

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



PROCEDIMIENTOS DE RECEPCIÓN Y SUS  
NIVELES DE SATISFACCIÓN EN HOTELES TRES  
ESTRELLAS – CIUDAD DE PUNO, 2013

TESIS

PRESENTADA POR:

GIOVANNA CAMA PACOMPIA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2015

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"PROCEDIMIENTOS DE RECEPCION Y SUS NIVELES DE  
SATISFACCIÓN EN HOTELES TRES ESTRELLAS – CIUDAD DE  
PUNO, 2013"

Tesis presentada por:

Bach. GIOVANNA CAMA PACOMPIA

Para optar el título de:

LICENCIADA EN TURISMO

APROBADO POR EL JURADO INTEGRADO POR:

Presidente:

  
Dr. MARIO SILVA DUEÑAS

Primer Miembro:

  
M. Sc. ROSARIO MARIA MAMANI MIRANDA

Segundo Miembro:

  
Lic. ESMELIDA RIVERA CARPIO

Director de Tesis:

  
Dr. ALAN MIDGUAR FRANCO JOVE

Asesor de Tesis:

  
Dr. ALAN MIDGUAR FRANCO JOVE

PUNO-PERU

2015

Área: Administración hotelera

Tema: Administración de empresas turísticas

## DEDICATORIA

*A mis padres, Alberto y Nancy por ser las personas que me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida. por sus consejos que han sabido guiarme para culminar mi carrera profesional*

*.A mi querido esposo Lolo Hermes, por su amor y confianza incondicional.*

*A mis abuelos Alejandrino y Santuza, por toda su, apoyo amor y comprensión.*

*A mis queridos hermanos Luis y Joe, por la comprensión y amor incondicional de hermanos que me brindan*

*Giovanna*

## AGRADECIMIENTO

- A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.
- A la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, a la Facultad de Ciencias Sociales y a la Escuela Profesional de Turismo por haber compartido sus enseñanzas y hacer realidad mi sueño de ser profesional para el servicio de la sociedad.
- A los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo, por todo el conocimiento esparcido durante los años de formación académica.
- A los Miembros de Jurado, por la orientación, gran apoyo, consideración, preocupación y estimulación para la finalización del presente trabajo de investigación.
- A las empresas del sector hotelero, por haberme permitido y facilitado con la búsqueda de información para realizar el presente trabajo de investigación.

Giovanna

**INDICE**

DEDICATORIA  
AGRADECIMIENTO  
RESUMEN  
INTRODUCCION

**CAPITULO I****PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN Y  
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

1.1.Planteamiento del Problema .....	10
1.1.1.Problema general.....	11
1.1.2.Problemas Especificos.....	12
1.2.Antecedentes .....	12
1.3.Objetivos de Investigacion .....	14
1.3.1.Objetivo General .....	14
1.3.2.Objetivo Especifico.....	14
1.4.Justificacion .....	14

**CAPITULO II****MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS LA  
INVESTIGACIÓN**

2.1.Marco Teorico .....	16
2.2.Marco Conceptual.....	34
2.3.Hipótesis de la investigación.....	39
2.3.1.Hipótesis general .....	39
2.3.2.Hipótesis especifica .....	39
2.3.3.Operacionalizacion de las Hipotesis .....	40

**CAPITULO III****ASPECTO METODOLOGICO**

3.1.Metodo de investigacion .....	42
3.2.Tipo de investigación .....	42
3.3.Unidades de analisis .....	43
3.4.Poblacion y muestra.....	43

3.5.Tecnicas de investigacion .....	44
-------------------------------------	----

## CAPÍTULO IV

### CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION

4.1.Caracterisiticas del sector hotelero de la ciudad de Puno.....	45
4.1.1. indices de ocupabilidad.....	49

## CAPITULO V

### EXPOSICION Y ANALISIS DE RESULTADOS

5.1.Características, pasos y procedimientos de los manuales en el área de recepción de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de Puno.....	52
5.1.1. Procesos de Recepción .....	52
5.1.2. Establecimiento de los indicadores del proceso.....	53
5.1.3. El diagrama del proceso.....	54
5.1.4. Sistemas de reserva utilizados.....	68
5.2.Nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción de hoteles tres estrellas de la ciudad de puno .....	72
5.3.Incidencia en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción .....	87
5.3.1. Propuesta de manual de procedimientos para el área de recepción en base a resultados de la investigación .....	87
CONCLUSIONES .....	95
RECOMENDACIONES .....	96
BIBLIOGRAFIA .....	97
ANEXOS .....	1

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Procedimientos De Recepcion Y Sus Niveles De Satisfaccion En Hoteles De Tres Estrellas De Puno 2013” tiene los siguientes resultados; en el departamento de Puno existen 15 hoteles de categoría de tres estrellas registrados por la DIRCETUR; de los cuales, un 80% no cuentan con un manual de procedimientos del área de recepción. Esta falta de estandarización sobre la existencia del manual de procedimientos tiene su impacto en los niveles de satisfacción del turista

Los indicados en un manual subrayan procedimientos de recepción que rebelan el buen trato y amabilidad al cliente. Es importante mencionar que la capacitación sobre procedimientos de recepción, en la ciudad de Puno, no está bien estructurado y es recomendable analizar las características, pasos y procedimientos tienen los manuales de procedimientos en el área de recepción de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de Puno y su aplicación. Sin embargo llegamos a la conclusión que la satisfacción del huésped no incide en la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción. La aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción puede mejorar la percepción de eficiencia en el servicio, pero no determina la satisfacción del huésped.

Al evaluar la satisfacción del servicio el huésped no discrimina los otros servicios y aspectos tangibles del Hotel.

**PALABRAS CLAVES:** Procedimientos De Recepcion, Manuales, Satisfaccion, Hoteles.

## INTRODUCCION

La presente investigación se desarrolla en los hoteles de tres estrellas de la Ciudad de Puno.

Los procedimientos en el área de recepción, y su influencia en los niveles de Satisfacción de los huéspedes y la importancia de seguir los procedimientos por los colaboradores, la importancia que tiene el entrenamiento y estandarización de procedimientos. Incluso los Administradores y Gerentes manejan este tipo de información sobre el modo correcto en que se deben realizar los procedimientos, lo cual se ha convertido en prácticamente una urgencia, si se quiere garantizar la optimización del servicio. El conocer, los pasos a seguir para realizar los registros de los huéspedes, las reservaciones y demás competencias del departamento que se tratarán en el desarrollo de la investigación.

De este modo se pretende conocer mejor los procesos y la operación del área. Además, poder contribuir a mejorar los niveles de satisfacción del huésped.

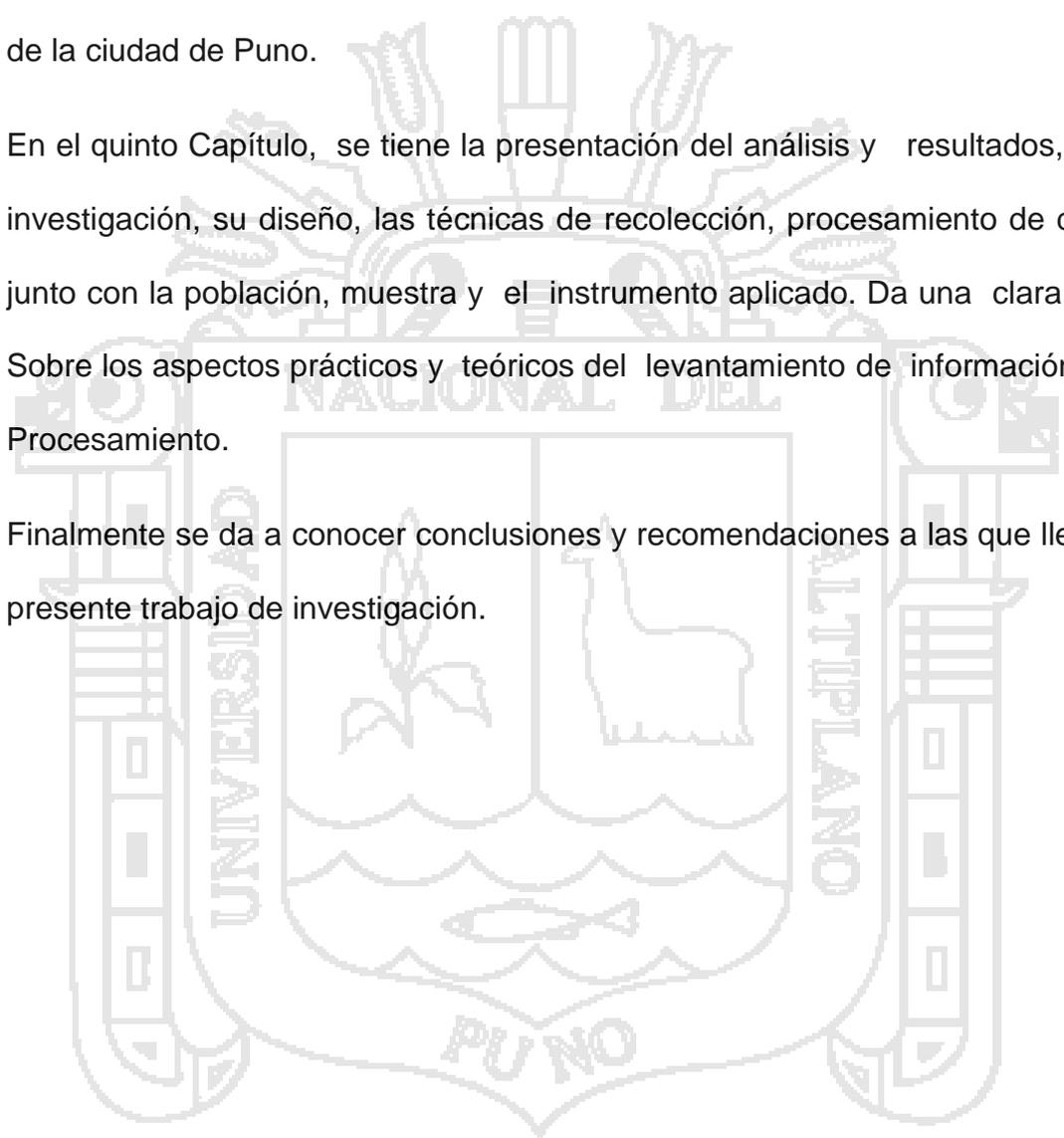
Primer Capítulo titulado El Problema de la Investigación, incluye el planteamiento del problema, su formulación, los objetivos general y específicos, la justificación y delimitaciones de la investigación. Estos aspectos orientan el desarrollo que tendrá la investigación y arrojan una clara idea de cuál es la finalidad de la investigación.

El Segundo Capítulo, contiene todo el marco Teórico, Marco Conceptual y la hipótesis de la Investigación. En el Tercer Capítulo hablamos del Método científico que seguirá dicha información.

En el cuarto capítulo se describe las características físicas del área de investigación como: la ubicación y las características principales de los hoteles de la ciudad de Puno.

En el quinto Capítulo, se tiene la presentación del análisis y resultados, de la investigación, su diseño, las técnicas de recolección, procesamiento de datos, junto con la población, muestra y el instrumento aplicado. Da una clara idea Sobre los aspectos prácticos y teóricos del levantamiento de información y su Procesamiento.

Finalmente se da a conocer conclusiones y recomendaciones a las que llego el presente trabajo de investigación.



## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

En el departamento de puno existen 15 hoteles de categoría de tres estrellas registrados por la dircetur; de los cuales, al parecer, no todos cuentan con un manual de procedimientos del área de recepción. esta falta de estandarización sobre la existencia del manual de procedimientos tiene su impacto en los niveles de satisfacción del turista. si bien cada hotel tiene sus particularidades y peculiaridades, estas deben obedecer a un procedimiento regular del uso de un manual de recepción que permita implementar y operacionalizar funcionalmente la recepción del cliente y así garantizar un alto nivel de satisfacción del huéspedes y de esta manera contribuir al crecimiento del turismo en nuestra región.

Los Indicados en un manual subrayan procedimientos de recepción que rebelan el buen trato y amabilidad al cliente. es importante mencionar que la capacitación sobre procedimientos de recepción, en la ciudad de puno, no está

bien estructurado y es recomendable analizar las características, pasos y procedimientos tienen los manuales de procedimientos en el área de recepción de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de puno y su aplicación.

Determinar el nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción de hoteles tres estrellas de la ciudad de puno

Describir cómo incide en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos del área de recepción y que este sentaría un importante precedente para mejorar el entrenamiento de personal. por lo que debe sensibilizarse a los establecimientos de hospedaje la necesidad del uso de los manuales de recepción orientada a la mejora de la operatividad del departamento de recepción para la satisfacción del cliente.

Por Ello, la presente investigación plantea indagar los niveles de satisfacción del cliente con relación a la existencia del manual de procedimiento en el área de recepción de los hoteles “tres estrellas” en la ciudad de puno. para lo cual planteamos las siguientes interrogantes:

#### **1.1.1. Problema general**

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente con el servicio en el área de recepción de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de puno y su relación con la existencia y aplicación de manuales de recepción?

### 1.1.2. Problemas Especificos

- ¿Qué características, pasos y procedimientos tienen los manuales de procedimientos en el área de recepción de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de puno y como se aplican?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción de los hoteles tres estrellas de la ciudad de puno?
- ¿Cómo incide en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción?

### 1.2. Antecedentes

La presencia de los diversos hoteles en la ciudad de puno y los trabajos relacionados a este tema encontró lo siguiente:

Moya Espinoza, Nancy Bertha; (2010) de nacionalidad peruana en su tesis “Análisis de los factores claves de éxito del hotel libertador lago Titicaca-Puno” concluye: “...el objetivo general planteado fue establecer los factores claves de éxito de hotel libertador lago Titicaca, que revelen sus pautas de comportamiento estratégico y que se demuestra, confirmando la hipótesis general, por que inciden directamente en el éxito de su gestión, su diferenciación y sus resultados operativos. los factores de suma importancia en el éxito en su gestión y que la empresa intenta potenciar son:

- Los recursos humanos
- La calidad del producto y el servicio prestado
- La gestión medio ambiental
- La comercialización del producto
- La diversificación de su oferta

Otros factores que no son determinantes en los resultados de gestión, pero que tienen una importancia medida son:

- Las instalaciones del establecimiento
- La cantidad de servicios que se presta al cliente
- Las tecnologías y sistemas de información.

Carreño Iglesias, Mariela Esther; (2010) de la ciudad de camagüey en su tesis “gestión por procesos del área de recepción del hotel Camagüey”

El objetivo general planteado fue definir la gestión por procesos del área de recepción del hotel camagüey acorde a la norma nc -iso 9001: 2008.

Y que se demuestra en la hipótesis general si se define la gestión por procesos del área de recepción del hotel camagüey acorde a la norma nc -iso 9001: 2008 se facilita la reinserción del hotel en el perfeccionamiento empresarial.

Para poder mejorar un proceso primero hay que hacerlo ocurrir. Es decir hay que: definir la forma de ejecutar del proceso. Definir un conjunto de pautas o de instrucciones sobre cómo debe ser ejecutado el proceso. ejecutar las actividades del proceso. según las instrucciones establecidas. comprobar que el proceso se ha desarrollado según estaba previsto (según las instrucciones). que la próxima repetición del proceso se va a desarrollar de acuerdo con las instrucciones.

### **1.3. Objetivos de Investigacion**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Evaluar el nivel de satisfacción del cliente con el servicio en el área de recepción de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de puno y su relación con la existencia y aplicación de manuales de recepción

#### **1.3.2. Objetivo Especifico**

Analizar las características, pasos y procedimientos tienen los manuales de procedimientos en el área de recepción de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de puno y su aplicación.

Determinar el nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción de hoteles tres estrellas de la ciudad de puno.

Describir cómo incide en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción.

### **1.4. Justificacion**

En la actualidad, las organizaciones dedicadas a la hospitalidad no pueden especular sin que las premisas del servicio de calidad en atención al huésped sean su principal cometido, que sean percibidas por el cliente de manera favorable y al mismo tiempo lograr la satisfacción y fidelización de los clientes hacia la empresa. en la actividad hotelera los empleados son quienes se encargan de acercar el servicio al cliente, convirtiéndose de esta manera en parte de lo ofrecido. en este sentido, el personal de contacto resulta ser la cara visible y constante de la empresa frente a los huéspedes, si estos no colaboran y no orientan sus esfuerzos hacia el logro de la satisfacción del huésped.

el proceso de la gestión de la calidad en servicios en la atención al huésped debe ser un compromiso y una responsabilidad creada y dirigida por la gerencia de una organización y esta debería generar los mecanismos necesarios para que los colaboradores internalicen los objetivos que la organización pretende lograr respecto a la calidad en servicio de atención al huésped. un empleado desmotivado y poco capacitado, escasamente lograra llevar a cabo los estándares exigidos por la organización para brindar un servicio de calidad.

El Tema de investigación surge a partir del interés por comprender por qué no todos los hoteles de tres estrellas de la ciudad puno cuentan con un manual de procedimientos y como esto influye en los niveles de satisfacción del huésped, se intentara demostrar cuantos hoteles cuentan con un manual de procedimientos y como esta herramienta influye en la calidad de servicio.

razón por la cual nos referimos a los integrantes del área de recepción de los hoteles por tratarse de un área de vital importancia en la organización, al ser el primer y último sector de contacto del huésped con el establecimiento.

El abordar el tema de investigación incluye la definición de lo que se entiende por procedimientos de recepción y sus niveles de satisfacción en hoteles de la ciudad de Puno.

Para Finalizar los procedimientos alternativo cuya finalidad es aportar lineamientos generales que contribuyan al mejoramiento de la atención al huésped y afianzar la calidad del servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Marco Teorico

Según Kellog (1986, cp. Landaeta, 2006), un manual de procedimientos “presenta sistemas y técnicas específicas, señala el procedimiento preciso para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas” Por otra parte Terry (1978) lo define como “un registro escrito de información e instrucciones que conciernen al empleado y pueden ser utilizados para orientar los esfuerzos de un empleado en una empresa”. Cabe destacar que Continolo G. (s/f, cp. Landaeta, 2006) lo define como “Una expresión formal de todas las informaciones e instrucciones necesarias para operar en un determinado sector; es una guía que permite encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo”. Lo cual destaca el aspecto de que es una herramienta para direccionar los esfuerzos de un equipo de

trabajo. Por tanto, se puede sintetizar que un manual de procedimientos es aquel registro donde se presenta de modo sistemático el modo en que se debe realizar un proceso o procedimiento a fin de orientar el trabajo de uno o más empleados dentro de una empresa. Utilidad de los manuales de procedimientos.

Representan un medio de comunicación. Ideal para la toma de decisiones administrativas relacionadas con la organización, políticas y Procedimientos. En relación a esto Lázaro (1995, cp. Landaeta, 2006) señala que “en esencia los manuales representan un medio para comunicar las decisiones de la administración, concernientes a la organización, políticas, procedimientos y para el conocimiento del público en general. Ellos son diseñados con vista a su legibilidad y flexibilidad” (p. 28) Así mismo, según Del Castillo y Lefort (2006) señalan entre las ventajas de los manuales las siguientes: Representan “un medio rápido para informar a los nuevos empleados sobre las reglas y beneficios de las empresas, actúa como medio de información y puede cumplir la función de un supervisor en la inducción del cargo” (p. 14)

El mismo autor también afirma que “pone en práctica el principio de consignar toda instrucción o información de forma escrita...” Por tanto evita los errores en la transmisión de información. Así mismo también “evita la implementación de procedimientos incorrectos” puesto que estandariza el modo de realizarlos. Igualmente, sostiene que “son fuentes permanentes de información...”, ya que son una herramienta que siempre debe estar a mano para despejar dudas o como punto de partida para evaluar el modo en que se realizan los procedimientos y el modo de hacerlos mas eficientes.

Aun así, el autor también señala ciertas limitaciones tales como, el hecho de que “pueden coartar la iniciativa individual que requiere la organización” y que “su costo de revisión puede ser alto en sentido económico y temporal ya que si no se actualizan constantemente pierden vigencia”

Desventajas de la ausencia de un manual de procedimientos. Existen ciertas desventajas para una empresa donde no se apliquen manuales de procesos y procedimientos señaladas por Duque (s.f.) tales como:

- a. Confusión en las responsabilidades: Al no existir una definición y delimitación clara de las responsabilidades de cada departamento, nos enfrentaremos a serios problemas de abuso de autoridad, irresponsabilidad e inclusive hostilidad entre departamentos y trabajadores, ya que si no hay nada definido, todo el mundo buscará el máximo de provecho con el mínimo esfuerzo (simulación de trabajo por ejemplo) y al momento de reclamos por incompetencia, todo el mundo le “echará la culpa al vecino”.
- b. No habrá normas establecidas: Lo cual representa una grave desventaja en el uso de la autoridad frente a la incompetencia o irresponsabilidad de los trabajadores. Por ejemplo, el trabajador que llegue tarde, y si en el reglamento no especifica la hora de la llegada y la sanción por retrasos, el holgazán seguramente alegará falta de reglas, y dirá que “él no sabía”.
- c. No hay un control eficaz de las actividades: El manual de procedimientos permite controlar de manera ágil todos los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en la empresa, lo cual facilita la toma de correctivos en el momento de presentarse una falla, porque

enumera uno a uno los pasos que se realizan, lo cual simplifica al máximo el proceso de búsqueda del factor deficiente (el que causa la falla) y corregirlo. Cuando este no es aplicado, los procesos son vistos como un solo paso, y si algo “sale mal” seguramente deberá optarse por cambiar todo el proceso.

- d. No hay un procedimiento establecido: Podríamos referirnos a la administración científica de Taylor que en resumidas cuentas dice que al analizar el proceso de producción y aplicar la administración científica, se puede obtener el máximo de bienestar. Al no existir un procedimiento pre establecido, (es decir al concepto de cada trabajador) habrá un gran desperdicio de recursos (unos trabajadores usarán demasiados y otros muy pocos) y una gran deficiencia en cuanto a efectividad (los distintos métodos utilizados por cada trabajador pueden no ser los más efectivos).

Tipos de manual:

- Manual de organización: según Melinkoff (1990, c.p. Landaeta, 2006), “es un producto de la planificación que busca formular y crear las bases operativas y administrativas de la organización. En este tipo de instrumento se describen las responsabilidades, tareas, atribuciones, deberes y funciones de las personas que la integran.” (p.29)
- Manual de procesos: Landaeta (2006) establece que “es una guía metodológica dirigida al propósito de los procesos que se llevan a cabo dentro de las empresas para producir bienes o prestar servicios, según sea su misión fundamental para la cual fue creada...” (p. 29)

Al respecto Bueno (1996, c.p. Landaeta, 2006) sostiene que los manuales de procesos abarcan todas las actividades organizaciones, desde la elaboración de productos hasta aquellas acciones destinadas a la administración de los recursos y del talento humano, con el fin de perfeccionar el flujo de tareas y mejorar de esta manera la productividad organizacional. (p.29)

- Manual del empleado: en este se encuentran todos los elementos que conforman la cultura organizativa de una empresa que son de interés para los empleados que en ella laboran.
- Manual de propósito múltiple: es común en empresas pequeñas y reemplaza a todos los anteriores, puesto que estas tienen un volumen de actividad mucho menor.

Diferencia entre manual de procesos y manual de procedimientos.

Para poder diferenciar entre estos dos tipos de manuales es importante que se tengan claro tres conceptos básicos. Estos son el concepto de manual, proceso y procedimiento. Según Duque (s.f.) estos se definen del siguiente modo:

- a. **Manual:** es una recopilación en forma de texto, que recoge en una forma minuciosa y detallada todas las instrucciones que se deben seguir para realizar una determinada actividad, de una manera sencilla, para que sea fácil de entender, y permita a su lector, desarrollar correctamente la actividad propuesta, sin temor a errores.
- b. **Proceso:** Es la secuencia de pasos necesarios para realizar una actividad. Si al hablar del manual, decíamos que recopilaba las

instrucciones para realizar una actividad, podemos definir de manera global que el manual es una recopilación de procesos.

- c. **Procedimiento:** Para definirlo técnicamente, el procedimiento es “la gestión del proceso”. Es como cuando hablamos de administración y gestión administrativa; la administración es el conjunto de pasos y principios, y la gestión es la ejecución y utilización de esos principios.

según la cultura en el manual de buenas prácticas para la atención de clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios la mejora en los procesos, nos dice “Cualquier empresa que quiere llegar mejor a sus clientes, debe preocuparse en mejorar sus procesos. Un proceso es cualquier actividad que realiza la empresa para la consecución de sus objetivos. La creación de procesos comprende la planeación y el manejo de las actividades necesarias para lograr un alto nivel de desempeño en las operaciones que efectúe la empresa, y de esta manera poder identificar las oportunidades del mercado y conseguir ofrecer productos o servicios de calidad para lograr la satisfacción del cliente”.

### **Prácticas Para Desarrollar Procesos**

El desarrollo de procesos eficientes requiere que tanto la dirección de la empresa, como los empleados que ejecutan las operaciones tomen conciencia de la importancia de un buen diseño de los mismos. Todos en la empresa forman una cadena, en la que son tanto proveedores como distribuidores de procesos. Para desarrollar procesos que redunden en la calidad de lo que ofrecemos al cliente se puede mencionar:

- Definir específicamente cuales son los principales procesos que generan mayor valor y administrarlos cuidadosamente.
- Determinar primero cuales son los requisitos de nuestros clientes. En base a ello, y de acuerdo a los recursos y capacidades con los que contamos, se diseñaran los procesos del servicio o producto desde sus primeras etapas.
- El proceso debe poder medirse, para lo cual se deberá establecer parámetros para que los empleados los apliquen. Por ejemplo, a un empleado que da informes al público, se le asignará un tiempo máximo de atención de 10 minutos. Por otro lado, y de acuerdo al flujo de clientes, se asignara un número determinado de ventanillas para que el proceso fluya con mayor rapidez.
- Es probable que la empresa trabaje con diferentes tipos de proveedores. Ellos también forman parte de los procesos, y por consiguiente también añaden valor al producto o servicio que ofrecemos. Es por ello que es necesario establecer para cada tipo de proveedor, estándares de tiempo y calidad en los procesos compartidos, para evitar perder la calidad total de lo que ofrecemos. Hay que recordar que el cliente se acuerda de la atención que nosotros le prestamos, y esta es muchas veces la suma de diferentes procesos que involucran a terceras empresas.
- Es importante siempre controlar la calidad y el desempeño de los procesos operativos críticos, los de mayor importancia para la empresa. Para ello hay que identificar cuando se presentan variaciones importantes en el desempeño operativo o de producción, para

determinar las causas, hacer correcciones y verificar continuamente los resultados.

- Los procesos siempre son susceptibles de mejora. Que no se piense que al tener procesos establecidos, estos deben durar indefinidamente. Hay que recordar que el mercado es cambiante, y nos exige adecuarnos
- a sus necesidades. La empresa que no entiende el proceso de mejora continua, tiende a quedarse en el pasado, y esta falta de evolución le puede costar su permanencia en el mercado.

### **Pasos Para Diseñar Un Proceso**

Desarrollar procesos que nos ayuden a conseguir la satisfacción de los deseos y expectativas de nuestros clientes, debe incluir: y Identificar cual es el producto o servicio clave que estamos ofreciendo.y Segmentar el mercado, para de esta manera poder identificar a quiénes dirijo el producto o servicio.y Identificar y clasificar a los proveedores con los que realizo algún tipo de convenio o trabajo.y Analizar el servicio que estamos ofreciendo, para de esta manera poder identificar cuáles son los procesos críticos, que demandan mayor tiempo y esfuerzo, qué tareas se realizan más, y que recursos son necesarios para desarrollar en forma eficiente cada proceso y controlar y evaluar los procesos en forma continua, para prevenir que se cometan errores y Una vez evaluados los procesos, se debe identificar mecanismos de mejora, y determinar cómo y cuándo implementarlos.

**Recepción en la hotelería.-** Un hotel se define como “Establecimiento para hospedaje que incluye las habitaciones y el servicio de alimentos y bebidas dentro de las mismas instalaciones” (Novo, 1994). A su vez es una empresa

que debe funcionar armoniosamente porque cada parte de su estructura es interdependiente.

De acuerdo al origen de cada empresa su división tendrá uno u otro nombre. El departamento de recepción pertenece al departamento de habitaciones. Según Foster (1994) “el departamento de división cuartos se encarga de administrar las habitaciones y de efectuar reservaciones, operaciones de recepción y actividades del sub-departamento de ama de llaves.” Como se ha mencionado, cada parte de la estructura organizacional de un hotel es importante. Así mismo, muchos autores consideran a la recepción como “el centro nervioso del hotel donde el cliente recién llegado tiene su primer contacto, obtiene sus primeras impresiones acerca del servicio, que en general se ofrece” (Escuela de Hotelería y turismo de la Habana, S.f.)

Funciones de recepción. Según Foster (1994), recepción cumple con "la función de registrar la entrada y la salida comprende saludar y registrar a los huéspedes recién llegados, administrar la disponibilidad de habitaciones, asignar habitaciones, proporcionar las llaves y registrar la salida de los huéspedes".

Por otra parte, Hernández (2009) agrega que la recepción “es un punto clave en el cual se reciben y atienden los requerimientos del huésped. Mismo que a su vez son delegados a los diferentes departamentos de operación involucrados; como parte del servicio se verifica que éstos hayan sido atendidos con precisión.” Por tanto quienes trabajan en esta área del hotel deben tener un conocimiento integral de las áreas del hotel, del

funcionamiento básico de otras áreas y de los supervisores de cada área, conocer muy bien los procedimientos de recepción y ser hábiles en la resolución de problemas.

### **Conformación de un manual de procedimientos.**

Según la ASECOMA (2008) un manual de procedimientos debe estar conformado del siguiente modo:

- a) Identificación. Debe llevar el logo de la empresa, nombre oficial de la misma, denominación y extensión del manual, lugar y fecha de elaboración, número de revisión, unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización y clave de la forma.
- b) Índice o contenido.
- c) Prólogo y/o introducción. Debe incluir objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización.
- d) Objetivos de los procedimientos. Exponer cual es el objetivo principal para la elaboración del manual.
- e) Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos.
- f) Responsables: quienes son las unidades administrativas que toman parte en alguno de los procedimientos descritos.
- g) Políticas o normas de operación: En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.

Además deberán contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alterativas que pudiesen presentarse en la operación de

los procedimientos. A continuación se mencionan algunos lineamientos que deben considerarse en su planteamiento:

- Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que circunscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que esté no incurra en fallas.
- Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin de que sean comprendidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.

Continúa consultando a los niveles jerárquicos superiores.

- a. Conceptos: definición de términos técnicos para hacer más accesible al usuario consultante.
- b. Procedimiento (descripción de las operaciones)
- c. Formulario de impresos. Formas necesarias para la realización de los procedimientos
- d. Diagramas de flujo. Representación gráfica del proceso.
- e. Glosario de términos.

### **Servicios de información**

Algunos hoteles cuentan con conserjes, que son personas destinadas a brindar información sobre el hotel en general y sobre la ciudad.

Como se señala anteriormente, una recepción es la presencia permanente del hotel y es el permanente contacto de referencia que poseen los huéspedes La resolución de problemas es un punto fundamental del área, ya que no solo recibe las que pertenecen a su sector, sino además, las que corresponden a

otros sectores, a las cuales también deberá solucionar el problema o redirigir el mismo al área competente.

Al ser un área plenamente de servicios, requiere un esfuerzo mayor en la satisfacción de las necesidades y satisfacciones de los huéspedes que los demás departamentos que involucran a un hotel. Por ende la excelencia de esta área depende en gran medida del factor humano, al igual que una exigencia mayor de simpatía, amabilidad y capacidad de adaptación a las demandas exigidas por los huéspedes.

Una empresa hotelera se debe abocar a la perfección en atención al huésped, servirle, atenderlo, y si el mismo es habitué, conocer sus preferencias. La atención de los huéspedes involucra a todas las áreas que tienen contacto con el huésped, de poco será eficaz el esfuerzo si todas las personas involucradas no logran una sola unidad buscando un objetivo en común, que es la satisfacción de las necesidades y demandas de los huéspedes. Para proporcionar un servicio de calidad es necesario igualar y superar las expectativas que los huéspedes tienen o perciben con respecto al servicio brindado.

### **Calidad**

El concepto de calidad se podría considerar como un procedimiento de reciente desarrollo, hoy en día ya no solo hay que saber y haber logrado el objetivo de calidad, sino que la demanda de calidad es un proceso continuo de mejoras sin fin. La búsqueda de la calidad resulta una disminución en los costos y un incremento sobre las ganancias promovidas para la empresa. Calidad significa

en la actualidad, todas las formas a través de las cuales la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes y de su personal.

### **Calidad total**

“ Es una forma de pensar y de actuar que conduce a la excelencia y que mueve a hacer bien todos los trabajos en la empresa, cualquiera sea la función considerada ” (Puig- Duran Fresco 2006; 255).

“ El servicio no tiene que ser espectacular para que se considere bueno. En algunos sitios el buen servicio casi no se nota, porque sale de acuerdo con las expectativas del cliente. Generalmente, es solo cuando el servicio se sale de las expectativas del cliente cuando se considera bueno o malo. ” (Chon K. y Sparrowe R. 2001: 19).

Pablo D´Onofrio, en su libro Mensaje para la Gestión Hotelera, indica que en el mercado se valoriza fundamentalmente dos atributos para la calidad de los servicios. (D´Onofrio 2005: 17).

#### **Esos dos atributos son:**

- **Calidad de servicios ofrecidos:** No hay duda que hoy, además de la ubicación y un adecuado edificio, son muy importantes otros atributos: número y sofisticación de los servicios de alojamiento y comida, de los servicios complementarios de esparcimientos y todos los servicios de comunicación y apoyo.
- **Calidad de esos servicios:** Aún con los riesgos de tratarse de una percepción subjetiva, la calidad distintiva de los servicios es un atributo

clave. Entendemos aquí por calidad, la satisfacción y superación de las expectativas del cliente y el anticipo a sus requerimientos, siempre que resulte posible.

El hotelero trabaja para lograr este atributo, sobre los siguientes

Conceptos:

- Diseño de procesos.
- Fijación de estándares operativos.
- Provisión de recursos.
- Desarrollo del personal involucrado.

Cuando buscamos satisfacción plena en el cliente, estos son algunos de los ítems que se deben tener en cuenta:

**Cortesía y Amabilidad** constante por parte de los empleados de un hotel con los huéspedes, lo que involucra una sonrisa persistente, y calidez en la voz en el trato cotidiano.

**Tiempo de espera**, que es la duración de espera de un huésped en la recepción, por teléfono o en la habitación.

**Dedicación del tiempo necesario**, énfasis en dedicar tiempo a cada momento que el cliente demande.

**Destreza hacia la resolución de problemas**, tomar a los mismos como propios, no derivar a un compañero, y si el problema no lo pudiera solucionar, derivar el mismo al supervisor inmediato.

**Respuesta de quejas**, recepción de las mismas, gestión y solución de la queja planteada por el huésped.

El autor del libro *Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración*, Jorge Puig-Duran Fresco, opina sobre la calidad involucrando al empleado, diciendo: " Muchas veces las personas que tratan cara a cara con los clientes son los menos cualificadas, las peores preparadas para dar satisfacción al cliente e integrarlo en la empresa.

La calidad será medida por el cliente en función de las actitudes y conductas de las personas con las que trata. Por otra parte el desarrollo de programas como consecuencias de barreras organizacionales y de la falta de calidad y el desarrollo de los recursos humanos (comunicación interna, formación y motivación). " (Puig-Duran Fresco J. 2006:2).

Un Hotel debe de contar con una plantilla de personal capacitada, pero sobre todo, debe ser una plantilla que les agrade la vocación de la atención al público, la sonrisa constante, y personas con vocación hospitalaria.

Puede ocurrir en ocasiones que los objetivos planteados por la gerencia del hotel, no contemplan o no se ensamblen con las necesidades y expectativas de los huéspedes. Por lo que, cuando esos objetivos no contemplan las expectativas del cliente, se plantea una dualidad al personal de atención al huésped, al enfrentar los objetivos de la empresa contra expectativas que les plantea el cliente. El incumplimiento de las necesidades y de las expectativas de los huéspedes conforma un elemento fundamental para la formación de una opinión negativa de la prestación del servicio brindada por un hotel,

entonces, se considera un incumplimiento cuando el huésped no queda satisfecho o no se satisfacen sus necesidades con el servicio prestado por la empresa. Las causas que llevan a un hotel al incumplimiento de las necesidades son las llamadas deficiencias o carencias, que representan las diferencias entre lo que el huésped espera, y el servicio prestado por un hotel.

Las satisfacciones logradas en el cliente sirven para posicionar a un hotel en los diferentes segmentos de mercado, logrando un producto competitivo y los beneficios tales como:

- Aumento de lealtad y confianza por parte del cliente hacia la organización, lo que ocasionara aumentos en la rentabilidad para la empresa.
- Lograr elasticidad en las tarifas, como consecuencia de la satisfacción por parte de los clientes.
- Reducción de costos de marketing, ocasionados por las inversiones realizadas en mejorar la imagen del hotel.

Jorge Puig-Duran Fresco, hace hincapié en los costos ocasionados por la falta de calidad, de que un boca en boca que indique satisfacción en un hotel se convierte en gran estrategia por parte de la empresa, ya que una persona insatisfecha comunica el estado de sus expectativas a muchas mas personas que cuando logra satisfacción con el servicio (personas satisfechas comunican a otras 3, las insatisfechas lo harán por menos a otras 11 personas).

Philip Köttler en *Mercadotecnia para Hoteleria y Turismo* menciona los diferentes costes de la calidad: (Köttler P.; Bowen J.; Makens J. 1997: 268).

**Costes de prevención:** Gastos realizados para impedir que se produzcan errores y hacer bien las cosas desde el principio.

**Costes de fallos internos:** Son aquellos que se relacionan con la solución de los problemas descubiertos por la empresa antes de que el producto se entregue al cliente.

**Costos de fallos externos:** Gastos destinados a captar nuevos clientes para compensar la pérdida de antiguos clientes, para contrarrestar el boca en boca negativo iniciado por clientes insatisfechos y para recuperar la pérdida de ingresos de aquellos clientes que no volverán.

Con la realización de un diseño de estándares de calidad, una empresa hotelera conocerá los niveles de calidad que desea para su establecimiento. Pero no solo se debe de buscar a la calidad como una propósito en si misma, sino que se debería enfocar a la obtención de mayores niveles de satisfacción del huésped y cumplir con las expectativas demandadas. Lo que conducirá a la reducción de costos por errores de insatisfacción o compensaciones por un mal servicio debido a que las expectativas de los huéspedes se forman mediante la imagen que tenga el hotel, los comentarios de otras personas, las estrategias de promoción y el precio.

**Las Auditorias:** Las auditorias se definen como el " Examen sistemático e independiente cuyo objetivo es establecer si las actividades y resultados están de acuerdo con los procedimientos establecidos por escrito.

También para establecer si estos procedimientos se implantan eficazmente y son los adecuados para conseguir los objetivos " (Puig-Duran Fresco J. 2006-

255). Puig-Duran Fresco J. señala que una auditoria debe tener las siguientes cualidades (Puig-Duran Fresco J. 2006-98). Tener claramente definidos los objetivos.

- Auditar todos los aspectos de la calidad.
- Evaluar las acciones interdepartamentales.
- Ser objetiva y no ser intuitiva ni rutinaria.
- Concentrarse en los resultados y en las acciones correctoras derivadas.

Las auditorias pueden ser desarrolladas mediante dos métodos.

**Auditor externo:** realizadas mediante la contratación de personal ajeno al hotel, quienes verificaran el cumplimiento de los procedimientos, la calidad de los productos, servicios y actitudes del personal. Este control sienta sus bases a partir de procedimientos estandarizados preestablecidos por la empresa.

**Auditoria interna:** realizadas por una persona o grupo perteneciente a la organización del establecimiento.

Con la auditoria se trata de determinar el grado de cumplimiento de las normas de calidad, siguiendo los procedimientos de los estándares fijados. De esta forma se intenta detectar y señalar las desviaciones respecto a las políticas implementadas por el hotel mostrando posibles recomendaciones de acciones preventivas y/o correctivas.

## 2.2. Marco Conceptual

**Actividad turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (universidad de antioquia: 2000)

**Actitud.** Predisposición y acción psíquica y nerviosa organizada por la experiencia, que ejerce una influencia orientadora o dinámica sobre las reacciones del turista frente a otras personas, objetos o situaciones con los que se relaciona. Es la suma de inclinaciones. La actitud puede ser real o imaginaria. Por ejemplo, la actitud que puede tener un prestador de servicios o un turista, con las personas que atiende o el turista, para quienes lo recibe. (Universidad de Antioquia: 2000)

**Percepcion de las necesidades del cliente.** El cliente tiene ciertas necesidades reales, de las cuales a veces él mismo no es consciente. Estas necesidades son percibidas por el sistema para la posterior realización del servicio. Algunos sistemas logran identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solo perciben las necesidades de las cuales el cliente es consciente. (universidad de antioquia: 2000)

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

emite un juicio. Zeithalm, parasuraman y berry, a través de sus extensos estudios sobre la calidad en el servicio, han identificado cinco dimensiones que los clientes utilizan para juzgar a una compañía de servicios. Estas dimensiones son:

**Tangibles.** La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en tres elementos distintos. (universidad de antioquia: 2000)

**Personas.** Se considera la apariencia física de las personas. Su aseo, olor, vestido. Son las características que son detectadas en primera instancia por el usuario respecto a las personas que lo atienden.(universidad de antioquia: 2000)

**Infraestructura.** Es el estado de los edificios o locales donde se realiza el servicio. Así mismo se consideran dentro de este factor, las instalaciones, máquinas o móviles con los que se realiza el servicio. Un camión, es ejemplo de infraestructura.(universidad de antioquia: 2000)

**Objetos.** Varios sistemas de servicio, ofrecen representaciones tangibles de su producto. Boletos, letreros y folletos, son algunos de los objetos con los cuales el usuario tiene contacto. El que sea práctico, limpio y atractivo son cualidades que se deben de considerar. (universidad de antioquia: 2000)

**Confiabilidad.** La habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud. Los factores que conforman la dimensión de la confiabilidad son:

**Eficiencia.** El desarrollar el servicio acertadamente, aprovechando tiempo y materiales, realizándolo de la mejor forma posible. Por ejemplo, si se necesita realizar una reparación de tubería en una casa, el cliente espera que la decoración, suelo y/o paredes no sufran averías innecesarias y que el trabajo se realice en el menor tiempo posible, de manera que se eviten problemas de comodidad o falta de abastecimiento de agua por mucho tiempo.(Universidad de Antioquia: 2000)

**Eficacia.** Se refiere solo a obtener el servicio requerido, sin importar los procesos o recursos utilizados. Como ejemplo podemos mencionar, el correo. A un usuario del mismo, solo le importa que llegue la carta en el tiempo justo. A él no le importa como la lleven, la empaqueten y distribuyan, siempre y cuando cumplan con lo que él espera.(universidad de antioquia: 2000)

**Efectividad.** Obtener el servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para las que fue diseñado. Cumplir las expectativas de los clientes.(universidad de antioquia: 2000)

**Vip** (very important person). Son aquellos que tienen una gran importancia para la instalación, su importancia puede ser alcanzada por diferentes motivos. Entre ellos podemos mencionar algunos, tales como un importante hombre de negocios, un miembro del club de afiliación etc. (escuela de hotelería y turismo de la habana)

**Recepción.** Es el departamento que ofrece los servicio relacionados con la llegada, atención y salidas de los cliente (huéspedes), además de controlar, coordinar, gestionar y brinda diferentes servicios. Además es el

departamento donde afluyen las solicitudes, reclamaciones y quejas relacionadas con el servicio de la instalación. (escuela de hotelería de la habana, s/f)

**Puesto de trabajo.** Agrupación de cargos idénticos en cuanto a sus tareas y responsabilidades principales o significativas, y los bastante parecidos para justificar la inclusión de un único análisis. Puede haber uno o más personas que ocupen el mismo puesto de trabajo.

**Políticas.** Son reglas o guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción. Surgen en función de la racionalidad, de la filosofía y de la cultura organizacional. Son útiles para dirigir funciones y asegurar que estas se desempeñen de acuerdo a los objetivos establecidos.

**Hotel.** Establecimiento para hospedaje que incluye las habitaciones y el servicio de alimentos y bebidas dentro de las mismas instalaciones (novo, 1994)

**Huésped.** Persona que está hospedada en el hotel, ocupe o no algún servicio de este. (hernández, 2009)

**Check in.** Proceso mediante el cual se da la bienvenida al huésped que se dirige a la recepción para registrarse en el hotel, en donde llena una ficha con sus datos personales, verifica la forma de pago y recibe una tarjeta de identificación junto con las llaves de su habitación (vallen, 1986)

**Early check in.** Condición especial en la que la habitación se entrega antes de la hora estipulada de check in. Implica un cobro como penalidad y en

algunos hoteles es un incentivo. Así mismo no se garantiza, sino que se maneja de acuerdo a la disponibilidad y operación del hotel.

**Check out.** Proceso mediante el cual el huésped se dirige a la recepción a verificar su cuenta, aprobarla, pagarla y retirarse del hotel (vallen, 1986)

**Late check out.** Salida extendida autorizada por el supervisor o subgerente en turno y que depende de la disponibilidad. De acuerdo a los criterios de la empresa tiene un recargo o esta exento.

**Counter.** Mostrador de recepción en donde se atiende a los huéspedes, en su parte interior se encuentran los recepcionistas y al frente el público (vallen 1986).

**Supervisión.** Consiste en la verificación y control, de los subordinados por parte de los supervisores, de aquellas habilidades y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras.

**Tarifa rack.** Es la tarifa fija establecida oficialmente por el hotel, la cual depende de la categoría de la habitación. En base a esta se realizan los descuentos de planes y paquetes especiales. Es la primera que se ofrece al hacer una cotización y por lo general, son las más costosas (novo. 1994)

**No-show.** Huésped que tenía hecha su reservación garantizada y no se presentó (foster, 1994)

**Pre-registro.** Son aquellas reservaciones garantizadas y en donde el huésped no se presenta y se le cobra la primera noche de no show. (foster, 1994)

**Sobre-venta.** Venta de habitaciones que excede la cantidad de habitaciones disponibles (novo, 1994)

**Walk in.** Huésped que llega al hotel sin una reserva. (novo, 1994).

## **2.3. Hipótesis de la investigación**

### **2.3.1. Hipótesis general**

El nivel de satisfacción del cliente con el servicio en el área de recepción de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de puno es evaluado entre bueno y excelente y existe una relación su relación positiva con la aplicación de manuales de recepción.

### **2.3.2. Hipótesis específica**

- H1. Las características, pasos y procedimientos que tienen los manuales de procedimientos en el área de recepción: pero su correcta aplicación depende de la actitud de los trabajadores de los hoteles 3 estrellas de la ciudad de Puno.
- H.2. El nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción es evaluado entre bueno y muy bueno en los hoteles tres estrellas de la ciudad de Puno
- H.3. No existe una relación de incidencia en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción

### 2.3.3. Operacionalización de las Hipotesis

- Variable independiente: Niveles de satisfacción.
- Variable dependiente: Área de recepción de hoteles de tres estrellas
- Variables Interviniente: Manuales



**OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS**

VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<p><b>Variable independiente</b></p> <p>Niveles de satisfacción del huésped</p>	<p>Muy buena</p> <p>Buena</p> <p>Regular</p> <p>Mala</p> <p>Muy Mala</p>	<p>Revisión bibliográfica.</p> <p>Método de Observación.</p> <p>Encuestas</p>	<p>Fichas bibliográficas y resumen.</p> <p>Ficha de recolección de datos</p> <p>Formato del cuestionario.</p>
<p><b>Variable dependiente</b></p> <p>Área de recepción en hoteles de tres estrellas</p>	<p>Incremento en la satisfacción del cliente.</p>	<p>Encuestas</p> <p>Entrevista</p> <p>Revisión Bibliográfica</p>	<p>Matriz de análisis</p> <p>Formato de cuestionario.</p>
<p><b>Variable interviniente</b></p>	<p>Manuales</p>	<p>Análisis bibliográfico</p>	<p>Matriz de análisis</p> <p>Guía de Entrevista</p>

## CAPITULO III

### ASPECTO METODOLOGICO

#### 3.1. Metodo de investigacion

En el proceso de investigación se procederá a utilizar la tercerización de la investigación utilizando el metodo cuantitativas y cualitativas. Con el primer método intentaremos medir el nivel de satisfacción y la incidencia de los procesos en recepción en los hoteles de tres estrella de la ciudad de puno a través de la encuesta estructurada. Con el segundo método procederemos analizar, identificar y describir los procedimientos que se utiliza en la actualidad y que se proponen en los manuales.

#### 3.2. Tipo de investigación

El tipo de estudio es de carácter exploratorio descriptivo, a fin de aproximarnos al problema y así conocer cómo estos fenómenos se presentaron, tanto en sus componentes, características más saltantes, que nos permita contrastar la hipótesis con la realidad.

### 3.3. Unidades de analisis

Los elementos de los cuales se obtiene la información para realizar la investigación, está conformada por los turistas extranjeros que llegaron a la provincia de puno en los meses de agosto, septiembre y octubre del año 2013.

### 3.4. Poblacion y muestra

De una población conformada por 3100 turistas extranjeros aproximadamente que visitaron Puno en el periodo mencionado anteriormente, se obtiene una muestra mediante la muestra aleatoria, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1,90)^2 (3100) (0,5) (0,5)}{(0,1)^2 (3099) + (1,8)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = 110$$

Dónde:

N= Población 3100 visitantes por año.

Z = 1.90 con un nivel de confianza de 90%

P= Probabilidad de éxito =50%

Q= (1-P) =probabilidad de fracaso = 50%

E = Error muestral = 10%

n= Tamaño de muestra

### 3.5. Técnicas de investigación

A diferencia de los métodos, las técnicas constituyen elementos de investigación más precisos, específicos y concretos en la ejecución de la investigación, a través de las técnicas operacionalizamos los diversos indicadores en la práctica, entre ellos tenemos:

- a. Técnica documental o bibliográfica.- Nos permite revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento en la ejecución de la tesis.
- b. Técnica de la encuesta.- Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de datos se aplica una encuesta a turistas extranjeros, sobre el tema materia de la investigación.
- c. Técnica de la Estadística.- Los datos obtenidos en el trabajo de campo, fueron cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados

## CAPÍTULO IV

### CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION

#### 4.1. Carcterizacion del sector hotelero en la ciudad de Puno

La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa. Los servicios de hotelería pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas, de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas con, o sin, otros servicios de carácter complementario. A su vez, estas actividades "se diferencian de las actividades de otras organizaciones industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones, distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc." . Es destacable, entre otras, las siguiente características básicas del servicio que prestan los establecimientos

hoteleros, teniendo en cuenta que su principal producto es el alojamiento del cliente:

- En primer lugar, se debe concretar que el producto que ofrece consiste en la prestación de un servicio no inventariable una vez ha sido finalizado, aunque sí lo pueda ser en algún momento de su proceso de fabricación...
- El servicio no puede ser trasladado al cliente. Debe ser éste quien se desplace al lugar de la prestación del servicio para que pueda venderse. La empresa debe centrar parte de su atención al cliente y adaptar el servicio que ofrece a las circunstancias que condicionan su entorno...
- No obstante, los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes a la vez que deben ser lo suficientemente flexibles como para adaptarse o ajustarse a una variedad amplia de situaciones más o menos previsibles o las diferentes necesidades de cada cliente como, por ejemplo, lavandería, plancha, gimnasio, teléfono, cambio de divisas, etc.
- Además, cabe apuntar otra característica relacionada con el servicio hotelero como es la heterogeneidad de los productos o servicios que ofrece. En algunos hoteles puede perfectamente pedirse un café, jugarse un partido de tenis, alojarse una noche, utilizar el servicio de mueble-bar, disfrutar de una sesión de masajes, etc.
- El carácter intangible o inmaterial de la mayoría de los servicios hoteleros, es decir, que el servicio que presta no se puede coger o tocar.

- El servicio que se presta en el hotel consigue que entre los diferentes individuos que forman la organización así como sus distintos estamentos jerárquicos se produzcan contactos continuos.
- Algunos servicios no principales que se prestan en el hotel generan una venta indirecta y, por tanto, unos ingresos adicionales.
- La permanencia en las operaciones durante las 24 horas sin interrupción afecta directamente al volumen de la plantilla. La atención continuada al público comporta una planificación del personal que trabaja en la empresa con el objeto de que sea suficiente en todo momento para cubrir todas las necesidades.

El número de establecimientos hoteleros así como el porcentaje que representan sobre el total así como la evolución del número de plazas que ofrecen los mismos en los años más recientes han sido los que se recogen en las tablas siguientes:

Según el Directorio Estadístico hasta junio del 2013 de la DIRCETUR Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en la ciudad de Puno existen 15 Hoteles categorizados con tres estrellas:

Cuadro N° 1

## Establecimientos De Hospedaje Categorizados De Puno

Clase y categoría	N° de establec.	%	N° habitaciones	N° de camas
Hotel *****	1	0.51	123	231
Hotel ****	6	3.05	368	667
Hotel ***	15	7.61	519	929
Hotel **	8	4.06	189	348
Hotel *	1	0.51	27	45
Hostal ***	5	2.54	67	121
Hostal **	16	8.12	210	394
Hostal *	4	2.03	44	76
S/c	141	71.57	1027	3812
Total	197	100.00	3174	6625

FUENTE: Ministerio De Comercio Exterior Y Turismo - 2013

De ellos 02 pertenecen a Cadenas Hoteleras; mientras que 13 a propietarios individuales. Independientes.

Tomando en cuenta todas las habitaciones como SWB, DWB, TWB, SUITS, etc. se observa que los hoteles de tres estrellas son los que ofertan mayor número de habitaciones 519 en comparación con los demás establecimientos de hospedaje categorizados, seguido por los hoteles de cuatro estrellas ( 368 habitaciones) . Podemos observar que el incremento de la oferta de habitaciones entre 1998 y el 2012 fue de 271 habitaciones esto equivale a un incremento anual de 22.6 habitaciones por año.

## 4.1.1. Índices Mensuales De Ocupabilidad

## Cuadro N° 2

## Índices Mensuales de Ocupabilidad

Enero – junio 2013: Índices mensuales de Ocupabilidad de Establecimientos

de Hospedaje

Dpto: PUNO

Categoría : 3 ESTRELLAS

Clase : HOTEL

<i>Meses</i>	<i>Jul</i>	<i>agos</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>
<b>OFERTA</b>						
Número de establecimiento	15	15	15	15	14	14
Número de habitaciones	524	524	524	524	496	496
Número de plazas-cama	1023	1023	1023	1023	963	963
<b>INDICADORES</b>						
TNOH en el mes(%)	29.44	33.65	33.74	43.61	53.19	44.88
TNOC en el mes(%)	26.15	29.14	29.63	37.78	46.09	40.34
Promedio de permanencia(días)	1.62	1.77	1.61	1.55	1.53	1.58
Nacionales(días)	1.88	2.04	1.74	1.50	1.54	1.61
Extranjeros(días)	1.57	1.61	1.59	1.56	1.53	1.58
Total de arribos en el mes	5112	4721	5822	7485	8976	7358
Nacionales	853	1757	992	1387	1361	1201
Extranjeros	4259	2964	4830	6098	7615	6157
Total pernoctaciones mes	8294	8348	9397	11595	13760	11653
Nacionales	1601	3585	1724	2080	2093	1930
Extranjeros	6693	4763	7673	9515	11667	9723
Total empleo en el mes	158	156	157	159	154	153
<b>COBERTURA DE INFORMANTE</b>						
En N° de establecimientos(%)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
En N° de habitaciones(%)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

FUENTE: Ministerio De Comercio Exterior Y Turismo - 2013

Cuadro N° 3

## Pernoctaciones por mes turismo receptivo

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Enero</b>	14,991	18,958	20,163	21,052	19,411	28,194
<b>Febrero</b>	16,636	19,506	17,849	13,293	19,286	31,714
<b>Marzo</b>	22,811	23,584	21,177	14,563	25,359	31,852
<b>Abril</b>	25,814	27,207	26,520	21,606	32,173	41,149
<b>Mayo</b>	26,597	30,244	30,198	28,239	27,965	44,476
<b>Junio</b>	22,250	26,546	23,028	23,281	21,628	34,485
<b>Julio</b>	31,334	38,934	34,073	34,788	46,444	45,809
<b>Agosto</b>	39,116	45,782	35,333	36,680	50,595	40,726
<b>Setiembre</b>	31,230	36,200	30,095	30,521	41,760	42,597
<b>Octubre</b>	32,687	37,263	34,961	36,501	51,482	48,591
<b>Noviembre</b>	29,985	31,269	28,095	27,945	38,845	38,778
<b>Diciembre</b>	14,960	16,659	15,030	15,646	31,267	26,630
<b>TOTAL</b>	<b>308,411</b>	<b>352,152</b>	<b>316,522</b>	<b>304,115</b>	<b>406,215</b>	<b>455,001</b>

FUENTE: Encuesta Mensual De Establecimiento De Hospedaje - Mincetur - Oficina Estadística 2013

Cuadro N° 4

## Ocupabilidad por mes plazas/camas

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
enero	14.0%	17.2%	16.3%	16.0%	17.5%	16.8%
febrero	18.0%	20.9%	18.9%	17.0%	19.0%	23.9%
marzo	16.5%	17.3%	16.1%	14.7%	17.4%	17.7%
abril	18.4%	18.9%	17.3%	16.0%	18.3%	18.9%
mayo	19.3%	19.0%	18.4%	17.7%	16.7%	19.2%
junio	18.8%	18.7%	16.3%	16.2%	13.9%	18.2%
julio	20.8%	22.2%	20.0%	21.2%	22.2%	20.1%
agosto	24.0%	24.4%	20.3%	20.4%	23.5%	19.5%
setiembre	21.8%	21.5%	19.4%	19.1%	21.1%	19.3%
octubre	22.0%	21.8%	19.7%	20.5%	23.6%	20.2%
noviembre	21.4%	21.5%	19.0%	17.7%	21.1%	18.5%
diciembre	16.8%	15.6%	15.1%	15.3%	15.0%	16.5%
acumulado	19.3%	19.9%	18.1%	17.7%	19.1%	19.1%

FUENTE: Encuesta Mensual De Establecimiento De Hospedaje - Mincetur - Oficina Estadística 2013

Cuadro N° 5

Arribos de turismo receptivo a establecimientos de hospedaje según país de  
residencia

AÑOS	2008	2009	2010	2011	2012
<b>TOTAL</b>	<b>10,700</b>	<b>207,951</b>	<b>200,769</b>	<b>269,775</b>	<b>298,527</b>
ALEMANIA	782	14,670	14,680	23079	25654
ARGENTINA	180	7,320	8,113	13353	13888
BOLIVIA	249	7,705	4,250	4482	5264
BRASIL	330	7,586	6,790	12666	13837
CANADA	390	8,750	9,574	15929	16803
CHILE	322	1,966	1,612	1950	4339
COLOMBIA	162	2,286	2,401	3836	6360
ECUADOR	176	575	419	981	1263
ESPAÑA	1,140	10,806	10,445	13150	11432
EE.UU	2,743	24,484	24,141	32810	37662
FRANCIA	1,138	27,271	29,572	33219	36886
INDIA	73	290	355	408	649
REINO UNIDO (Inglaterra &)	358	17,663	16,087	25560	27277
ISRAEL	54	1,137	1,334	1540	1614
ITALIA	345	7,685	8,224	11141	11644
JAPON	86	13,064	7,593	9629	11345
KOREA DEL NORTE	21	356	281	783	933
KOREA DEL SUR	36	702	1,102	1433	565
MEXICO	108	1,120	1,580	1941	243
PARAGUAY	15	182	84	155	2457
REPUBLICA POPULAR CHINA	23	554	496	782	2052
SINGAPUR	3	112	122	181	246
TAIWAN	1	215	346	731	616
URUGUAY	25	544	442	720	780
VENEZUELA	39	407	361	621	855
CENT-AMER.	85	851	384	375	736
AFRICA	19	403	408	467	632
OTROS DE AMERICA	69	900	729	700	1163
OTROS DE ASIA	81	1,295	1,233	1667	2863
OTROS DE EUROPA	1,491	34,997	33,778	37542	37278
OCEANIA (Australia &)	156	12,055	13,833	17944	21191

FUENTE: Encuesta Mensual De Establecimiento De Hospedaje - Mincetur - Oficina Estadística 2013

## CAPITULO V

### EXPOSICION Y ANALISIS DE RESULTADOS

#### 5.1. Características, Pasos Y Procedimientos De Los Manuales En El Área De Recepción De Los Hoteles 3 Estrellas De La Ciudad De Puno

##### 5.1.1. Procesos de Recepción

La tarea del equipo es precisar si los objetivos básicos del proceso están orientados directamente a:

- Que se alcancen los Objetivos Estratégicos
- Satisfacer las Necesidades del Cliente
- Satisfacer las necesidades de calidad definidas por la dirección
- Satisfacer las necesidades de otros procesos.

Objetivos básicos del departamento de recepción de un Hotel 3 estrellas.

- Recibir a los clientes a su arribo al hotel.
- Proceder al Check - in de forma rápida e informar sobre la instalación y los servicios que brinda la misma.

- Trasladar a los clientes y sus equipajes hacia la habitación, informar sobre la misma e insistir sobre los servicios que brinda el hotel.
- Atender continuamente al cliente durante su estancia en el hotel, satisfaciendo sus necesidades.
- Trasladar los equipajes a la salida del cliente.
- Proceder al check-out de forma rápida.
- Despedir al cliente.

Los clientes respecto a la recepción presentan las siguientes necesidades:

- Necesidad de una buena acogida (amable, cortés, con una sonrisa, siempre mirando a los ojos del cliente)
- Información oportuna.
- Rapidez en los procesos de recepción.
- Solución a sus problemas de forma rápida y eficaz.
- Confidencialidad.

Se pudo comprobar que los objetivos básicos del proceso de recepción están orientados a satisfacer las necesidades del cliente y de los otros procesos del hotel.

#### **5.1.2. Establecimiento de los indicadores del proceso**

Lo que no se mide no se puede controlar, y lo que no se controla no se puede gestionar. Para gestionar un proceso se requiere definir indicadores.

Se establecieron los siguientes indicadores:

Cuadro N° 6

## Indicadores de Proceso

Proceso	Indicador		RESPONSA BLE	CHEQUEO	Forma de control
Alojamiento	Tiempo de duración de check in/ check out	$\leq 5$	JEFE DE RECEPCIÓN	MENSUAL	SEGUIMIENTO DEL INDICADOR (Hoja Excel)
	Índice de satisfacción con el proceso de recepción	$\geq 4,5$	JEFE DE RECEPCIÓN		SEGUIMIENTO DEL INDICADOR (HOJA EXCEL)
	Cumplimiento de los objetivos del proceso	$\geq 95 \%$	JEFE DE RECEPCIÓN		SEGUIMIENTO DEL INDICADOR (HOJA EXCEL)

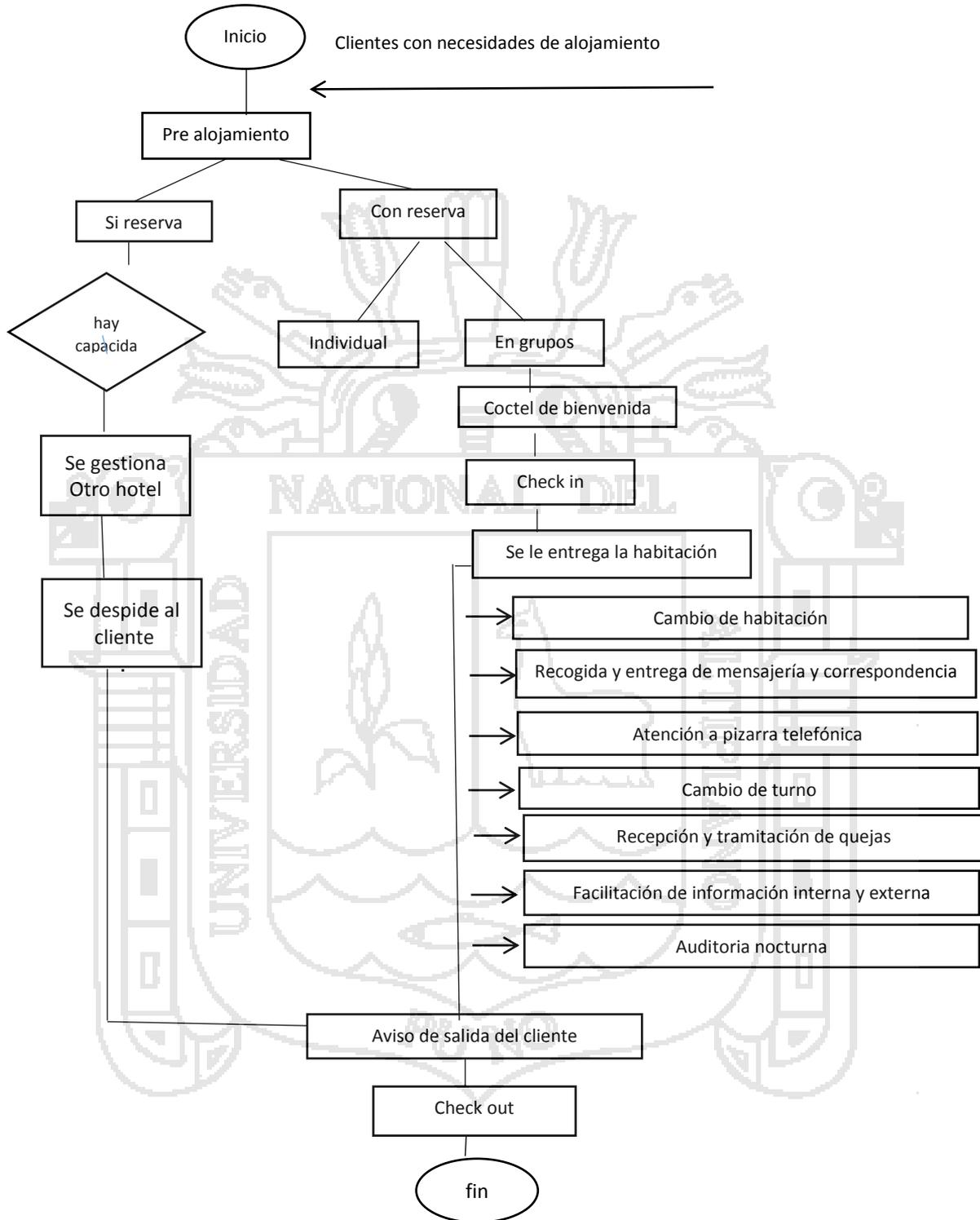
FUENTE: Encuesta Mensual De Establecimiento De Hospedaje - Mincetur - Oficina Estadística 2013

### 5.1.3. El diagrama del proceso

No es más que la representación gráfica de los pasos de un proceso mediante su descomposición y la forma en que estas se relacionan entre sí. Tiene el propósito de facilitar la comprensión de cómo funciona el proceso en realidad, y facilitar su análisis para poder determinar los problemas potenciales que puedan surgir y encaminarnos hacia las oportunidades para su mejoramiento.

GRAFICO N° 01

DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS DE LA RECEPCIÓN.



FUENTE: Elaboracion propia en base a la observacion y analisis del funcionamiento de las hipotesis

## DESCRIPCION DEL DIGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS DE RECEPCION

### Instrucción de trabajo

#### Instrucción: prealojamiento

- **El jefe de recepción:**

A partir de las reservas, rack de habitaciones y reporte de salidas previstas se realiza el pre-alojamiento el mismo día por la mañana al check in. Para realizar el pre-alojamiento para los grupos de turistas se toma en consideración la reserva confeccionada por el departamento comercial en la cual deben aparecer los siguientes datos:

- Fecha de entrada y salida. (incluye retornos).
- Nombre y apellidos de los turistas.
- Nacionalidad.
- Régimen de alojamiento.
- Cantidad y tipo de habitación por turista.
- Edad de los menores.
- Nombre del turista líder.
- Bodas y lunas de miel.
- Clientes vip.

Comprueba si las agencias con prepago han realizado el depósito correspondiente, en caso contrario lo comunica de inmediato al departamento de riesgo.

- **Notas.**

Para los clientes individuales asiduos, se realiza el pre-alojamiento a partir de la ficha del cardex del huésped, asignándoles sus habitaciones preferidas, de ser posible, o las mejores disponibles teniendo en cuenta el tipo de cliente

Para el caso de clientes fam, vip o cualquier cliente que se considere muy importante, el prealojamiento se realizará en coordinación con ama dellaves.

### **Instrucción: check in (atención del arribo del cliente)**

- **El asistente de servicios de alojamiento:**

Da la bienvenida al cliente saludándole de acuerdo a la hora del día y utilizando la frase de: “bienvenido(a) al hotel “. De conocerlo le tratará por su nombre, siempre precedido de señor(a). (se exceptúan los casos cuando los asistentes se encuentren ocupado en otra actividad relacionada con su trabajo y cuando tenga un arribo en grupo le dará la bienvenida esperando que los clientes se agrupen en pequeños grupos).

Lleva el equipaje hasta el lugar dispuesto.

Si es un cliente individual y viene en un carro propio o arrendado, se le indica el lugar de parqueo y le informamos que no contamos con el servicio de custodia del parqueo.

- **Bienvenida del cliente**

El cajero carpetero de alojamiento solicita al lobby bar los cócteles de bienvenida.

El dependiente de servicios gastronómicos del lobby bar: ofrece al cliente (tanto al huésped como a sus acompañantes) en recepción los cócteles de bienvenida nunca después de haber concluido el check in.

- **Recepción**

El cajero carpetero de alojamiento

Da la bienvenida al cliente que llegue a la recepción saludándole de acuerdo a la hora del día y utilizando la frase de: “bienvenido al hotel”. De conocerlo le trata por su nombre, siempre precedido de señor(a).

Solicita al guía el roominglist, agregándole el número del pasaporte y realiza las modificaciones que correspondan.

Verifica las entradas contra el pre-alojamiento, aclarando las diferencias con el guía y/o el cliente y realizando los correspondientes cambios.

Al turista individual le solicita el voucher y pasaporte.

A los turistas directos se les exige un depósito adelantado por el saldode la primera noche, luego se anota el abono en la factura en máquina y entregando al cliente el recibo de cobro.

Entrega al guía las tarjetas de identificación y llaves, el cual los distribuirá al cliente.

Al turista individual le entrega la tarjeta de identificación y llaves.

- **Notas.**

El check in no excederá a los cinco minutos.

Para los grupos, relaciones públicas informa las principales facilidades del hotel con la colaboración del guía de forma breve. Para el cliente individual brinda la información el cajero carpetero de alojamiento.

Además especifican a todos los clientes los servicios que no están incluidos en el precio pagado.

Una vez registrados los clientes el cajero carpetero de alojamiento archiva las tarjetas de registro en el pick de cuentas y se actualiza automáticamente el rack de habitaciones y clientes (zun).

Siempre se informara la hora prevista para el checkout.

Los vouchers de todos los clientes que realizan su viaje por agencias deberán ser presentados personalmente o a través del guía que ampara el régimen y servicios pagados. En caso contrario se le dará tratamiento de directo la primera noche.

El jefe de recepción gestionará los vouchers con el representante de la agencia e informará al cliente de la solución o no en un plazo de 24 horas. En caso negativo, se le mantendrá como directo. A solicitud del cliente podrá entregarle documento que certifique que el cliente se hospedó como directo, pagando en recepción sus gastos para un posible reintegro de la agencia al cliente por los servicios pagados.

Los vasos vacíos del cóctel de bienvenida se retirarán de recepción nunca después de dos minutos de haber concluido el check in.

**Instrucción: cambio de habitación (cambio de habitación por necesidad del hotel)**

- **El jefe de recepción o el especialista de servicio de alojamiento**

Le informa al cliente del cambio de habitación, trasladándolo a una habitación similar o mejor, con el mismo precio y además evalúa si ofrece una cortesía, que puede incluir uno o varios de los artículos siguientes: tarjetas, flores, cestas de frutas, confituras, bebidas alcohólicas, souvenir y artesanías. Procura que los productos sean del país.

- **Cambio a solicitud del cliente**

#### **El jefe de recepción**

Indaga las causas del cambio y siempre que sea posible, complace al cliente.

- **El cajero carpetero de alojamiento**

Si la causa del cambio es una queja la registra. Registro de quejas y solicitudes de los clientes. Comunica de forma oral al asistente de servicio de alojamiento y a la jefa de ama de llaves la hora en que se realizará el cambio de habitación. Registra en el registro de alojamiento la necesidad del cambio.

- **Ejecución del cambio**

#### **El cajero carpetero de alojamiento**

No actualizará el cambio de la habitación en el zum hasta tanto no se realice físicamente el mismo, cambiando los datos que correspondan (precio, habitación, nuevas tarjetas de identificación y tarjeta de registro, llave).

Anota los cambios de habitación y los motivos en el registro. Registro de cambios de habitaciones.

Realiza los cambios de habitación en un tiempo no mayor de 10 minutos, una vez iniciados.

ofrece el servicio de maletero.

- **El asistente de servicios de alojamiento**

Procura utilizar el carro percha para evitar molestias de empaque /desempaque.

Se despide del cliente preguntándole si le gustó la habitación y deseándole buenos días, tardes o noche.

El asistente de servicio de alojamiento confirma en recepción la realización del cambio de habitación.

**Instrucción: recogida y entrega de mensajes y correspondencia**

- **Cajero carpetero de alojamiento / telefonista a de pizarra privada**

- Anota en el modelo de mensajes los siguientes datos, que repetirá antes de concluir la conversación para evitar errores:
- Nombre de la persona que quiere transmitir un mensaje.
- Entidad o procedencia de esa persona
- Número telefónico o forma de localizarle.
- Para quien es el mensaje (nombre, número de habitación).
- Texto del mensaje.
- Fecha y hora del mensaje
- Nombre y firma del que toma el mensaje.

Entrega los mensajes directamente al cliente o en la habitación por debajo de la puerta en un tiempo máximo de diez minutos.

Guarda los mensajes de clientes que aún no han realizado check in y lo anota en el libro de entrada y se lo entrega, tan pronto arriben al hotel.

Ofrece a los clientes servicio de mensajería nacional e internacional.

- **Asistente de servicio de alojamiento**

Controla y distribuye la correspondencia en un tiempo máximo de diez minutos de la misma forma que los mensajes.

En caso de que el cliente haya realizado el checkout, procede a devolver la correspondencia a su lugar de origen, en las próximas veinticuatro horas de recibirse la correspondencia.

- **Notas.**

Los mensajes siempre serán considerados importantes y urgentes.

**Instrucción: atención de pizarra y abertura delineas**

La telefonista a de pizarra privada y todo empleado que utilice el teléfono emplearan un tono de voz suave y claro.

- **La telefonista a de pizarra privada:**

Responde al teléfono entre los primeros tres timbrazos.

Utiliza la etiqueta telefónica externa o interna, según corresponda.

Externa: (nombre del hotel). Buenos días, tarde o noche. ¿en qué puedo servirle?

Interna: (departamento). Buenos días, tarde o noche. Le habla(nombre). ¿en qué puedo servirle?

Se podrá utilizar una etiqueta conmemorativa para fechas especiales tales como feliz navidad.

Usa el nombre del cliente una vez que lo sepa, siempre antecedido por señor(a) y tratándolo de usted.

Cuando necesite dejar una llamada en espera, pide permiso para hacerlo.

Informa al cliente si la extensión está ocupada y le da opción de esperar o dejar mensaje.

Utiliza el reporte progresivo cada 30 segundos hasta que finalice la llamada.

Antes de pasar una llamada al cliente, comprueba que el mismo se encuentra y solicita la autorización para pasarle la llamada, informándole nombre y procedencia de la persona que llama.

No se da el número de la habitación, ni ningún dato personal de los clientes hospedados.

La telefonista a pizarra privada puede realizarle las llamadas al cliente a su solicitud, libre de cargos adicionales y dispone de una guía telefónica.

La telefonista a pizarra privada mantendrá visible los números de emergencia para si existe alguna emergencia o necesidad de uso.

Se asegura que en todas las habitaciones existan las instrucciones para realizar llamadas telefónicas locales, nacionales e internacionales y sus tarifas. (guía telefónica)

Carga las llamadas que se realicen en la propia recepción por los clientes a la cuenta del cliente en el transcurso de un minuto, después de concluir la llamada o cobradas en efectivo, entrega el recibo de cobro.

No puede autorizar gratuidades por el uso del servicio telefónico.

La operadora ofrece servicio de matutino. Solicita al cliente la hora a la que desea o necesita ser despertado y el número de habitación, lo cual repetirá para confirmar y evitar errores. Se despide según la hora del día.

El servicio de matutino se refleja en el modelo establecido al efecto, anotándose número de habitación, y hora que desea le despierten.

Realiza el matutino a la hora exacta y en un tono de voz animado y claro (grabada), a los clientes vip se les realizará por la telefonista a pizarra privada. En ambos casos de no responder se le envía el asistente de servicio de alojamiento a la habitación.

#### **Instrucción: checkout**

- **Aviso de salida del cliente**

Cajero carpetero de alojamiento

Llama a todas las habitaciones que no hayan pasado por la recepción a realizar el check-out.

Para los clientes individuales y directos, también la noche anterior, le llama confirmando hora y salida y ofreciéndole la posibilidad de realizar una liquidación de su cuenta.

En caso de prórrogas trata siempre que sea posible de complacer al cliente, de lo contrario le ayuda a gestionar otro hotel, preferiblemente de la propia compañía.

Vela porque el cliente abandone la habitación a la hora de salida.

En caso de transfer o vuelos posteriores a la hora del checkout se les da el servicio de late checkout según disponibilidad de hotel o se le ofrece una habitación de cortesía, con la autorización del jefe de recepción.

Ofrece servicio de maletero.

- **Revisión de la habitación**

El camarero de alojamiento:

Chequea que la habitación ha quedado sin daños, de existir se le informa a la recepción al cajero carpetero de alojamiento

Asistente de servicio de alojamiento:

Traslada el equipaje al lugar dispuesto.

- **Revisión de cuentas**

Cajero carpetero de alojamiento:

En caso de existir un consumo de última hora realiza el cargo en factura.

Imprime la cuenta antes de cerrarla, para su revisión por el cliente.

Escucha y verificada cualquier discrepancia. No culpa a otros por posibles errores.

Jefe de recepción/ directivo que las autoriza:

Firma las correcciones de cargos.

- **Recogida de llave**

Cajero carpetero de alojamiento:

En el caso de los grupos receptiona las llaves de mano del guía.

Corta la manilla

Efectúa el cobro de la cuenta, entrega al cliente el recibo de cobro si es en efectivo y en caso de tarjeta de crédito, la copia de la operación registrada.

Cierra la factura.

Se despide del cliente deseándole buen viaje y pronto retorno.

Lo trata por el nombre, antecediéndolo siempre de señor(a).

Circula en el listado de salidas, recoge las llaves, archiva la tarjeta de registro con la hora de salida y su firma y da salida en el zum a la habitación.

- **Jefe de recepción / especialista de servicio de alojamiento**

Archiva las tarjetas de registros por la fecha de salida y en un período no menor de un año.

- **Despedida-asistente de servicio de alojamiento:**

Conduce al cliente hasta el vehículo y acomoda el equipaje en el mismo, despidiéndose del cliente, deseándole un buen viaje.

(cuando corresponda, parquea el vehículo en el lugar de salida, dejando las llaves puestas)

**Instrucción: cambio de turno en recepción**

El cambio de turno se realiza en los horarios establecidos y en el mismo deben participar ambos turnos.

- **Cajero carpetero de alojamiento saliente**

Hace el cierre de caja del turno y emite los siguientes documentos:

- Listado de operaciones de caja

- Entradas y salidas pendientes del día (informativo)

garantiza las denominaciones y tipo de monedas para cambio.

Deja dispuesto todos los materiales para el próximo turno de trabajo.

Desactiva la clave secreta para la operación en máquina.

- **El cajero carpetero de alojamiento, saliente y entrante**

Cuentan, uno en presencia del otro, el efectivo y documentos de valor y chequean el cuadro de caja.

- **El cajero carpetero de alojamiento entrante**

Lee las anotaciones en los libros de incidencias y consulta cualquier detalle con el cajero saliente.

- **Nota:**

El libro contiene las operaciones pendientes de la recepción como: cambios de habitación, afectaciones que necesitan un mayor seguimiento, orientaciones del jefe de recepción para ser cumplidas por los turnos entrantes, información de objetos encontrados y entregados en ama de llaves.

Revisa y exige la limpieza y organización del área.

- **Asistentes de servicio de alojamiento**

Mantienen el cuarto de equipaje limpio y ordenado con las maletas identificadas.

Revisa el cuarto de equipaje y chequea físicamente el cuadro del control de equipajes de los clientes.

- **Nota.** En ningún caso el cambio de turno puede originar interrupciones en el servicio.

### **Instrucción de trabajo: auditoría nocturna.**

La auditoría nocturna se realizará a las cinco de la mañana.

El auditor (cajero, carpetero de alojamiento en funciones) no interrumpirá los servicios al cliente para realizar el siguiente trabajo:

- **Cierre auditor**

Revisa y chequea el listado de facturas abiertas (LFA) y el listado de facturas de agencia (proforma), garantizando que todo cliente tenga de una u otra forma el cargo por alojamiento, ya sea en las facturas o en las preformas, en estas últimas revisar el plan y chequear el voucher.

Confronta el Rack de habitaciones de recepción con el LFA, buscando posibles diferencias de encontrarse alguna darle solución (en casos de recepciones que usen Rack de habitaciones).

Cuadra las ventas de crédito del día, confrontando los cierres de las áreas o puntos de venta contra el resumen de mano corriente.

Pasa por máquina los contados de los departamentos, cierra las facturas y hace el reporte de caja para dejar la máquina con saldo cero.

Hace el cierre automático del día.

Imprime toda la documentación que se adjuntará al mismo.

Organiza la documentación, adjunta los cierres de cajero de recepción, puntos de venta y las facturas cerradas del día.

- **Cuadre Auditor**

Revisa los cobros del día y contados, el saldo total aparece en el informe de ventas.

Revisa los cargos de ventas a créditos, confrontando el resumen de mano corriente contra los cierres definitivos de los puntos de venta.

Revisa la producción de cada departamento, confrontando los datos de la lectura del saldo con los cierres definitivos de los cajeros.

Cuadra el saldo de clientes casa, confrontando el saldo que aparece en el informe de venta contra la suma total del saldo en LFA y el saldo enlistado de agencia.

Revisa los cheques de créditos anulados y hacer las correcciones en las facturas de los clientes.

Revisa que todas las facturas transferidas al departamento de ingresos tengan su respaldo de pago, así como los cheques de crédito en el caso de la factura de controles.

Revisa las cuentas pendientes de cobro y las facturas con saldos elevados y/o en riesgo de cobro.

Revisa y puntea todas las facturas cerradas en el día, con el listado de facturas cerradas.

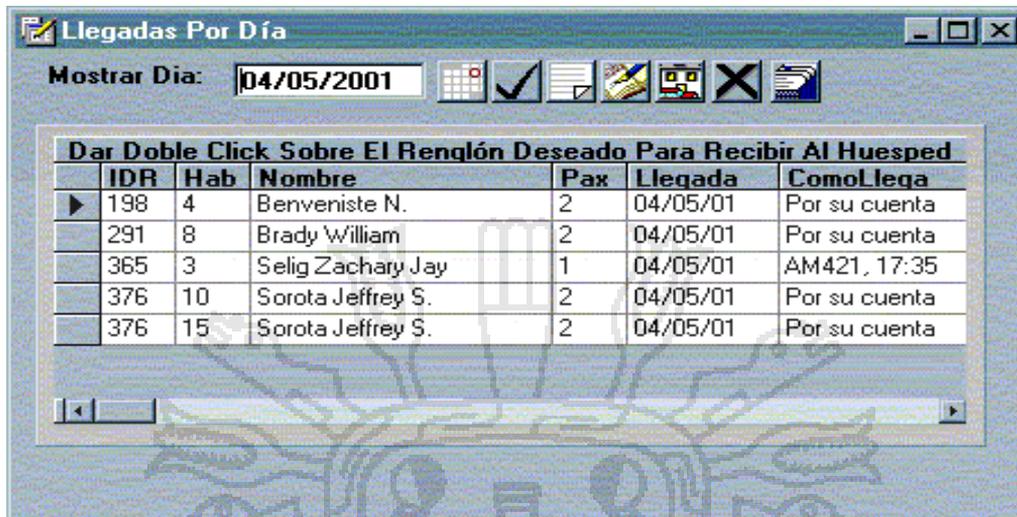
#### **5.1.4. Sistemas de reserva utilizados**

Este programa tiene la capacidad de registrar las llegadas de los huéspedes con reservación (hechas con el programa de reservaciones) o sin reservación. Registra todas las noches de hospedaje hasta la salida del huésped, todos los consumos del mismo durante su estancia (registrados desde el programa de caja restaurante), permite la administración de los movimientos de consumo así como el registro de cargos y abonos a la cuenta. Al momento de la salida del huésped se procede a la impresión de la cuenta y la impresión de la factura en su caso.

El recepcionista puede ver en todo momento los huéspedes por llegar así como las habitaciones ocupadas por día y las cuentas de cada habitación.

Imagen n° 1

Sistema Hotelero

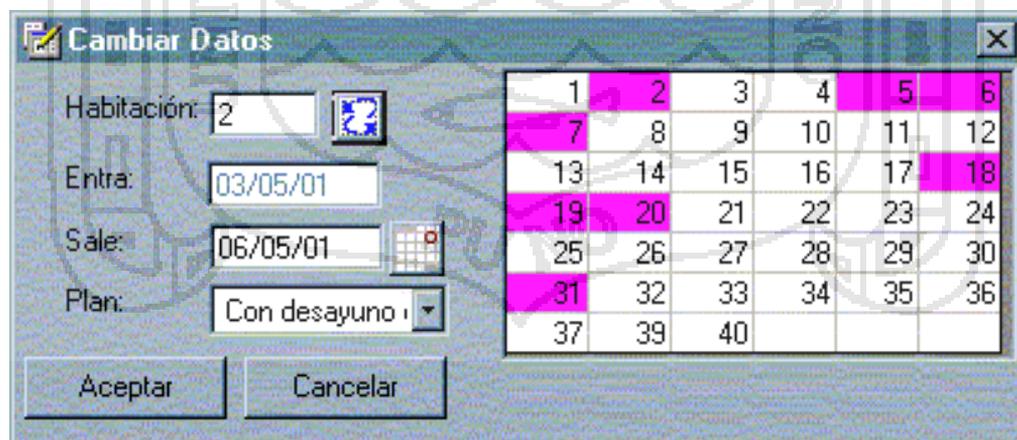


FUENTE: Sistema Hotelero – Hotel Bolivar Mexico, Internet 2013

Se puede cambiar en todo momento la habitación y otros detalles de la estancia del huésped y datos personales del mismo:

Imagen N° 2

Sistema Hotelero



FUENTE: Sistema Hotelero – Hotel Bolivar Mexico, Internet 2013

Este programa tiene la función de administrar los movimientos de los huéspedes durante su estancia tales como el check-in, registro de cargos y

abonos, cuentas, facturación y check-out, para lo cual cuenta con las siguientes funciones y reportes:

- Acceso al directorio de contactos.
- Reporte de llegadas del día del programa de reservaciones.
- Check-in de huéspedes con o sin reservación.
- Registro de cambios de habitación, plan y fecha de salida.
- Impresión de tarjeta de registro.
- Reporte de salidas esperadas.
- Impresión de cuentas.
- Impresión de facturas.
- Reporte de auditoria con todos los movimientos de cargo y abono por día.
- Consulta de cuentas anteriores.
- Reporte de huéspedes en casa y estadísticas del día.
- Reporte de saldos de huéspedes en casa.
- Reporte de facturación.
- Reporte de movimientos de cargos, abonos y cancelaciones.
- Catalogo de cuentas.

El programa tiene la capacidad de imprimir la tarjeta de registro con los datos actuales del huésped para que el mismo solo la firme, la complete o la corrija.

Permite registrar la entrada de un grupo o de cada habitación por separado.

Puede imprimir cuentas grupales o separadas, separa cuentas por hospedaje y por extras o alimentos. Distintas facturas por reservación.

Existe una diversidad de sistemas hoteleros como son:

#### 5.1.1.1. Zeus

Sistema de administración hotelera totalmente gráfico. Integra el manejo del front-office y del back-office en los módulos de reservas, recepción, caja, auditoría, ama de llaves, mantenimiento, banquetes y eventos, soportando además manejo de multicomplejo hotelero.

#### 5.1.1.2. Fidelio

Sistema de administración hotelera que consta de diferentes módulos (frontoffice, sales & catering, mantenimiento, alimentos y bebidas, entre otros). Es utilizado para dar check in a las reservaciones, llenar perfiles o simplemente entrar a una reservación ya in house.

#### 5.1.1.3. Amadeus

Maneja las reservas individuales y de grupos en forma automática, configura y define fácilmente las tarifas, planes y programas del hotel que tiene la solución tecnológica. Permite ver de forma constante la disponibilidad de habitaciones en todos los establecimientos.

#### 5.1.1.4. Sistema de gestión hotelero confirma

El Sistema de Gestión Hotelero Confirma, es una herramienta que soporta el front y back office de un negocio de hospedaje.

Cuenta con los siguientes módulos:

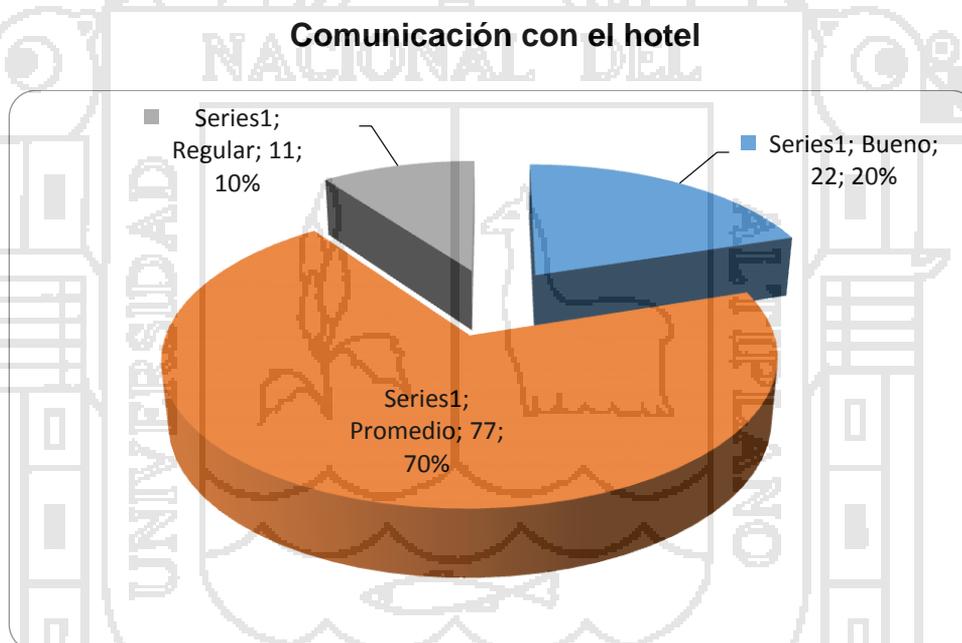
- Reservas
- Alojamiento
- Restaurante y Bar
- Compras e inventarios
- HouseKeeping

Su facilidad de uso sumado a su sólido diseño con herramientas de última generación (Visual Net y SQL Server), sumado al soporte post venta le asegura su inversión a largo plazo. Sistema íntegramente desarrollado en el Perú.

## 5.2. Nivel de satisfacción del cliente con los servicios del área de recepción de hoteles tres estrellas de la ciudad de puno

Se analiza en este acápite, primeramente sobre aspectos de percepción general del área de reservas. Siendo los resultados analizados con el programa SPSS 19 los siguientes:

**Grafico N° 02**

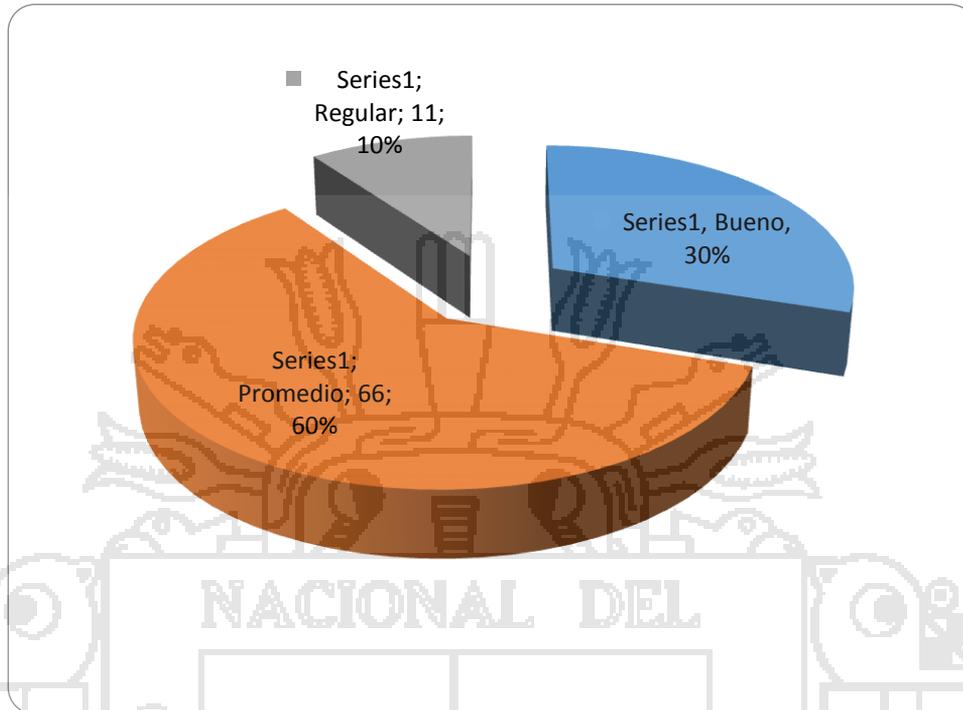


FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

El turista en un 70% evalúa a la comunicación con el hotel a la hora de realizar la reserva es promedia. El 20% que es buena y solo el 10% regular. La comunicación con el hotel utiliza medios tales como: Teléfono, correos electrónicos, sistemas de reserva entre otros.

Grafico N°03

Calidad del servicio

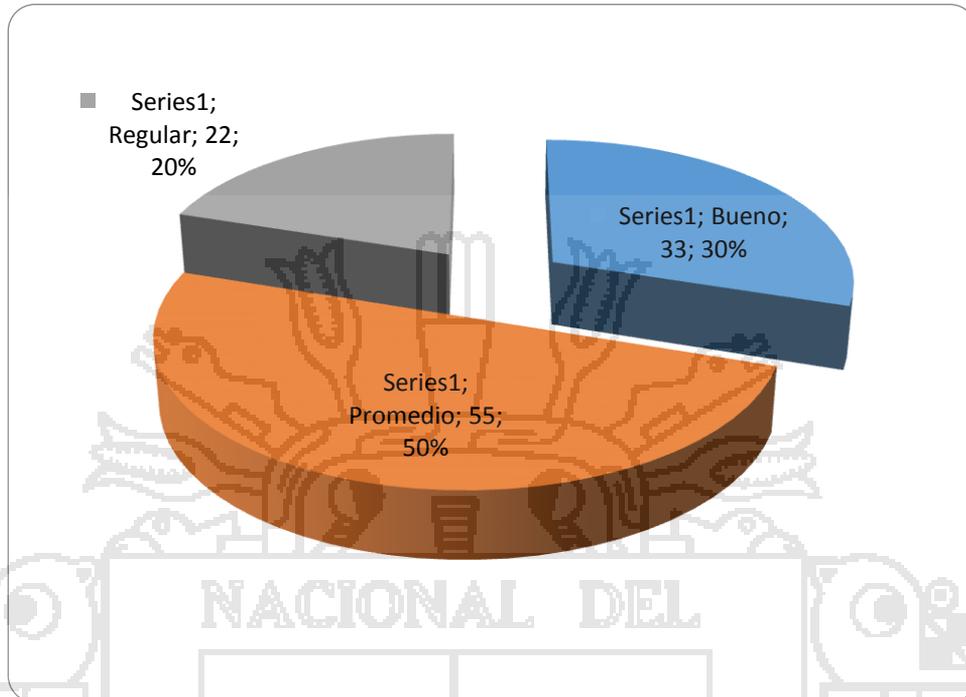


Idem

La calidad del servicio hace referencia a la evaluación de aspectos tangibles del producto (aspecto funcional) y el servicio propiamente dicho la atención del personal. La cual es evaluada como buena por el 30% de turistas y en promedio por el 60%.

Grafico N °04

## Eficiencia en la calidad de servicios



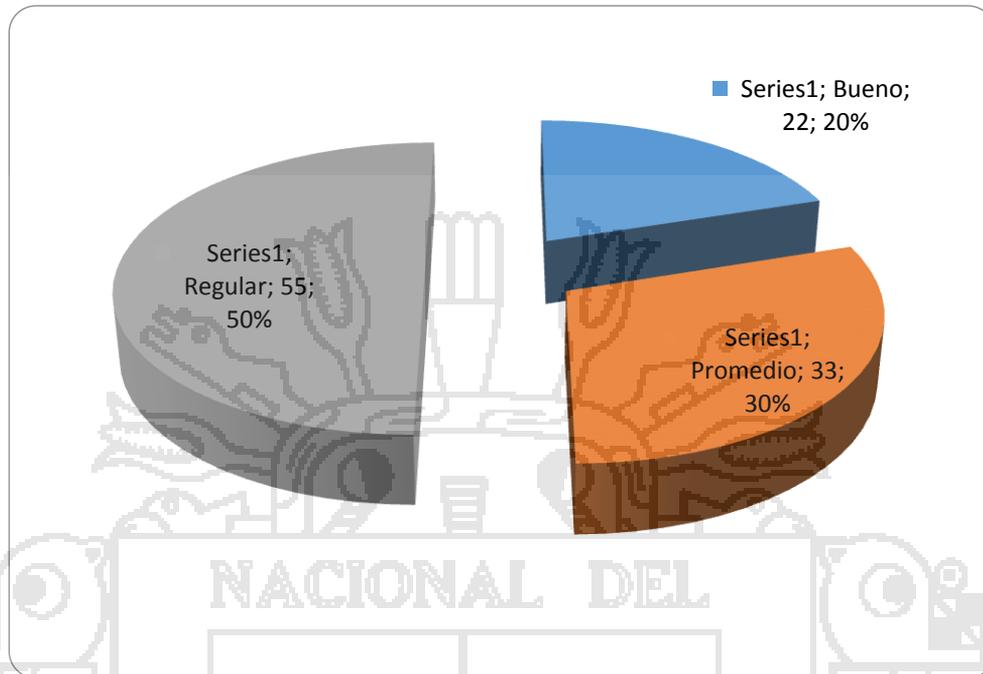
FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

La eficiencia es en Administración (management): Se define como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

En otras palabras la optimización del servicio que es evaluado como bueno por el 30% y Promedio por el 50% de usuarios (turistas).

Grafico N° 05

Tiempo de espera.



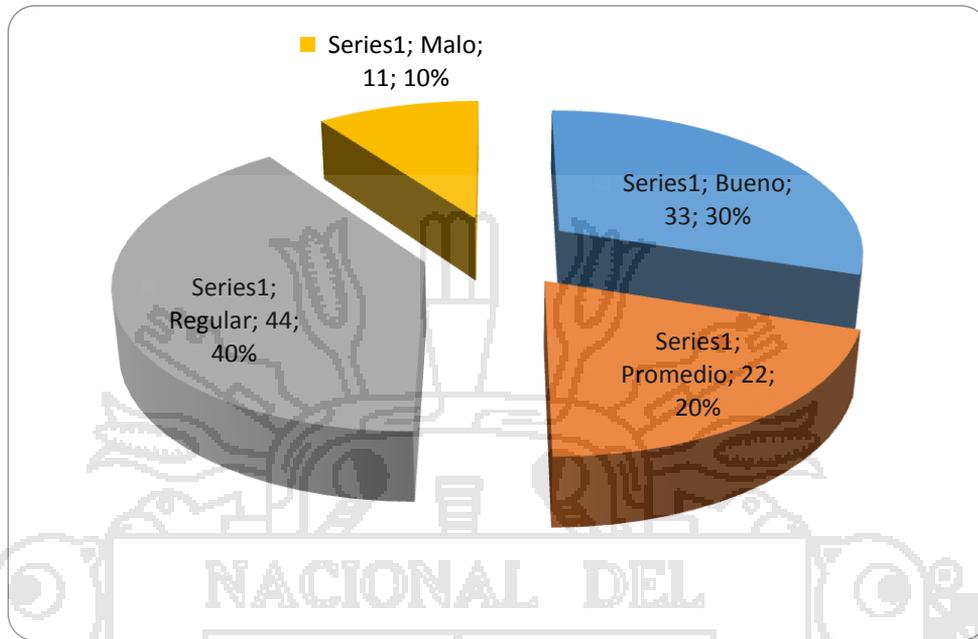
Idem

Uno de los aspectos más importantes en el área de reservas y en los servicios de checkin y checkout. Registros de entrada y salida.

En tiempo de espera hay que destacar que un 50% de turistas evalúa este servicio como regular y solo el 20% como bueno. Lo que nos permite indicar que los procesos de checkin y checkout necesitan mejorarse, en una comparación con los resultados del Grafico Nro.4. El problema a resolver es la eficiencia de los servicios

Grafico N° 06

Saludo y tiempo de registro.

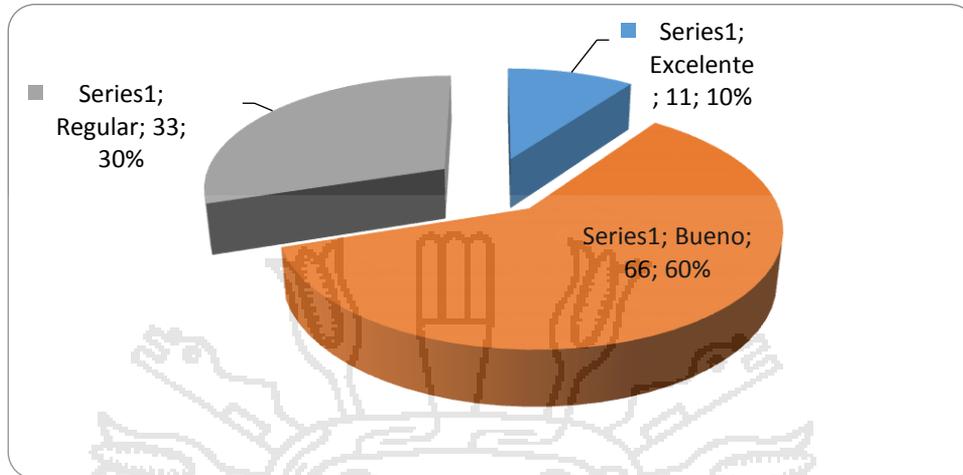


FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

Con el saludo se puede evaluar la actitud del personal y el tiempo de registro hace referencia a la eficiencia del servicio. En términos generales el 50% considera este como regular y malo y 50% en promedio y bueno.

Grafico N° 07

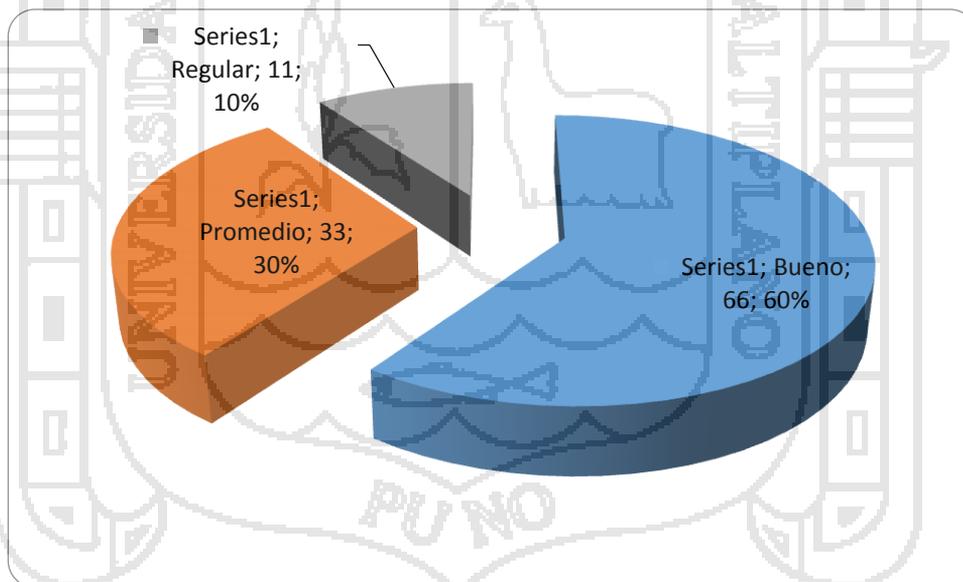
Presentación del personal



idem

Grafico N° 8

Conocimiento de su reserva

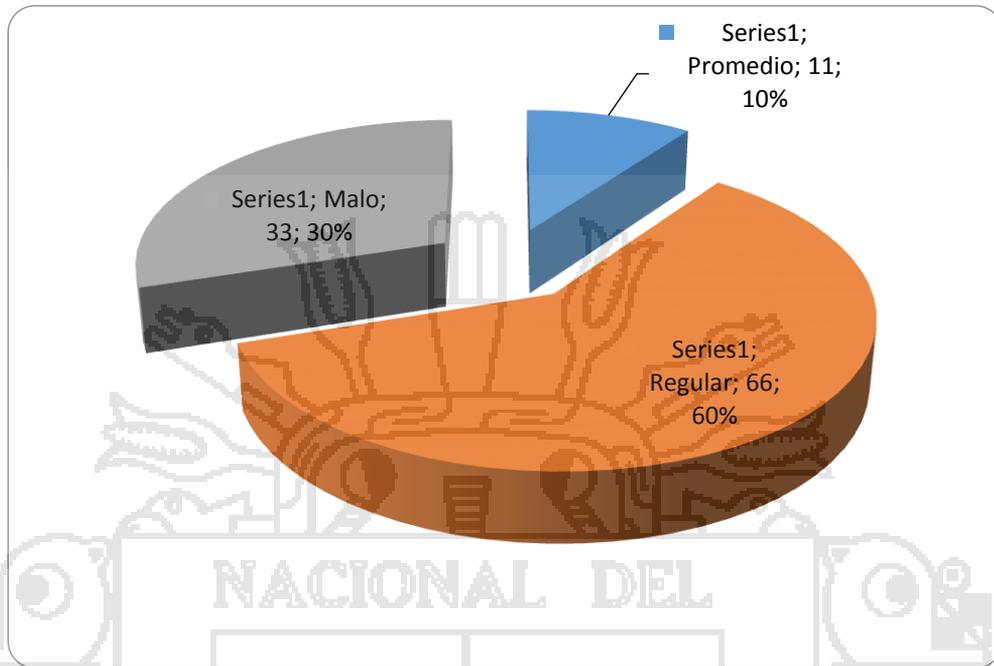


FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

En ambos casos la evaluación por parte de los turistas es Bueno por 60% Lo que indica que dichas actividades responden a las expectativas de los usuarios.

Grafico N° 09

## Rapidez en el proceso de registro



Idem

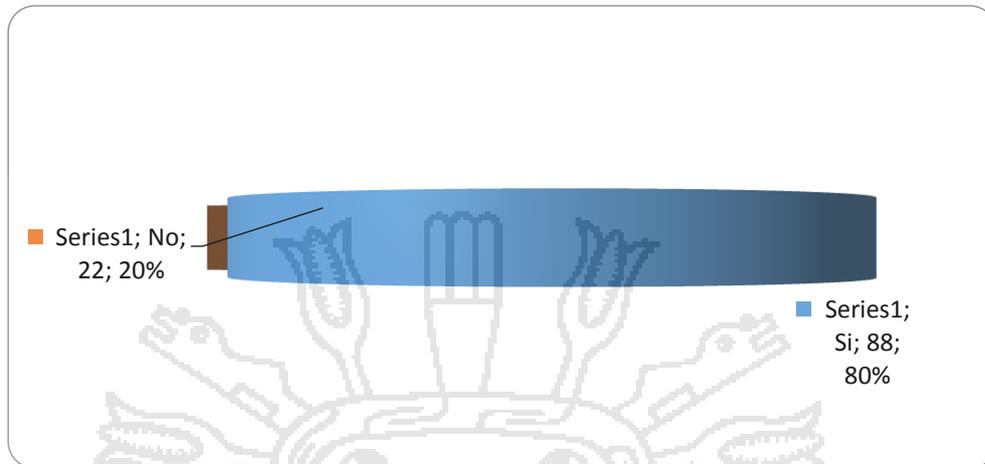
Podemos apreciar que en este proceso la evaluación es de 60% como regular; mientras que el 30% como malo.

Es necesario destacar que los resultados obtenidos aquí son los mismos y corroboran los resultados referidos a eficiencia y tiempo de registro.

Lo cual permite corroborar la necesidad de contar no solo con un manual en el área de recepción; sino que además actividades como reclutamiento del personal, adiestramiento y capacitación. Permitan mejorar esta debilidad observada.

Grafico N° 10

Habitaciones acorde a sus expectativas

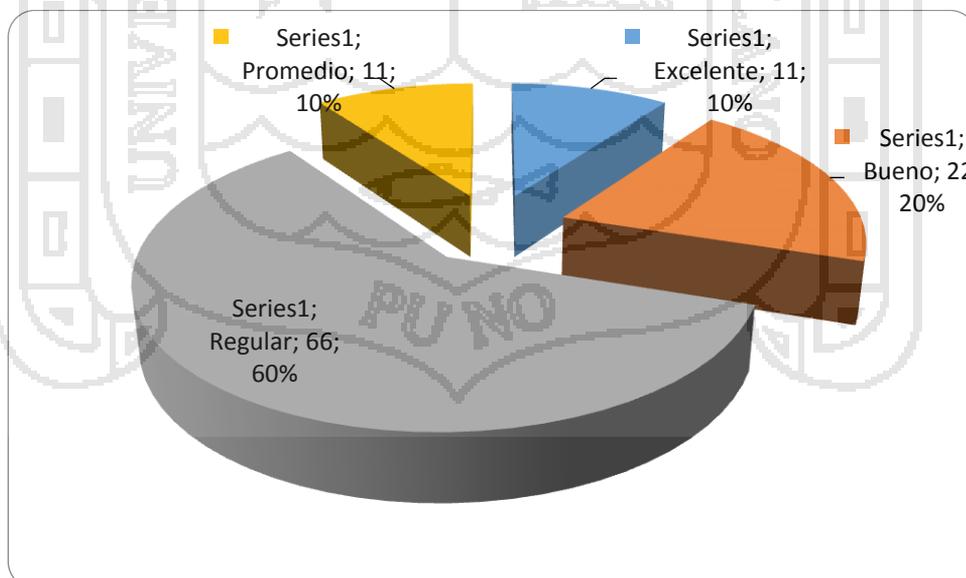


FUENTE: elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

El aspecto funcional es óptimo 80% está conforme con su habitación (aspecto tangible del servicio).

Grafico N° 11

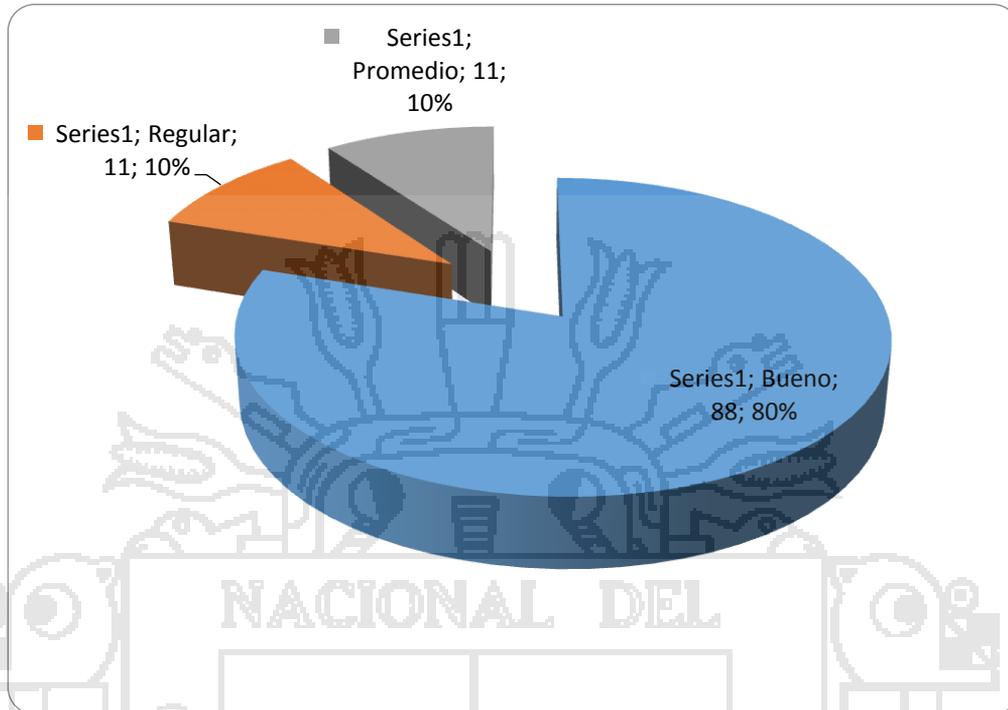
Tiempo de espera



Idem

Grafico N° 12

## Servicio del personal



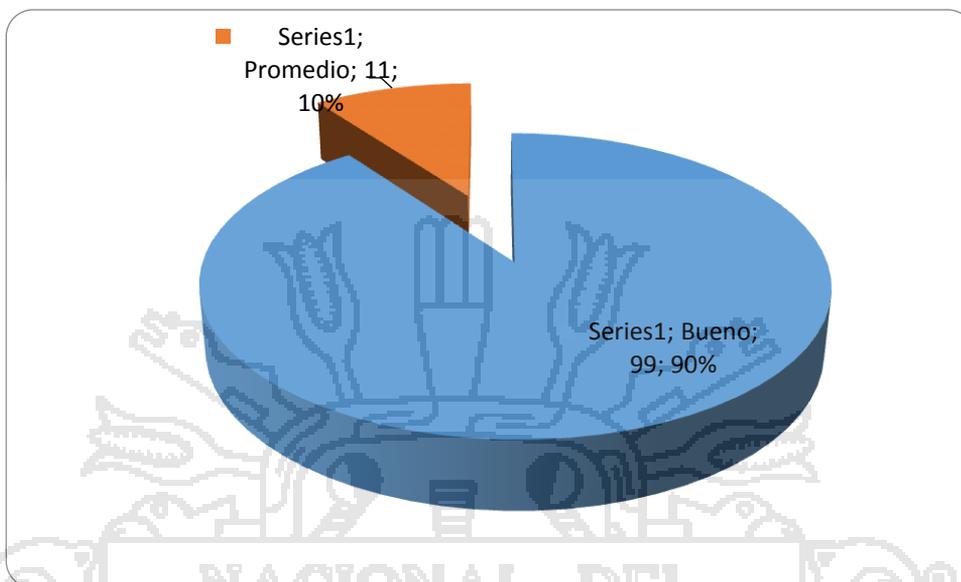
FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

Es necesario analizar y comparar los resultados de los gráficos 11 y 12 de manera conjunta. Por qué mientras que en Grafico Nro. 10 se evalúa el tiempo de espera con 60% como regular, en el Grafico Nro. 11 se evalúa al servicio del personal como bueno en 80%. Si ambos aspectos son contralados por el mismo personal.

Podemos interpretar entonces que la actitud al servicio del personal es eficiente; mientras que la prestación del servicio en si misma es deficiente.

**Grafico n° 13**

**Claridad de la cuenta.**

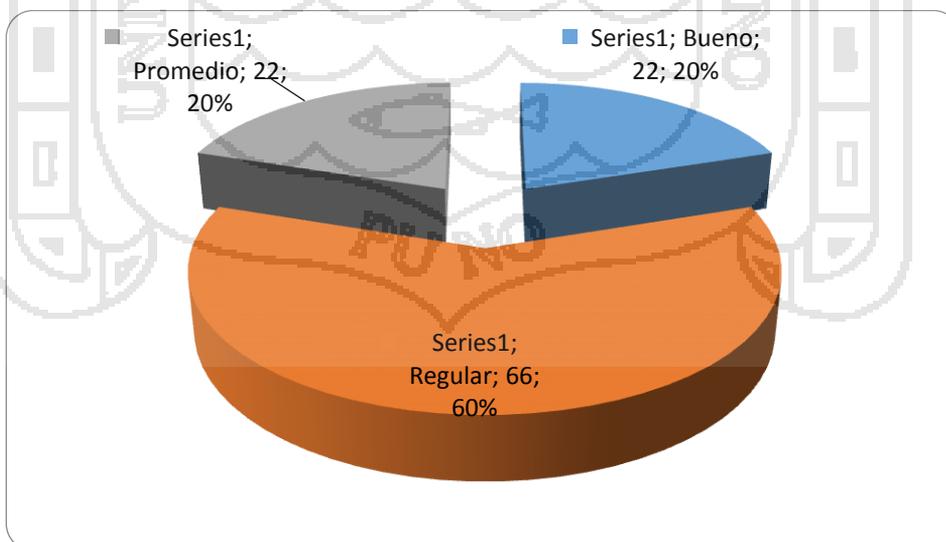


Idem

La cuenta en el momento de realizar el checkout es evaluada como buena 90%.

**Grafico Nro. 14**

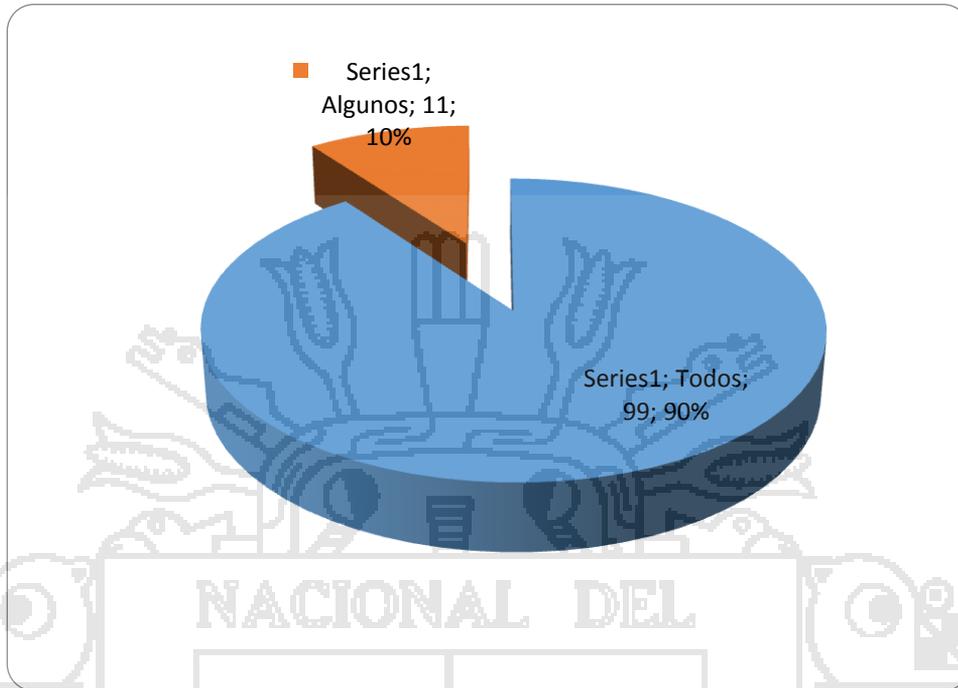
**Rapidez En El Proceso De Checkout**



FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

Grafico N° 15

El personal sonrió y saludo

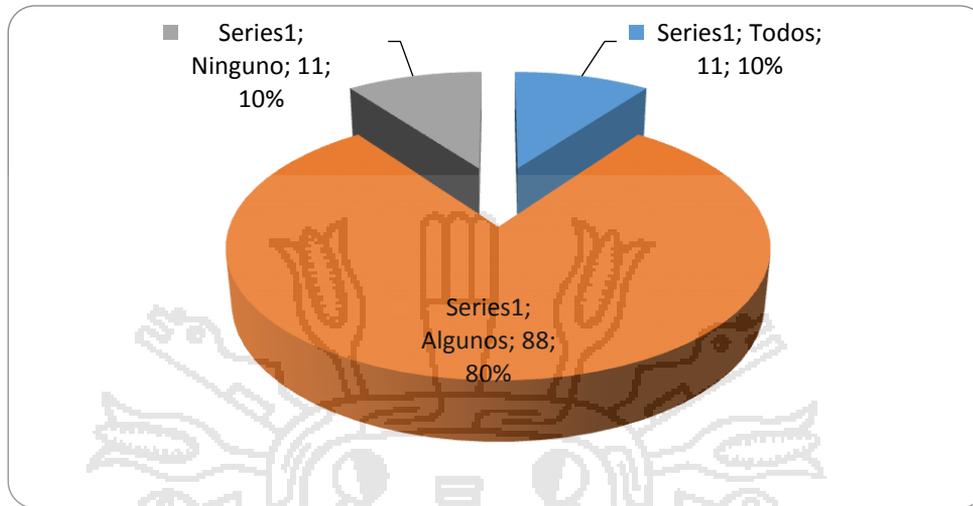


Idem

Tanto los resultados de los gráficos 15 y 16 evalúan la actitud del personal. Entendida esta por la manera de comportarse u obrar una persona ante cierto hecho o situación. En el grafico 15. 90% de turistas indica que todos; mientras que en el grafico 15 el 80% señala por algunos.

**Grafico N° 16**

**El personal lo saludo por su nombre**

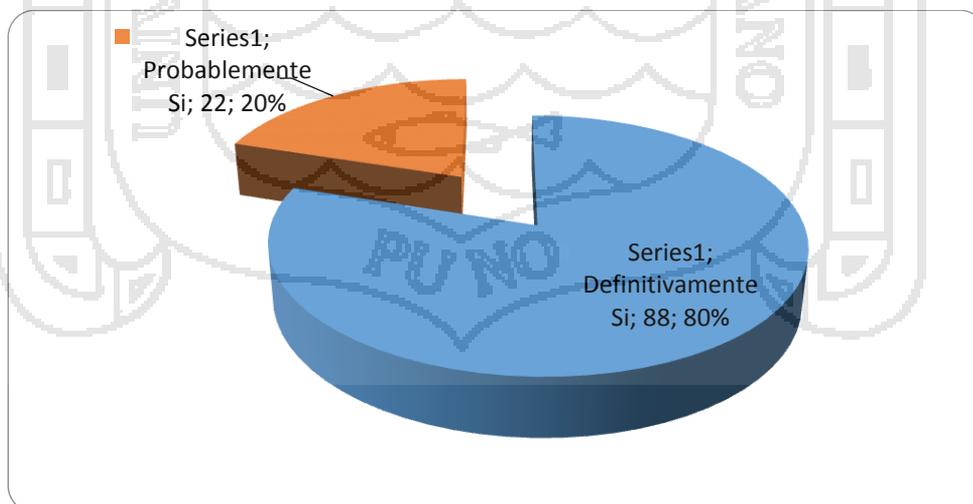


FUENTE: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta, 2013

Solo cuando hay satisfacción con un servicio podemos hablar de calidad y si hay calidad este servicio puede ser recomendado.

**Grafico N° 17**

**Recomendaría el hotel**

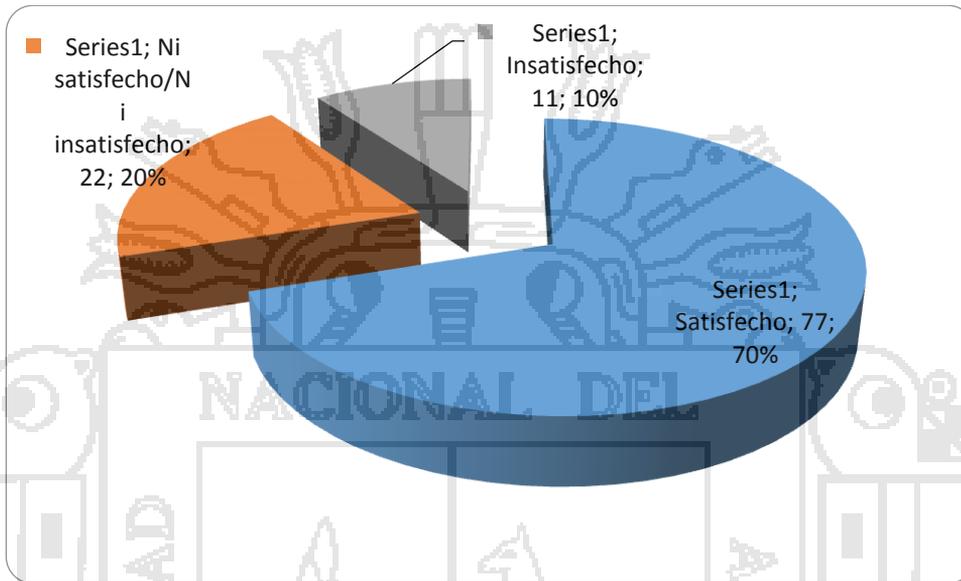


Idem

Un contundente 80% señala que definitivamente si lo haría. Resultado que es necesario corroborar con el nivel de satisfacción de los turistas, con los servicios de recepción que se detallan a continuación.

**Grafico N° 17**

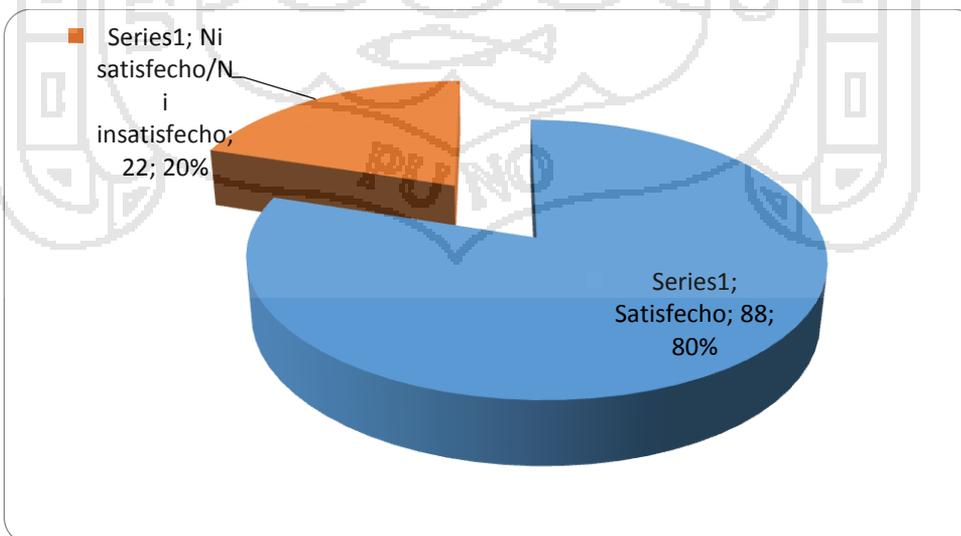
**Calificación general del check inn**



FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

**Grafico N° 17**

**Rapidez en el servicio de recepción**

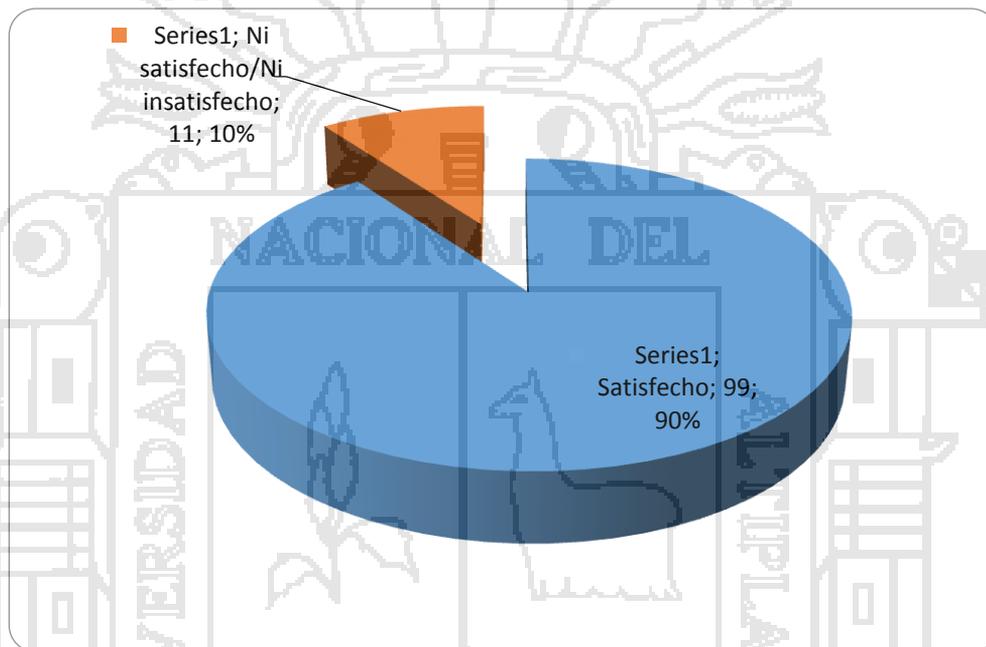


Idem

70% satisfechos con el servicio de CheckInn y 80% con la rapidez en los servicios de recepción.

¿Y el problema de falta de eficiencia en el servicio en las interrogantes de expectativas?.

**Grafico N° 18**  
**Trato del personal de recepción**

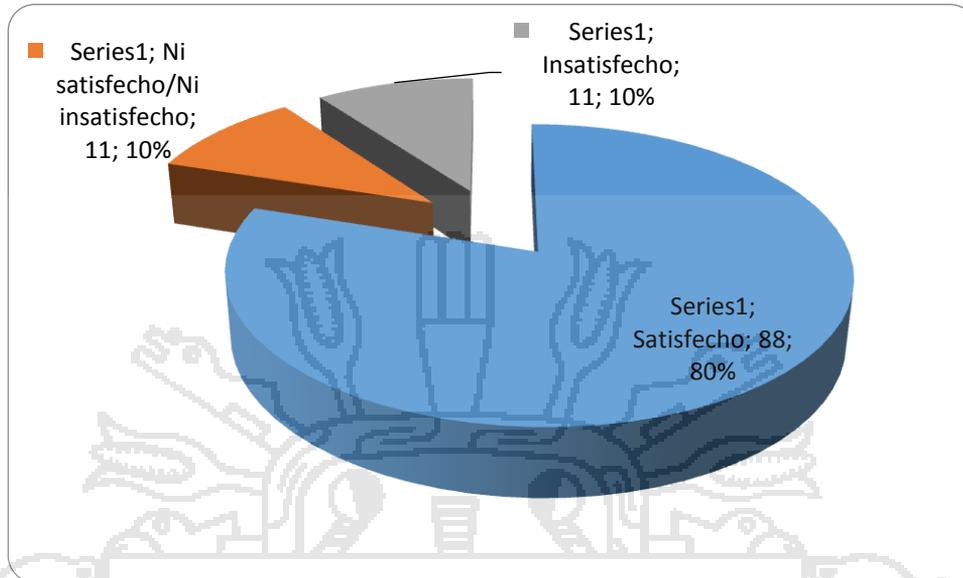


FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

El trato del personal, aspecto que corresponde a la evaluación de la actitud del personal. Es evaluada como buena por el 90% de turistas.

Grafico N° 19

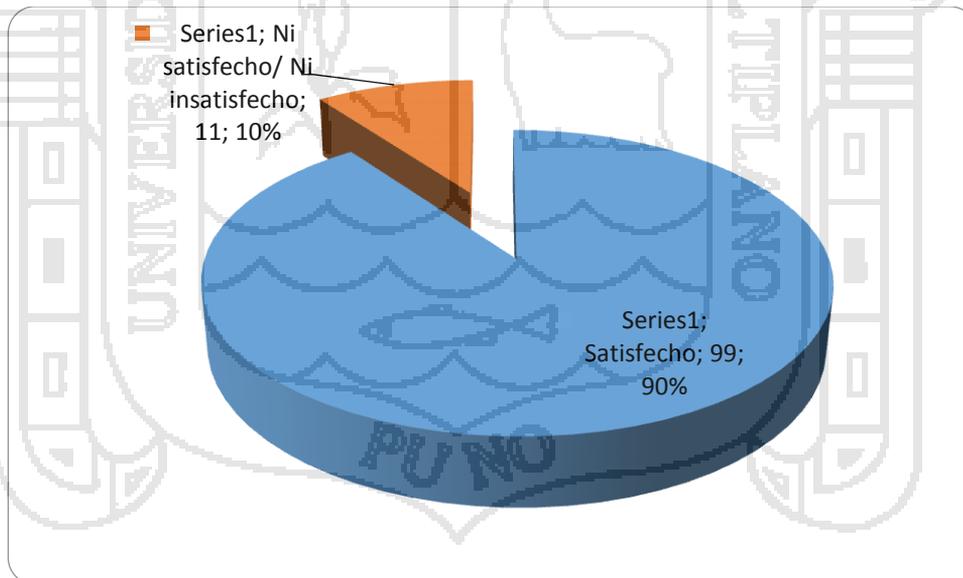
Eficiencia del personal



Idem

Grafico N° 20

Calidad y cortesía del personal



FUENTE: Elaboracion propia en base a los datos de la encuesta, 2013

### **5.3. Incidencia en el nivel de satisfacción del huésped la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción**

Nos planteamos las siguientes interrogantes:

Por qué en los gráficos de percepciones de servicio se evidencia el mayor porcentaje en regular (que indica deficiencia en la prestación de servicios en el área de recepción). Mientras que en los gráficos de satisfacción y recomendación del hotel consecuencia de la calidad de los servicios son evaluados como buenos.

Y concluimos en que la satisfacción del huésped no incide en la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción. La aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción puede mejorar la percepción de eficiencia en el servicio, pero no determina la satisfacción del huésped.

Al evaluar la satisfacción del servicio el huésped no discrimina los otros servicios y aspectos tangibles del Hotel

#### **5.3.1. Propuesta de manual de procedimientos para el área de recepción en base a resultados de la investigación**

##### **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL AREA DE RECEPCION**

###### **Conformación de un manual de procedimientos.**

Según la ASECOMA (2008) un manual de procedimientos debe estar conformado del siguiente modo:

- Identificación. Debe llevar el logo de la empresa, nombre oficial de la misma, denominación y extensión del manual, lugar y fecha de

elaboración, número de revisión, unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización y clave de la forma.

- Índice o contenido.
- Prólogo y/o introducción. Debe incluir objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización.
- Objetivos de los procedimientos. Exponer cual es el objetivo principal para la elaboración del manual.
- Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos.
- Responsables: quienes son las unidades administrativas que toman parte en alguno de los procedimientos descritos.
- Políticas o normas de operación: En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.

Además deberán contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alternativas que pudiesen presentarse en la operación de los procedimientos. A continuación se mencionan algunos lineamientos que deben considerarse en su planteamiento:

- Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que circunscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que esté no incurra en fallas.
- Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin de que sean comprendidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.

- Deberán ser lo suficientemente explícitas para evitar la continua consulta a los niveles jerárquicos superiores.

Conceptos: definición de términos técnicos para hacer más accesible al usuario consultante.

- Procedimiento (descripción de las operaciones)
- Formulario de impresos. Formas necesarias para la realización de los procedimientos.
- Diagramas de flujo. Representación gráfica del proceso.
- Glosario de términos.

### **Presentación de la propuesta.**

El departamento de recepción es un área de gran importancia en la operación y atención del público. Así mismo, es vital contar con una herramienta de consulta para los trabajadores del área así como una base para inducción y reforzamiento de la ejecución de los procedimientos.

Objetivos de la propuesta.

Plasmar los procesos a seguir para una óptima atención al huésped y visitante de las instalaciones, no solo en ámbito de amabilidad o calidad de servicios sino también en ejecución de procedimientos.

Servir como herramienta para la “Auto-inducción” en el departamento detallado, como también el primer instrumento para la supervisión.

Ofrecer herramientas con las cuales el personal tenga la posibilidad de poseer un mayor enriquecimiento profesional para aumentar una productividad y eficiencia futura tanto para la empresa como para el mismo.

**Aspectos a considerar.**

La presente propuesta consta del contenido del manual de procedimientos. Dado que este debe ser sometido a revisión de la empresa para su posterior aprobación no se presenta el manual con todas sus partes tales como: los objetivos de los procedimientos, áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos, responsables, políticas o normas de operación. Algunos de estos aspectos son temas a discutir con gerentes de la empresa y salen del alcance del investigador.

**ESQUEMA DE MANUAL****CONTENIDO.****CAPÍTULO I. VALORES DEL HOTEL 3 ESTRELLAS**

- 1. Breve historia del Hotel**
- 2. Marca del Hotel**
  - 2.1. ¿Qué es una Marca?
  - 2.2. ¿En que creemos?
  - 2.3. Nuestro Posicionamiento con la marca
  - 2.4. Atributos a la marca
  - 2.5. Conocimiento de la marca
  - 2.6. Valores de la marca
  - 2.7. Tipos de huéspedes que buscan nuestra marca
- 3. Nuestros Winning Ways**
  - 3.1. Haz lo correcto
  - 3.2. Demuestra interés

- 3.3. Aspira a más
- 3.4. Celebra las diferencias
- 3.5. Trabajamos mejor juntos

## **CAPÍTULO II. ASPECTOS BÁSICOS.**

### **4. Material de trabajo, apariencia personal, sistema y aspectos básicos.**

- 4.1 Material de trabajo
- 4.2 Apariencia personal
- 4.3 Aspectos básicos y sistema.

## **CAPÍTULO III- CHECK IN Y ASIGNACIÓN DE HABITACIONES.**

### **5. Chuck in**

- 5.1. Pre autorizaciones
- 5.2. Pre autorizaciones en tarjetas de 3eros
- 5.3. Check in
- 5.4. Actualizar perfil
- 5.5. Persona adicional (registro y cobro)
- 5.6. Llaves adicionales
- 5.7. Registro damas de compañía
- 5.8. Remarks
- 5.9. Ambassador

### **6. Asignación de habitaciones**

- 6.1. Con requerimientos especiales
- 6.2. Cambios de habitación

**CAPÍTULO IV. ABONOS A CUENTA Y CHECKOUT.****7. Abonos a cuenta (payonly)**

7.1. Como presentarlos a auditoria

7.2. Depósitos bancarios

**8. Checkout**

8.1. Impresión de estados de cuenta y excepciones para presentar la cuenta (agencias de viaje)

8.2. Separar cargos: para realizar facturas separadas

8.3. Separa consumos específicos (split)

8.4. Cargos manuales

8.5. Uso de pre autorizaciones

8.6. Impresión de factura fiscal

8.7. Facturación a nombre de una compañía

8.8. Notas de crédito

8.9. Cortes de cuenta

8.10. Discrepancias

**CAPÍTULO V- CASOS ESPECÍFICOS****9. Casos específicos**

9.1. Varios métodos de pago al checkout

9.2. Reverso de reautorizaciones

9.3. Emidas

9.4. Venta de tenis

9.5. Ambassador

- 9.6. Upgrades
- 9.7. Fixed rate
- 9.8. Paid out (y sussportes)
- 9.9. Shares

## **CAPÍTULO VI. INCENTIVOS**

### **10. Incentivos**

- 10.1. Upsell
- 10.2. Rack
- 10.3. Early c/i
- 10.4. Early departure
- 10.5. Priority club y ambassador

## **CAPITULO VII. CIERRE DE CAJA.**

### **11. Cierre de caja**

- 11.1. Movimientos que deben llevar soporte
- 11.2. Ajustes
- 11.3. Cambio pendiente de reembolso
- 11.4. Remisión de efectivo

## **CAPITULO VIII- AUDITORIA NOCTURNA.**

### **12. Auditoria Nocturna**

## **CAPITULO IX. MANEJO DE VIP'S**

### **13. Manejo de Vip's**

## **CAPITULO X. HOLIDEX PARA USO DE RECEPCIÓN.**

**14. Holidex para uso de recepción.**

- 14.1 Revisión de status de Priority Club y Ambassador.
- 14.2 Afiliación de nuevos miembros al Priority Club Rewards.
- 14.3 Consulta de saldo de puntos.
- 14.4 Revisión de reservas.

**CAPITULO XI. PISO EJECUTIVO****16- Piso ejecutivo.**

- 16.1 Manejo de reservas del salón.
- 16.2 Manejo de las laptops
- 16.3 Horarios del salón ejecutivo
- 16.4 Registro de desayunos y happyhour
- 16.5 Traspasos
- 16.6 Inventario

**CAPÍTULO XII. ARCHIVO**

- 17- Nightaudit. Para revisión de casos
- 18- Horarios
- 19- Pre-Nomina
- 20- Pedidos de materiales

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Las características de los hoteles de tres de tres estrellas de la ciudad de Puno, son en un porcentaje menor cuentan con un manual de procedimientos y la gran mayoría se encuentra en proceso de elaboración y en algunos casos lo tiene pero desactualizado.

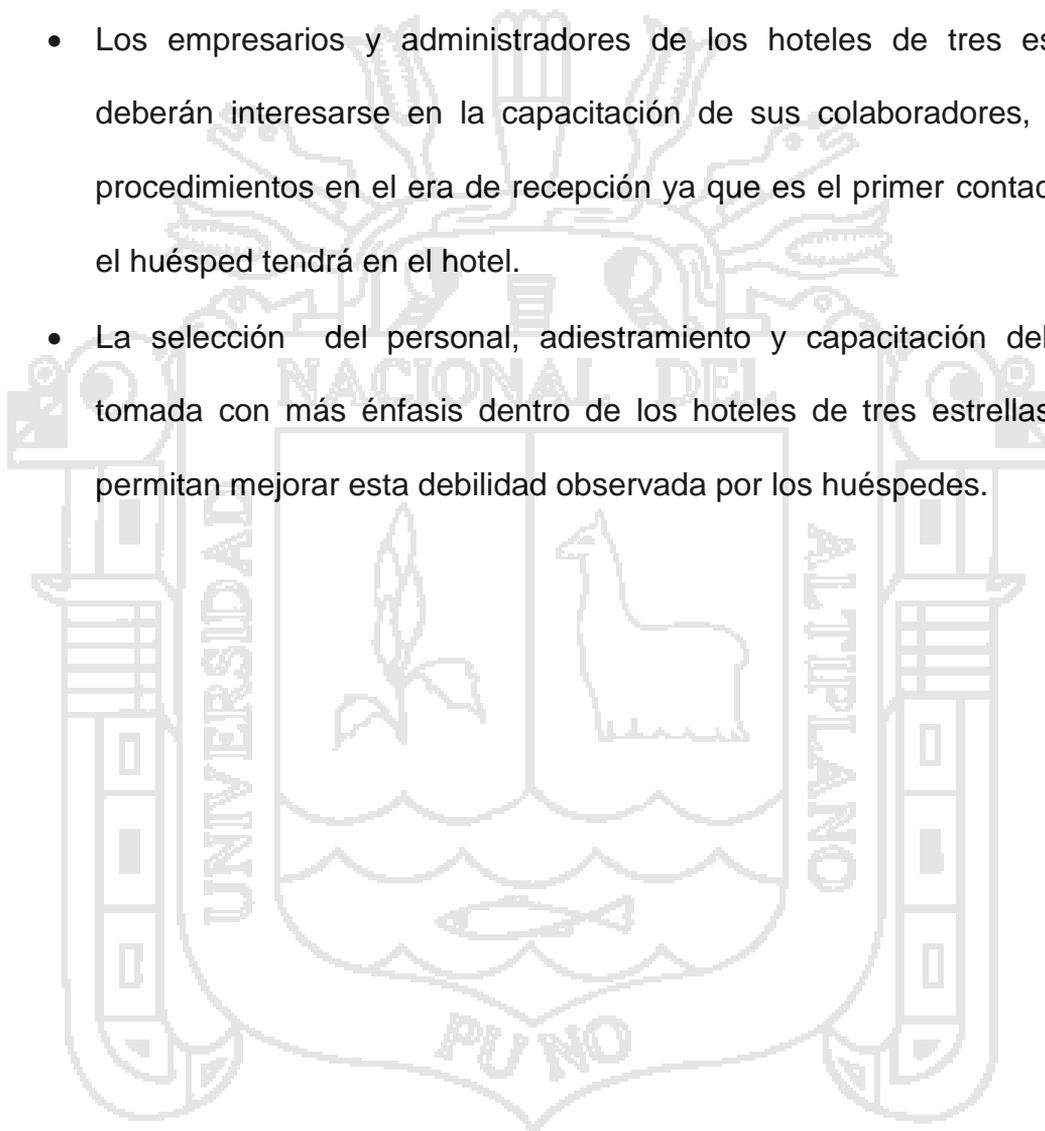
**SEGUNDA:** El nivel de satisfacción percibida es uno de los aspectos más importantes en el área de reservas y en los servicios de checkinn y checkout. Registros de entrada y salida.

En tiempo de espera hay que destacar que un 50% de turistas evalúa este servicio como regular y solo el 20% como bueno. No que nos permite indicar que los procesos de checkinn y checkout necesitan mejorarse.

**TERCERA:** Finalmente se concluye que la satisfacción del huésped no incide en la existencia y aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción. La aplicación del manual de procedimientos en el área de recepción puede mejorar la percepción de eficiencia en el servicio, pero no determina la satisfacción del huésped.

## RECOMENDACIONES

- Los Hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno deberían tener un proceso más rápido en el check in y en el check out para mejorar el nivel de satisfacción del huésped.
- Los empresarios y administradores de los hoteles de tres estrellas deberán interesarse en la capacitación de sus colaboradores, en los procedimientos en el era de recepción ya que es el primer contacto que el huésped tendrá en el hotel.
- La selección del personal, adiestramiento y capacitación debe ser tomada con más énfasis dentro de los hoteles de tres estrellas y así permitan mejorar esta debilidad observada por los huéspedes.



**BIBLIOGRAFIA**

- CHON, K. S. y Sparrowe, R. T .2000. Atención al Cliente en Hotelería. Editorial: Paraninfo Thomson. Madrid (España).
- CHIAVENATO, I. 2000 (5° edición). Administración de Recursos Humanos. Editorial MC
- GRAW Hill Interamericana. Santa Fe de Bogota (Colombia).
- D'ONOFRIO, P. 2005. Mensajes Para la Gestión Hotelería. Editorial: Alquimia. Buenos Aires (Argentina).
- KÖTLER, P.; Bowen, J. y Makens J. 1997. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Editorial: Prentice Hall Hispanoamericana. Naucalpan de Juárez (México).
- PERO, T. 2006. Todo Huésped es Vip. Editorial: Ediciones Turísticas. Buenos Aires (Argentina).
- PUIG-DURAN Fresco, J. 2006. Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración. Editorial: Díaz de Santos. Madrid (España).
- ROSENFELD P. Giacalone R. Riordan C.2002. La Imagen Personal en la Empresa. Editorial: Thomson. Madrid (España)

**WEBGRAFIA**

- [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/ocupabilidad.asp?ano=2013&ubig=21&c\\_depa=210000&t\\_depa=PUNO&t](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/ocupabilidad.asp?ano=2013&ubig=21&c_depa=210000&t_depa=PUNO&t)
- <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/actividad.asp>
- <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/directorios-manuales/>



# ANEXOS

## ANEXOS 1

## Tabla consolidada de los datos de la Encuesta

## Comunicación con el hotel

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	22	20,0	20,0	20,0
Promedio	77	70,0	70,0	90,0
Regular	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

## Calidad del Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	33	30,0	30,0	30,0
Promedio	66	60,0	60,0	90,0
Regular	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

## Eficiencia Confirmación de la reserva

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	33	30,0	30,0	30,0
Promedio	55	50,0	50,0	80,0
Regular	22	20,0	20,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

## Tiempo de Espera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	22	20,0	20,0	20,0
Promedio	33	30,0	30,0	50,0
Regular	55	50,0	50,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Saludo y tiempo de registro**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	33	30,0	30,0
	Promedio	22	20,0	50,0
	Regular	44	40,0	90,0
	Malo	11	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0

**Presentación Personal**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	11	10,0	10,0
	Bueno	66	60,0	70,0
	Regular	33	30,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0

**Conocimiento de su Reserva**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	66	60,0	60,0
	Promedio	33	30,0	90,0
	Regular	11	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0

**Rapidez proceso de registro**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Promedio	11	10,0	10,0
	Regular	66	60,0	70,0
	Malo	33	30,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0

**Habitación Acorde a sus Expectativas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	88	80,0	80,0	80,0
No	22	20,0	20,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Tiempo de Espera**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Excelente	11	10,0	10,0	10,0
Bueno	22	20,0	20,0	30,0
Regular	66	60,0	60,0	90,0
Promedio	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Servicio del Personal**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Bueno	88	80,0	80,0	80,0
Regular	11	10,0	10,0	90,0
Promedio	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Claridad de la cuenta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Bueno	99	90,0	90,0	90,0
Promedio	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	22	20,0	20,0	20,0
Regular	66	60,0	60,0	80,0
Válidos Promedio	22	20,0	20,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Sonrisa y saludo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos	99	90,0	90,0	90,0
Válidos Algunos	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Saludo por su Nombre**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos	11	10,0	10,0	10,0
Válidos Algunos	88	80,0	80,0	90,0
Ninguno	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Recomendaría el Hotel**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente Si	88	80,0	80,0	80,0
Válidos Probablemente Si	22	20,0	20,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Calificación General del CheckIn**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	77	70,0	70,0	70,0
Válidos Ni satisfecho/Ni insatisfecho	22	20,0	20,0	90,0
Insatisfecho	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Rapidez en el servicio de recepción**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	88	80,0	80,0	80,0
Válidos Ni satisfecho/Ni insatisfecho	22	20,0	20,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Trato del Personal de Recepción**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	99	90,0	90,0	90,0
Válidos Ni satisfecho/Ni insatisfecho	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Eficiencia del Personal**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	88	80,0	80,0	80,0
Válidos Ni satisfecho/Ni insatisfecho	11	10,0	10,0	90,0
Insatisfecho	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

**Calidad y Cortesía**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	99	90,0	90,0	90,0
Válidos Ni satisfecho/ Ni insatisfecho	11	10,0	10,0	100,0
Total	110	100,0	100,0	

## ANEXO 2

### ENCUESTA DE SATISFACCION EN EL AREA DE RECEPCION DE HOTELES DE TRES ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE PUNO

1. Si usted hizo una reserva directamente, como evaluaría lo siguiente.

	E	B	P	R	M
Comunicación con el hotel					
Calidad del servicio de la persona encargada					
Eficiencia en la confirmación de la reserva					

2. Registro de check in

	E	B	P	R	M
Tiempo de espera en la recepción					
Saludo y tiempo de registro					
Presentación del personal de recepción					
Conocimiento de su reserva por el personal de recepción					
Rapidez en el proceso de registro					

3. La habitación estuvo acorde con su reserva y expectativas

Si

No

Por qué?

4. Registro Checkout

	E	B	P	R	M
Tiempo de espera en la recepción					
Servicio del personal de recepción					
Claridad del estado de cuenta					
Rapidez en el proceso de checkout					

5. Nuestra actitud

El personal de recepción le sonrió y saludo al tener contacto con usted.

- a. Todos ( )
- b. Algunos ( )
- c. Ninguno ( )

Nuestro personal le saludó por su nombre

- a. Todos ( )
- b. Algunos ( )
- c. Ninguno ( )

6.-Recomendaria este hotel amigo y familiar

- a. Definitivamente si ( )
- b. Probablemente si ( )
- c. Probablemente no ( )
- d. Definitivamente no ( )

7.- En general cómo calificaría el servicio que recibió en la recepción del hotel en su Check In.

- a. Excelente ( )
- b. Bueno ( )
- c. Regular ( )
- d. Malo ( )

3.-Amabilidad del personal de recepción

- a. Muy satisfecho ( )
- b. Satisfecho ( )
- c. Insatisfecho ( )

4.-Rapidez en el servicio de recepción

- a. Muy satisfecho ( )
- b. Satisfecho ( )
- c. Insatisfecho ( )

5.-Como consideraría el trato del personal de recepción

- a. Muy satisfecho ( )
- b. Satisfecho ( )
- c. Insatisfecho ( )

6.-El personal de recepción tuvo un trato de eficiencia

- a. Muy satisfecho ( )
- b. Satisfecho ( )
- c. Insatisfecho ( )

7.-El personal de recepción lo atendió con calidad y cortesía

- a. Muy satisfecho ( )
- b. Satisfecho ( )
- c. Insatisfecho ( )