



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO:
CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL**

AUTOR: Wilmer Giovanni Guananga Chuqui

TUTOR: Lic. Mg. Yadira A. Proaño Gómez

AMBATO – ECUADOR

2021

A. PÁGINAS PRELIMINARES

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Lcda. Yadira Alexandra Proaño Gómez, Mg. con número de cédula 1803036860 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación con el tema: “**HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO: CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL**” desarrollado por la estudiante Guananga Chuqui Wilmer Giovanni, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Lcda. Mg. Yadira Alexandra Proaño Gómez

C.C. 1803036860

TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basada en la experiencia y los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios específicos en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Guananga Chuqui Wilmer Giovanni

C.C 1803991650

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación precedido Doctor Víctor Hernández del Salto, Magister, e integrado por las señoras Licenciada Johanna Monge Magíster; y el Ingeniera María Fenarda Viteri, Magíster; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema:” **HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO: CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL**”, elaborado y presentado por el señor Wilmer Giovanni Guananga Chuqui, para optar por el Grado Académico de Licenciada en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Lic. Mg. Johanna Gabriela Monge

Miembro del tribunal

Ing. Mg. María Fernanda Viteri

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres Matilde y Cesar por haber sido y ser un pilar fundamental y símbolo de lucha ante las adversidades a lo largo de mi vida, a mis hermanas Gabriela y Jessica por ser ese complemento y apoyo a lo largo de mis estudios.

También quiero agradecer a mi familia radicada en el extranjero por ser un apoyo, principalmente a mi tía Blanca por tanto apoyo y a mis amigos por ser parte de mi vida estudiantil.

Wilmer Giovanni Guananga Chuqui

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por cuidarme y mantenerme con salud, a la Universidad Técnica de Ambato por ser la institución en donde me forme profesionalmente, a mis profesores a quienes considero mis amigos e impartirme sus conocimientos, a mi tutora de investigación Mg. Yadira por ser una gran guía y ayuda.

También a todas las personas que han sido una ayuda a lo largo de mi vida.

Wilmer Guananga Chuqui

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A. PÁGINAS PRELIMINARES	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	1
ÍNDICE DE TABLAS	3
ÍNDICE DE IMÁGENES	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Antecedentes investigativos	8
1.2. Fundamentación teórica	9
1.2.1. Hosterías	9
Servicio de alojamiento.....	10
Oferta turística.....	10
Sistema turístico	10
1.2.2. Reactivación económica.....	11
Estrategias y tácticas de gestión y administración turística	11
Plan de reactivación económica	11
Gestión y administración turística.....	12
1.3. Objetivos	12

1.3.1. Objetivo general:.....	12
1.3.2. Objetivos específicos:.....	12
CAPÍTULO II	14
METODOLOGÍA	14
2.1. Materiales	14
2.2. Método.....	15
2.2.1. Enfoque	15
2.2.2. Alcance de la investigación	15
2.2.3. Población o muestra	15
2.2.4. Técnicas e instrumentos	16
Tabla 2. Técnicas e instrumentos investigativos.....	16
2.2.5. Recolección de la información	19
2.2.6. Procesamiento de la información y análisis	19
CAPÍTULO III.....	20
ANÁLISIS DE DATOS	20
3.1. Análisis Cualitativo y discusión de los resultados	20
3.1.1. Exposición de resultados de entrevista.....	20
3.1.2. Exposición de los resultados del levantamiento de ficha de observación de campo	23
CAPÍTULO IV.....	31
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	31
4.1. Conclusiones	31
4.2. Recomendaciones	32
CAPÍTULO V	33
Bibliografía	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos	14
Tabla 2. Técnicas e instrumentos investigativos.....	16
Tabla 3. Dimensiones e indicadores de la Ficha de Observación	16
Tabla 4. Dimensiones e indicadores para cuestionario de entrevista.....	17
Tabla 5. Resultados y discusión de entrevistas	20
Tabla 6. Resultados y análisis del levantamiento de ficha de observación de campo	23

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Portada.....	33
Imagen 2 Zonas	56
Imagen 3 Servicios.....	57
Imagen 4 Instalaciones	57
Imagen 5 Quinta.....	58
Imagen 6 Eventos.....	58
Imagen 7 Habitaciones.....	59

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como tema: “**HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO: CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL**” y se desarrolló en base a un enfoque cualitativo dentro de la línea de investigación: económico, social; y, gestada ante el confinamiento producto de la pandemia que la ocasionó el covid-19, por lo que es importante buscar soluciones factibles para que la Hostería Quinta Spa el Rosal se encamine a una reactivación económica, por lo que el proceso inició con la revisión de fuentes primarias y secundarias. El alcance de la investigación fue explicativo y empleó instrumentos validados por expertos. La técnica utilizada fue la entrevista a través de un cuestionario aplicado a 4 expertos, además, se usó la técnica de observación con una ficha de observación con indicadores que van acorde a las variables para el levantamiento de datos de los servicios y facilidades que se ofertan a los viajantes llegándose a apreciar el potencial que posee y que ayudaría a una reactivación económica; la información que fue analizada para determinar las características de la hostería quinta spa el rosal, lo que permitió generar la “programa de fortalecimiento de la gestión de la hostería el rosal”, como una propuesta con un manual de marketing en base del diseño de estrategias y tácticas vinculadas a fases que difundirán las bondades del establecimiento

PALABRAS CLAVE: HOSTERÍA, REACTIVACIÓN ECONÓMICA, CONFINAMIENTO, MARKETING, MANUAL

ABSTRACT

The present research work has as its theme: "HOSTERIES AND THE ECONOMIC REACTIVATION POST CONFINEMENT: CASE STUDY HOSTERIA QUINTA SPA EL ROSAL" and was developed based on a qualitative approach within the line of research: It is important to look for feasible solutions so that the Hostería Quinta Spa el Rosal may be on its way to an economic reactivation, so the process began with the review of primary and secondary sources. The scope of the research was explanatory and used instruments validated by experts. The technique used was the interview through a questionnaire applied to 4 experts, in addition, the observation technique was used with an observation sheet with indicators that go according to the variables for the data collection of the services and facilities that are offered to the travelers coming to appreciate the potential that it has and that would help to an economic reactivation; The information was analyzed to determine the characteristics of the Hostería Quinta Spa El Rosal, which allowed to generate the "program to strengthen the management of the Hostería El Rosal", as a proposal with a marketing manual based on the design of strategies and tactics linked to phases that will disseminate the benefits of the establishment.

KEYWORDS: HOSTELRY, ECONOMIC RECOVERY, CONFINEMENT, MARKETING, MANUAL

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación busca contribuir a la investigación relacionada con las hosterías y su reactivación económica realizada en la Hostería Quinta Spa El Rosal ubicada en el caserío el Rosal, cantón Mocha, provincia de Tungurahua.

La importancia de realizar esta investigación es analizar una reactivación económica post confinamiento provocada por el Covid-19 debido a que el sector turístico como los establecimientos de descanso y recreación se vieron afectados económicamente y sus colaboradores como empleados han visto afectados sus puestos de trabajo.

La investigación consta de cinco capítulos que se detallan a continuación:

CAPÍTULO I: En este capítulo se considera los antecedentes investigativos, la descripción de los objetivos y las generalidades de la zona de estudio.

CAPÍTULO II: Se establece la metodología que será utilizada para el levantamiento de información, técnicas e instrumentos y qué materiales han sido empleados para el desarrollo del estudio. También se realiza la estructura del cuestionario para la entrevista.

CAPÍTULO III: Comprende el análisis datos y discusión de los resultados con sus tablas correspondientes. En las mismas se podrá observar los criterios que toparon los entrevistados y a que conclusiones se llegaron, éstas podrán ser leídas en el capítulo IV

CAPÍTULO IV: Se definen las conclusiones y recomendaciones partiendo del análisis de resultados de la entrevista y de los objetivos de la investigación, se puede determinar que se cumplieron con los mismos.

CAPÍTULO V: Se presenta la propuesta en base a la investigación y a la recolección de datos, esta se basará en las necesidades generadas a partir del proceso de análisis a la Hostería Quinta Spa el Rosal y la reactivación económica post confinamiento.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

El presente trabajo de investigación tomó en cuenta tesis y artículos científicos de estudios nacionales e internacionales que son descritos a continuación:

Elizabeth & Patricio (2010) en su informe de investigación con el tema “Proyecto de reactivación de la hostería y centro de convenciones Rincón del Río del cantón de Girón”, establece como recomendaciones el efectuar un sistema de información, optimar la calidad de servicios entre los que destaca la atención, al cliente y seguridad, ejecutar estudios de la cadena de valor para un mejoramiento continuo de los procesos y establecer estrategias para superar debilidades, así como ampliar las tácticas del marketing turístico.

Zambrano (2018) realizó la investigación “Análisis de las propuestas de reactivación económica para el sector turístico de Manabí, post 16 A” indica que, con el trabajo de campo, es importante determinar la proporción de propuestas que ha desarrollado el país. Encontrar un medio para acceder al crédito financiero y llegar a un acuerdo para la restauración que es una prioridad absoluta. Asimismo, promover servicios de calidad a través de la promoción, educación y autoaprendizaje en las redes sociales.

Rodríguez (2015) en su tesis titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de una hostería ecológica en mindo, que mantenga el ecosistema e incremente el ecoturismo en el sector” recomienda que la revitalización económica está estrechamente relacionada con ayudar a los países y las instituciones financieras a respaldar préstamos para la mejora de la infraestructura. La construcción y funcionamiento normal de infraestructura, es importante desarrollar el concepto de turismo, donde la

gente ama y disfruta la naturaleza. Hostería fomenta el desarrollo de la zona., esto le permite posicionarse al lugar y mejorar económicamente.

Mendoza (2016) en su tesis “Propuesta de lineamientos estratégicos para reactivar la economía del sector hotelero de la playa murciélagos de manta” concluyó que los hoteleros pueden impulsar el mejoramiento de las zonas afectadas a los ingresos generados por el efectivo crecimiento de turistas, dando la oportunidad de apelar al mercado del sector económico territorial popular.

Montenegro & Chavéz (2021) en su investigación “El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador” concluye que, la situación turística actual no es buena, las medidas de bioseguridad implementadas en el sector hotelero son de alto nivel sabiendo que estas medidas han ayudado mucho en la atracción de huéspedes. El golpe económico del COVID-19 en el sector turístico es revelador, siendo el tercer sector el que tiene el mayor impacto económico. Sin embargo, la crisis de salud tuvo un gran golpe en la demanda de servicios hoteleros y comenzó la pandemia, con importantes pérdidas económicas y severos efectos en la economía hotelera.

1.2. Fundamentación teórica

1.2.1. Hosterías

El Reglamento de Alojamiento turístico señala que es un establecimiento que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones, Ministerio de Turismo (2016)

Según José (2011) dice que hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general

Servicio de alojamiento

Como uno de los elementos básicos de las actividades turísticas junto con los servicios de alojamiento, servicios de descanso, transporte, comunicación y gastronomía, pero se está enfocando la importancia de los servicios de alojamiento. En otras palabras, la duración de la estancia es el número de visitantes. Por lo tanto, la duración de la estadía depende de cómo los turistas utilicen y disfruten los servicios que constituyen el turismo, ya que a los turistas no les importa pasar la noche con familiares y amigos Mazo (2017).

Oferta turística

Según Medina (2015) “Es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras que existen en un determinado mercado para el uso y disfrute de los turistas”.

Son productos turísticos ofertados por una agencia de viajes, y es un conjunto de componentes de productos turísticos que se pueden agregar a la construcción de un programa turístico.

Sistema turístico

Sangucho (2013) señala que sistema turístico es: la esencia del turismo es el resultado complejo de las interrelaciones entre muchos factores que deben ser considerados desde el punto de vista de los sistemas. En resumen, los factores interdependientes que evolucionan dinámicamente, en particular cuatro factores básicos, se destacan en el concepto de turismo.

- La demanda: formada por un grupo de consumidores (o posiblemente consumidores) de bienes y servicios para turistas.
- La oferta: Esto incluye todos los productos, servicios y organizaciones que participan activamente en la experiencia de viaje.
- El espacio geográfico: las instalaciones donde se combinan o satisfacen la oferta y la demanda y donde reside la población no tienen un elemento turístico por derecho propio, pero lo consideramos un elemento importante de cohesión, según se haya completado. Se tendrá en cuenta al planificar actividades turísticas.
- Los operadores del mercado: son empresas y organizaciones cuya función principal es proveer la interrelación entre oferta y demanda.

1.2.2. Reactivación económica

“La reactivación económica es un proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población” Llor (2018).

Estrategias y tácticas de gestión y administración turística

Según Pillado & Llergo (2018) mencionan que es el desarrollo de la capacidad de la organización y administración para alcanzar y lograr sus objetivos gestionando todas las partes del negocio: crecimiento, satisfacción del cliente, ventaja competitiva, adaptándose a las condiciones cambiantes. Las tres operaciones de la formulación de la estrategia son la visión y el desarrollo de la visión estratégica, el establecimiento de metas y la formulación de la estrategia.

Plan de reactivación económica

El plan de reactivación económica se ocupa del desarrollo de factores que apoyan la modernización y el desarrollo de las industrias, la expansión de la creación, las relaciones económicas y la tecnología utilizada en la elaboración. Dado que esta

actividad es muy común y requiere un reinicio continuo, la persona encargada debe tener cuidado de abordar el reinicio económico, Berbesi (2017)

Gestión y administración turística

El turismo es una actividad multidisciplinar que, por su propia naturaleza, requiere una gestión eficaz en la toma de decisiones y ejecución de acciones relacionadas con todos los sectores turísticos. La actitud política del país hacia el turismo coloca al turismo a la vanguardia en la definición, coordinación e implementación de todos los objetivos de desarrollo del país. Decidir vincular el turismo con otros sectores económicos y sociales del país para cumplir los objetivos marcados, Chacha (2015)

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general:

1.3.1.1. Analizar la Hostería Quinta Spa el Rosal y la reactivación económica post confinamiento.

1.3.2. Objetivos específicos:

1.3.2.1. Caracterizar la Hostería Quinta Spa El Rosal post confinamiento

Este objetivo se cumplió a través de la aplicación de la técnica de observación, con el instrumento desarrollado y validado para el levantamiento de información que fue analizada para describir la Hostería Quinta Spa El Rosal luego del último confinamiento provocado por la pandemia COVID-19, identificándose información en relación al cumplimiento de normativas, servicios de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, áreas recreativas y deportivas y evidencias de la gestión para la reactivación económica.

1.3.2.2. Evaluar la reactivación económica en la Hostería Quinta Spa El Rosal post confinamiento

Se evaluó la reactivación económica en la Hostería Quinta Spa El Rosal a través de la aplicación de una encuesta aplicada a cuatro personas que laboran en la hostería. El instrumento contenía 13 preguntas destinadas a generar información

en relación a problemas suscitados a partir del confinamiento, nuevo aforo, nuevo perfil de visitantes, nuevos objetivos empresariales, estrategias para la reactivación planificadas y aplicadas, tácticas, implementación de protocolos de bioseguridad, tarifas, capacitación, percepción del visitante actual y logros alcanzados, identificándose varios requerimientos para una reactivación tanto en la estructura organizacional, gestión, servicios y principalmente la falta de estrategias y tácticas para mercadear los servicios y atributos de la hostería lo que incluye el posicionamiento de imagen marca.

1.3.2.3. Proponer una alternativa de solución al problema planteado

Se diseñó una propuesta de solución a través de una ruta estratégica que incluye un programa resumido de fortalecimiento de la gestión, programa de talento humano dirigido al cambio de perfil de la administración, un programa y manual de marketing digital y un programa de evaluación.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó en la Hostería Quinta Spa El Rosal ubicada en el caserío el Rosal del cantón Mocha, provincia Tungurahua

Coordenadas geográficas

Latitud: -1.373623615456845

Longitud: -78.62293083069036

2.1. Materiales

Los materiales y recursos que se utilizaron en el presente trabajo de investigación fueron humanos, institucionales, materiales de escritorio y equipos electrónicos

Tabla 1. Recursos

RECURSOS	DETALLE	VALOR
Institucionales	Tutoría: Lic. Mg. Yadira A. Proaño Gómez	
Tecnológicos	Computador Internet Cámara Auriculares Micrófono Pen Drive	\$500
Materiales	Hojas Cuaderno Esfero	\$10
Otros	Alimentación Transporte Varios	\$100
		TOTAL \$ 610

Elaborado por: W. Guananga (2021)

2.2. Método

2.2.1. Enfoque

La investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo porque uno de los propósitos primarios fue conocer la realidad desde la perspectiva de los actores sociales que la construyen, según Casilimas (1996), el trabajo realizó un estudio de cualidades de la hostería poniendo atención a detalles, partiendo de entender lo expuesto por Hernández (2014) que indica que la investigación cualitativa no se origina en el planteamiento de un problema específico, sino a partir de una problemática más amplia, sin que se pretenda demostrar una hipótesis, lo que evidenció en este estudio.

2.2.2. Alcance de la investigación

La investigación fue explicativa, pues se trató de buscar, según Peña (2009), el por qué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, es decir se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y las condiciones en las que ocurre, o por qué dos o más variables están relacionadas.

2.2.3. Población o muestra

Según Otzen & Manterola (2017) la población o muestra es “la representatividad de una población, permite extrapolar y por ende generalizar los resultados observados en ésta, a la población accesible; y a partir de ésta, a la población blanco”.

En esta investigación se trabajó con la muestra de 4 personas que laboran en la hostería de manera estable; caso de estudio, se determinó un muestreo probabilístico intencional, para entrevistar a quienes conocen más acerca de los indicadores que se requerían.

El promedio semanal de visitantes es de 3 personas.

2.2.4. Técnicas e instrumentos

Se aplicó dos técnicas: entrevista a través de un cuestionario validado y una ficha de observación, también validada por expertos.

Tabla 2. Técnicas e instrumentos investigativos

Observación	Ficha de observación y registro
Entrevista	Cuestionario

Elaborado por: W. Guananga (2021)

Fuente: (Abril, 2008)

Tabla 3. Dimensiones e indicadores de la Ficha de Observación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Hosterías El Reglamento de Alojamiento turístico señala que es un establecimiento que cuenta con instalaciones para ofrecer el <u>servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas</u> , con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el <u>servicio de alimentos y bebidas</u> , sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con <u>jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes</u> , estacionamiento. Deberá	Servicio de hospedaje en habitaciones	Número de habitaciones Capacidad por habitaciones Capacidad total de la hostería
	Servicio de alimentos y bebidas	Mesas Plazas Baños Aforo durante la pandemia
	Áreas recreativas y deportivas	Sala de recepciones Aforo Aforo durante la pandemia Atención actual Canchas deportivas Jardines

contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).		
Reactivación económica “La reactivación económica es un <u>proceso</u> mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado <u>tome buenos rumbos</u> después de haberse sumergido en una <u>crisis que afecta</u> a la mayoría de la población” (Loor, 2021).	Proceso	Estrategias Tácticas Secuencias Proceso de mejoramiento continuo Implementación de protocolos de bioseguridad
	Tomar buenos rumbos	Número de huéspedes Uso de habitaciones Consumo de alimentos y bebidas Evidencias económicas (estado financiero) Número estable de personal que labora Número de extras
	Crisis que afecta	Pandemia COVID-19 – tiempo de confinamiento Pérdidas Despidos Cancelaciones

Elaborado por: W. Guananga (2021)

Tabla 4. Dimensiones e indicadores para cuestionario de entrevista

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES / PREGUNTAS
Hosterías El Reglamento de Alojamiento turístico señala que es un establecimiento que cuenta con instalaciones para ofrecer el <u>servicio de hospedaje en habitaciones</u> o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la	Servicio de hospedaje en habitaciones	¿Cuál es la capacidad de la hostería? ¿ha cambiado el aforo a partir de la culminación del confinamiento? ¿Cuáles son las tarifas RAC de la hostería según el tipo de habitaciones?
	Servicio de alimentos y bebidas	¿Ha cambiado el perfil del cliente de los diferentes servicios que ofrece la hostería?
	Áreas recreativas y deportivas	¿Cómo evalúan la percepción que tiene el cliente acerca de sus servicios?

<p>totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el <u>servicio de alimentos y bebidas</u>, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con <u>jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes</u>, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).</p>		
<p>Reactivación económica</p> <p>“La reactivación económica es un <u>proceso</u> mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado <u>tome buenos rumbos</u> después de haberse sumergido en una <u>crisis que afecta</u> a la mayoría de la población” (Loor, 2021).</p>	<p>Proceso</p>	<p>¿Cuál es la misión y visión de la hostería?</p> <p>¿El personal recibió capacitación en los dos últimos años?</p>
	<p>Tomar buenos rumbos</p>	<p>A partir de la pandemia ¿cuáles son los objetivos empresariales?</p> <p>¿Qué estrategias planificaron para reactivar la hostería?</p> <p>¿Qué estrategias ya han implementado?</p> <p>¿Qué tácticas se aplicaron para cumplir las estrategias?</p> <p>¿Se han implementado protocolos de bioseguridad?</p> <p>¿Actualmente existe alguna promoción?</p> <p>¿Qué logros se han alcanzado?</p>
	<p>Crisis que afecta</p>	<p>¿Cuál fue el mayor problema que se suscitó en la hostería a partir del confinamiento?</p>

Elaborado por: W. Guananga (2021)

2.2.5. Recolección de la información

La recolección de información se realizó a través del trabajo de campo mediante una ficha de observación y registro, considerando los criterios e indicadores del instrumento validado por expertos, también mediante una entrevista realizada de manera presencial a cuatro personas que laboran en la hostería caso de estudio, para obtener información relacionada a las dos variables.

2.2.6. Procesamiento de la información y análisis

El procesamiento de la información se llevó a cabo mediante un resumen del levantamiento de datos, lo que se registró en tablas donde se muestra la técnica de análisis de la información con el apoyo de la hermenéutica de la reactivación económica.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE DATOS

3.1. Análisis Cualitativo y discusión de los resultados

3.1.1. Exposición de resultados de la ficha de observación

Tabla 5. Resultados y discusión de la ficha de observación

RESULTADOS		DISCUSIÓN	
Dimensiones	Resultados según indicadores	Uso de la información para lograr la reactivación económica	Observación
Servicio de hospedaje en habitaciones	La hostería cuenta con 7 habitaciones (2 simples, 3 dobles y 2 triples) y con una capacidad total para hospedar a 14 personas. En este servicio se ofrece baño privado muy bien equipado, agua caliente, amenities (incluye gel antibacterial), cumple los elementos normados según su categoría, así como servicios extras Las tarifas incluyen uso de zona húmeda	No existe difusión, no se ha contratado publicidad ni redes sociales	Se ha incorporado en los amenities el gel antibacterial, sin embargo, no se difunde No se difunde la aplicación de protocolos de bioseguridad

<p>Servicio de alimentos y bebidas</p>	<p>Dispone de 16 mesas para 130 plazas (antes de la pandemia), aforo actual es para 39 personas, cuenta con baños separados (damas, caballeros y para personas con discapacidad), correcta señalética.</p> <p>La cocina cumple con todo lo señalado en la normativa correspondiente, excepto trampas de grasa y servicios higiénicos exclusivos para uso del personal</p>	<p>No existe difusión, no se ha contratado publicidad ni redes sociales</p>	<p>Existe un nuevo aforo como parte de protocolos de bioseguridad, pero no se difunde</p>
<p>Áreas recreativas y deportivas</p>	<p>La sala de recepciones cuenta con facilidades como amplificación, servicio de bar y luces. Antes de la pandemia tenía un aforo para 60 personas, actualmente 25; la atención se da a través de contratación previa (si han tenido eventos pequeños), canchas deportivas</p> <p>Zona húmeda cuenta con piscina, sauna,</p>	<p>No existe difusión, no se ha contratado publicidad ni redes sociales</p>	<p>Existe servicios complementarios como una zona húmeda que por falta de difusión no es un activo que genere ingresos.</p>

	hidromasaje y jacuzzi con un aforo antes de la pandemia para 80 personas y actual para 40		
Proceso	<p>El establecimiento no ha establecido objetivos, estrategias ni tácticas de reactivación.</p> <p>Existe procesos diarios de limpieza y de mantenimiento, así como un control mediante fichas</p> <p>La implementación de protocolos de bioseguridad si han sido implementados con un aforo limitado a las condiciones de pandemia y la implementación de utensilios y equipos de desinfección.</p>	No existe objetivos claros de reactivación debido a que no cuentan con estrategias y tácticas planificadas o implementadas	El establecimiento cuenta con procesos para un óptimo funcionamiento, sin embargo, la falta de un plan de reactivación dificulta que el establecimiento pueda tener indicadores de progreso.
Tomar buenos rumbos	<p>El número de huéspedes no ha cambiado y sigue manteniendo las 14 plazas disponibles al público, no se ofrece servicio a la habitación;</p> <p>La estabilidad laboral ha sido afectada, aunque en</p>	La falta de servicios complementarios en el hospedaje como el servicio de alimentos a la habitación.	Hay un aforo total en el uso de las habitaciones lo que se debería explotar en conjunto con un servicio a la habitación.

	la actualidad trabajan 4 personas y la contratación de personal extra cuando exista la necesidad (eventos)		
Crisis que afecta	El confinamiento provocado por la pandemia del covid-19 ha provocado que le número de huéspedes se reduzca, así como la organización de eventos, lo que ha generado pérdidas económicas que ha llevado a la toma de decisiones como reducción de personal de 6 a 4 personas	La inexistente difusión en los diferentes medios de los servicios que ofrece la Quinta.	Existe una zona que es destinada para eventos, puede ser un buen generador de ingresos y vacantes.

Elaborado por: W. Guananga (2021)

3.1.2. Exposición de los resultados de la entrevista

Tabla 6. Resultados y análisis de información de la entrevista

N°	Preguntas	Reacciones /respuestas de los participantes	Análisis inicial	Triangulación con la hermenéutica (reactivación económica)
1	Cuál fue el mayor problema que se suscitó en la	La mayoría de respuestas indican que el cierre de	El confinamiento debido a la pandemia	El sector de alojamiento fue afectado durante la emergencia sanitaria con pérdidas durante el periodo de paralización de las

	hostería a partir del confinamiento	operaciones produjo repercusiones económicas pues el personal no contó con salario durante el tiempo de confinamiento	COVID-19 produjo graves pérdidas al sector turístico como se evidencia en el caso de estudio, tanto en la hostería como en sus colaboradores	actividades y la entrada de turistas, lo que se evidencia en el caso de estudio a partir de referencias de los estados financieros; y, según Priscila (2020) es necesario el repensar qué tipo de turismo deben plantearse en el momento de ofertar servicios, esto obedece a que se requiere conocer el tipo de demanda o gustos actuales que se han establecido luego del confinamiento
2	¿Cuál es la capacidad de la hostería?, ¿ha cambiado el aforo a partir de la culminación del confinamiento?	Todas las respuestas apuntan a que la capacidad de hostería en alojamiento es de 14 personas y de 130 para eventos, además que ha existido una reducción del aforo a 39 para eventos.	La reducción del aforo máximo se debe a los efectos de la pandemia y manejos de protocolos de bioseguridad evidencia un reducimiento de plazas disponibles y con ello también los ingresos para el sector turístico y en el objeto de estudio.	La reducción del aforo es una acción que se implementó para cuidar de la seguridad de las personas que asisten a los diferentes establecimientos turísticos, Priscila (2020) menciona que la afluencia de turistas se ha visto intervenido para sobrellevar y procurar que se cumplan con las medidas de bioseguridad como la disminución del aforo, para precautelar el orden, y dar seguridad a los ciudadanos/as de un lugar determinado.
3	¿Ha cambiado el perfil del cliente de los	Todas las respuestas coinciden en	La hostería mantiene el perfil del cliente	Es importante conocer el perfil que se maneja en el establecimiento para así ofrecer a los turistas o clientes

	diferentes servicios que ofrece la hostería?	que el perfil del cliente no ha cambiado y mantienen el mismo perfil.	debido a que no han visto la necesidad de cambiar, se manejan con el mismo perfil desde sus inicios hasta la actualidad ofreciendo servicios de calidad a las personas que llegan a la misma.	servicios que se acomoden a sus necesidades, Zuñiga (2017) menciona que es importante conocer el perfil del usuario en el ámbito turístico para un correcto manejo de este tipo de negocio, para así impulsar correcta interacción con los clientes por parte de los establecimientos turísticos en el país.
4	A partir de la pandemia ¿cuáles son los objetivos empresariales?	La mayoría de las personas entrevistadas mencionan que la hostería no cuenta con objetivos a partir de la pandemia	Las empresas del sector turístico para recuperarse en el sector económico se plantean objetivos, pero en este caso no existen lo que es un problema.	El no poseer objetivos empresariales a partir de la pandemia genera problemas al no tener una ruta en la cual se logre mitigar los efectos que esta causando la actual pandemia en el ámbito económico provoca que la reactivación económica se estanque, Arias & Arévalo (2021) los conflictos generados por la ausencia de objetivos empresariales causan un problema en la creación de estrategias para mitigar el impacto del COVID-19 lo que provoca pérdidas de empleos e ingresos, reduciendo el crecimiento económico.

5	¿Cuál es la misión y visión de la hostería?	La mayoría de las respuestas indican que la misión de hostería es ofrecer a los visitantes un alojamiento y estadía cómoda y a la visión convertirse en un establecimiento líder en el país.	El conocimiento de la misión y visión por parte del personal es fundamental para así se pueda tener una idea clara de los objetivos del establecimiento.	La importancia de tener clara cual es la misión y visión de un establecimiento o empresa es importante que así los colaboradores sean un aporte en la concreción de las mismas, Karla, Hellen, & Diana (2017) mencionan que la importancia del conocimiento de la visión y la misión se manifiesta a través del entendimiento de los componentes esenciales para así poder tener en claro los objetivos de una institución.
6	¿Qué estrategias planificaron para reactivar la hostería?	La mayoría ha respondido que no existe estrategias de planificación para la reactivación de la hostería	La planificación de estrategias para una reactivación es fundamental para plantear acciones que funcionen en la reactivación económica, en este caso no existe, esto es un inconveniente que no ayuda.	El planteamiento de estrategias para una óptima reactivación es fundamental si se quiere lograr una recuperación económica del establecimiento o empresa, Mendoza & Reinoso (2020) señala que Las estrategias son consideradas un aspecto esencial que hay que tomarse en cuenta para alcanzar un posicionamiento del producto o servicio turístico
7	¿Qué estrategias ya	La gran parte de respuestas	La hostería no ha	La aplicación de tarifas con descuentos ya sea estas por ofertas o

	han implementado?	mencionan que no hay estrategias que se hayan implementado.	implementado estrategias ya que no se han planteado ninguna, se pudo constatar el momento de constatar en la respectiva entrevista, la implementación de las mismas es fundamental si se desea una óptima reactivación económica.	promociones son un atractivo para las personas que tengan interés en adquirir o contratar servicios, esto es fundamental en el mejoramiento económico, Mendoza & Reinoso (2020) manifiesta que el planteamiento de estrategias que aporten a la reactivación son la disminución del precio en los servicios turísticos, la promoción en redes sociales la comercialización mediante modelos on-line que pueden ser más efectivos e innovadores para los clientes.
8	¿Qué tácticas se aplicaron para cumplir las estrategias?	La gran parte de respuestas mencionan que no se han aplicado tácticas para cumplir con las estrategias.	La hostería no ha implementado estrategias ya que no se han planteado ninguna, se pudo constatar el momento de constatar en la respectiva entrevista, la implementación de las mismas es fundamental si	Las implementacion de estrategias y tactiacas son un aporte fundamental para lograr la concrecion de los objetivos, estas son necesarias para iniciar una reactivacion economica, Karla, Hellen, & Diana (2017) definen que la aplicación de estrategias en la organización de diferentes campos de operación genera ventajas que tendrá ante la competencia, conteniendo las estrategias y tácticas a seguir por el personal.

			se desea una óptima reactivación económica	
9	¿Se han implementado protocolos de bioseguridad?	Todos han coincidido en responder que si se han implementado protocolos de bioseguridad y también la adquisición de equipos de sanitación.	La implementación de protocolos de bioseguridad ha sido aplicados para el cuidado de las personas que visitan y del personal que labora en la hostería.	Para la correcta implementación de protocolos de seguridad hay que tener en cuenta el nivel de conocimiento y las herramientas necesarias para la ejecución de los mismos, Salas, Navas, & Paredes (2021) dicen que los aspectos que se debe tomar en cuenta para determinar el nivel de proceso de ejecución de Protocolos de Bioseguridad en los prestadores de servicios turísticos de la localidad, hay que considerar la situación y nivel de conocimiento de las personas involucradas como el personal que ofrece sus servicios al público
10	¿Cuáles son las tarifas RAC de la hostería según el tipo de habitaciones? ¿Actualmente existe alguna promoción?	Todas las respuestas coinciden en el conocimiento de las tarifas RAC y además que por pandemia manejan una oferta de precio menor para las	Proponer promociones u ofertas en este tiempo de pandemia es importante porque esto genera un atractivo para las personas, en este caso si	Ofrecer incentivos a los clientes por parte de una empresa generan que estos se desistan a contratar el servicio de hospedaje son de gran importancia porque así se puede lograr un incremento de clientes, Edwin & Sonia (2019) las promociones y precios generan el desarrollo de un establecimiento, es necesario para el adecuado crecimiento la creación de valor

		personas que utilicen las inhalaciones.	aplican promociones como la reducción del precio del hospedaje en un porcentaje cercano al 30%	agregado, acompañado instalaciones en óptimas condiciones.
11	¿El personal recibió capacitación en los dos últimos años?	Todas las respuestas han sido contundentes en decir que si han recibido capacitación para cada una de las áreas a las que el personal va a ejercer sus funciones.	La capacitación del personal es fundamental porque con esto se puede dar mejores servicios a los clientes en este caso el personal ha recibido capacitación para cada una de sus áreas además de normas de bioseguridad que en este tiempo de pandemia es vital.	La necesidad de tener colaboradores capacitados va de la mano con una correcta enseñanza en habilidades en cada una de las áreas en la que van operar, Ramírez (2021) dice que la necesidad de una óptima capacitación al momento de adquirir conocimientos en bioseguridad aportan con la creación de estrategias en el diseño de un plan de capacitación funcional.
12	¿Cómo evalúan la percepción que tiene el cliente acerca	La mayoría de respuestas han coincidido que la evaluación de los servicios	La utilización de aplicaciones de reserva para medir la satisfacción de	Actualmente existen aplicaciones que aportan evaluaciones de clientes que han adquirido servicios validos para saber en que se puede mejorar son una afuente valida para

	de sus servicios?	lo hacen mediante calificaciones en aplicaciones de reserva.	los clientes es un buen método debido a que se puede ver una real valoración, esto además de ser gratuito en muchos casos es una herramienta muy versátil.	conocer la percepción los clientes sobre la calidad del servicio ofrecido, María, Yesenia, Martha, & Frank (2019) argumentan que la percepción como elemento del comportamiento de los consumidores en servicios turísticos que se ofertan por los operadores a través plataformas como booking, momondo ayudan en el mejoramiento en la prestación de servicios.
13	¿Qué logros se han alcanzado?	La mayoría de respuestas apuntan a que el logro principal que se alcanzo es volver a funcionar luego de un confinamiento causado por la pandemia.	Para el personal de la hostería un objetivo que se ha logrado es que la misma vuelca a funcionar ya que ellos pueden volver a sus actividades laborales y así volver a ofrecer servicios turísticos a los clientes	Para los empleados de la hostería es un logro que la misma vuelva a funcionar devolviendo así sus puestos de trabajo, esto ayuda a que su economía mejore, Arias & Arévalo (2021) mencionan que los logros planteados son alcanzables a medida que se vaya ejecutando un plan de estrategias que sea viable y este beneficie a empleados, así como los socios de una entidad.

Elaborado por: W. Guananga (2021)

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

En la presente investigación se ha caracterizado las cualidades que posee la Hostería Quinta Spa El Rosal, esto se realizó con la finalidad de mostrar los rasgos que ofrecen los servicios ofertados al público en general, identificándose como fortaleza al spa, área que hace a este establecimiento competitivo; y, el local y espacio verde para eventos que podría ser un elemento esencial para la reactivación del negocio considerando que es un punto clave en la economía de los establecimientos que cuentan con características similares.

La investigación evaluó la situación actual del establecimiento en relación a la reactivación económica en la Hostería Quinta Spa El Rosal post confinamiento evidenciándose a través de los datos generados por medio de los instrumentos usados que se requiere generar estrategias y tácticas con claros objetivos medibles para la consecución de resultados progresivos, esto implica el fortalecer la estructura organizacional y de gestión, asignándose un rol importante a la administración, como es el mercadeo de los servicios del establecimiento y un mejor aprovechamiento de las potencialidades y virtudes de la Quinta Spa El Rosal.

Una vez analizada la información se concluye en la necesidad de un diseño de una propuesta concreta con una ruta estratégica que incluya cuatro estrategias con sus respectivos programas tácticos: programa de fortalecimiento de la gestión, programa de talento humano, programa de marketing digital y programa de evaluación que deberían ser implementados y evaluados durante un cuatrimestre y ajustados a la necesidad de reactivación.

4.2. Recomendaciones

El conocimiento de las ventajas y desventajas que posee un establecimiento o empresa turística es fundamental para que la misma pueda ir mejorando, es recomendable tener en cuenta estos aspectos para tener una base de datos donde conste lo antes mencionado y esto ayude a una correcta evaluación.

Realizar evaluaciones periódicas de la afluencia de visitantes y su satisfacción por atención recibida por parte del establecimiento, evaluación económica; esto ayudará a tener una herramienta efectiva para diagnosticar como estos dos factores van influyendo de la reactivación económica.

Se recomienda establecer una ruta estratégica con programas que fortalezcan la hostería para alcanzar la reactivación económica que incluya indicadores de evaluación para identificar avances y necesidades de mejoramiento.

CAPÍTULO V

Propuesta



Hostería El Rosal



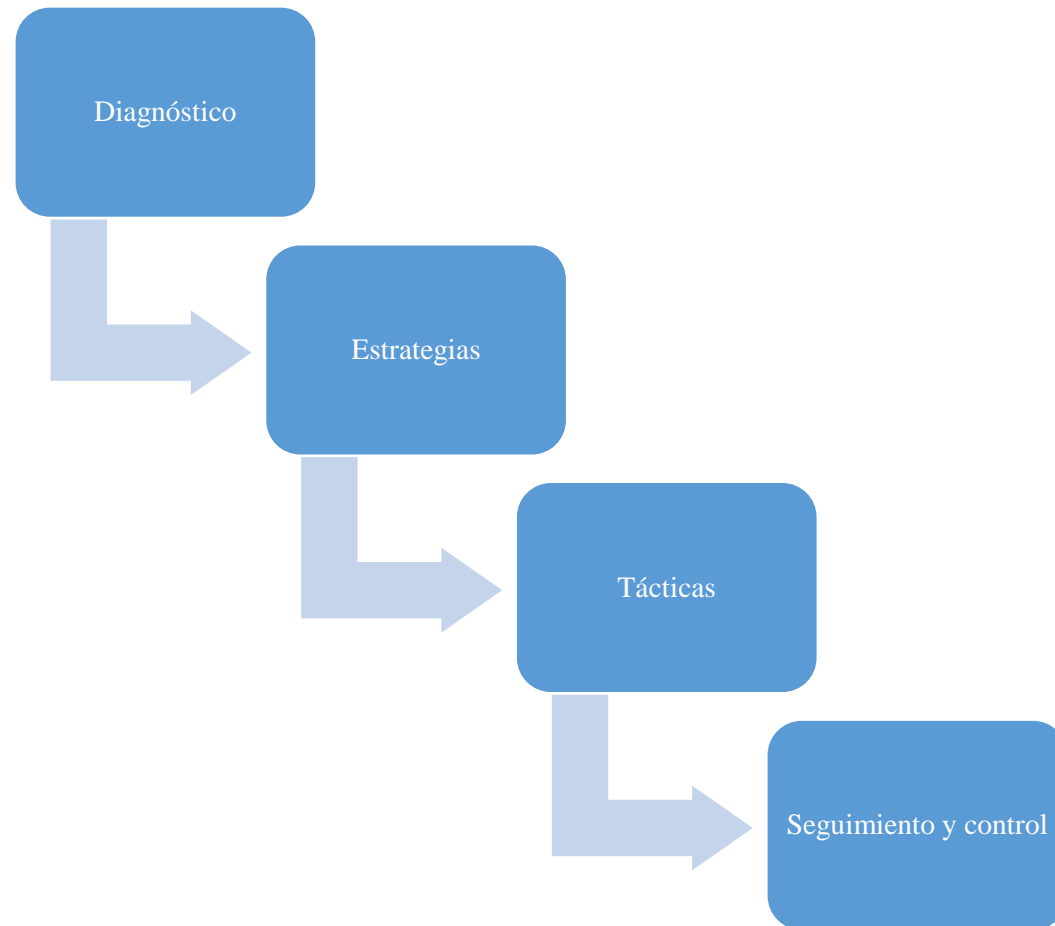
Imagen 1 Portada

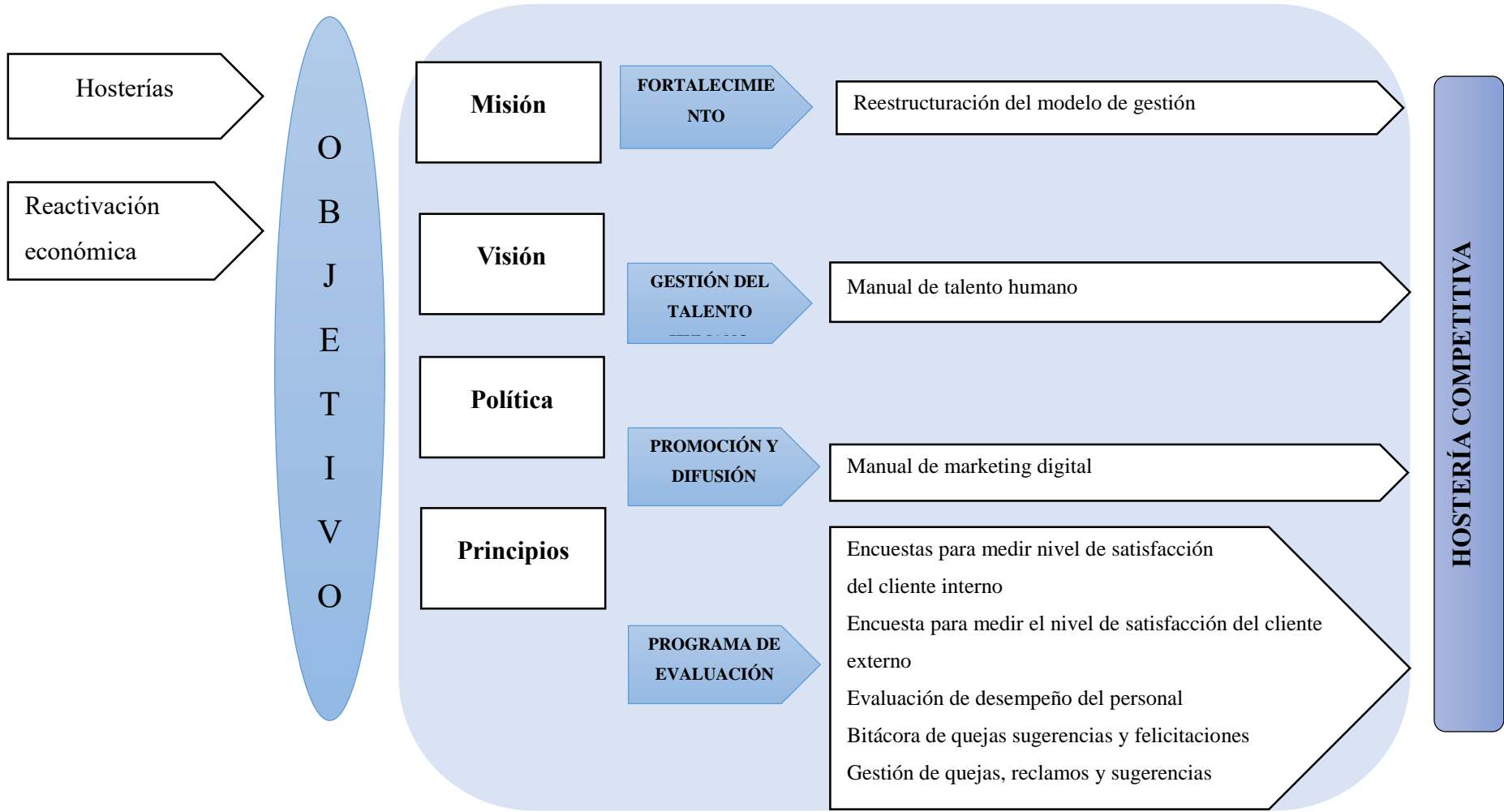
Elaborado por: W. Guananga (2021)

POLÍTICA DE LA HOSTERÍA	ESTRATEGIAS	TÁCTICA			
		N°	PROGRAMAS	N°	ACCIONES Y OTROS
Somos una hostería orientada hacia turismo receptivo. Estamos comprometidos con los visitantes y operadores para ofrecerles productos y servicios de alta calidad, en consecuencia, hemos adoptado una filosofía de aseguramiento de calidad, cuidado del ambiente, seguridad a las partes interesadas y la mejora continua en nuestros procesos. También fomentamos y animamos a	Fortalecimiento de servicios turísticos: Fortalecer los servicios turísticos del CTC	1	Programa de fortalecimiento de la gestión		Diagnóstico Objetivo – Propósito de la hostería Valores Misión Visión Política Principios Estructura organizacional actual Ruta estratégica
	Gestión del talento humano: Generar motivación para aumentar la productividad y competitividad dentro de un adecuado clima laboral	2	Programa de Talento Humano (Manual de Talento Humano)		Registros de personal permanente y temporal, indicando experiencia relevante Procedimientos - Instructivos para servicios Perfiles de puesto
		3	Programa de marketing		Creación de bases de datos Selección de los mercados objetivos tomando en cuenta los patrones de visita Manual de uso de la marca Instructivo para difusión, publicidad y promoción Instructivo para manejo de redes sociales, seguimiento y generación de información
	Promoción y difusión: Aumentar el índice de ventas a través de la notoriedad y	4	Programa de evaluación		Información sobre el número de huéspedes y de uso de zona húmeda (base de datos) Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno

<p>nuestros proveedores y contratistas a seguir principios de calidad mundialmente reconocidos</p>	<p>posicionamiento del CTC en el mercado turístico</p>			<p>Encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo Evaluación de desempeño del personal Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones Gestión de quejas, reclamos y sugerencias Informes de resultados y de logro de indicadores</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ruta estratégica

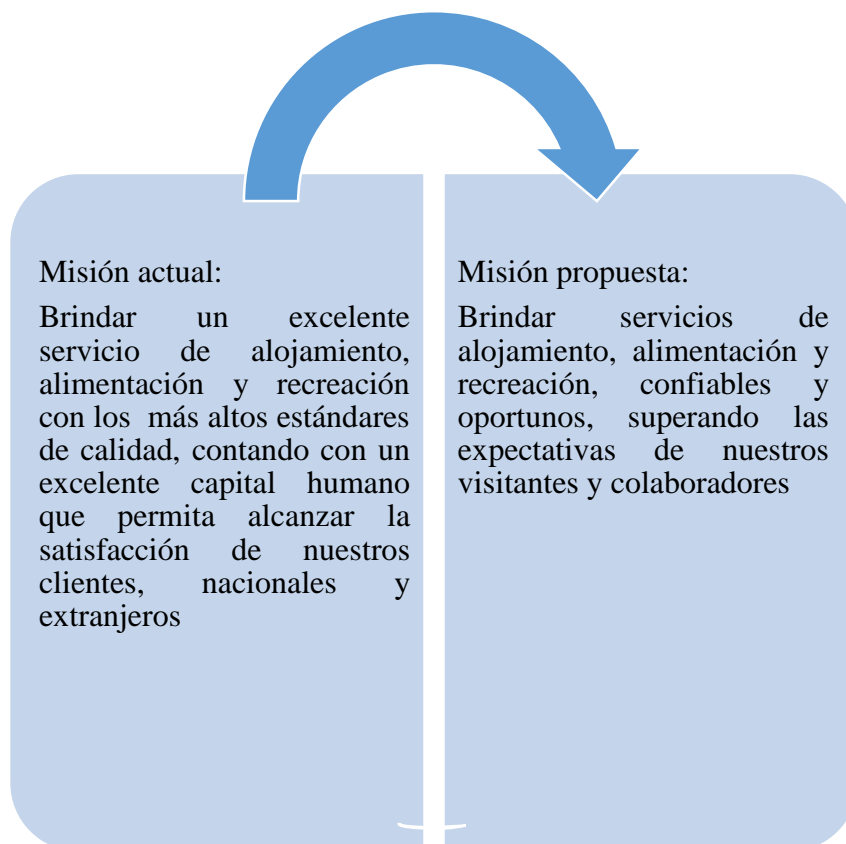
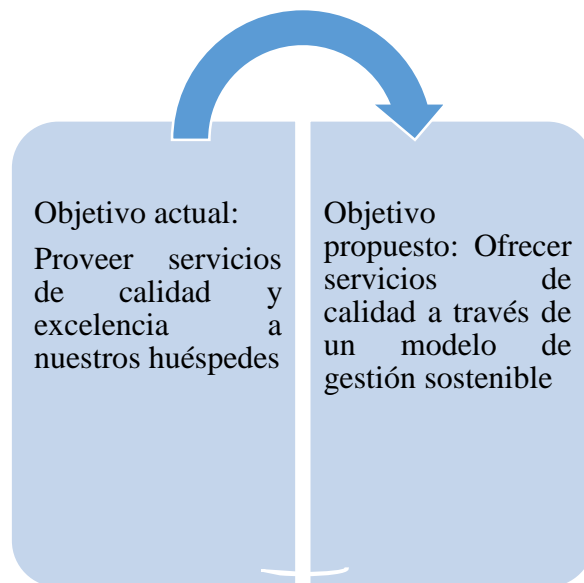


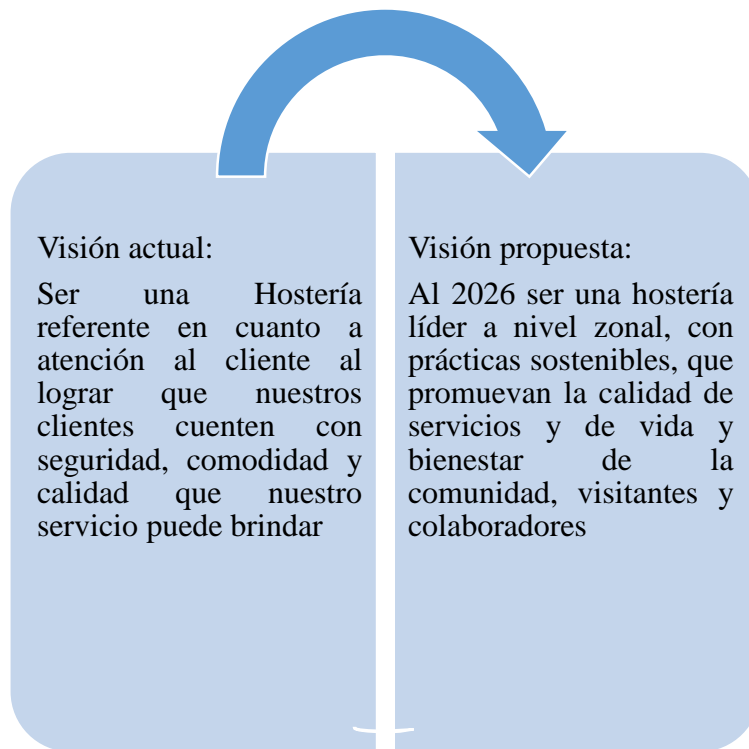


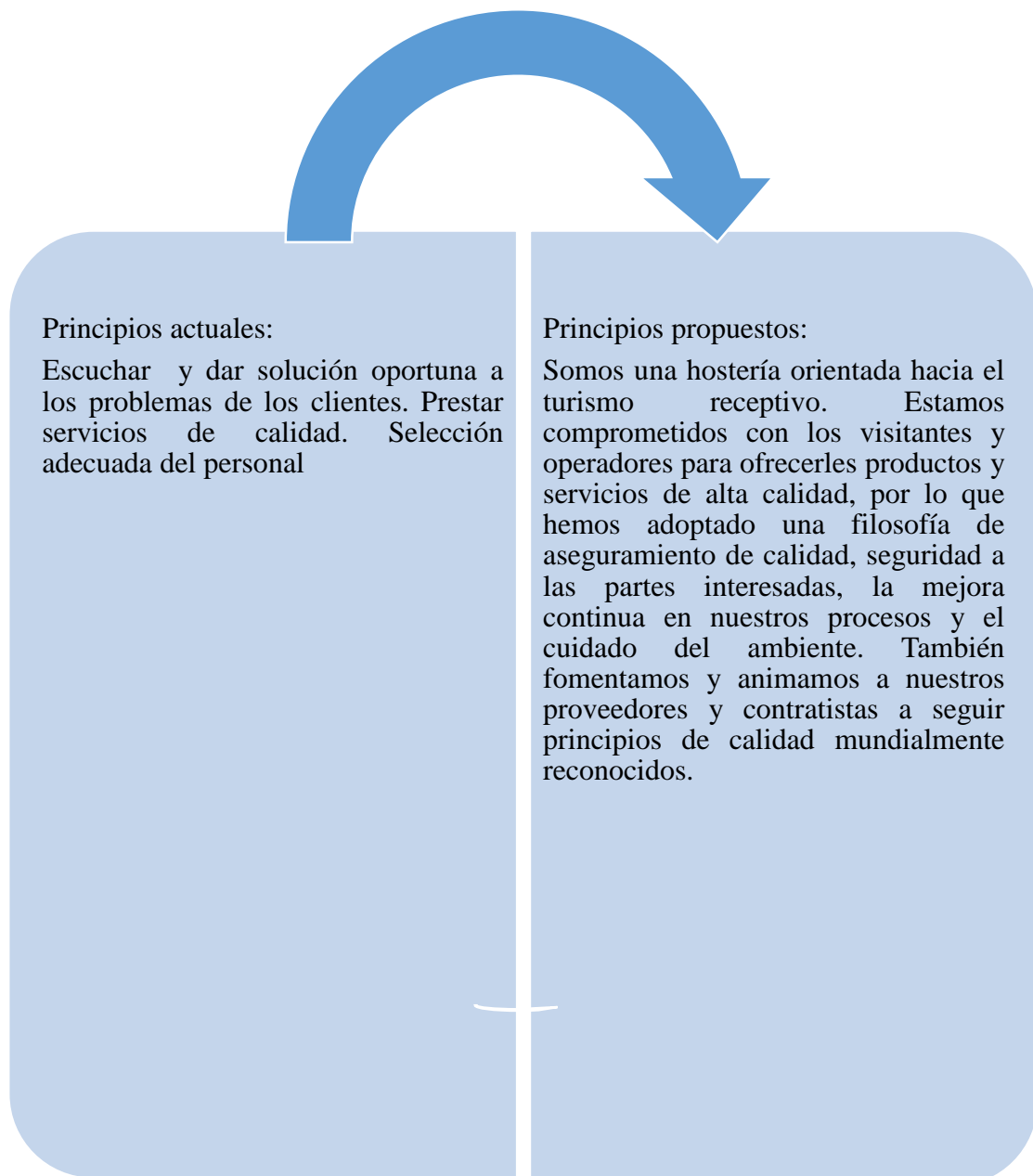
ESTRATEGIAS	TÁCTICA			
	N°	PROGRAMAS	N°	ACCIONES Y OTROS
Fortalecimiento de servicios turísticos: Fortalecer la organización y los servicios de la hostería para propiciar la reactivación económica	1	Programa de fortalecimiento de la gestión	1.1	Reestructuración del modelo de gestión
Gestión del talento humano: Optimizar el talento humano para propiciar la reactivación económica	2	Programa de Talento Humano	2.1	Manual de talento humano
Promoción y difusión: Aumentar el índice de ventas a través de la notoriedad y posicionamiento de la hostería en el mercado turístico	3	Programa de marketing digital	3.1	Manual de marketing digital

<p>Control: Mantener un registro y control como evidencia de la gestión, fuente de consulta, apoyo e historia del proceso de mejoramiento continuo</p>	<p>4</p>	<p>Programa de evaluación</p>	<p>4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6</p>	<p>Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno Encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo Evaluación de desempeño del personal Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones Gestión de quejas, reclamos y sugerencias Informes de resultados y de logro de indicadores</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	-------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

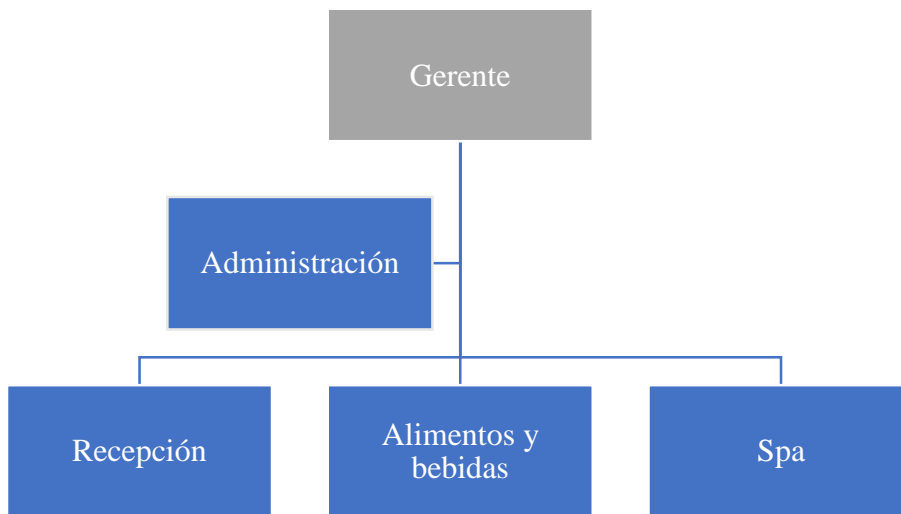
Programa de fortalecimiento de la gestión: Reestructuración del modelo de gestión



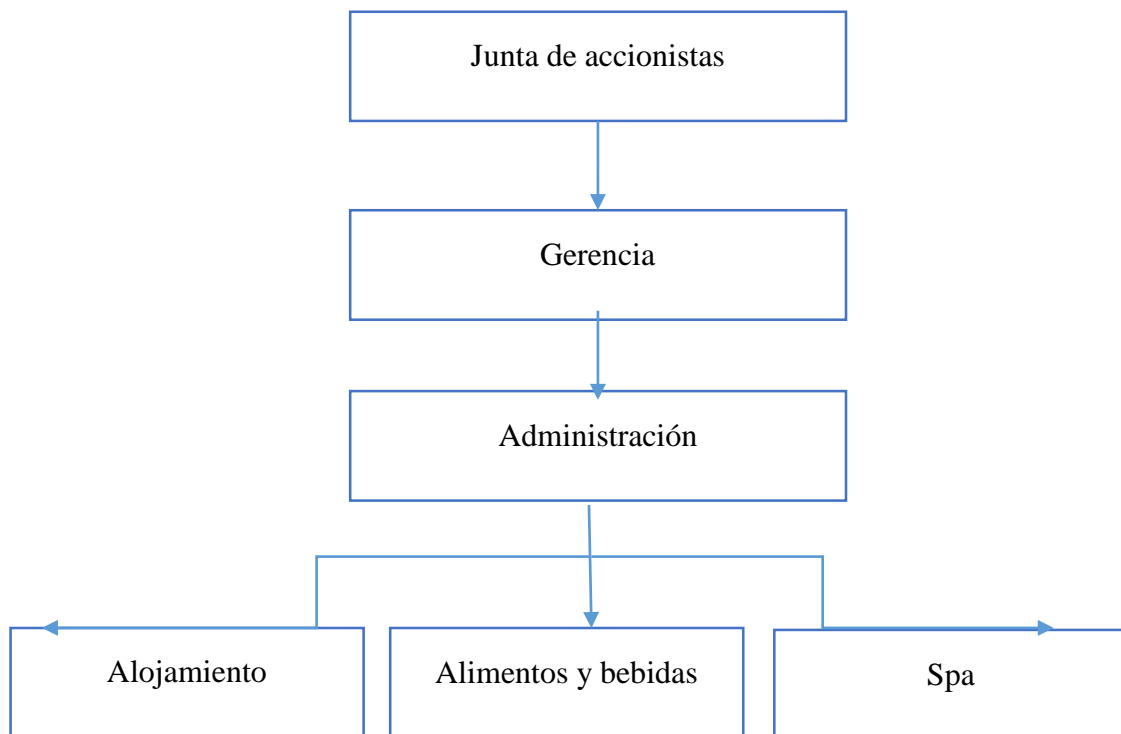




Estructura Organizacional actual



Estructura organizacional propuesta



Metas e indicadores de gestión

N°	PROCESOS / OBJETIVOS ESTRATÉGICOS / PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	METAS	INDICADOR DE RESULTADOS	RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD
1	Fortalecer la organización y los servicios de la hostería para propiciar la reactivación económica	Reestructuración del modelo de gestión	Socialización del nuevo modelo de gestión	(Número de asistentes)/(número de accionistas y personal que labora)*100%	Gerente
2	Optimizar el talento humano para propiciar la reactivación económica	Manual de talento humano	Perfiles actualizados	Número de perfiles actualizados	Gerente
3	Aumentar el índice de ventas a través de la notoriedad y posicionamiento de la	Manual de marketing digital	Tácticas cumplidas según el cronograma	(Número de tácticas cumplidas) / (número de táctica planificadas) *100%	Administrador(a)

	hostería en el mercado turístico				
4	Mantener un registro y control como evidencia de la gestión, fuente de consulta, apoyo e historia del proceso de mejoramiento continuo	Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno	Aplicación de encuestas	Número de encuestados/(número de personas en base de datos)*100%	Administrador
		Encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo	Aplicación de encuestas	Número de encuestados/(número de personas en base de datos)*100%	Administrador
		Evaluación de desempeño del personal	Evaluación anual	Número de evaluados/(número de empleados)*100%	Administrador
		Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones Gestión de quejas, reclamos y sugerencias	Gestión de quejas	Número de quejas con seguimiento y solución/(número de quejas)*100%	Administrador
		Informes de resultados y de logro de indicadores	Informe	Informe anual a Junta de accionistas	Gerente

Manual de talento humano

1. PROPÓSITO

Definir la estructura de la organización de la Hostería Spa El Rosal y los perfiles de los puestos para asegurar que el personal de la organización tenga las competencias pertinentes para el desarrollo de actividades que contribuyan al crecimiento empresarial

2. ALCANCE

Comprende la definición del sistema turístico, la gobernanza, el organigrama y los puestos en base a la normativa vigente.

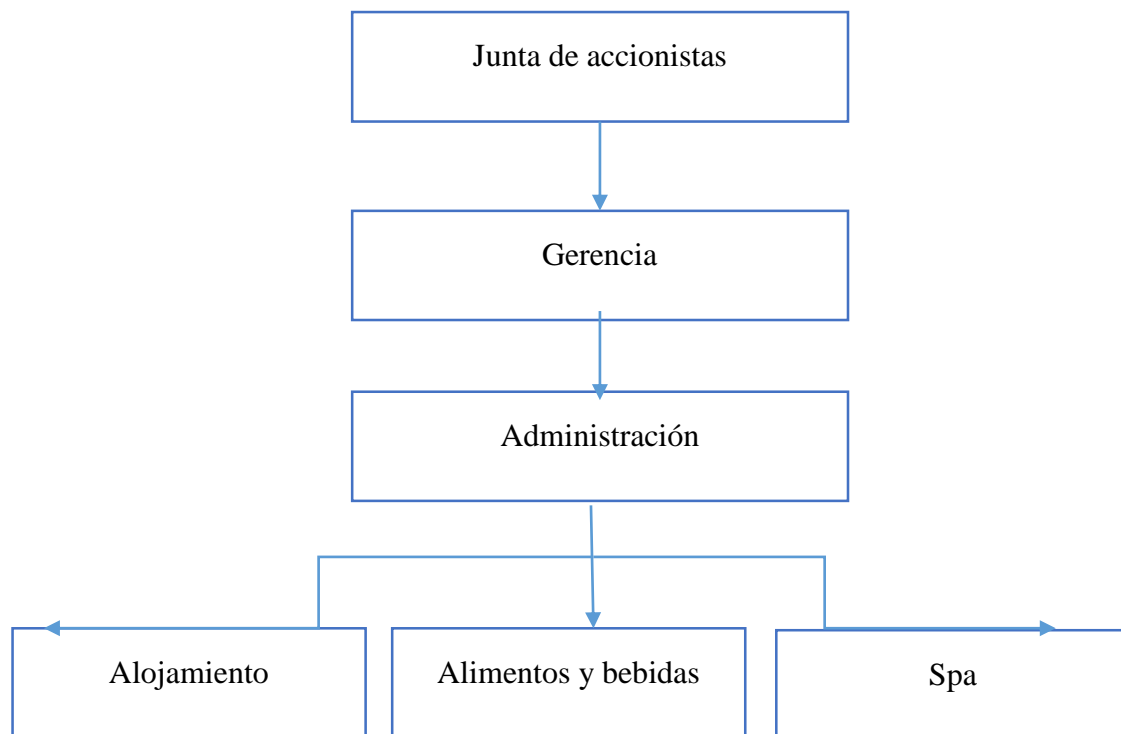
3. RESPONSABLES

3.1 Administrador: para la elaboración o actualización y control de este manual.

3.2 Administrador: para la aprobación del manual


4. DESARROLLO

Estructura organizacional



Matriz de perfil de puestos

Perfil de Administrador(a)

 HOSTERIA QUINTA SPA EL ROSAL				
DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE PUESTO				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
CÓDIGO:		Internos y/o externos	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Título de Tercer Nivel
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Administrador de hostería		TÍTULO REQUERIDO	Administrador de empresas turísticas Administrado de empresas
NIVEL:	Profesional			
UNIDAD/ÁREA:	Hostería Quinta Spa El Rosal			
ROL:	Ejecución y coordinación de procesos hoteleros			
MISIÓN		EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
Establecer, gestionar y controlar las actividades necesarias para el manejo y operación de la Hostería Quinta Spa El Rosal a través de la aplicación de las políticas empresariales y la administración de los recursos humanos y materiales de cada área		TIEMPO DE EXPERIENCIA	2 años en adelante	
		ESPECIALIDAD DE LA EXPERIENCIA	Administración de empresas turísticas	
		CAPACITACIÓN REQUERIDA PARA EL PUESTO		
		TEMÁTICA DE LA CAPACITACIÓN		
		Gestión de establecimientos de hospedaje e indicadores de gestión		
ACTIVIDADES ESENCIALES	CONOCIMIENTOS ADICIONALES RELACIONADOS A ACTIVIDADES ESENCIALES	COMPETENCIAS TÉCNICAS		
		DENOMINACIÓN DE LA COMPETENCIA	COMPORTAMIENTO OBSERVABLE	
Propone planes, proyectos y estrategias para el desarrollo de actividades y fortalecimiento de la hostería	Normativa de turismo nacional y local Normativa de seguridad y salud ocupacional	Orientación / asesoramiento	Asesora a la Gerencia en materia de su competencia, generando estrategias que permitan tomar decisiones acertadas	
Controla ejecución de protocolos de bioseguridad	Normativa tributaria Marketing digital Atención al cliente Buenas prácticas de manufactura Protocolos de bioseguridad	Planificación y gestión	Anticipa los puntos críticos de una situación o problema, desarrollando estrategias a corto y largo plazo. Es capaz de administrar simultáneamente diversas áreas y servicios de la hostería	
Gestiona permisos de funcionamiento anuales, pagos y responsabilidades tributarias de la hostería	Primeros auxilios Contabilidad	Generación de ideas	Desarrolla programas o proyectos, estrategias y tácticas alternativas para solucionar problemas	

Coordina y controla la ejecución de servicios ofertados en base a procesos establecidos		Monitoreo y control	Desarrolla mecanismos de monitoreo y control de la eficiencia, eficacia y productividad organizacional
Verifica la coherencia entre la oferta y el servicio brindado		Pensamiento estratégico	Comprende los cambios del entorno, las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades y establece directrices estratégicas
Coordina, controla y cumple con obligaciones relacionadas a seguridad y salud ocupacional		Organización de la información	Define procesos, mantiene un registro documental con evidencias para informes
Mantiene actualizado el inventario de activos fijos, materiales, suministro, etc.		Recopilación de información	Pone en marcha procesos que permiten recoger información esencial en forma habitual (registro de visitantes, de cobros de servicios, base de datos de clientes, etc.), los procesa, analiza y usa para la toma de decisiones
Realiza las compras según requerimientos (menú para restaurante, limpieza, protocolos de bioseguridad, etc.)		Identificación de problemas	Identifica los problemas que impiden el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas
Elabora el plan de capacitación anual para el personal que labora la hostería, gestiona su desarrollo e informa		Comprensión oral	Comprende las ideas presentadas en forma oral en las reuniones de trabajo y desarrolla propuestas en base a los requerimientos
Coordina actividades con operadoras turísticas		Expresión oral	Expone programas, proyectos, rendición de cuentas, y otros ante la junta de accionistas.
Planifica y gestiona el programa anual de marketing digital y presenta informe de resultados		Expresión escrita	Escribe documentos de complejidad alta, donde se establezcan parámetros que contengan impacto directo sobre el funcionamiento de una organización, proyectos u otros (informes de procesos legales, técnicos, económicos, etc.)
Gestiona y controla las finanzas del centro de la hostería, mantiene documentos que evidencien el correcto manejo contable		Juicio y toma de decisiones	Toma decisiones de complejidad alta sobre la base de la misión y objetivos de la hostería, de la satisfacción del cliente y solución de problemas. Idea soluciones a problemas
Controla asistencia puntual del personal que labora en la hostería		COMPETENCIAS CONDUCTUALES	
Establece costos de los servicios e informa para aprobación		DENOMINACION DE LA COMPETENCIA	COMPORTAMIENTO OBSERVABLE
Gestiona la promoción y publicidad del establecimiento		Trabajo en equipo	Crea un buen ambiente de trabajo y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se pueden producir dentro del equipo. Muestra liderazgo
Informa acerca de servicios y costos a potenciales visitantes y realiza reservas		Orientación a los resultados	Realiza las acciones necesarias para cumplir las metas propuestas. Desarrolla y modifica procesos organizacionales que contribuyan a mejorar la eficiencia continua
Entrega suministros a clientes internos			
Cobra por los servicios de la hostería			
Mantiene un registro objetos olvidados por los visitantes y colaboradores			
Evalúa al personal del establecimiento y gestiona la evaluación del cliente externo			
Presenta informes de su gestión con indicadores de logro			

Manual de marketing digital

1. INTRODUCCIÓN

El manual de marketing digital está enfocado a la creación de las condiciones necesarias para el aprovechamiento de recursos, servicios y reactivación económica de la Hostería Quinta Spa El Rosal a través del diseño de estrategias y tácticas vinculadas a fases que difundirán las bondades del establecimiento, relanzando los servicios que se ofrecen y brindando una imagen de un turismo ordenado y seguro para quienes la visitan. Incluye la identificación de perfiles de visitantes, creación de base de datos, manual de uso de marca, promoción, difusión e información digital; seguimiento para determinación del impacto; y, fortalecimiento de acciones para el logro del objetivo de este manual.

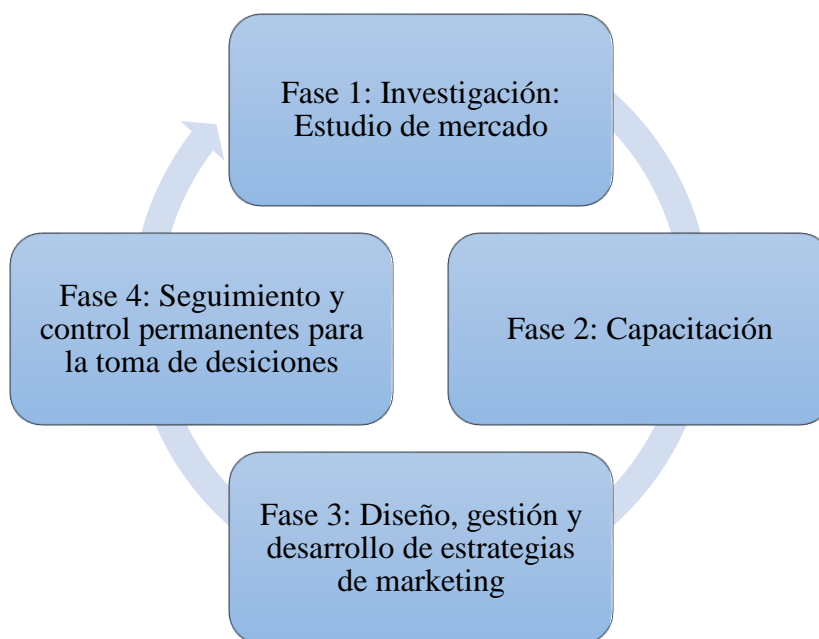
2. ANTECEDENTES

La pandemia COVID – 19 es una emergencia de salud y económica mundial, esos impactos son evidentes, en ese sentido, según el estudio realizado por el Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua, en el mes de abril del 2020, se identificó que las pérdidas estimadas eran de \$7.596.922 y el número de familias afectadas era de tres mil quinientas sesenta y una, de lo expuesto se evidencia la necesidad de establecer estrategias para la reactivación en el sector, y en este caso en hosterías como la Quinta Spa El Rosal.

3. PROPÓSITO

Posicionar a la Hostería Quinta Spa El Rosal en el mercado de alojamiento de turismo receptivo para alcanzar niveles de notoriedad, presencia y aumentar el número de usuarios de los servicios del establecimiento para reactivar la economía generada a través del turismo.

4. ALCANCE



Elaborado por: W. Guananga (2021)

Determinación de perfil de clientes potenciales, crear una base de datos del establecimiento, diseñar la oferta en base a la demanda y reactivar el uso de servicios
<p>Fase 1: Investigación: Estudio de mercado</p> <p>Identificación del perfil de visitantes de la provincia y cantón</p> <p>Levantamiento de la línea base e información histórica verídica (base de datos de clientes)</p> <p>Identificación y caracterización de la competencia</p> <p>Identificar los servicios de la hostería con sus elementos diferenciadores</p>
Diseño de estrategias de marketing en base a potencialidades de la Hostería
<p>Fase 2: Capacitación</p> <p>Capacitación en mercadeo de servicios turísticos y marketing digital</p>
<p>Fase 3: Diseño, gestión y desarrollo de estrategias de marketing</p> <p>Priorización de los mercados clave, de consolidación y de oportunidad para generar experiencias únicas en base al estudio de mercado</p> <p>Identificación del logo, slogan oficial y colores en base al manual de uso de marca</p> <p>Identificación de medios digitales para aplicación de tácticas de marketing digital</p>

Definición de estrategias de Community management: de empuje (post con atractivos naturales de la zona), de atracción (post y micro videos de servicios), estrategias de fidelización y periodicidad de posteo. Fortalecimiento de relación con tour operadoras para formar parte de paquetes Trabajo conjunto con GAD municipal para seguimiento de la promoción de los atractivos turísticos locales y del establecimiento
Consolidación de marca, productos y servicios
Fase 4: Seguimiento y control permanentes Seguimiento y control de resultados (retroalimentación constante) Toma de decisiones para reactivación a través del marketing digital

Elaborado por: W. Guananga (2021)

5. RESPONSABLES

Administrador: Desarrollo, gestión y seguimiento de impacto.

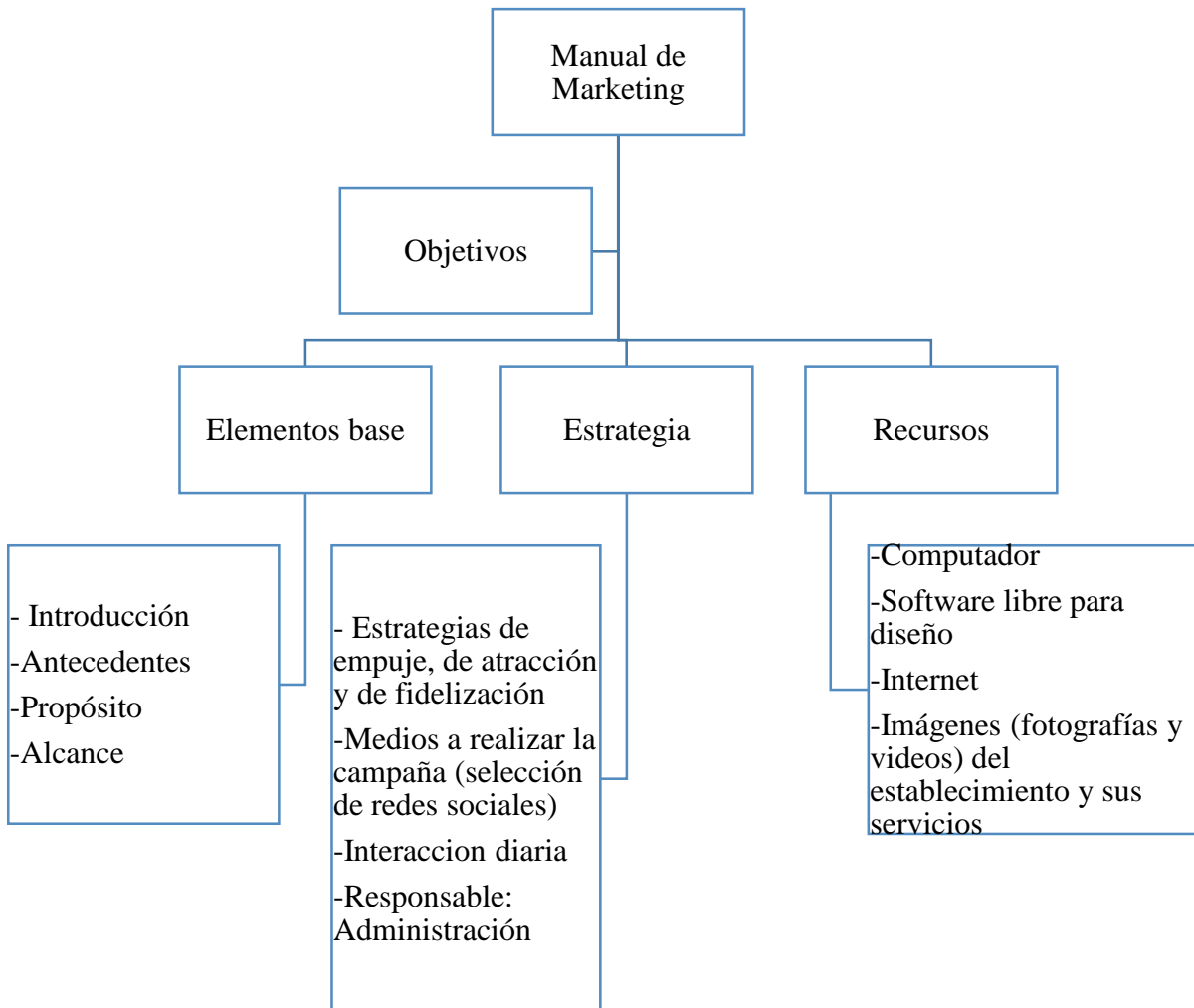
Gerente: Proveer de las herramientas necesarias para la ejecución y control.

6. INDICADORES

Indicador	Unidad de Medida	Descripción	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable De medición
Cumplimiento de actividades	Porcentaje	Este indicador medirá el cumplimiento de las actividades planteadas dentro y del tiempo establecido	$\frac{\text{(Actividades ejecutadas en el tiempo establecido)}}{\text{(Actividades planteadas)}} * 100\%$	95%	cuatrimestral	Administración
Recursos de publicidad – promoción y	Unidad	Este indicador mide la	# de recursos de promoción	32	cuatrimestral	Administración

difusión ejecutados		ejecución de recursos de marketing diseñados y difundidos	- publicidad difundidos			
--------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------	----------------------------	--	--	--

7. DESARROLLO



FASE	ESTRATEGIA	TÁCTICA	CÓMO IMPLEMENTAR
1	Investigar el mercado (estudio de mercado)	Identificación del perfil de visitantes de la provincia y cantón	Revisar el boletín del perfil del turista de Tungurahua emitido por el Centro de innovación y fomento de la provincia
		Levantamiento de la línea base e información histórica verídica (base de datos de clientes)	Revisar facturas manuales y fichas de registro; y, registrar en Excel la siguiente información: Apellidos, nombres, lugar de residencia, teléfono, correo y fecha de cumpleaños
		Identificación y caracterización de la competencia	Identificar otros proveedores de servicios de alojamiento, servicios de alimentos y bebidas y proveedores de servicios de recreación (locales para eventos y spa) en el cantón y las características de la oferta, qué venden, cómo venden, cómo se promocionan y publicitan, precios, ¿se han reactivado?
		Identificar los servicios de la hostería con sus elementos diferenciadores	En una tabla enlistar los servicios, costos, características y elementos diferenciadores positivos en relación a la competencia y una última columna con elementos desfavorecedores en relación a la competencia. Tomar decisiones en base a esta información

			Fortalecer el servicio de eventos (revisar el menú, posibles paquetes todo incluido, promocionarlo más)
2	Capacitación	Capacitación en mercadeo de servicios turísticos y marketing digital	Dependiendo de la disponibilidad del establecimiento, la capacitación va desde el uso de tutoriales, capacitaciones (webinar gratuitos) e inversión en cursos pagados
3	Diseño, gestión y desarrollo de estrategias de marketing	Priorización de los mercados clave, de consolidación y de oportunidad para generar experiencias únicas en base al estudio de mercado	Considerar el perfil de clientes (procedencia, operadoras clave, etc.) y procurar los esfuerzos que estén dirigidos para que lleguen a ese lugar
		Identificación del logo, slogan oficial y colores en base al manual de uso de marca	Elaborar un manual de uso de la marca (logo, slogan, colores y dimensión del logo para diseños)
		Identificación de medios digitales para aplicación de tácticas de marketing digital	Tomar en cuenta que existen en la provincia estudios de preferencias, así en primer lugar está Facebook, luego WhatsApp, aplicaciones multidelivery e Instagram
		Definición de estrategias de Community management: de empuje; de atracción (post y micro videos de servicios), estrategias de fidelización y periodicidad de posteo	Deberán diseñarse dos elementos comunicacionales por semana, tomar en cuenta que las estrategias de empuje incluyen elementos indirectos como los atractivos naturales y culturales d la zona donde se

			<p>ubica la hostería; las estrategias de atracción deberán difundir los servicios de alojamiento, restaurante, spa, local para eventos, por separado; y las estrategias de fidelización involucran enviar mensajes por cumpleaños a clientes, mensajes especiales por día de padre, día de la madre, navidad, promociones, nuevo menú, etc.</p>
		Fortalecimiento de relación con tour operadoras para formar parte de paquetes	Investigar qué empresas operan en el sector y realizar propuestas
		Trabajo conjunto con GAD municipal para seguimiento de la promoción de los atractivos turísticos locales y del establecimiento	Aprovechar las competencias municipales en relación a la promoción turística
4	Seguimiento y control permanentes	Seguimiento y control de resultados (retroalimentación constante)	Realizar gestión de datos en las redes sociales seleccionadas, observar número de vistas, compartidos, horas de observación. Considerar que los lunes en la mañana la gente no observa difusión de contenidos, lo hacen en la noche, de martes a viernes funciona mejor en el día la observación en redes y fines de semana es mejor no promocionar, poca gente revisa contenidos de este tipo

		Toma de decisiones para reactivación a través del marketing digital	Retroalimentar constantemente y buscar mejores tácticas en base a la experiencia y capacitación. Se sugiere fortalecer el servicio relacionado a eventos (tanto en el local como en área verde)
--	--	---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Estos son ejemplos de post que se podrían utilizar para mostrar los servicios y ofertas en diferentes redes sociales como:

- Facebook
- WhatsApp
- Aplicaciones multidelivery
- Instagram



HOSTERIA QUINTA SPA EL ROSAL

RESERVAS

Teléfonos: 032827492/0998400184

¿Cómo llegar?



Vía a Yanahurco (caserío el Rosal)

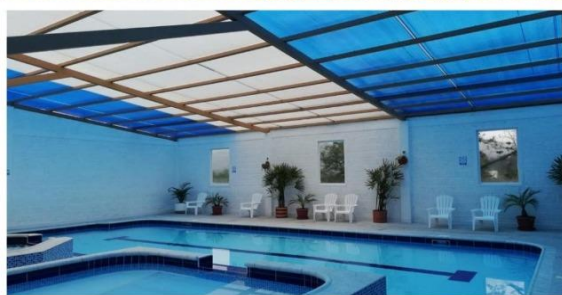


Imagen 2 Zonas

Elaborado por: W. Guananga (2021)



Imagen 3 Servicios

Elaborado por: W. Guananga (2021)



Imagen 4 Instalaciones

Elaborado por: W. Guananga (2021)



Información y reservas
0998400184



QUINTA SPA EL ROSAL



Imagen 5 Quinta

Elaborado por: W. Guananga (2021)



EVENTOS SOCIALES
Información y reservas
032827492 / 0998400184




Imagen 6 Eventos

Elaborado por: W. Guananga (2021)



Contamos con:

- Habitaciones simples, dobles y triples
- Baño privado
- Internet
- Amplio Parquadero
- Recepción 24 horas


RESERVACIONES 032827492/0998400184



Imagen 7 Habitaciones

Elaborado por: W. Guananga (2021)

Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno

 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO									
Genero		Edad	Lugar de residencia			Área de Trabajo		Nivel de estudios	
Masculino:	Femenino:								
CALIDAD DEL SERVICIO					TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Fiabilidad									
1	El personal de la hostería brinda los servicios ofertados								
2	EL administrador y compañeros de la hostería, prestan de manera correcta su servicio								
3	El personal del centro de la hostería, presta su servicio por el tiempo acordado								
4	El administrador promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple								
Capacidad de respuesta									
7	El administrador y el personal, ofrecen un servicio rápido y ágil								
8	El administrador y el personal que labora en el centro, siempre están dispuestos a ayudar								
9	Brindan el tiempo necesario para responder a preguntas, inquietudes de visitantes y de compañeros								
Seguridad									
10	La administración y compañeros, le transmiten confianza								
11	Me siento seguro con la administración y compañeros de equipo								

13	El administrador y personal que labora en la hostería tienen conocimientos necesarios para atender mis inquietudes					
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Empatía

16	Quienes laboran en la hostería, ofrecen información y atención personalizada					
17	El administrador, busca lo mejor para los intereses del cliente interno (usted)					

SATISFACCIÓN

Rendimiento percibido

19	Me siento conforme con el desempeño del administrador y compañeros					
20	El servicio y/o soporte del administrador son en base a un procedimiento establecido					

Expectativas

22	Estimo el esfuerzo que brinda el administrador					
23	El servicio y/o soporte que brinda el administrador ayudan al desarrollo de mis objetivos					

Niveles de satisfacción

24	Me siento inconforme con el servicio y/o soporte por el administrador					
25	Percibo que recibo un buen servicio y/o soporte por parte del administrador					
26	Me satisfacen los horarios de labores del personal					



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Genero		Edad	Lugar de residencia			Servicio Contratado			
Masculino:	Femenino:								
CALIDAD DEL SERVICIO					TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Fiabilidad									
1	El personal de la hostería brinda los servicios ofertados								
2	Cuando tengo un problema el personal muestra un sincero interés en solucionarlo								
3	El personal del establecimiento ofrece un buen servicio								
Capacidad de respuesta									
6	El administrador, da información oportuna e interés								
7	El servicio prestado es rápido y ágil								
8	El personal de la hostería, siempre está dispuesto a ayudar								
Seguridad									
11	Me siento seguro con la administración y/o colaboradores								
12	El administrador y colaboradores que labora en el establecimiento son muestran amabilidad								
13	El administrador y colaboradores que labora en la hostería tienen conocimientos necesarios para atender mis inquietudes								
Empatía									

14	El administrador realizo un seguimiento personalizado a los servicios consumidos					
16	El personal de la hostería, ofrecen información y atención personalizada					
17	El administrador, busca lo mejor mi comodidad					

SATISFACCIÓN

Rendimiento percibido

19	Me siento conforme con el desempeño del personal de la hostería					
20	Considero importante evaluar los servicios para mejorar el trabajo del establecimiento					

Expectativas

21	Valoro la entrega que brinda el administrador					
22	El servicio y/o soporte que brinda el administrador ayudan al establecimiento turístico					

Niveles de satisfacción

23	Me siento conforme con el servicio y la experiencia en la HQS el Rosal					
25	Me complace la cortesía del personal del establecimiento turístico					
26	Me complace el nivel de conservación de las instalaciones					

Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones

OPINIÓN RESPECTO A LA ATENCIÓN QUE USTED RECIBIÓ QUEJAS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES		
<p>Agradecemos sus valiosos aportes mediante comentarios sobre la calidad de nuestros servicios y la atención brindada por nuestro personal.</p> <p>Sienta la seguridad de que sus aportes ayudaran en el mejoramiento de nuestros servicios</p>		
Fecha:	Servicio recibido:	
Queja:	Sugerencia	Felicitación:
Comentario		
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		
Fecha:	Servicio recibido:	
Queja:	Sugerencia	Felicitación:
Comentario		
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		
Fecha:	Servicio recibido:	
Queja:	Sugerencia	Felicitación:
Comentario		
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		

Gestión de quejas, reclamos y sugerencias

1. PROPÓSITO

Establecer bases para el correcto manejo de las quejas, reclamos y sugerencias de los visitantes en la hostería para un proceso de mejora continua.

2. ALCANCE

Esta guía se aplica a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias que se generan en el funcionamiento del establecimiento.

4. RESPONSABLE

Administrador: Planificar, ejecutar, reportar y dar seguimiento.

Gerente: Responsable de proveer los instrumentos necesarios para la mejora

5. DESARROLLO

Procedimiento de manejo de quejas

Las quejas que se reciban en casos como entrega de productos o prestación de servicios deben ser atendidos de manear que:

- El personal debe ser amable con el cliente demostrando paciencias y una actitud asertiva
- Ofrecer sinceras disculpas
- Atender a la brevedad y buscar una pronta solución
- Dar seguimiento si la solución propuesta ha sido placentera para el cliente.
- Ofrecer hojas de encuestas, posteriormente almacenar en el sitio adecuado para luego analizarlas.
- Analizar las quejas recibidas semanalmente.

Procedimiento en el manejo de reclamos

- Los reclamos que se reciban en casos como entrega de productos o prestación de servicios deben ser atendidos de manear que:
- El reclamo debe estar documentado.
- Dar acompañamiento en el llenado la documentación que haga referencia al reclamo
- Ofrecer disculpas al cliente por los inconvenientes

- Resolver el reclamo inmediatamente de ser necesario pedir un lapso de tiempo para dar solución
- Analizar los reclamos recibidos semanalmente.

Manejo de sugerencias

Las sugerencias que se pueden obtener por parte de los visitantes deben ser tomadas con la debida importancia ya que de esto dependerá que se pueda añadir nuevos servicios o mejoras de los ya existentes, el procedimiento es:

- Ofrecer a los clientes formatos donde consten lo necesario para que el mismo pueda expresar las sugerencias que crea conveniente
- Llevar un registro con las sugerencias en un espacio destinado para las mismos
- Analizar las sugerencias con la seriedad del caso.

El sitio destinado para la ubicación de hojas de sugerencias debe estar identificado claramente y a la vista de los visitantes.

Informes de resultados y de logro de indicadores

N o	PROCESOS / OBJETIVOS ESTRATÉGICOS / PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	METAS	INDICADOR DE RESULTADOS	RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD	% DE CUMPLIMIENTO	OBSERVACIONES
1	Fortalecer la organización y los servicios de la hostería para propiciar la reactivación económica	Reestructuración del modelo de gestión	Socialización del nuevo modelo de gestión	(Número de asistentes)/(número de accionistas y personal que labora)*100%	Gerente		
2	Optimizar el talento humano para propiciar la reactivación económica	Manual de talento humano	Perfiles actualizados	Número de perfiles actualizados	Gerente		

3	Aumentar el índice de ventas a través de la notoriedad y posicionamiento de la hostería en el mercado turístico	Manual de marketing digital	Tácticas cumplidas	(Número de tácticas cumplidas) / (número de táctica planificadas) *100%	Administrador(a)		
4	Mantener un registro y control como evidencia de la gestión, fuente de consulta, apoyo e historia del proceso de mejoramiento continuo	Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno	Aplicación de encuestas	Número de encuestados/(número de personas en base de datos)*100%	Administrador		
		Encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo	Aplicación de encuestas	Número de encuestados/(número de personas en base de datos)*100%	Administrador		
		Evaluación de desempeño del personal	Evaluación anual	Número de evaluados/(número de empleados)*100%	Administrador		

	Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones Gestión de quejas, reclamos y sugerencias	Gestión de quejas	Número de quejas con seguimiento y solución/(número de quejas)*100%	Administrador		
	Informes de resultados y de logro de indicadores	Informe	Informe anual a Junta de accionistas	Gerente		

POLÍTICA DE LA HOSTERÍA	ESTRATEGIAS	TÁCTICA			
		N°	PROGRAMAS	N°	ACCIONES Y OTROS
<p>Somos una hostería orientada hacia turismo receptivo. Estamos comprometidos con los visitantes y operadores para ofrecerles productos y servicios de alta calidad, en consecuencia, hemos adoptado una filosofía de aseguramiento de calidad, cuidado del ambiente, seguridad a las partes interesadas y la mejora continua en nuestros procesos. También fomentamos y animamos a nuestros</p>	<p>Fortalecimiento de servicios turísticos: Fortalecer los servicios turísticos del CTC</p>	1	Programa de fortalecimiento de la gestión		<p>Diagnóstico Objetivo – Propósito de la hostería Valores Misión Visión Política Principios Estructura organizacional actual Ruta estratégica</p>
	<p>Gestión del talento humano: Generar motivación para aumentar la productividad y competitividad dentro de un adecuado clima laboral</p>	2	Programa de Talento Humano (Manual de Talento Humano)		<p>Registros de personal permanente y temporal, indicando experiencia relevante Procedimientos - Instructivos para servicios Perfiles de puesto</p>
		3	Programa de marketing		<p>Creación de bases de datos Selección de los mercados objetivos tomando en cuenta los patrones de visita Manual de uso de la marca Instructivo para difusión, publicidad y promoción Instructivo para manejo de redes sociales, seguimiento y generación de información</p>
	<p>Promoción y difusión: Aumentar el índice de ventas a través de la notoriedad y posicionamiento del CTC en el mercado turístico</p>	4	Programa de evaluación		<p>Información sobre el número de huéspedes y de uso de zona húmeda (base de datos) Encuestas para medir nivel de satisfacción del cliente interno</p>

proveedores y contratistas a seguir principios de calidad mundialmente reconocidos				Encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo Evaluación de desempeño del personal Bitácora de quejas sugerencias y felicitaciones Gestión de quejas, reclamos y sugerencias Informes de resultados y de logro de indicadores
------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, V. (2008). *Técnicas e instrumentos de la investigación*.
- Arias, B., & Arévalo, M. (2021). *Conflictos entre los objetivos epidemiológicos y socioeconómicos por la pandemia del SARS COVID-19 en Latinoamérica*. Universidad Católica de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Bogotá: Universidad Católica de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25517/1/Monografia%20final.pdf>
- Berbesi, M. F. (2017). *Complejo educativo de navegación fluvial: Plan de renovación y recuperación de la zona portuaria canal Auyama para la reactivación económica 2030*. Fundación Universidad de América, FACULTAD DE ARQUITECTURA. Bogotá: Fundación Universidad de América. Obtenido de <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/6481>
- Casilimas, S. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá.
- Chacha, W. A. (2015). *La señalética turística y la gestión turística de la Parroquia de Pinlo, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/13330>
- Dahdá, J. (1990). *Publicidad turística*. Managua: MÚxico, D.F.. Trillas. Obtenido de <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=uccma.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000649>
- Edwin, S., & Sonia, L. (2019). Beneficio social de la actividad turística en. *Revista Venezolana de Gerencia*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29059356007/29059356007.pdf>
- Elizabeth, F. T., & Patricio, L. Z. (Julio de 2010). *Proyecto de reactivación de la hostería y centro de convenciones Rincón del Río del cantón de Girón*. Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/836>

- Fraiz, J. A., Ramos, D., & Rodríguez, L. (2015). Las Agencias de Viajes ante la influencia de las Redes Sociales en el turismo. El caso de Ourense. *PASO. Revista de turismo y Patrimonio Cultural*, 829-836. Obtenido de <https://www.pasosonline.org/Publicados/13415/PASOS43.pdf#page=99>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- José, Á., Elizabeth, M., & Guacho, B. (2011). *Proyecto de Factibilidad para la Creación de la Hosteria "KULTA COCHA" en la Comunidad de Majipamba, Cantón Colta, Provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ingeniería. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/550>
- Karla, A., Hellen, M., & Diana, O. (2017). *Planificación Estratégica : Importancia de la formulación de la visión y la misión para el logro de los objetivos organizacionales*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua., FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8728>
- María, M., Yesenia, Z., Martha, Á., & Frank, L. (2019). La Percepción como Elemento del Comportamiento del Consumidor en Servicios Gastronómicos del Ecuador. *Revista Científica*, 23. Obtenido de http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/284
- Mazo, A. E. (2017). *Oferta de alojamientos turísticos desde la*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26465>
- Medina, M. A. (2015). *LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CEVALLOS Y SU RELACIÓN CON LAS PREFERENCIAS TURÍSTICAS DE LOS HOGARES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. Universidad Técnica de Ambato, FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/16223>

- Mendoza, Á. G., & Reinoso, N. G. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. RITUREM*, 24. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7483989>
- Mendoza, M. O. (2016). *PROPUESTA DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA DEL SECTOR HOTELERO DE LA PLAYA MURCIÉLAGO DE MANTA*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/98842/D-101125.pdf>
- Montenegro, K. G., & Chávez, T. D. (2021). *EL COVID-19 Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS HOTELERAS DE MANTA-ECUADOR*. Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/issue/view/214>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Scielo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext
- Peña, R. M. (2009). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://200.48.31.93/Titulacion/2013/exposicion/SESION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Pillado, L. E., & Llergo, L. A. (2018). *congreso.investiga*. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxiii/docs/16.01.pdf>
- Priscila, G. L. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia*. Universidad Internacional del Ecuador. Quito: INNOVA Research Journal. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4443>
- Ramírez, V. (2021). *Plan de Capacitación con enfoque en bioseguridad por la pandemia Covid-19 para el personal de servicios generales de la PUCESE*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Esmeraldas:

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2570>

Rodríguez, S. J. (Abril de 2015). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN MINDO, QUE MANTENGA EL ECOSISTEMA E INCREMENTE EL ECOTURISMO EN EL SECTOR*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17181/1/60217_1.pdf

Salas, P., Navas, S., & Paredes, Á. (2021). Análisis documental de protocolos de bioseguridad como estrategia para la reactivación turística frente al COVID-19 en Tungurahua. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 14. Obtenido de <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2824>

Sánchez, I. G. (2003). *La formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internalización de las empresas*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Departamento de Economía Y Dirección De Empresas. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10553/20550>

Sangucho, M. d. (2013). *LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE ATOCHA PARROQUIA CUSUBAMBA DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 10 de 06 de 2021, de https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5218/1/Tth_2013_144.pdf

Turismo, M. d. (2016). <https://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Zambrano, Y. M. (Noviembre de 2018). *ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS DE REACTIVACIÓN*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Obtenido de

<http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/930/TAE156.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zambrano, Y. M. (2018). *ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE MANABÍ, POST 16 A.* ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ. Calceta: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ. Recuperado el 10 de 06 de 2021, de [http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/930/TAE156.pdf?sequence=1&isAllowed=y+](http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/930/TAE156.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zuñiga, L. M. (2017). *PERFIL DEL USUARIO GUAYAQUILEÑO DE AGENCIAS DE VIAJE ONLINE.* UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO, FACULTAD DE TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA. Samborondon: UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/2063>

ANEXOS



Hostería Quinta Spa El Rosal

CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 30 de mayo de 2021

Doctor
Marcelo Núñez Espinoza
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Turismo y Hotelería
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Como Hostería Quinta Spa El Rosal y miembro accionista responsable me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "“HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO: CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL" propuesto por el estudiante Wilmer Giovanni Guananga Chuqui, portador de la cédula de ciudadanía 180399165-0, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



.....

Diego Melo Fiallos
Miembro Accionista
CI. 1803017365
Telf. 0998901570
diegofmelof@uta.edu.ec

Anexo 5: Instrumentos

Instrumento: Cuestionario para entrevista

1. ¿Cuál fue el mayor problema que se suscitó en la hostería a partir del confinamiento?
2. ¿Cuál es la capacidad de la hostería?, ¿ha cambiado el aforo a partir de la culminación del confinamiento?
3. ¿Ha cambiado el perfil del cliente de los diferentes servicios que ofrece la hostería?
4. A partir de la pandemia ¿cuáles son los objetivos empresariales?
5. ¿Cuál es la misión y visión de la hostería?
6. ¿Qué estrategias planificaron para reactivar la hostería?
7. ¿Qué estrategias ya han implementado?
8. ¿Qué tácticas se aplicaron para cumplir las estrategias?
9. ¿Se han implementado protocolos de bioseguridad?
10. ¿Cuáles son las tarifas RAC de la hostería según el tipo de habitaciones? ¿Actualmente existe alguna promoción?
11. ¿El personal recibió capacitación en los dos últimos años?
12. ¿Cómo evalúan la percepción que tiene el cliente acerca de sus servicios?
13. ¿Qué logros se han alcanzado?

FICHA DE OBSERVACIÓN Y REGISTRO

Fecha

1. DATOS INFORMATIVOS

Nombre del establecimiento Tipo de establecimiento

Estrellas Representante legal

Dirección Teléfono Correo

2. CARACTERIZACIÓN DE LA HOSTERÍA

2.1 Cumplimiento de normativas y permisos

Exhibe la Licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color)

2.2 Servicio de hospedaje en habitaciones

2.2.1 Número total de habitaciones

2.2.2 Número de habitaciones según su capacidad

Simple Dobles Triples

Cuádruples Quintuples

2.2.3 Capacidad total de la hostería

2.2.4 Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas

2.2.5 Equipamiento, menaje, servicios y amenities

Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso

Baño privado en cada habitación Agua caliente permanente

Tina y/o ducha con división Lavamanos

Espejo sobre el lavamanos Basurero con tapa

Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante en el piso

Secador automático de manos o dispensador con toallas desechables

Toalla de cuerpo y de manos por huésped

Toalla de piso

Porta papel y papel higiénico Jabón en lavamanos

Camas de acuerdo a las dimensiones

Colchón Protector de colchón Sábanas

Cobija (s) Cubrecama o edredón Velador

Basurero Almohada(s) por plaza Teléfono

2 tomacorrientes Protector de almohada

Informativo del establecimiento Amenities

Información teléfonos de apoyo y emergencias

Cobija extra a petición del huésped Agua en la habitación

almohada extra a petición del huésped Portamaletas

Habitaciones para personas con discapacidad	<input type="text"/>	Cuántas	<input type="text"/>
Calefacción mecánica y/o natural	<input type="text"/>	Internet	<input type="text"/>
Caja de seguridad en las habitaciones	<input type="text"/>	Clóset y/o armario	<input type="text"/>
Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación			<input type="text"/>
Escritorio y/o mesa	<input type="text"/>	Silla, sillón o sofá	<input type="text"/>
Funda de lavandería	<input type="text"/>	Lámpara luz de velador	<input type="text"/>
Cortina completa y visillo	<input type="text"/>		
Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto, Acondicionador			<input type="text"/>
Otros amenities	<input type="text"/>		

2.2.6 Servicios disponibles para habitación

Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación		<input type="text"/>
Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	<input type="text"/>	
Servicio de primeros auxilios	<input type="text"/>	
Formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers		<input type="text"/>
Servicio de lavandería propio o contratado	<input type="text"/>	
Servicio de planchado propio o contratado	<input type="text"/>	
Silla de ruedas disponible para uso del huésped	<input type="text"/>	
Cuna para bebé	<input type="text"/>	Silla para bebé <input type="text"/>

2.2.7 Proceso de mantenimiento y limpieza

Servicio diario de limpieza	<input type="text"/>
-----------------------------	----------------------

2.3 Servicio de alimentos y bebidas

2.3.1 Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento		<input type="text"/>
2.3.2 Número de mesas	<input type="text"/>	Plazas <input type="text"/>
Aforo antes de la pandemia	<input type="text"/>	Aforo actual <input type="text"/>
2.3.3 Servicios higiénicos para hombres	<input type="text"/>	
Servicios higiénicos para mujeres	<input type="text"/>	
Servicios higiénicos para personas con discapacidad		<input type="text"/>
Facilidades para cambios de pañal	<input type="text"/>	
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua		<input type="text"/>
2.3.4 Condiciones básicas de limpieza e higiene		
Contenedores de desechos en áreas de uso común		<input type="text"/>
Contenedores de desechos sólidos diferenciados		<input type="text"/>
Aplicación de Buenas Prácticas de manufactura evidentes		<input type="text"/>
Fichas de control de limpieza de baños		<input type="text"/>

Fichas de control de limpieza de cocina			<input type="checkbox"/>
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores			<input type="checkbox"/>
Agua caliente y fría permanentes en cocina			<input type="checkbox"/>
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos			<input type="checkbox"/>
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos			<input type="checkbox"/>
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento			<input type="checkbox"/>
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos			<input type="checkbox"/>
Áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). Área de comedor.			<input type="checkbox"/>
Uso de PPS (implementos de seguridad)		<input type="checkbox"/>	
2.3.5 Prestación de servicio			
Platos a la carta	<input type="checkbox"/>	Menú del día	<input type="checkbox"/>
Comida nacional	<input type="checkbox"/>	Gastronomía internacional	<input type="checkbox"/>
Servicios de bebidas alcohólicas	<input type="checkbox"/>	Menú infantil	<input type="checkbox"/>
2.3.6 Servicios y/o áreas complementarias			
Área de fumadores	<input type="checkbox"/>	Áreas inclusivas	<input type="checkbox"/>
Sistemas de ambientación musical	<input type="checkbox"/>	Sillas para bebés	<input type="checkbox"/>
2.4 Áreas recreativas y deportivas			
Sala de recepciones	<input type="checkbox"/>		
Aforo antes de la pandemia	<input type="checkbox"/>	Aforo actual	<input type="checkbox"/>
Facilidades	<input type="checkbox"/>	Cuál	<input type="checkbox"/>
Juegos infantiles	<input type="checkbox"/>	Jardines	<input type="checkbox"/>
Zona húmeda	<input type="checkbox"/>	Aforo	<input type="checkbox"/>
Servicios de zona húmeda	<input type="checkbox"/>		
3. Evaluación de gestión para la reactivación económica			
Exhibición de la misión de la hostería	<input type="checkbox"/>		
Exhibición de la visión de la hostería	<input type="checkbox"/>		
Promedio semanal de huéspedes antes del confinamiento			<input type="checkbox"/>
Promedio semanal de huéspedes a partir del fin del confinamiento			<input type="checkbox"/>
Promedio mensual de facturación por hospedajes antes del confinamiento			<input type="checkbox"/>
Promedio mensual de facturación por hospedajes después del confinamiento			<input type="checkbox"/>

Promedio mensual de facturación por servicio de alimentos y bebidas antes del confinamiento	<input type="text"/>
Promedio mensual de facturación por servicio de alimentos y bebidas después del confinamiento	<input type="text"/>
Promedio mensual de facturación por uso de zona húmeda antes del confinamiento	<input type="text"/>
Promedio mensual de facturación por uso de zona húmeda después del confinamiento	<input type="text"/>
Promedio mensual de facturación por atención de eventos antes del confinamiento	<input type="text"/>
Promedio mensual de facturación por atención de eventos después del confinamiento	<input type="text"/>
Número de personas que laboraba antes del confinamiento	<input type="text"/>
Número de personas que labora desde el fin del confinamiento	<input type="text"/>
Orgánico funcional y de procesos	<input type="text"/>
Cuenta con instructivos para el personal según el cargo	<input type="text"/>
Disponen de perfiles de puesto	<input type="text"/>
Procesos de inducción al nuevo personal	<input type="text"/>
Plan de comunicación, promoción y publicidad	<input type="text"/>
Base de datos de clientes <input type="text"/> Objetivos de reactivación	<input type="text"/>
Estrategias para la reactivación <input type="text"/> Tácticas	<input type="text"/>
Metas <input type="text"/> Indicadores de logro	<input type="text"/>

FICHA DE OBSERVACIÓN Y REGISTRO

Fecha

1. DATOS INFORMATIVOS

Nombre del establecimiento Tipo de establecimiento

Estrellas Representante legal

Dirección Teléfono Correo

2. CARACTERIZACIÓN DE LA HOSTERÍA

2.1 Cumplimiento de normativas y permisos

Exhibe la Licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color)

2.2 Servicio de hospedaje en habitaciones

2.2.1 Número total de habitaciones

2.2.2 Número de habitaciones según su capacidad

Simple Dobles Triples

Cuádruples Quíntuples

2.2.3 Capacidad total de la hostería

2.2.4 Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas

2.2.5 Equipamiento, menaje, servicios y amenities

Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso

Baño privado en cada habitación Agua caliente permanente

Tina y/o ducha con división Lavamanos

Espejo sobre el lavamanos Basurero con tapa

Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante en el piso

Secador automático de manos o dispensador con toallas desechables

Toalla de cuerpo y de manos por huésped

Toalla de piso

Porta papel y papel higiénico Jabón en lavamanos

Camas de acuerdo a las dimensiones

Colchón Protector de colchón Sábanas

Cobija (s) Cubrecama o edredón Velador

Basurero Almohada(s) por plaza Teléfono

2 tomacorrientes Protector de almohada

Informativo del establecimiento Amenities

Información teléfonos de apoyo y emergencias

Cobija extra a petición del huésped Agua en la habitación

almohada extra a petición del huésped Portamaletas

Habitaciones para personas con discapacidad	<input type="checkbox"/> SI	Cuántas	<input type="text" value="1"/>
Calefacción mecánica y/o natural	<input type="checkbox"/> SI	Internet	<input type="checkbox"/> SI
Caja de seguridad en las habitaciones	<input type="checkbox"/> SI	Clóset y/o armario	<input type="checkbox"/> SI
Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación			<input type="checkbox"/> SI
Escritorio y/o mesa	<input type="checkbox"/> SI	Silla, sillón o sofá	<input type="checkbox"/> SI
Funda de lavandería	<input type="checkbox"/> NO	Lámpara luz de velador	<input type="checkbox"/> SI
Cortina completa y visillo	<input type="checkbox"/> SI		
Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto, Acondicionador			<input type="checkbox"/> SI
Otros amenities	<input type="text"/>		

2.2.6 Servicios disponibles para habitación

Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación		<input type="checkbox"/> NO
Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	<input type="checkbox"/> NO	
Servicio de primeros auxilios	<input type="checkbox"/> SI	
Formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers		<input type="checkbox"/> NO
Servicio de lavandería propio o contratado	<input type="checkbox"/> SI	
Servicio de planchado propio o contratado	<input type="checkbox"/> SI	
Silla de ruedas disponible para uso del huésped	<input type="checkbox"/> NO	
Cuna para bebé	<input type="checkbox"/> NO	Silla para bebé <input type="checkbox"/> SI

2.2.7 Proceso de mantenimiento y limpieza

Servicio diario de limpieza SI

2.3 Servicio de alimentos y bebidas

2.3.1 Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento		<input type="checkbox"/> SI
2.3.2 Número de mesas	<input type="text" value="16"/>	Plazas <input type="text" value="130"/>
Aforo antes de la pandemia	<input type="text" value="130"/>	Aforo actual <input type="text" value="39"/>
2.3.3 Servicios higiénicos para hombres	<input type="checkbox"/> SI	
Servicios higiénicos para mujeres	<input type="checkbox"/> SI	
Servicios higiénicos para personas con discapacidad		<input type="checkbox"/> SI
Facilidades para cambios de pañal	<input type="checkbox"/> NO	
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua		<input type="checkbox"/> SI
2.3.4 Condiciones básicas de limpieza e higiene		
Contenedores de desechos en áreas de uso común		<input type="checkbox"/> SI
Contenedores de desechos sólidos diferenciados		<input type="checkbox"/> NO
Aplicación de Buenas Prácticas de manufactura evidentes		<input type="checkbox"/> NO
Fichas de control de limpieza de baños		<input type="checkbox"/> SI

Fichas de control de limpieza de cocina	<input type="text" value="NO"/>	
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos		
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores	<input type="text" value="SI"/>	
Agua caliente y fría permanentes en cocina	<input type="text" value="SI"/>	
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos	<input type="text" value="SI"/>	
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos	<input type="text" value="SI"/>	
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento	<input type="text" value="SI"/>	
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos	<input type="text" value="SI"/>	
Áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). Área de comedor.	<input type="text" value="NO"/>	
Uso de PPS (implementos de seguridad)	<input type="text" value="SI"/>	
2.3.5 Prestación de servicio		
Platos a la carta	<input type="text" value="SI"/>	Menú del día <input type="text" value="NO"/>
Comida nacional	<input type="text" value="SI"/>	Gastronomía internacional <input type="text" value="SI"/>
Servicios de bebidas alcohólicas	<input type="text" value="SI"/>	Menú infantil <input type="text" value="SI"/>
2.3.6 Servicios y/o áreas complementarias		
Área de fumadores	<input type="text" value="NO"/>	Áreas inclusivas <input type="text" value="SI"/>
Sistemas de ambientación musical	<input type="text" value="SI"/>	Sillas para bebés <input type="text" value="SI"/>
2.4 Áreas recreativas y deportivas		
Sala de recepciones	<input type="text" value="SI"/>	
Aforo antes de la pandemia	<input type="text" value="60"/>	Aforo actual <input type="text" value="25"/>
Facilidades	<input type="text" value="SI"/>	Cuál <input type="text"/>
Juegos infantiles	<input type="text" value="SI"/>	Jardines <input type="text" value="SI"/>
Zona húmeda	<input type="text" value="SI"/>	Aforo <input type="text" value="80"/>
Servicios de zona húmeda	<input type="text" value="SI"/>	
3. Evaluación de gestión para la reactivación económica		
Exhibición de la misión de la hostería	<input type="text" value="NO"/>	
Exhibición de la visión de la hostería	<input type="text" value="NO"/>	
Promedio semanal de huéspedes antes del confinamiento	<input type="text" value="4"/>	
Promedio semanal de huéspedes a partir del fin del confinamiento	<input type="text" value="3"/>	
Promedio mensual de facturación por hospedajes antes del confinamiento	<input type="text" value="\$ 100.00"/>	
Promedio mensual de facturación por hospedajes después del confinamiento	<input type="text" value="\$ 0.00"/>	
Promedio mensual de facturación por servicio de alimentos y bebidas antes del	<input type="text" value="\$ 420.00"/>	

confinamiento		
Promedio mensual de facturación por servicio de alimentos y bebidas después del confinamiento		<input type="text" value="\$ 150.00"/>
Promedio mensual de facturación por uso de zona húmeda antes del confinamiento		<input type="text" value="\$ 320.00"/>
Promedio mensual de facturación por uso de zona húmeda después del confinamiento		<input type="text" value="\$ 120.00"/>
Promedio mensual de facturación por atención de eventos antes del confinamiento		<input type="text" value="\$ 600.00"/>
Promedio mensual de facturación por atención de eventos después del confinamiento		<input type="text" value="\$ 200.00"/>
Número de personas que laboraba antes del confinamiento		<input type="text" value="6"/>
Número de personas que labora desde el fin del confinamiento		<input type="text" value="4"/>
Orgánico funcional y de procesos		<input type="text" value="SI"/>
Cuenta con instructivos para el personal según el cargo		<input type="text" value="NO"/>
Disponen de perfiles de puesto		<input type="text" value="NO"/>
Procesos de inducción al nuevo personal		<input type="text" value="SI"/>
Plan de comunicación, promoción y publicidad		<input type="text" value="NO"/>
Base de datos de clientes	<input type="text" value="NO"/>	Objetivos de reactivación <input type="text" value="NO"/>
Estrategias para la reactivación	<input type="text" value="NO"/>	Tácticas <input type="text" value="NO"/>
Metas	<input type="text" value="SI"/>	Indicadores de logro <input type="text" value="NO"/>

**GUÍA PARA LA REVISIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DEL
PERFIL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Guananga Chuqui Wilmer Giovani
TEMA: "HOSTERÍAS Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST CONFINAMIENTO: CASO DE ESTUDIO HOSTERÍA QUINTA SPA EL ROSAL"
FECHA DE NOTIFICACIÓN DEL ACUERDO PARA SER EVALUADOR: 03 de JUNIO 2021

COMPONENTES	APROBADO	REPROBADO
Tema de Investigación: - Tiene correspondencia con los aprendizajes adquiridos en la carrera. - El trabajo a desarrollar se encuentra articulado con el perfil del egreso.	✓ ✓	
Justificación	✓	
Objetivos	✓	
Fundamentación técnico-científica	✓	
Metodología	✓	
Recursos	✓	
Cronograma	✓	
Bibliografía	✓	

CORRECCIONES SUGERIDAS
(Detallar los componentes reprobados y su respectiva corrección)

FECHA: 08/06/2021	FIRMA Firmado digitalmente por JOHANNA GABRIELA MONGE MARTINEZ Fecha: 2021.06.08 13:21:56 03'00'
PROFESOR EVALUADOR: Lic. Mg. Johanna Monge	