracto e involucra factores tales como la calidad del bien, la calidad del servicio prestado, la atmósfera del lugar donde se compra el bien o servicio y el precio de este, las empresas a menudo usan encuestas de satisfacción del cliente, las cuáles son comúnmente llamada SERVQUAL, para medir tanto la expectativa como la satisfacción del cliente. (Medina & Hernandez, 2013, pág. 37)

Comportamiento del consumidor

Cada persona responderá a un mensaje de marketing basado en sus percepciones y actitudes propias de las experiencias que haya tenido un determinado individuo. Por lo tanto, los profesionales del marketing deben tener en cuenta estos factores psicológicos al crear campañas,

asegurándose de que su campaña atraiga al público objetivo. (Cazarez & Ordeñaña, 2016, pág. 41)

El estudio del comportamiento del consumidor asume que los consumidores son actores en el mercado. La perspectiva de la teoría de roles asume que los consumidores juegan varios roles en el mercado. Comenzando por el proveedor de información, desde el usuario hasta el pagador y el eliminador, los consumidores desempeñan estas funciones en el proceso de decisión, los roles también varían en diferentes situaciones de consumo, por ejemplo, una madre desempeña el papel de una influencia en el proceso de compra de un niño, mientras que ella juega el papel de un eliminador de los bienes consumidos por la familia.

Antecedentes Referenciales

- **Tesis:** Propuesta de mejora en la calidad de servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo

Él Lic. Pedro Ventura Salcedo, en su tesis para obtener la maestría en administración de negocios, en la ciudad de México (2008), nos habla sobre principalmente que para mejorar el servicio al cliente todo depende de la actitud que los empleados tengan al omento de estar en contacto con el cliente o este caso huésped, porque son ellos la parte fundamental de nuestro negocio. Es por ello por lo que los empleados deben demostrar una buena disposición para manejar los inconvenientes de los huéspedes.

- **Tesis:** Análisis del clima organizacional en empresas del sector del sector hotelero de la ciudad de Cartagena basado en el modelo de Hernán Álvarez

Los Lcdos. Álvaro Barreto Calderón y Luis Sierra Vega, en su proyecto de investigación para optar al título de profesional en administración de empresas, su estudio fue proponer acciones para mejorar el clima organizacional en el sector hotelero, ya que se miden cuatro hoteles de la ciudad de Cartagena. Nos indica que es de gran importancia ya que

repercute en la eficiencia y eficacia de dichas organizaciones. (Tesis Análisis del clima organizacional , s.f.)

- **Tesis:** Proyecto de mejora del servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS

Los gerentes de la compañía se han dedicado a distribuir su principal producto, autos metálicos, en la ciudad de Bogotá, sin embargo, con el éxito comercial, ahora buscan ofrecer el servicio en otras ciudades como Villavicencio, Ibagué, Dorada, Tunja, Cartagena, Bucaramanga. Considerando el éxito del negocio en la ciudad de Bogotá, abrieron una nueva sucursal en la ciudad de Medellín para expandir sus servicios y mejorar el servicio al cliente allí, teniendo en cuenta que las políticas de negocios de los gerentes siempre prestan los servicios lo más rápido y ágilmente posible. Medellín es una de las ciudades con la mejor recepción al producto principal de la compañía. La Empresa tiene buenas relaciones comerciales con los proveedores en el exterior, por esa razón, la empresa obtiene buenos créditos. Estos créditos permiten que la empresa tenga estabilidad económica. Además, la empresa tiene buenas oportunidades dentro del sector como consecuencia del cumplimiento oportuno que la empresa brinda a sus clientes.

- **Tesis:** Propuesta de mejoras del servicio al cliente en las Entidades Financieras

En este trabajo, el diseño de una propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en una institución financiera para aumentar la participación en el mercado financiero y el reconocimiento entre las instituciones financieras del sector y lograr direcciones de diferenciación debido al excelente servicio al cliente prestado. A partir de este estudio, el excelente servicio al cliente afecta la alta satisfacción del cliente, se aclara la importancia y este es otro producto en las instituciones financieras, ya que es una característica que brinda competitividad y diferenciación. Además, se determina que los tiempos de espera de las instituciones

financieras en el asesoramiento de atención y la información solicitada y la agilidad de los empleados son los aspectos más delicados con respecto a la satisfacción del cliente. Esta asignatura aporta conocimientos académicos en el área de servicio al cliente y contribuye emprendedoramente a la generación de nuevos conocimientos para mejorar este producto para la lealtad del cliente.

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador 2008

TÍTULO VI: REGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo Sexto

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores. (Constitución del Ecuador, 2008, págs. 151-153)

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.
2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario....
10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y

habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

Código del Trabajo Ecuatoriano

Art. 42.- *Obligaciones del empleador.* - Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana; (Codigo del Trabajo Ecuador , 2017)

Art. 45.- *Obligaciones del trabajador.* - Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;

- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código (Código del Trabajo Ecuador, 2017)

PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1) El cliente es lo más importante

El cliente es quien compra y quien da beneficios a la empresa, por lo que hay que tener en cuenta sus voluntades y deseos. Se debe primar por encima de otras cosas siempre que esto no perjudique a la empresa.

2) El cliente siempre tiene la razón

Es una frase que lleva mucho tiempo utilizándose y que prima en muchas empresas, pero ¿qué pasa si no la tiene? Hay que dar la

razón al cliente sin quitársela a la empresa, de manera que se debe conseguir una solución que beneficie a ambas partes. (Soto)

3) Marcar la diferencia

Uno de los aspectos más importantes por encima incluso de lo básico que se debe hacer en la atención al cliente es marcar la diferencia, ser especial. No basta con ofrecer una buena atención al cliente sino con ser diferente, ofrecer algo más de lo que busca al cliente, saber lo que quiere y ofrecérselo de una manera que ninguna otra empresa hará.

4) La satisfacción del cliente por encima de todo

La satisfacción del cliente es un arma de doble filo, ya que un cliente satisfecho puede traer más clientes a la empresa mientras que un cliente insatisfecho pueden ser muchos clientes perdidos.

5) Ofrecer una buena calidad de atención al cliente

Se deben seguir los principios básicos de la atención al cliente, de manera que un cliente debe sentir que tiene una buena atención. Se debe saludar cordialmente, buscar conocer las necesidades del cliente, ayudarle siempre que lo necesite, no atosigarle, ofrecerle recomendaciones si las pide, hacer sentir bien al cliente y hacer sentir que le está atendiendo de la mejor manera. (Soto)

Variables de investigación

- **Variable Independiente:** Servicio Al Cliente

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. (contigroup, s.f.)

Actualmente la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas.

Por lo que el principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Y el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente. (contigroup, s.f.)

- **Variable Dependiente:** Productividad Laboral

Mejorar la productividad laboral se ha convertido en una prioridad para las organizaciones a la hora de alcanzar éxito empresarial. Las entidades ya no solo buscan tener un rendimiento continuo, sino conseguir que exista una relación directa entre la cantidad de trabajo realizado y las horas de trabajo realizadas. (Como mejorar la productividad laboral, s.f.)

Definiciones conceptuales

Hotel: Es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés *hôtel*, que hace referencia a una "casa adosada". (Pérez Porto & Merino, Definicion.de, 2099)

Alojamiento: Es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. (Pérez Porto & Gardey, Alojamiento, 2010)

Huéspedes: Con origen en el latín *hospes*, la palabra *huésped* describe al individuo que se encuentra alojado u hospedado en un hogar ajeno o en la habitación de un hotel. (Pérez Porto & Merino, Huesped, 2011)

Check in: La palabra *check in* viene del inglés, que en español quiere decir "registro" o "registrar". El *check in* es un proceso realizado en un hotel, aeropuerto o puerto, que consiste en registrar la llegada de una persona, que está arribando al lugar, donde es encargado el recepcionista (Concepto definicion, 2013)

Check out: Check out es una palabra que viene del inglés, es un vocablo que usualmente se usa en el ámbito hotelero para aludir al proceso por el cual, una persona en particular, luego de haber estado hospedada en un hotel, al momento de retirarse de este, deber dirigirse al mostrador o recepción del establecimiento o recinto para cancelar todas y cada una de las deudas o cuentas pendientes y hacer la entrega de las llaves de la habitación reservada anteriormente.

Servicio al cliente: Cliente, es la persona que realiza un determinado pago y accede a un producto o servicio. El cliente, por lo tanto, puede ser un usuario (quien usa un servicio). (Pérez Porto & Gardey, Satisfacción del cliente, 2011)

Satisfacción del cliente: La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. (Pérez Porto & Gardey, Satisfacción del cliente, 2011)

Calidad total: La calidad total se entiende como la aplicación de los principios de la gestión de la calidad al conjunto de actividades y personas de la organización, no sólo a la realización del producto o servicio que se entrega al cliente. (Asociación Española para la Calidad, 2017)

Turismo: Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (Qué es turismo, s.f.)

Clima laboral: El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. (Tesis Análisis del clima organizacional , s.f.)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

Nombre de la empresa: Hotel Holiday Guayaquil Airport

Nombre comercial: Fideicomiso Hotel Aeropuerto

Fecha de constitución: 18 de junio de 2013

Registro único de contribuyente: 0992665041001

Objeto social: es una cadena hotelera que se encarga de brindar hospedaje y servicio de calidad a todo tipo de personas, empresarios, turistas, etc.

Visión: Posicionarnos dentro de los dos primeros lugares de participación de mercado en nuestro segmento de hoteles de negocios.

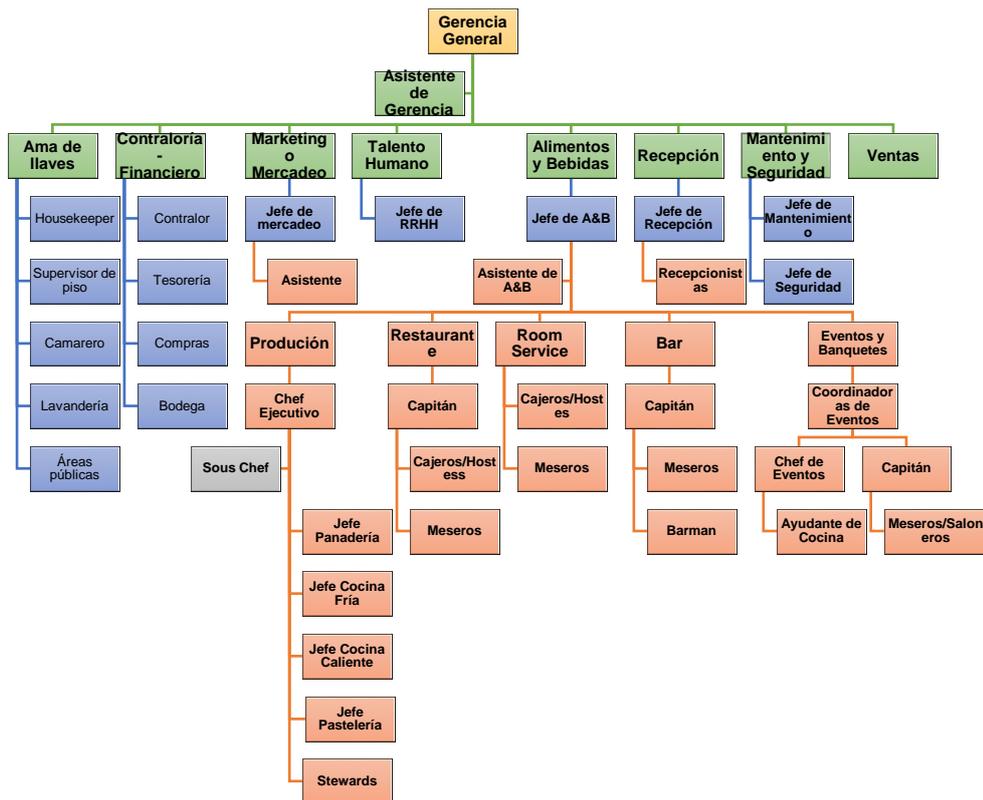
Colaboradores profesionales comprometidos con la cultura organizacional, a un fortalecimiento de productos y servicios que permitan incrementar la tarifa efectiva. Junto con un sistema de calidad y seguridad enfocado a la mejora continua.

Misión: Ser un hotel cinco estrellas que proporcionen servicios de alta calidad, líder en el mercado nacional y competitivo internacionalmente con instalaciones que superen las expectativas de nuestros clientes logrando un negocio productivo y propiciando permanentemente un desarrollo integral de los trabajadores.

Logo de la empresa:



Organigrama



Diseño de la investigación

El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. (Arias , 1999, pág. 20) Por lo tanto, el diseño a utilizar en esta investigación será bibliográfica, ya que es importante conocer la historia del hotelería para saber cómo se manejaba antes este sector.

Tipos de investigación

Cuadro 4 Tipos de Investigación

TIPOS	EXPLICATIVA	DESCRIPTIVA	CORRELACIONAL	EXPLORATIVA
Concepto	Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.	Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o suceso con establecer su estructura o comportamiento.	Grado de relación (no causal) que existe entre dos o más variables.	Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto poco conocido o estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto
Año	1999	1999	2012	1999
Autor	Arias, Fidias	Arias, Fidias	Tamayo, Tamayo	Arias, Fidias
Página	20	20	Sitio web	19

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

En este caso se usaría investigación explicativa porque se basó en los hechos reales en el lugar donde acontecen, es decir, en el Hotel Holiday Inn que está ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Población y muestra

- **Población:** la población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o

unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación. (Arias , 1999, pág. 22)

- **Población finita:** Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador (Tesis de investigadores, 2012)
- **Población infinita:** Es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable (Tesis de investigadores, 2012)
- **Muestra:** La muestra es un "subconjunto representativo de un universo o población." (Arias , 1999) Existen 2 tipos de muestra:
 - Aleatoria: cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.
 - Estratificada: cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. (Wigodski, 2010)

Cuadro 5 Población y muestra

Características	Cantidad
CEO	1
Supervisor	1
Camareros	9
Áreas publicas	3
Lavandería	3
TOTAL	17

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

En este caso la población es finita porque son 17 personas que se tomaron de muestra, al ser una población finita, no hace falta el calcular mediante la fórmula para determinar el universo muestral, en este caso se aplicara el método no probabilístico en el cual el autor escoge a su conveniencia su muestra.

Métodos de investigación

Inductivo – deductivo: el deductivo trabaja desde lo más general hacia lo más específico. El cambio el inductivo es lo opuesto empieza desde lo más específico hasta lo más general.

Análisis y síntesis: El análisis reside en el alejamiento de las partes de esas realidades hasta llegar a conocer sus compendios primordiales y las relaciones que existen entre ellos. La síntesis, por otro lado, se refiere a la estructura de un todo por reunión de sus elementos. (Bajo, M.T., 2004)

Técnicas de investigación

Cuadro 6 Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas	Herramientas
Observación directa	La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos.
Encuestas	es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad

Elaborado por: Dennys Maquilón D.

Como se observa en el cuadro seis se utilizarán dos técnicas como son la observación, la encuesta, la entrevista y el focus Group, cada una dará como resultado información valiosa para el diseño de la investigación.

La observación directa se realizará visitando las instalaciones del hotel Holiday Inn para constatar la metodología de atención al cliente que actualmente se lleva a cabo en el objeto de estudio.

La encuesta, puesto que estas brindan una mayor facilidad para tabular los resultados a obtener; además de que cada pregunta puede ser analizada de manera más específica y concreta, mejorando la elaboración de las conclusiones posteriores.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta

1. ¿Cómo califica la actual gestión administrativa del Hotel Holyday

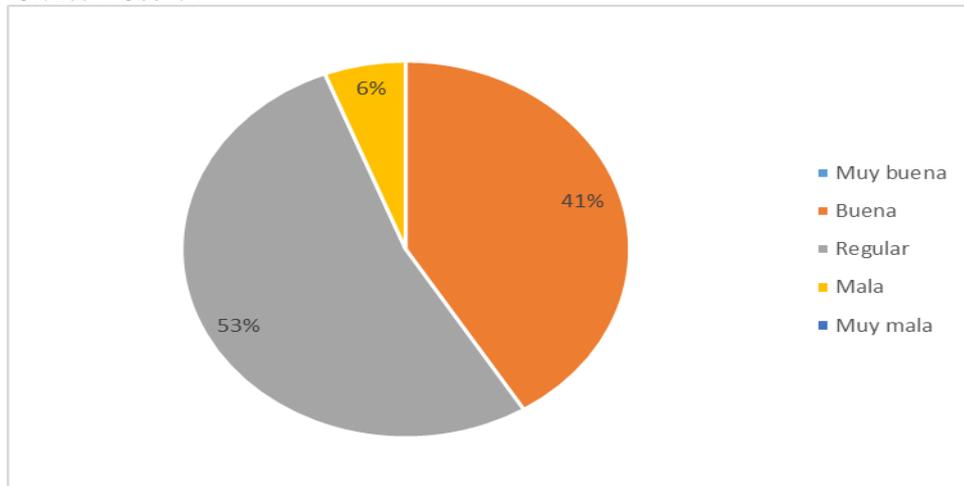
Inn?

Tabla # 1 *Gestión*

Ítems	Resultados	Frecuencia
Muy buena		0%
Buena	7	41%
Regular	9	53%
Mala	1	6%
Muy mala		0%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 1 *Gestión*



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 41% califica de buena la actual gestión administrativa del Hotel Holyday Inn, el 53% califica de regular la actual gestión administrativa del Hotel Holyday Inn, mientras que el 6% califica de mala la actual gestión administrativa del Hotel Holyday Inn.

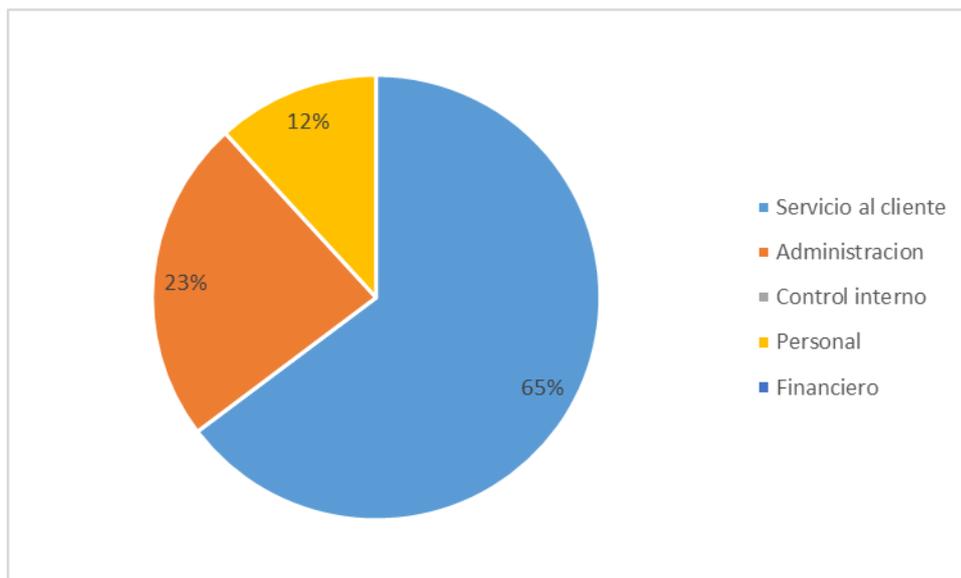
2. ¿Según su percepción donde radica el principal problema del hotel holiday Inn?

Tabla # 2 Problema del hotel

Ítems	Resultados	Frecuencia
Servicio al cliente	11	65%
Administración	4	23%
Control interno		0%
Personal	2	12%
Financiero		0%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 2 Problema del hotel



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 65% considera que el problema principal del hotel radica en el servicio al cliente, el 24% considera que el problema principal del hotel radica en la administración, mientras que el 12% considera que el principal problema del hotel radica en trato que brinda el personal a los clientes.

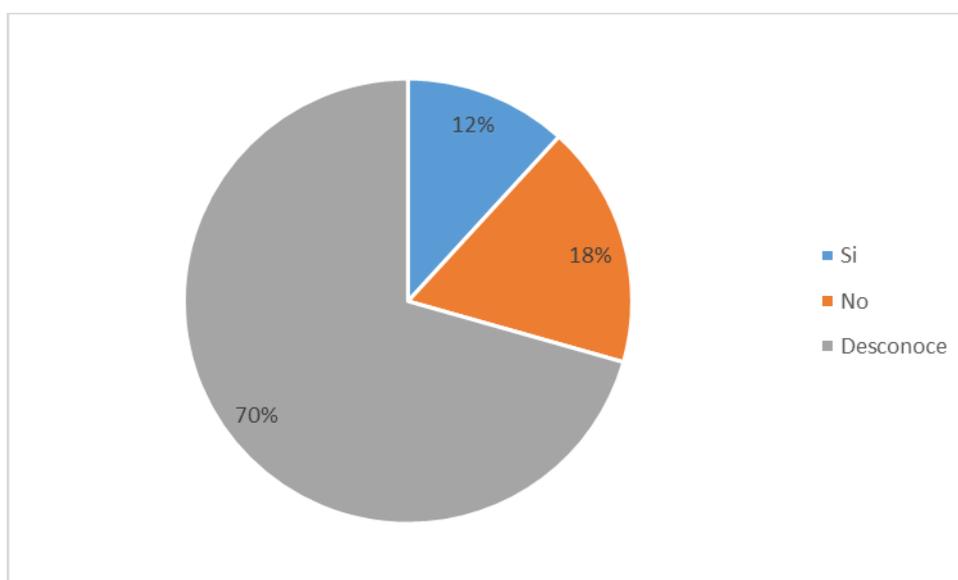
3. ¿Se han realizado capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente?

Tabla # 3 Capacitaciones al personal de la empresa

Ítems	Resultados	Frecuencia
Si	2	12%
No	3	18%
Desconoce	12	71%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 3 Capacitaciones al personal de la empresa



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 12% considera que, si se han realizado capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente, el 18% considera que no se han realizado capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente, mientras que el 70% desconocen si se han realizado capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente.

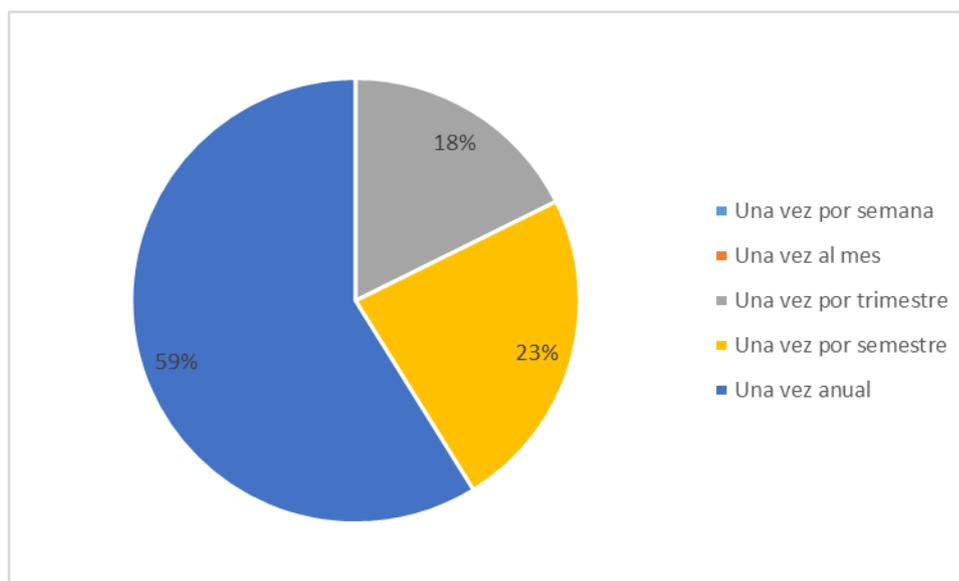
4. ¿Cada qué tiempo se realizan capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente?

Tabla # 4 Capacitación

Ítems	Resultados	Frecuencia
Una vez por semana		0%
Una vez al mes		0%
Una vez por trimestre	3	18%
Una vez por semestre	4	23%
Una vez anual	10	59%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 4 Capacitación



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 18% considera que una vez por trimestre se realizan capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente, el 23% considera que una vez por semestre se realizan capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente, mientras que el 59% consideran que una vez al año se realizan capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente.

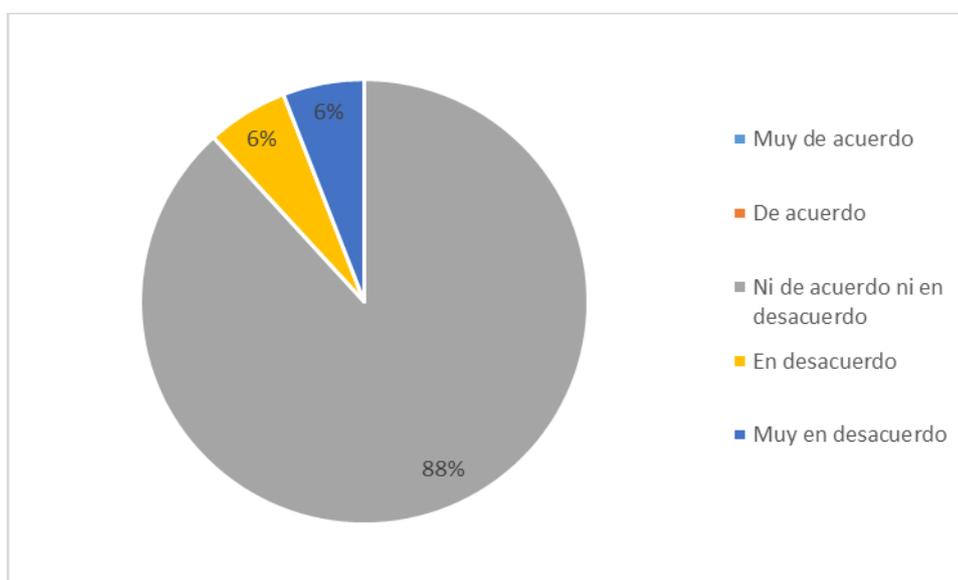
5. ¿Las capacitaciones son realizadas de forma previamente planificadas?

Tabla # 5 Capacitaciones planificadas

Ítems	Resultados	Frecuencia
Muy de acuerdo		0%
De acuerdo		0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	88%
En desacuerdo	1	6%
Muy en desacuerdo	1	6%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 5 Capacitaciones planificadas



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 88% se muestran ni de acuerdo ni en desacuerdo en que las capacitaciones son realizadas de forma previamente planificadas, el 6% se muestra en desacuerdo en que las capacitaciones son realizadas de forma previamente planificadas, mientras que el 6% se muestran muy desacuerdo en que las capacitaciones son realizadas de forma previamente planificadas.

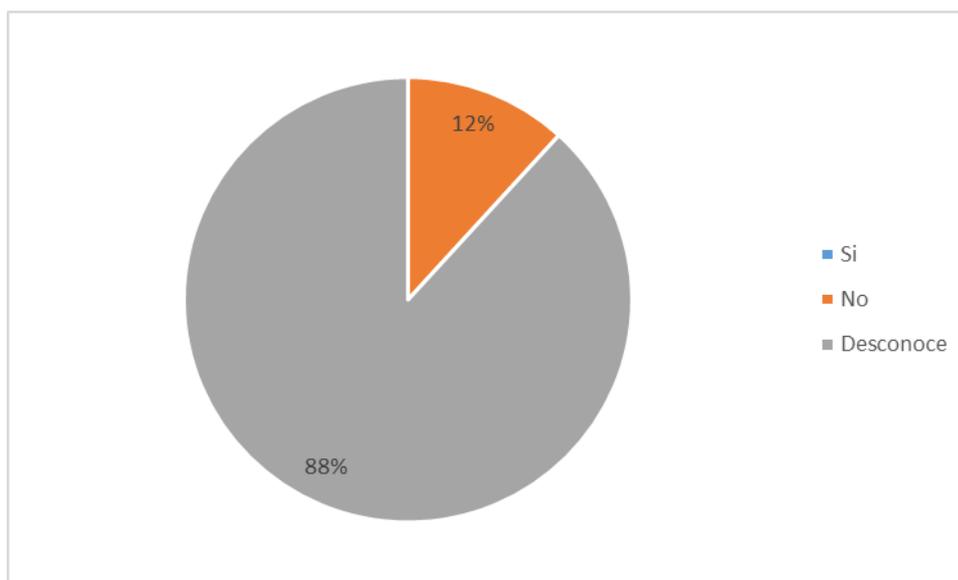
6. ¿Conoce usted si se han establecido procedimientos y políticas internas en el hotel?

Tabla # 6 Procedimientos y políticas establecidas

Ítems	Resultado	Frecuencia
Si		0%
No	2	12%
Desconoce	15	88%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 6 Procedimientos y políticas establecidas



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 88% desconoce si en el hotel se han establecido procedimientos y políticas internas, mientras que el 12% consideran que el hotel no ha establecido procedimientos y políticas internas.

7. ¿Cree usted que la administración del hotel debería implementar un manual de políticas y procedimientos?

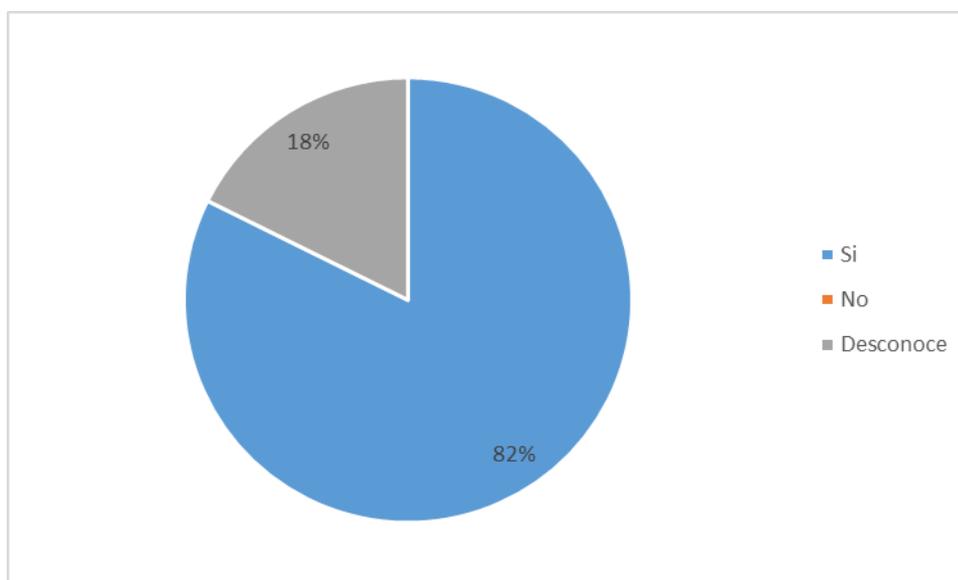
Tabla # 7 Implementación de procedimientos y políticas

Ítems	Resultado	Frecuencia
Si		14
No		0
Desconoce		3
Total		17

Fuente: encuesta

Elaborado por: la autora

Gráfico 7 Implementación de procedimientos y políticas



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 82% considera que la administración del hotel debe implementar un manual de políticas y procedimientos, mientras que el 18% considera que desconocen si la administración debe implementar un manual de procedimientos y políticas para mejorar la situación del hotel.

8. ¿Cómo califica la implementación de un manual de políticas y procedimientos?

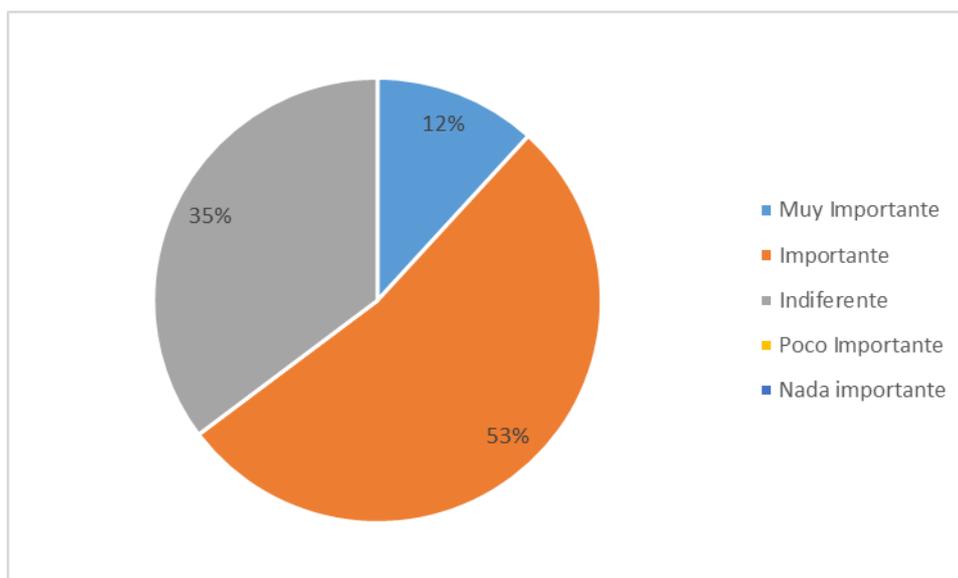
Tabla # 8 Calificación de un manual

Ítems	Resultado	Frecuencia
Muy Importante	2	12%
Importante	9	53%
Indiferente	6	35%
Poco Importante		0%
Nada importante		0%
Total	17	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: la autora

Gráfico 8 Calificación de un manual



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 12% califica de muy importante la implementación de un manual de políticas y procedimientos, el 53% califica de importante la implementación de un manual de políticas y procedimientos, mientras que el 35% se muestra indiferente ante esta interrogante.

9. ¿Cómo califica la productividad laboral que se da en el hotel

holiday Inn?

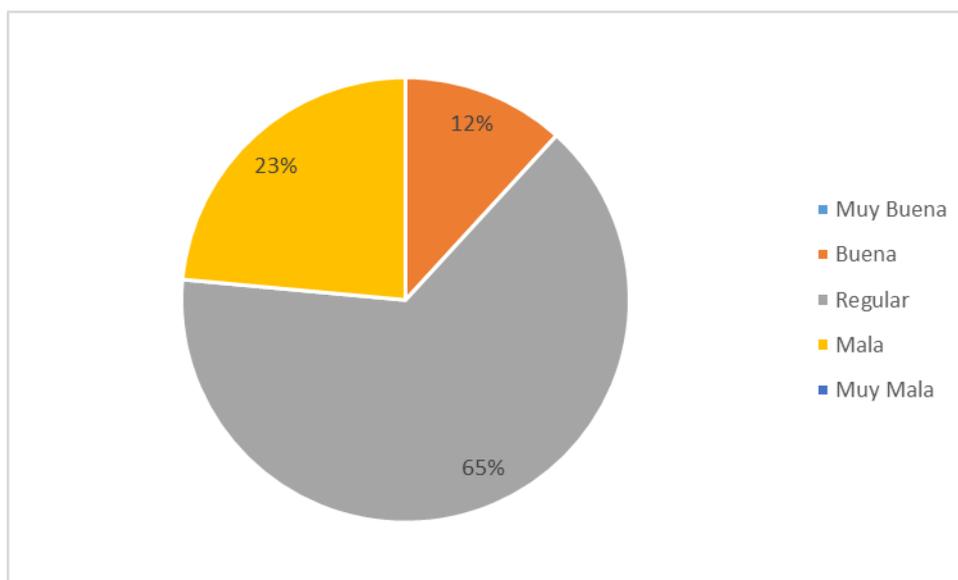
Tabla # 9 Calificación de la productividad

Ítems	Resultado	Frecuencia
Muy Buena		0%
Buena	2	12%
Regular	11	65%
Mala	4	24%
Muy Mala		0%
Total	17	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: la autora

Gráfico 9 Calificación de la productividad



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 12% califica de buena la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn, el 65% califica de regular la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn; mientras que el 24% califica de mala la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn.

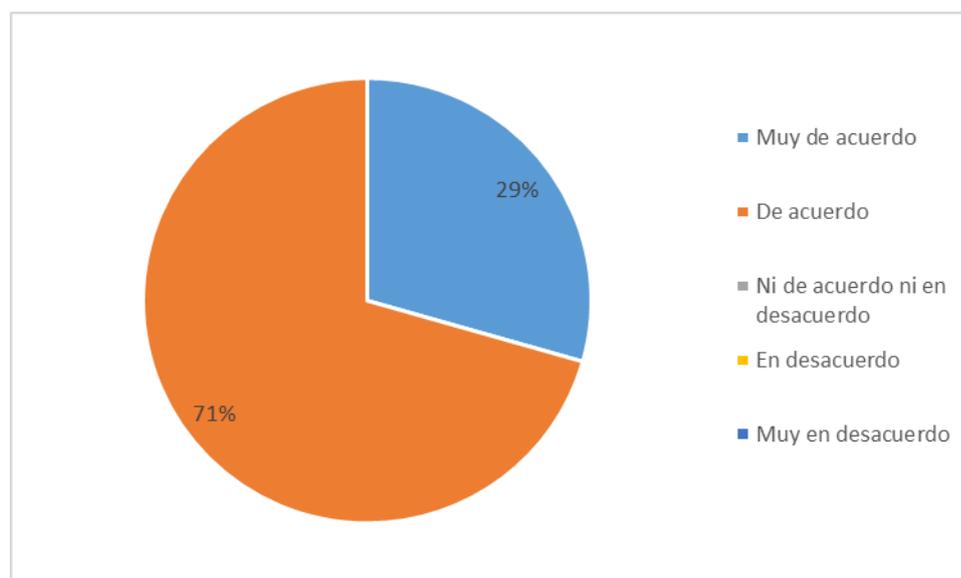
10. ¿Cree usted que se debería mejorar la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn?

Tabla # 10 Mejorar la productividad

Ítems	Resultado	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	29%
De acuerdo	12	71%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
En desacuerdo		0%
Muy en desacuerdo		0%
Total	17	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: la autora

Gráfico 10 Mejorar la productividad



Fuente: encuesta

Del 100% de las personas encuestadas, el 29% está muy de acuerdo en que se debería mejorar la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn; mientras que el 71% se muestran de acuerdo en que se debería mejorar la productividad laboral que se da en el hotel holiday Inn.

Propuesta de mejoramiento

Objetivo	Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio al cliente para mejorar la productividad laboral del Hotel Holiday Inn.			
Componentes	Actividades	Responsable	Fecha	Lugar
Evaluación de necesidades de la empresa	Examinar las necesidades de la empresa referentes a la atención al cliente para reunir información que contribuya al éxito del manual	Autora	Mes 1	Hotel Holiday Inn.
Elaboración del manual de políticas y procedimientos	Elaborar el manual de políticas y procedimientos considerando las necesidades previamente encontradas	Autora	Mes 2	Hotel Holiday Inn.
Instrucción del manual	Familiarizar a los empleados con el manual diseñado y exponerles formas de ejecutarlo en sus actividades diarias	Autora	Mes 3	Hotel Holiday Inn.
Evaluación de cumplimiento	Evaluar si los cambios se han implementado y los resultados que se están obteniendo	Autora	Mes 4	Hotel Holiday Inn.
Conclusiones y recomendaciones	Realizar una retroalimentación sobre lo realizado, encontrando puntos a mejorar y realizando las adecuadas recomendaciones	Autora	Mes 4	Hotel Holiday Inn.

Cronograma

CRONOGRAMA																
ACTIVIDADES	MESES 2018															
	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Examinar las necesidades de la empresa referentes a la atención al cliente para reunir información que contribuya al éxito del manual																
Elaborar el manual de políticas y procedimientos considerando las necesidades previamente encontradas																
Familiarizar a los empleados con el manual diseñado y exponerles formas de ejecutarlo en sus actividades diarias																
Evaluar si los cambios se han implementado y los resultados que se están obteniendo																
Realizar una retroalimentación sobre lo realizado, encontrando puntos a mejorar y realizando las adecuadas recomendaciones																

Presupuesto

El siguiente presupuesto será el empleado para realizar la familiarización del manual de políticas y procedimientos con el personal a cargo de las actividades que se tratan en el manual.

Ingresos: Autogestión de la investigadora \$1422.80

Concepto	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Útiles de oficina	Resmas de papel	3	4,50	13,5
	Folder grande	12	4,75	57
	Carpetas manilas	24	0,45	10,8
	Sobres manila	50	0,10	5
	Bolígrafos (caja 25 unid.)	2	8,75	17,5
	Lápices (caja 25 unid.)	2	6,25	12,5
	Borradores	5	0,45	2,25
	Corrector líquido	4	0,75	3
	Grapadora	4	3,25	13
	Perforadora	4	1,75	7
	Anotadores	5	1,25	6,25
	Subtotal			\$147,80
Mobiliario de oficina	Computadoras	1	350,00	350,00
	Impresora copiadora	1	250,00	250,00
	Escritorio	1	75,00	75,00
	Proyector	1	600,00	600,00
		Subtotal		
	Total			\$1.422,80

Manual de políticas y procedimientos del hotel Holiday Inn

Los manuales de políticas y procedimientos también se conocen como manuales operativos, prácticas estándar, procedimientos de trabajo, y métodos de trabajo. El Manual de Procedimientos permite refinar y definir las acciones de cada trabajador en la organización. También le da la oportunidad de controlar el desempeño de estas tareas internamente en varios tipos de departamentos o en áreas específicas de su empresa.

También es importante enfatizar que los manuales de políticas y procedimientos funcionan como una herramienta muy importante en la compañía. Esto se debe a que permite mejores pasos en la inducción y la educación porque se usa como una guía para que los colaboradores se acostumbren de manera rápida y efectiva.

La descripción del procedimiento las actividades que deben realizarse dentro del hotel Holiday Inn. Este proceso es fundamental para alcanzar los objetivos establecidos, por lo que es esencial mejorarlos para garantizar procedimientos más simples y más lógicos para el rendimiento superior de los miembros de la organización.

Descripción de la propuesta

El documento contiene una actualización de las políticas y procedimientos, que aborda ciertos procesos identificados en el Hotel Holiday Inn. Entre ellos se encuentran los siguientes:

Recepción:

- Check in
- Check put

Reservas

- Reservas clientes directos
- Reservas agencias

- Modificación de reservación
- Cancelación de reservación

Botones

- Recibimiento e instalación del cliente

Ama de llaves

- Limpieza y chequeo de salida de habitación

Políticas

- El check-in del cliente es después de las 2 p. m.
- Las habitaciones se pueden entregar antes del check-in, siempre que la habitación esté desocupada y limpia, con el permiso del ama de llaves.
- Si es una pareja de recién casados, se debe preparar la habitación con las respectivas amenidades.
- Antes de las 9:00 a.m., la oficina de reservas debe entregar los documentos físicos.
- Una vez que haya completado el movimiento de cada recibo, se debe mantener todos los documentos ordenados.
- Se debe enviar un informe de las entradas del mismo día con sus tareas a la ama de llaves.
- Los clientes nunca deben llevar su equipaje, y siempre deben tener una persona que les abra la puerta (botones).
- Si el cliente es una agencia, debe pagar por adelantado. Si es un cliente directo, se le cobrará en el check-in o check-out dependiendo del cliente.
- Si el cliente cancela al registrarse con la tarjeta, se deben imprimir tres copias (una para el cliente, la otra para la recepción y la otra para la tarjeta de registro del cliente).

- Siempre solicitar una tarjeta de crédito o débito para realizar una copia de seguridad.
- Si el cliente decide no cobrar la tarifa extras o cargos a la tarjeta se debe avisar a todas las áreas, evitando la sobrecarga.
- Después del check-in, el recibo debe estar firmado en el formulario de registro y el tiempo de hospedaje, el número de tarjeta y la fecha de vencimiento deben ser especificados y requeridos. Luego ingresar la información en el sistema.

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Bienvenida al cliente	Recepcionista
2	Indica el nombre de tu reserva.	Huésped
3	Encuentra el nombre de la persona en la lista	Recepcionista
4	Se verifica si la reservación es de manera directa o mediante agencia.	Recepcionista
5	Se verifica si se tiene reservación de agencia Si: continua el proceso No: Avanza a paso 8	Recepcionista
6	Se solicita el comprobante de la agencia que solicito la reservación	Recepcionista
7	Se informa al cliente del contenido de la reserva.	Recepcionista
8	Se solicita documentos de identificación	Recepcionista
9	Entrega los documentos al recepcionista	Huésped
10	Se entrega a tarjeta de registro para llenar los datos del cliente.	Recepcionista
11	Llena la tarjeta de registro	Huésped
12	Se solicita tarjeta de crédito o débito como garantía	Recepcionista
13	Entrega la tarjeta solicitada	Huésped

14	Se verifica la tarjeta y se entrega el voucher	Recepcionista
15	Solicita la firma del voucher	Recepcionista
16	Firma el voucher	Huésped
17	Adjunta voucher a la tarjeta de registro	Recepcionista
18	Completa la tarjeta de registro con el número de habitación, la firma de la recepcionista, el horario de check-in, el número de tarjeta y la fecha de vencimiento.	Recepcionista
19	Verifica con el ama de llaves el estado en que se encuentra la habitación.	Recepcionista
20	La habitación se encuentra disponible Si: continua con el paso 22 No: continua con el siguiente paso	Ama de llaves
21	Se comunica al cliente que la habitación no se encuentra lista, y que puede hacer uso de las demás áreas mientras esté lista.	Recepcionista
22	Realiza el procedimiento de generación de llaves y luego las entregas al cliente.	Recepcionista
23	Recibe las llaves de la habitación correspondiente	Recepcionista
24	Se coloca un brazalete al cliente y se explica que es importante mantenerlo en su lugar para su identificación como clientes del hotel y para los servicios adicionales.	Recepcionista
25	Proporciona al cliente información relevante del hotel y sus servicios	Recepcionista
26	El cliente necesita ayuda con el equipaje Si: continua el proceso No: se procede al paso 28	Recepcionista
27	Se comunica al botones que ayude al cliente con el traslado de su equipaje	Recepcionista

28	se comunica al cliente una buena estadía en el hotel	Recepcionista
29	Se archiva los documentos en el lugar correspondiente	Recepcionista
30	Se crea una carpeta con la información del cliente	Recepcionista

CHECK OUT

Políticas

- El horario de salida es a las 12:00 p.m.
- Presentar una factura firmada del huésped con los cargos efectuados.
- Se debe tener una cuenta lista para cada solicitud de cliente, por lo que las tarifas de los diversos servicios provistos deben incluirse lo antes posible. Para la correcta aplicación de la relación.
- Si contiene cargos que no se aplican a su cupón, o si su cuenta es mayor a la cantidad especificada, el cliente debe pagar la diferencia antes de salir del hotel.
- Todos los cupones para el consumidor deben estar disponibles si el cliente requiere o duda al momento de liquidar la cuenta.
- En cualquier caso, debe disponer del comprobante de la tarjeta de crédito para su seguridad. Esto es para evitar desconfianza en el cliente.

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Se recibe el check out	Recepcionista
2	Informar al ama de llaves de la salida del cliente	Recepcionista
3	Procede a movilizarse a la habitación informada	Ama de llaves
4	Ingresa a la habitación	Ama de llaves
5	Compruebe el minibar e informa inmediatamente a la recepcionista si falta o no productos.	Ama de llaves
6	Obtenga el informe de la habitación.	Recepcionista
7	Existen faltantes en el minibar Si: continua el proceso No: procede al paso 17	Ama de llaves
8	Se procede a hacer cargos a la factura	Ama de llaves
9	Enviar la copia rosada de la factura para restaurar la deficiencia del minibar.	Ama de llaves
10	Obtiene la copia del minibar faltante.	Bodeguero
11	Prepara los productos faltantes y entrega a la ama de llaves.	Bodeguero
12	Obtiene los productos que faltan y completa los productos en el minibar de la habitación.	Ama de llaves
15	Entrega la factura de faltantes.	Ama de llaves
16	Al final del turno, las facturas del minibar se entregarán en el mostrador de recepción	Ama de llaves
17	Obtiene las cuentas faltantes del Minibar.	Recepcionista
18	Comprobar que en la habitación que todo está bien y que los clientes no han olvidado algo.	Ama de llaves
19	Se encuentra objetos olvidados en la habitación	Ama de llaves

	Si: continua con el proceso No: procede al paso 23	
20	Se reporta a recepción	Ama de llaves
21	Recibe reporte	Recepcionista
22	Si encuentra un defecto en la habitación, debe notificar a la recepcionista y al personal de mantenimiento.	Recepcionista
23	Se procede a sacar los trapos sucios	Ama de llaves
24	Procede a salir de la habitación.	Ama de llaves

RESERVACIÓN CLIENTES

Políticas

- Responder la llamada antes de la tercera tonada.
- El saludo es claro y amable.
- Si la llamada se pone en espera, no demorará más de 15 segundos.
- No se puede revender, es decir, si la capacidad del hotel es máxima, ya no se pueden vender más habitaciones.
- Tarifas procesadas correctamente, así como paquetes, ofertas actuales y otros.
- Todas las llamadas telefónicas deben responderse con una voz amigable.
- Cuando las reservas se confirman desde el principio con la ayuda de una garantía: un comprobante, un prepago u otro, se archivarán en el Archivo de reservas confirmadas o garantizadas.
- Al ingresar una reserva, se debe integrar la fecha de corte apropiada en la sección de reserva del formulario de reserva sin excepción.
- La fecha de corte especificada debe indicarse en días hábiles (de lunes a viernes). Cualquier fecha que caiga en el fin de semana será enviada el siguiente día hábil.
- Las acciones posteriores que se proporcionarán a las reservas no confirmadas se realizarán de acuerdo con la proximidad a la fecha de cierre. Este archivo debe administrarse y actualizarse diariamente

de acuerdo con las cláusulas de corte. Para lo anterior, se debe enviar un fax o correo a los clientes directos para notificarles que la fecha de vencimiento ha expirado y que el comprobante de pago o garantía debe enviarse lo antes posible. Los únicos clientes directos a quienes llaman son los que pagarán el depósito.

- Los cargos en las tarjetas se deben realizarse a 22 días antes de la entrada del cliente, y no un día menos, porque si se deniega la tarjeta, se debe notificar inmediatamente al cliente que puede enviar otra garantía para la reserva.
- Al reservar por teléfono, la recepcionista debe solicitar un número de fax o una dirección de correo electrónico para enviar el formulario de autorización de la tarjeta de crédito.
- Todas las órdenes directas de los clientes deben estar garantizadas en la forma de una autorización de crédito firmada de la manera adecuada.
- La reserva se debe responder lo antes posible, tratando de no superar el plazo de 24 horas. Las reservas no garantizadas se confirman hasta las 18:00 del día de la llegada, el hotel se reserva el derecho de cancelar, sin quejas, si no están garantizadas. Las reservas que no fueron enviadas al hotel, previamente garantizadas, serán cargadas la primera noche como una multa.
- Todas las cotizaciones deben presentarse en el momento apropiado y cuando esto se confirme, ya que la reserva debe moverse a los archivos correspondientes.
- La reserva se garantiza de la siguiente manera: enviando una copia de la tarjeta de crédito de ambas partes con una nota firmada por el cliente que declara que garantiza y / o cubre los costos de la reserva especificada o rellena el formulario de tarjeta de crédito que el hotel envía por fax, que está dirigido a verificar la tarjeta, para garantizarlo.
- En el caso de un depósito bancario, para garantizar una reserva, esto se hará solo en las cuentas autorizadas por el hotel y servirá como prepago para la prestación de servicios.

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Llama al hotel o envíe un fax o correo electrónico para solicitar una reserva.	Cliente directo
2	Se efectúa la reservación Si: continua el proceso No: procede al paso 14	Recepcionista
3	Realizar llamadas telefónicas de acuerdo con la política del hotel. (Reserva, saludo, nombre de la persona que asiste)	Recepcionista
4	Solicitar información sobre servicios, precios y disponibilidad.	Cliente directo
5	Proporcionar la información solicitada por el cliente.	Recepcionista
6	Solicitar información al cliente (fecha, número de personas y tipo) para determinar la disponibilidad del sistema.	Recepcionista
7	Proporcionar información solicitada	Cliente directo
8	Confirmar la fecha que desea reservar.	Recepcionista
9	Se verifica disponibilidad de fechas Si: continua el proceso No: se procede al paso 12	Recepcionista
10	Se ofrece diferentes fechas de alojamiento y otro tipo de habitaciones	Recepcionista
11	Se realiza la reservación Si: continua el proceso No: se termina todo el proceso	Recepcionista
12	Solicitar información al cliente (nombre, teléfono, fax, correo electrónico) para confirmar la tarjeta y confirmar la reserva.	Recepcionista

13	Proporcione datos al recepcionista. Continúe con el paso 17.	Cliente directo
14	Recibe las solicitudes de reserva por correo o fax y verifica la disponibilidad de los días solicitados en el sistema.	Recepcionista
15	Se verifica disponibilidad de días solicitados Si: continua el paso 17 No: se continua con el proceso	Recepcionista
16	Enviar un e-mail o fax al cliente sugiriendo disponibilidad y una reserva de fecha diferente.	Recepcionista
17	Enviar un formulario de autorización de tarjeta de crédito al cliente y solicitar que confirmen su reserva llenando y firmando.	Recepcionista
18	Recibir, escribir, firmar y enviar formularios de autorización de tarjeta de crédito.	Cliente directo
19	Obtener el formulario y asegurar de que todo lo que ha establecido con el cliente sea correcto.	Huésped
20	Reservar en el sistema informático. Programar - Crear programa - Ingrese información de programa y cada observación.	Recepcionista
21	Se verifica que la información sea registrada en el sistema.	Recepcionista
22	Se imprime la reservación.	Recepcionista
23	Se coloca el sello de confirmación en el formulario de reserva y el nombre de la persona que lo hizo.	Recepcionista
24	Enviar por fax o por correo electrónico la confirmación de su reserva al cliente.	Recepcionista
25	Recibir confirmación de reserva.	Cliente directo
26	Enviar cada formulario de reserva en el mes y día correspondiente.	Recepcionista

CANCELACIÓN RESERVACIÓN

Políticas

- En el caso del prepago, se aplica la política de penalizaciones para estas cotizaciones.
- El cliente directo o agencia debe ajustarse a las reglas de cancelación establecidas por el hotel.
- Las reglas de cancelación solo pueden modificarse con el permiso del Gerente General.
- Cualquier reserva o cancelación realizada 23 días antes de la fecha de llegada prevista no será penalizada, y se aplicará una tarifa de USD 35 correspondiente a los costos administrativos.
- Las cancelaciones hechas con 22 días o menos de anticipación a la fecha de llegada serán cargadas con el monto total de la reserva.
- Si la reserva no se realiza, es decir, no está garantizada o cancelada por la agencia, la empresa o el cliente directo, debe ser revocada en el sistema y debe ser eliminada del archivo.
- La información del cliente sobre la cancelación debe anotarse en las observaciones.
- Si la cancelación de una reserva por razones tarifarias informa inmediatamente al Ministerio de Marketing y Ventas. De acuerdo con las habitaciones disponibles, el departamento investigará la posibilidad de negociación inmediata.
- Siempre se solicitará por fax o correo electrónico la agencia, la empresa o directamente a los clientes que cancelen la reserva y se adjuntará al formulario de reserva cuando lo cancele.

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Envía una solicitud de cancelación por fax o correo electrónico.	Agencia o cliente directo
2	Recibe la solicitud de cancelación.	Recepcionista
3	Consulte la política de cancelación de reservas del hotel.	Recepcionista
4	Enviar al cliente o agencia para cancelar el aviso de política adjunto a la reserva	Recepcionista
5	Se recibe la aprobación de la política aplicada	Recepcionista
6	Consulta la reserva en el sistema	Agencia o cliente directo
7	Envía una confirmación de cancelación por medio de fax o por correo electrónico.	Recepcionista
8	Archiva la documentación correspondiente de cancelación de reservaciones.	Recepcionista

Conclusiones

1. El Hotel HOLIDAY INN no tiene todas las posiciones documentadas y los que poseen carecían de estructura y validez para aprovecharlos al máximo, por lo que estaba interesado en actualizar el manual.
2. El manual de políticas y procesos ha creado bases para la implementación en actividades de gestión del talento humano.
3. Las empresas a lo largo del tiempo pueden realizar cambios en el mismo para que el manual de políticas y procesos no quede obsoleto.
4. Los trabajadores no conocen los beneficios y la asistencia que el Manual de Políticas y Procesos puede brindarles cuando implementan lo pongan en práctica y desempeñen sus funciones.
5. En la mayoría de los lugares, se puede ver un alto nivel de versatilidad al mezclar dos posiciones diferentes en una sola, lo que provoca un aumento en la responsabilidad de la posición de la empresa.

Recomendaciones

1. Aplicar la descripción del trabajo y el cuestionario de análisis como un instrumento para incluir en los puestos de gestión que surjan en el futuro.
2. Es importante crear un departamento o unidad responsable de los recursos humanos.
3. Revisar los trabajos periódicamente y en función de las necesidades de la compañía; para que cada uno de los perfiles que lo completan se actualice y se utilice el máximo capital humano disponible.
4. Al crear un entorno multifuncional, el funcionario necesita saber la diferencia entre las diferentes tareas que deben llevarse a cabo, teniendo en cuenta principalmente el puesto inicial para el que está contrato, por lo que es aconsejable presentar el manual de políticas y funciones, para que conozcan y analicen las tareas de su posición.
5. Identificar a una persona interna o externa de la empresa para revisar y actualizar el Manual de posición al menos una vez al año a fin de actualizar cada uno de los perfiles que lo integran y así maximizar el uso del capital humano disponible.

Bibliografía

- Arias , F. G. (1999). El proyecto de investigación (Vol. III). Caracas, Venezuela : EPISTEME, C.A. doi:ISBN 980-07-3868-1
- Asociación Española para la Calidad. (2017). Recuperado el enero de 2018, de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/calidad-total>
- Concepto definicion. (3 de diciembre de 2013). Recuperado el 5 de abril de 2018, de <http://conceptodefinicion.de/check-in/>
- Constitucion del ecuador. (2008). Quito, Pichincha, Ecuador. doi:Registro Oficial No. 653 del 21/12/2015
- Contigroup. (s.f.). Gestion hotelera. Recuperado el enero de 2018, de jimdo: <https://gestionhotelera.jimdo.com/atenci%C3%B3n-al-cliente/>
- Emprende pyme. (s.f.). Recuperado el enero de 2018, de <https://www.emprendepyme.net/como-mejorar-la-productividad-laboral.html>
- Emprende pyme. (s.f.). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>
- Impulsa popular. (17 de diciembre de 2015). Recuperado el abril de 2018, de <https://www.impulsapopular.com/gerencia/efectos-de-una-mala-actitud-en-el-trabajo/>
- Maithé Del Toro Soto. (18 de Julio de 2011). Gestipolis. Recuperado el 25 de enero de 2018, de <https://www.gestipolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>
- Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). Recuperado el abril de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.

- Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2010). Definicion.de. Recuperado el 26 de enero de 2018, de <https://definicion.de/alojamiento/>
- Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2011). Definicion. de. Recuperado el 25 de enero de 2018, de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Pérez Porto , J., & Merino, M. (2099). Definicion.de. Recuperado el 24 de enero de 2018, de <https://definicion.de/hotel/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). Definicion.de. Recuperado el 24 de enero de 2018, de <https://definicion.de/huesped/>
- Pizzo, M. (mayo de 2011). Como servir con excelencia. Recuperado el 2017 de enero de 26, de Blog: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/un-aspecto-clave-del-servicio-al-cliente-en-hoteles/.html>
- Rainolds. (julio de 2012). Blogspot. Recuperado el febrero de 2018, de Metodologias de investigacion: <http://metodologiasdeinvestigacion.blogspot.com/2012/07/40-tipos-de-investigacion.html>
- Soto, B. (s.f.). Gestion.org. Recuperado el 26 de enero de 2018, de <https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/11175/5-principios-basicos-de-la-atencion-al-cliente/>
- Tarrio. (junio de 2012). Blogspot. Recuperado el enero de 2018, de Hotelera industrial: <http://hoteleraindustrial.blogspot.com/2012/06/la-industria-hotelera.html>
- Tesis de investigadores. (9 de enero de 2012). Tesis de investigacion. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- Trabajo.gob.ec. (s.f.). Recuperado el enero de 2018, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-
PDF.pdf

Wigodski, J. (14 de julio de 2010). Metodología en investigación.
Recuperado el febrero de 2018, de
[http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-
y-muestra.html](http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html)

ANEXOS

Preguntas de encuestas

Sexo

Masculino _____

Femenino _____

Edad

De 18 a 29 Años _____

De 30 a 39 Años _____

De 40 a 49 Años _____

De 50 a 59 Años _____

Mayor de 60 Años _____

Nivel de estudio

Primaria _____

Secundaria _____

Bachiller _____

Universitario _____

Otro _____

1. Como califica la actual gestión administrativa del Hotel

Holyday Inn

Muy Buena _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

Muy Mala _____

2. Según su percepción donde radica el principal problema del hotel holiday Inn

Servicio al cliente _____

Administración _____

Control interno _____

Personal _____

Financiero _____

3. Se han realizado capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente

Si _____

No _____

Desconoce _____

4. Cada qué tiempo se realizan capacitaciones dirigidas al personal de la empresa sobre servicio al cliente

Una vez por semana _____

Una vez al mes _____

Una vez por trimestre _____

Una vez por semestre _____

Una vez anual _____

**5. Las capacitaciones son realizadas de forma previamente
planificadas**

Muy de acuerdo _____

De acuerdo _____

Ni de acuerdo ni en desacuerdo _____

En desacuerdo _____

Muy en desacuerdo _____

**6. Conoce usted si se han establecido procedimientos y
políticas internas en el hotel**

Si _____

No _____

Desconoce _____

**7. Cree usted que la administración del hotel debería
implementar un manual de políticas y procedimientos**

Si _____

No _____

Desconoce _____

**8. Como califica la implementación de un manual de
políticas y procedimientos**

Muy Importante _____

Importante _____

Indiferente _____

Poco Importante _____

Nada importante _____

**9. Como califica la productividad laboral que se da en el
hotel holiday Inn**

Muy Buena _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

Muy Mala _____

**10. Cree usted que se debería mejorar la productividad
laboral que se da en el hotel holiday Inn**

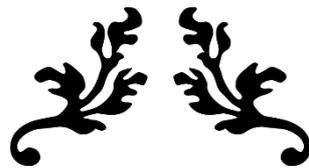
Muy de acuerdo _____

De acuerdo _____

Ni de acuerdo ni en desacuerdo _____

En desacuerdo _____

Muy en desacuerdo _____



MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS

Hotel Holiday Inn.



AV. DE LAS AMÉRICAS JUNTO AL AEROPUERTO JOSÉ
JOAQUÍN DE OLMEDO

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.001
	Check in	

Introducción

Este es uno de los procedimientos más completos que se llevan a cabo en el área de recepción, porque aquí tiene el primer contacto con un huésped.

Objetivo

Explicar el procedimiento de check-in en el Hotel Holiday Inn para su atención y recepción eficiente.

Alcance

Este procedimiento incluye la recepción del hotel. Esto se aplica cada vez que un cliente nuevo ingresa al hotel.

Políticas

- El check-in del cliente es después de las 2 p. m.
- Las habitaciones se pueden entregar antes del check-in, siempre que la habitación esté desocupada y limpia, con el permiso del ama de llaves.
- Si es una pareja de recién casados, se debe preparar la habitación con las respectivas amenidades.
- Antes de las 9:00 a.m., la oficina de reservas debe entregar los documentos físicos.
- Una vez que haya completado el movimiento de cada recibo, se debe mantener todos los documentos ordenados.
- Se debe enviar un informe de las entradas del mismo día con sus tareas a la ama de Llaves.
- Los clientes nunca deben llevar su equipaje, y siempre deben tener una persona que les abra la puerta (botones).
- Si el cliente es una agencia, debe pagar por adelantado. Si es un cliente directo, se le cobrará en el check-in o check-out dependiendo del cliente.
- Si el cliente cancela al registrarse con la tarjeta, se deben imprimir tres copias (una para el cliente, la otra para la recepción y la otra para la tarjeta de registro del cliente).
- Siempre solicitar una tarjeta de crédito o débito para realizar una copia de seguridad.
- Si el cliente decide no cobrar la tarifa extras o cargos a la tarjeta se debe avisar a todas las áreas, evitando la sobrecarga.

- Después del check-in, el recibo debe estar firmado en el formulario de registro y el tiempo de hospedaje, el número de tarjeta y la fecha de vencimiento deben ser especificados y requeridos. Luego ingresar la información en el sistema.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Tarjeta de registro
- Sistemas de computo

Personas involucradas

- Recepcionistas
- Huésped

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Bienvenida al cliente	Recepcionista
2	Indica el nombre de tu reserva.	Huésped
3	Encuentra el nombre de la persona en la lista	Recepcionista
4	Se verifica si la reservación es de manera directa o mediante agencia.	Recepcionista
5	Se verifica si se tiene reservación de agencia Si: continua el proceso No: Avanza a paso 8	Recepcionista
6	Se solicita el comprobante de la agencia que solicito la reservación	Recepcionista
7	Se informa al cliente del contenido de la reserva.	Recepcionista
8	Se solicita documentos de identificación	Recepcionista
9	Entrega los documentos al recepcionista	Huésped
10	Se entrega a tarjeta de registro para llenar los datos del cliente.	Recepcionista
11	Llena la tarjeta de registro	Huésped
12	Se solicita tarjeta de crédito o débito como garantía	Recepcionista
13	Entrega la tarjeta solicitada	Huésped
14	Se verifica la tarjeta y se entrega el voucher	Recepcionista
15	Solicita la firma del voucher	Recepcionista
16	Firma el voucher	Huésped
17	Adjunta voucher a la tarjeta de registro	Recepcionista
18	Completa la tarjeta de registro con el número de habitación, la firma de la recepcionista, el horario de check-in, el número de tarjeta y la fecha de vencimiento.	Recepcionista

19	Verifica con el ama de llaves el estado en que se encuentra la habitación.	Recepcionista
20	La habitación se encuentra disponible Si: continua con el paso 22 No: continua con el siguiente paso	Ama de llaves
21	Se comunica al cliente que la habitación no se encuentra lista, y que puede hacer uso de las demás áreas mientras esté lista.	Recepcionista
22	Realiza el procedimiento de generación de llaves y luego las entregas al cliente.	Recepcionista
23	Recibe las llaves de la habitación correspondiente	Recepcionista
24	Se coloca un brazalete al cliente y se explica que es importante mantenerlo en su lugar para su identificación como clientes del hotel y para los servicios adicionales.	Recepcionista
25	Proporciona al cliente información relevante del hotel y sus servicios	Recepcionista
26	El cliente necesita ayuda con el equipaje Si: continua el proceso No: se procede al paso 28	Recepcionista
27	Se comunica al botones que ayude al cliente con el traslado de su equipaje	Recepcionista
28	se comunica al cliente una buena estadía en el hotel	Recepcionista
29	Se archiva los documentos en el lugar correspondiente	Recepcionista
30	Se crea una carpeta con la información del cliente	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.002
	Check out	

Introducción

El procedimiento para registrar un check-out del huésped es la parte final de la estancia, por lo tanto, el último contacto del huésped con el hotel, por lo que esto debe hacerse con gran cuidado por parte de la recepcionista, ya que, por regla general, un el huésped debe cancelar una tarifa por los servicios prestados.

Objetivo

Explicar el procedimiento de check-in en el Hotel Holiday Inn para su atención y recepción eficiente.

Alcance

Este procedimiento incluye la oficina de recepción. Esto se aplica cada vez que un cliente deja el hotel.

Políticas

- El horario de salida es a las 12:00 p.m.
- Presentar una factura firmada del huésped con los cargos efectuados.
- Se debe tener una cuenta lista para cada solicitud de cliente, por lo que las tarifas de los diversos servicios provistos deben incluirse lo antes posible. Para la correcta aplicación de la relación.
- Si contiene cargos que no se aplican a su cupón, o si su cuenta es mayor a la cantidad especificada, el cliente debe pagar la diferencia antes de salir del hotel.
- Todos los cupones para el consumidor deben estar disponibles si el cliente requiere o duda al momento de liquidar la cuenta.
- En cualquier caso, debe disponer del comprobante de la tarjeta de crédito para su seguridad. Esto es para evitar desconfianza en el cliente.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Facturas
- Sistemas de computo

Personas involucradas

- Recepcionista

- Huésped

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Verificar el check-in general en la recepción en el que se realizan las salidas.	Recepcionista
2	Se recibe al huésped	Recepcionista
3	Solicita registro de check out	Huésped
4	Se solicita las llaves de la habitación	Recepcionista
5	El huésped entrega la llave en la recepción	Huésped
6	Se pregunta si se consumió algún producto del minibar, para realizar el cobro de dichos valores	Recepcionista
7	Se comuna a la ama de llaves el check out, para verificar si se deben realizar cargos extras a las facturas	Recepcionista
8	Recibe reporte de la habitación	Recepcionista
9	Revisa documentación correspondiente	Recepcionista
10	Se realizan cargos a la factura. Si: continua con el proceso No: se procede al paso 25	Recepcionista
11	Se realiza el cobro de los cargos extras	Recepcionista
12	Se verifica factura en el sistema	Recepcionista
13	Se revisa los cargos por cobrar	Huésped
14	Se consulta la modalidad de pago	Recepcionista
15	Se cancela con tarjeta Si: continua el proceso No: procede al paso 22	Recepcionista
16	Solicita la tarjeta respectiva	Recepcionista
17	Se realiza el cobro mediante el data fast	Recepcionista
18	Se aprueba la transacción Si: continua con el proceso No: procede al paso 16	Recepcionista
19	Firma el voucher correspondiente	Huésped
20	Se entrega una copia al cliente con la tarjeta solicitada	Recepcionista
21	Adjunta el voucher con los demás documentos correspondiéis	Recepcionista
22	Se recibe el pago en efectivo	Recepcionista
23	Se entrega el cambio correspondiente	Recepcionista
24	Por seguridad se rompe el voucher de frente al cliente	Recepcionista
25	Se pregunta al cliente por su estadía en el hotel	Recepcionista
26	Se ingresa al sistema el valor total cancelado	Recepcionista
27	Se imprime factura	Recepcionista

28	Se entrega copia original al cliente y copia se archiva con los demás documentos	Recepcionista
29	Se despide al cliente	
30	Archiva documentos para trasladar al área de contabilidad	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.003
	Reservación de clientes directos	

Introducción

Este procedimiento tiene esencialmente el mismo propósito que las reservas de agencias, excepto que este agente desaparece del proceso y el cliente hace la reserva directamente. Este es uno de los procesos más comunes que ocurren todos los días en el hotel, las personas que lo entienden y hacen una llamada telefónica, fax o correo electrónico para preguntar sobre las instalaciones que ofrece el hotel y sus tarifas.

Objetivo

Describa el procedimiento hecho para la atención de la reserva de un cliente directo a partir de la provisión de la información para indicar el proceso de hacer la reserva.

Alcance

Este procedimiento incluye el departamento de reservas; y se aplica cada vez que un cliente realiza una reserva de manera directa.

Políticas

- Responder la llamada antes de la tercera tonada.
- El saludo es claro y amable.
- Si la llamada se pone en espera, no demorará más de 15 segundos.
- No se puede revender, es decir, si la capacidad del hotel es máxima, ya no se pueden vender más habitaciones.
- Tarifas procesadas correctamente, así como paquetes, ofertas actuales y otros.
- Todas las llamadas telefónicas deben responderse con una voz amigable.
- Cuando las reservas se confirman desde el principio con la ayuda de una garantía: un comprobante, un prepago u otro, se archivarán en el Archivo de reservas confirmadas o garantizadas.
- Al ingresar una reserva, se debe integrar la fecha de corte apropiada en la sección de reserva del formulario de reserva sin excepción.
- La fecha de corte especificada debe indicarse en días hábiles (de lunes a viernes). Cualquier fecha que caiga en el fin de semana será enviada el siguiente día hábil.
- Las acciones posteriores que se proporcionarán a las reservas no confirmadas se realizarán de acuerdo con la proximidad a la fecha

de cierre. Este archivo debe administrarse y actualizarse diariamente de acuerdo con las cláusulas de corte. Para lo anterior, se debe enviar un fax o correo a los clientes directos para notificarles que la fecha de vencimiento ha expirado y que el comprobante de pago o garantía debe enviarse lo antes posible. Los únicos clientes directos a quienes llaman son los que pagarán el depósito.

- Los cargos en las tarjetas se deben realizar a 22 días antes de la entrada del cliente, y no un día menos, porque si se deniega la tarjeta, se debe notificar inmediatamente al cliente que puede enviar otra garantía para la reserva.
- Al reservar por teléfono, la recepcionista debe solicitar un número de fax o una dirección de correo electrónico para enviar el formulario de autorización de la tarjeta de crédito.
- Todas las órdenes directas de los clientes deben estar garantizadas en la forma de una autorización de crédito firmada de la manera adecuada.
- La reserva se debe responder lo antes posible, tratando de no superar el plazo de 24 horas. Las reservas no garantizadas se confirman hasta las 18:00 del día de la llegada, el hotel se reserva el derecho de cancelar, sin quejas, si no están garantizadas. Las reservas que no fueron enviadas al hotel, previamente garantizadas, serán cargadas la primera noche como una multa.
- Todas las cotizaciones deben presentarse en el momento apropiado y cuando esto se confirme, ya que la reserva debe moverse a los archivos correspondientes.
- La reserva se garantiza de la siguiente manera: enviando una copia de la tarjeta de crédito de ambas partes con una nota firmada por el cliente que declara que garantiza y / o cubre los costos de la reserva especificada o rellena el formulario de tarjeta de crédito que el hotel envía por fax, que está dirigido a verificar la tarjeta, para garantizarlo.
- En el caso de un depósito bancario, para garantizar una reserva, esto se hará solo en las cuentas autorizadas por el hotel y servirá como prepago para la prestación de servicios.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Facturas
- Voucher

Personas involucradas

- Recepcionista
- Cliente

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Llama al hotel o envíe un fax o correo electrónico para solicitar una reserva.	Cliente directo
2	Se efectúa la reservación Si: continua el proceso No: procede al paso 14	Recepcionista
3	Realizar llamadas telefónicas de acuerdo con la política del hotel. (Reserva, saludo, nombre de la persona que asiste)	Recepcionista
4	Solicitar información sobre servicios, precios y disponibilidad.	Cliente directo
5	Proporcionar la información solicitada por el cliente.	Recepcionista
6	Solicitar información al cliente (fecha, número de personas y tipo) para determinar la disponibilidad del sistema.	Recepcionista
7	Proporcionar información solicitada	Cliente directo
8	Confirmar la fecha que desea reservar.	Recepcionista
9	Se verifica disponibilidad de fechas Si: continua el proceso No: se procede al paso 12	Recepcionista
10	Se ofrece diferentes fechas de alojamiento y otro tipo de habitaciones	Recepcionista
11	Se realiza la reservación Si: continua el proceso No: se termina todo el proceso	Recepcionista
12	Solicitar información al cliente (nombre, teléfono, fax, correo electrónico) para confirmar la tarjeta y confirmar la reserva.	Recepcionista
13	Proporcione datos al recepcionista. Continúe con el paso 17.	Cliente directo
14	Recibe las solicitudes de reserva por correo o fax y verifica la disponibilidad de los días solicitados en el sistema.	Recepcionista
15	Se verifica disponibilidad de días solicitados Si: continua el paso 17 No: se continua con el proceso	Recepcionista
16	Enviar un e-mail o fax al cliente sugiriendo disponibilidad y una reserva de fecha diferente.	Recepcionista
17	Enviar un formulario de autorización de tarjeta de crédito al cliente y solicitar que confirmen su reserva llenando y firmando.	Recepcionista

18	Recibir, escribir, firmar y enviar formularios de autorización de tarjeta de crédito.	Cliente directo
19	Obtener el formulario y asegurar de que todo lo que ha establecido con el cliente sea correcto.	Huésped
20	Reservar en el sistema informático. Programar - Crear programa - Ingrese información de programa y cada observación.	Recepcionista
21	Se verifica que la información sea registrada en el sistema.	Recepcionista
22	Se imprime la reservación.	Recepcionista
23	Se coloca el sello de confirmación en el formulario de reserva y el nombre de la persona que lo hizo.	Recepcionista
24	Enviar por fax o por correo electrónico la confirmación de su reserva al cliente.	Recepcionista
25	Recibir confirmación de reserva.	Cliente directo
26	Enviar cada formulario de reserva en el mes y día correspondiente.	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.004
	Reservación de agencias	

Introducción

El proceso de reserva de la agencia es en realidad una forma de que un hotel adquiera parte de un cliente a través de una agencia de reservas que prefiere al cliente por teléfono, fax o correo electrónico. La recepcionista es responsable de aceptar o rechazar la solicitud de las solicitudes.

Objetivo

Describa el procedimiento de reserva de agencias y justificar la forma más eficiente de hacerlo.

Alcance

Este procedimiento está relacionado con la recepción. Se aplica siempre cuando una agencia realice la reservación con un cliente.

Políticas

- Antes de confirmar su reserva con una agencia, debe verificar el porcentaje de comisión, las tarifas y las políticas de grupo de la agencia.
- Presentar una solicitud de reserva con el formulario de reserva correspondiente para el mes y el día.
- La agencia de reservas debe estar familiarizada con los diferentes tipos de habitaciones y ser capaz de proporcionar una explicación convincente de las diferencias entre las habitaciones, tarifas y paquetes que ofrece el hotel.
- Si la garantía de su reserva proviene de una compañía con crédito en el hotel, puede enviar una carta a la compañía.
- Al ingresar una reserva, la fecha de vencimiento debe ingresarse en el área de observación del formulario de reserva sin excepción.
- Todas las reservas se pueden procesar hasta 24 horas. Por el contrario, la compañía responderá la llamada o llamar para avisarles por qué no pueden responder.
- La custodia de las reservas temporales o los procedimientos de verificación debe hacerse en un orden completo y absoluto.
- Si la reserva se confirma o confirma desde el principio con el período de garantía: se mantendrá en la confirmación de la reserva o en la reserva de la garantía.

- La reserva es "No confirmada o provisional" y la reserva tiene dos archivos, "Verificado o Garantizado".
- El seguimiento proporcionado para las reservas no confirmadas está determinado por la proximidad en relación con la fecha límite.
- Este archivo debe mantenerse y actualizarse diariamente de acuerdo con la fecha límite de reserva. En este caso, debe enviar un fax o un correo a la agencia para informarles que la fecha límite ha expirado y que debe enviar un comprobante de pago o garantía lo antes posible.
- Las reservas deben ser confirmadas por la garantía durante los próximos tres días después de que caduque el "límite". Una vez confirmado por el cliente (con la documentación adecuada), se enviarán a la sala de reserva de confirmación de acuerdo con la fecha de entrada.
- Si se proporciona un FIT o seguimiento de programación grupal, la fecha de seguimiento o la nueva fecha marcada como la nueva fecha de bloqueo debe aparecer en la hoja Notas / Seguimiento. Dentro de cada observación de la reserva física, así como la hoja de repuesto del sistema.
- De lo contrario, las reservas tentativas no se pueden colocar en el archivo debido a la falta de información en el sistema.
- La fecha en la que cae el límite correspondiente es la fecha en que se solicita el comprobante o cada prepago a la institución para mantener el depósito en el sistema. Si la empresa no puede garantizar la reserva en ese momento porque la respuesta aún no está clara, la fecha límite para revalidar la reserva se extenderá de conformidad con el acuerdo de ambas partes (agente de ventas).
- El plazo indicado debe ser de días hábiles (de lunes a viernes). Los días de fin de semana se entregarán en el día hábil más cercano.
- Al igual que con las solicitudes de seguimiento, es importante señalar las tácticas y los cheques solicitados que se están procesando en la solicitud de confirmación de reserva para las fechas de vencimiento de la reserva. La importancia de reservar para los clientes es primordial.
- Además, algunas organizaciones también deberían considerar restar fechas de corte dentro del período del contrato. Entonces, debemos ser conscientes de que estas compañías no deberían estar en conflicto entre ellas porque tienen el "corte" correcto, la falta de comunicación con nosotros y la falta de comunicación.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Sistema

Personas involucradas

- Recepcionista
- Agencia de viajes

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Se contacta por fax o correo electrónico en fechas específicas.	Cliente directo
2	Reciba solicitudes por fax o correo electrónico.	Recepcionista
3	Verifica la disponibilidad en el sistema.	Recepcionista
4	Se verifica disponibilidad de las habitaciones Si: se continua al paso 7 No: continua el proceso	Cliente directo
5	Se comunica fechas de disponibilidad y tipo de habitaciones.	Recepcionista
6	Acepta las fechas comunicadas Si: continua el proceso No: se termina el proceso	Recepcionista
7	Solicita una formulación de reserva por fax o correo electrónico.	Cliente directo
8	Enviar una solicitud de reserva por fax o correo electrónico.	Recepcionista
9	Si se recibe un fax o correo electrónico con su solicitud de reserva, verifica la información de la reserva para asegurar de que esta información esté completa.	Recepcionista
10	Se efectúa la reservación en el sistema. Se completa las opciones en la nota que especifican todas las actividades que realizará el cliente.	Recepcionista
11	Verifica los datos ingresados en el sistema.	Recepcionista
12	Se imprime la reservación	Recepcionista
13	Sellar el documento de reserva como "confirmado" y realizar un registro claro de la firma y la fecha de confirmación de la persona que realiza la reserva.	Cliente directo
14	Enviar por fax o correo electrónico la confirmación de la reserva a la agencia correspondiente.	Recepcionista
15	Recibe una confirmación de reserva.	Recepcionista
16	Envíe cada formulario de reserva con el documento de reserva en el mes y día.	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.005
	Modificación de reservación	

Introducción

Los procedimientos para cambiar las reservas de una agencia o directamente a un cliente se solicitan por teléfono, fax o correo electrónico. Los agentes de reserva pueden recibir a través de uno de estos canales y realizar cambios en el sistema para satisfacer las necesidades del cliente.

Objetivo

Describa el proceso de reserva realizado por el recepcionista del hotel para obtener una guía que lo haga más fácil de aplicar.

Alcance

Este procedimiento incluye la recepción; y aplica todo el tiempo que tanto un cliente directo como una agencia necesitan cambiar la reserva.

Políticas

- Haga cambios solo en caso de disponibilidad.
- Si el cambio está fechado, primero se debe verificar la disponibilidad para ver si hay un cambio en el tipo de habitación o servicio que desea el cliente. Si hay una opción para el cambio, la modificación se puede hacer en el sistema.
- En ausencia de espacio para las nuevas fechas solicitadas, se informará inmediatamente al cliente y se le dará la oportunidad de ingresar a la lista de espera para esos días; si no acepta, se le deben dar otras fechas alternativas.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Sistema

Personas involucradas

- Recepcionista
- Agencia de viajes o clientes directos

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Envía una solicitud de cambio de reserva por fax o correo electrónico.	Agencia o cliente directo
2	Recibe la solicitud para cambiar la reserva.	Recepcionista
3	Ingresa al sistema.	Recepcionista
4	Verifica disponibilidad para la fecha solicitada No: continua el proceso Si: procede al paso 7	Recepcionista
5	Envía la solicitud indicando la disponibilidad y capacidades de otras fechas disponibles.	Recepcionista
6	El cliente acepta las fechas disponibles Si: continua el proceso No: termina el proceso	Agencia o cliente directo
7	Busca reservas en el sistema de reservas e ingresa las nuevas fechas en el sistema.	Recepcionista
8	Se imprime la reservación modificada.	Recepcionista
9	Enviar la modificación de la reserva por fax o correo electrónico.	Recepcionista
10	Recibe confirmación del cambio de reserva.	Agencia o cliente directo
11	Archivar la reserva modificada en el día respectivo.	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.006
	Cancelación de reservación	

Introducción

El procedimiento de cancelación ya sea por una agencia o por un cliente directo, lo solicitan por teléfono, fax o correo electrónico donde la persona a cargo de la reserva lo recibe de uno de estos canales y es responsable de aceptar o rechazar esta aplicación dependiendo de política del hotel

Objetivo

Describe el procedimiento de cancelación de reservas realizado por la recepcionista en el Sistema para ejecutarlo efectivamente al recibir la solicitud del cliente.

Alcance

Este procedimiento incluye la recepción; y aplica todo el tiempo que tanto un cliente directo como una agencia requieren la cancelación de una reserva.

Políticas

- En el caso del prepago, se aplica la política de penalizaciones para estas cotizaciones.
- El cliente directo o agencia debe ajustarse a las reglas de cancelación establecidas por el hotel.
- Las reglas de cancelación solo pueden modificarse con el permiso del Gerente General.
- Cualquier reserva o cancelación realizada 23 días antes de la fecha de llegada prevista no será penalizada, y se aplicará una tarifa de USD 35 correspondiente a los costos administrativos.
- Las cancelaciones hechas con 22 días o menos de anticipación a la fecha de llegada serán cargadas con el monto total de la reserva.
- Si la reserva no se realiza, es decir, no está garantizada o cancelada por la agencia, la empresa o el cliente directo, debe ser revocada en el sistema y debe ser eliminada del archivo.
- La información del cliente sobre la cancelación debe anotarse en las observaciones.
- Si la cancelación de una reserva por razones tarifarias informa inmediatamente al Ministerio de Marketing y Ventas. De acuerdo

con las habitaciones disponibles, el departamento investigará la posibilidad de negociación inmediata.

- Siempre se solicitará por fax o correo electrónico la agencia, la empresa o directamente a los clientes que cancelen la reserva y se adjuntará al formulario de reserva cuando lo cancele.

Documentos que se utilizan en el proceso

- Sistema

Personas involucradas

- Recepcionista

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Envía una solicitud de cancelación por fax o correo electrónico.	Agencia o cliente directo
2	Recibe la solicitud de cancelación.	Recepcionista
3	Consulte la política de cancelación de reservas del hotel.	Recepcionista
4	Enviar al cliente o agencia para cancelar el aviso de política adjunto a la reserva	Recepcionista
5	Se recibe la aprobación de la política aplicada	Recepcionista
6	Consulta la reserva en el sistema	Agencia o cliente directo
7	Envía una confirmación de cancelación por medio de fax o por correo electrónico.	Recepcionista
8	Archiva la documentación correspondiente de cancelación de reservaciones.	Recepcionista

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.007
	Recibimiento e instalación	

Introducción

El siguiente procedimiento, contiene información detallada sobre la aceptación de un huésped para que se sienta cómodo y en un lugar agradable para ayudar con la transferencia de equipaje y la entrega de la habitación, brindando un servicio que facilita la llegada y la instalación en la habitación, evitando el esfuerzo y hacer su estancia en el hotel más agradable.

Objetivo

Describe el procedimiento para recibir al huésped, transfiriendo el equipaje hacia la habitación, para obtener una herramienta efectiva que permita la labor del botones funcione eficientemente.

Alcance

Este procedimiento incluye la recepcionista y se aplica cada vez que nuevos clientes ingresan y salen del hotel.

Políticas

- Saludar al huésped.
- Estar en la puerta de entrada.
- Cuando el cliente se registra, se le debe dar un cóctel a cada huésped.
- Siempre preguntar al cliente si quiere ayuda con su equipaje.
- Señalar todos los servicios ofrecidos en el hotel y sus horarios al huésped en el camino a la habitación.
- No ingresar a la habitación del huésped para recoger las maletas a menos que lo solicite, de lo contrario, espere en la puerta de la habitación para ayudar con la transferencia del equipaje.
- Nunca dejar un hotel sin mencionar el servicio o la comodidad en las habitaciones.

Personas involucradas

- Recepcionista
- Huésped
- Botones

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Bienvenida al huésped.	Botones
2	Abre la puerta de entrada.	Botones
3	Ayuda al cliente con el equipaje.	Botones
4	Se ofrece un coctel de bienvenida a cada cliente	Botones
5	Especifica los botones para el traslado la habitación a los huéspedes después de que termine de registrarse.	Recepcionista
6	Consulta ayuda con el equipaje Si: continua el proceso No: se procede al paso 8	Botones
7	Levanta el equipaje y lo traslada hacia la habitación.	Botones
8	Lleva a los clientes a la habitación correspondiente	Botones
9	Especifica los servicios del hotel y los horarios	Botones
10	Indica al huésped la habitación correspondiente, ayuda con el equipaje y las colócalas cerca de la puerta.	Botones
11	Pide las llaves de la habitación para abrir la puerta	Botones
12	Otorga las llaves al botones	Huésped
13	Explica al invitado cómo usar la llave de la habitación.	Botones
14	Levanta el equipaje, traslada al interior de la habitación y asegura de que todo esté en buenas condiciones.	Botones
15	Entregas las llaves de la habitación al huésped	Botones
16	Recibe las llaves de la habitación	Huésped
17	Verifica la habitación: enciende el aire acondicionado, verifica que los controles estén en buenas condiciones, y revisa los productos del minibar.	Botones
18	Muestra el minibar del huésped e indica que se trata de un servicio adicional que, si se consume, debe cancelar al salir.	Botones
19	Ofrecer su ayuda cuando el huésped la necesite, recordándoles el número de recepción para que puedan localizarlos.	Botones
20	En el momento de la salida se necesita la ayuda del botones Si: continua el proceso	Huésped

	No: termina el proceso	
21	Pregunta el número de la habitación de huéspedes y hágale saber cuánto tiempo llegará el botones a la habitación correspondiente.	Recepcionista
22	Informe el número de la habitación donde se proporcionará el servicio.	Recepcionista
23	Cumple la solicitud de la recepcionista (entra a la habitación, carga las maletas y traslada a los invitados a la recepción).	Botones
24	Ayuda al cliente con el equipaje después de la salida.	Botones
25	Se despide del cliente.	Botones

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.008
	Limpieza	

Introducción

La mucama o ama de llaves será responsable de limpiar las habitaciones del hotel para garantizar un buen servicio al cliente una vez que ingresen.

Objetivo

Define el procedimiento de limpieza de la habitación para obtener una herramienta que le permita conocer los pasos correctos para limpiar las habitaciones.

Alcance

Este procedimiento incluye la unidad de amas de llave; y se aplica cada vez que una habitación está desocupada.

Políticas

- La entrada de extraños a las habitaciones no está permitida.
- Responsabilidad con la llave de las habitaciones.
- Vestirse adecuadamente al final de la jornada laboral.
- Tener buenas relaciones y cooperación entre todos.
- La limpieza de la habitación debe hacerse de manera completa y adecuada.
- Si se detecta una falla durante la limpieza de la habitación, el ama de llaves y el gerente de mantenimiento deben ser notificados de la decisión pertinente.
- Cada habitación informada como lista para usarse debe verificar si está en las mejores condiciones para usarla en cualquier momento.
- La mucama responsable de la limpieza de la habitación debe asegurarse de que antes de informar que la habitación está limpia, debe estar equipada con los recursos necesarios.

Personas involucradas

- Ama de llaves
- Recepcionista
- Botones

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Verifique el informe de las habitaciones.	Ama de llaves
2	Va a la habitación con el equipo necesario para limpiarla, y toallas para ponerlas en sus partes respectivas.	Ama de llaves
3	Abre la habitación con la llave maestra.	Ama de llaves
4	Entra a la habitación con todos los materiales necesarios.	Ama de llaves
5	Quita la ropa de cama, la ropa sucia y la coloca fuera de la habitación e informa al botones que el saque de la ropa.	Ama de llaves
6	Mueve la ropa sucia a la lavandería.	Botones
7	Tiende la cama con la sabana y el edredón	Ama de llaves
8	Coloca las fundas de almohada limpias, colóquelas en la cabecera de la cama y en el edredón.	Ama de llaves
9	Decora la cama con las toallas	Ama de llaves
10	Coloca la basura en los recipientes correspondientes.	Ama de llaves
11	Aseas las paredes del baño con cloro, limpia con una esponja y agrega un poco de desinfectante para darle un olor. Cuando termina, enjuaga.	Ama de llaves
12	Agrega un desinfectante y cloro al inodoro para lavarlo con un hisopo y posterior limpiar el exterior del inodoro con alcohol.	Ama de llaves
13	Lavar el lavatorio con cloro y desinfectante.	Ama de llaves
14	Limpiar y pulir el espejo.	Ama de llaves
15	Secar las paredes y el piso del baño con un paño para que no se quede residuo de humedad y tenga una mejor apariencia	Ama de llaves
16	Colocar los utensilios del baño	Ama de llaves
17	Colocar bolsas de basura en los tachos del baño.	Ama de llaves
18	Coloque dos trapos de baño doblados y colgados.	Ama de llaves
19	Colocar la alfombra en el piso del baño.	Ama de llaves
20	Poner dos toallitas en la pañera que está en el fregadero	Ama de llaves
21	Colocar dos jabones cerca del lavatorio	Ama de llaves
22	Limpiar las ventanas	Ama de llaves
23	Barrer la habitación	Ama de llaves
24	Limpiar toda la habitación con un desinfectante y ambientador.	Ama de llaves

25	Retira todos los materiales de limpieza y herramientas de la habitación y colóquelos afuera.	Ama de llaves
26	Verifique que haya una carpeta de información, vasos, guía telefónica, y todo lo que cada habitación necesita según el tipo.	Ama de llaves
27	Verifica si el minibar contiene todo en la lista.	Ama de llaves
28	Notifica el estado de la habitación después de que se complete la limpieza.	Ama de llaves
29	Recibe el estado de la habitación	Recepcionista
30	Cierra la habitación y retirar los materiales y herramientas hacia bodega de lavandería.	Ama de llaves

Hotel Holiday Inn	Proceso	PC.CI.009
	Cheque de la habitación ckeck out	

Introducción

El control se lleva a cabo en la última parte de la estancia del cliente, donde la empleada informa al recepcionista sobre el consumo del minibar y la condición final de la habitación después de que el cliente se haya ido. Esto debe ser informado con mucho cuidado, ya que la recepcionista generalmente recibe el mensaje por medio radio.

Objetivo

Describir el procedimiento de verificación de la habitación realizado, para saber cómo controlar el consumo diario del minibar y las condiciones de la habitación.

Alcance

Este procedimiento incluye la unidad de amas de llave; y se aplica cada vez que el cliente se retira para verificar la habitación.

Políticas

- Cuando la recepción comunica con un ama de llaves, después de revisar el minibar y el estado de la habitación, no puede irse sin quitar la ropa sucia colocarla fuera de la habitación.

Personas involucradas

- Ama de llaves
- Recepcionista
- Bodeguero

Descripción del procedimiento

Paso	Descripción	Responsable
1	Se recibe el check out	Recepcionista
2	Informar al ama de llaves de la salida del cliente	Recepcionista
3	Procede a movilizarse a la habitación informada	Ama de llaves
4	Ingresa a la habitación	Ama de llaves
5	Compruebe el minibar e informa inmediatamente a la recepcionista si falta o no productos.	Ama de llaves

6	Obtenga el informe de la habitación.	Recepcionista
7	Existen faltantes en el minibar Si: continua el proceso No: procede al paso 17	Ama de llaves
8	Se procede a hacer cargos a la factura	Ama de llaves
9	Enviar la copia rosada de la factura para restaurar la deficiencia del minibar.	Ama de llaves
10	Obtiene la copia del minibar faltante.	Bodeguero
11	Prepara los productos faltantes y entrega a la ama de llaves.	Bodeguero
12	Obtiene los productos que faltan y completa los productos en el minibar de la habitación.	Ama de llaves
15	Entrega la factura de faltantes.	Ama de llaves
16	Al final del turno, las facturas del minibar se entregarán en el mostrador de recepción	Ama de llaves
17	Obtiene las cuentas faltantes del Minibar.	Recepcionista
18	Comprobar que en la habitación que todo está bien y que los clientes no han olvidado algo.	Ama de llaves
19	Se encuentra objetos olvidados en la habitación Si: continua con el proceso No: procede al paso 23	Ama de llaves
20	Se reporta a recepción	Ama de llaves
21	Recibe reporte	Recepcionista
22	Si encuentra un defecto en la habitación, debe notificar a la recepcionista y al personal de mantenimiento.	Recepcionista
23	Se procede a sacar los trapos sucios	Ama de llaves
24	Procede a salir de la habitación.	Ama de llaves

ANEXOS

Evaluación de necesidades de la empresa

Temas del manual	Facilitador	Fecha	Material
Check in	Dennys Maquilón	4 días a la semana	Manual de procedimientos
Check out	Dennys Maquilón	Primera semana de mayo 2018 15h00 – 18h00	Manual de procedimientos
Reservación de clientes directos	Dennys Maquilón	Segunda y tercera semana de mayo del 2018 08h00 – 10h00	Manual de procedimientos
Reservación de agencias	Dennys Maquilón	Primera semana de junio del 2018 12h00 – 14h00	Manual de procedimientos
Modificación de reservación	Dennys Maquilón	Segunda semana de junio del 2018 08h00 – 10h00	Manual de procedimientos
Cancelación de reservación	Dennys Maquilón	Tercera semana de junio del 2018 14h00 – 16h00	Manual de procedimientos
Recibimiento e instalación	Dennys Maquilón	Primera semana de julio del 2018 08h00 – 10h00	Manual de procedimientos
Limpieza	Dennys Maquilón	Segunda semana de julio del 2018 14h00 – 16h00	Manual de procedimientos
Cheque de la habitación ckeck out	Dennys Maquilón	Tercera semana de julio del 2018 08h00 – 10h00	Manual de procedimientos

Evaluación de cumplimiento

Aspectos por evaluar	Escala de cumplimiento			
	Nada	Poco	Medio	Alto
Check in		X		
Check out		X		
Reservación de clientes directos			X	
Reservación de agencias			X	
Modificación de reservación				X
Cancelación de reservación				X
Recibimiento e instalación			X	
Limpieza				X
Cheque de la habitación ckeck out				X

ANEXO FOTOS

