



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título
Profesional de Licenciado de Turismo y Hotelería**

TEMA

IDENTIFICAR LOS INDICADORES DE SERVICIOS PARA GARANTIZAR LA
CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE EN EL AREA DE RECEPCION DE UN
HOTEL 3 ESTRELLAS EN CAÑETE

AUTORA

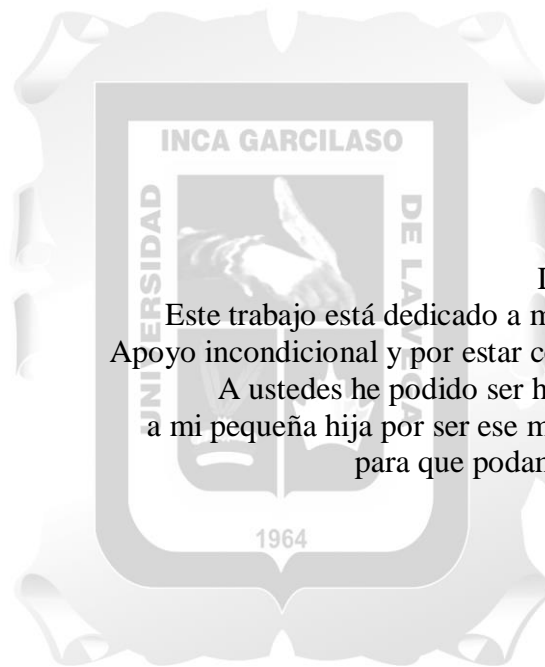
Mayra Isabel Montoya Vélez

ASESOR

Mag. Fiorella Sandoval Cabrejos
Dra. María Alejandra Rojas Rieckhof

Lima – Perú

2020



DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres, que gracias al Apoyo incondicional y por estar conmigo siempre, gracias A ustedes he podido ser hoy la persona que soy; y a mi pequeña hija por ser ese motor y darme las fuerzas para que podamos salir adelante juntas.

ÍNDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES	7
1.1. Descripción de la empresa o institución	7
1.1.1. Ubicación	7
1.1.2. Actividad	7
1.1.3. Misión, visión y valores	7
1.1.4. Organización	9
1.2. Descripción general de la experiencia	9
1.2.1. Actividad profesional desempeñada	9
1.2.2. Propósito del puesto	10
1.2.3. Producto o proceso que es objeto del informe	10
1.2.4. Resultados concretos logrados	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1. Teoría y práctica en el desempeño profesional	13
2.2. Descripción de acciones, metodologías y procedimientos	19
CAPÍTULO III: APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS	20
1.1. Aportes	20
1.2. Desarrollo de experiencia	20
CONCLUSIONES	22
RECOMENDACIONES	23
GLOSARIO	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
ANEXOS	28

RESUMEN

Gran Hotel Villa del Sur es un hotel de 3 estrellas, que ofrece diversos servicios en un mismo lugar, ellos como empresa buscan el crecimiento constante, y como hotel para poder ofrecer los mejores servicios y así puedan satisfacer las necesidades de requiera cada huésped.

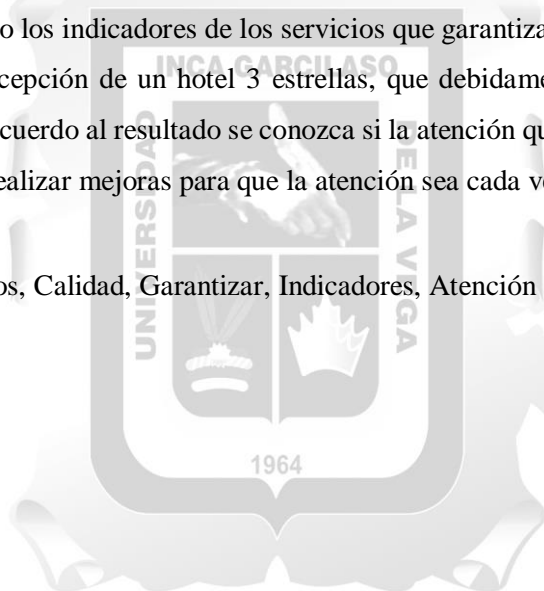
Mediante este trabajo se busca encontrar los indicadores de los servicios que se brinda para que puedan garantizar la calidad de su servicio en el área de recepción.

Lo que ellos requieren es identificar esos factores para que podamos mejorar el servicio que ya se viene brindando en la atención de sus huéspedes.

El problema que se llega detectar se da a conocer mediante la siguiente interrogante ¿De qué forma se puede identificar los indicadores de servicios para garantizar la calidad de atención al cliente en el área de recepción de un hotel 3 estrellas en san Vicente de cañete?

Luego de haber evaluado los indicadores de los servicios que garantizan la calidad de atención al cliente en el área de recepción de un hotel 3 estrellas, que debidamente se realizara mediante encuestas, para que de acuerdo al resultado se conozca si la atención que se brinda es la adecuada y de la misma manera realizar mejoras para que la atención sea cada vez mejor para el público.

Palabras claves: Servicios, Calidad, Garantizar, Indicadores, Atención



ABSTRACT AND KEYWORDS

“Gran Hotel Villa del Sur” is a 3-star hotel, which offers many services in one place. They, as a company, seek constant growth and, as a hotel, their goal is to offer the best attention, in order to satisfy the necessities of any guest.

Through this project, we seek to find the indicators of the services provided, so they can guarantee the quality of their service in the reception area.

What they require is to identify these factors, so that we can improve the attention that has already been provided to their guests.

The problem detected is made known by the following question: How can the service indicators be identified to guarantee the customer service quality, in the reception area of a 3-star hotel in San Vicente de Cañete?

There will be an evaluation of this indicators, which will be duly carried out through surveys so that, according to the results, it will be known if the service provided is adequate or if improvements are needed to make sure the attention is increasingly better for the public.

Keywords: Services, Quality, Guarantee, Indicators, Attention

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al artículo 45 de la Ley Universitaria donde hace referencia que para obtener el grado de título profesional es necesario realizar el informe de Trabajo de Suficiencia Profesional

El Gran Hotel Villa del Sur tiene como objetivo ser una empresa líder en el negocio de la hotelería, siendo reconocidos por la calidad de nuestro servicio y la orientación a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

El hotel brinda distintas actividades para los huéspedes y público en general, como los distintos talleres, entre ellos: natación, ping pong, baile, entre otros; asimismo los eventos que se puedan realizar en las instalaciones del hotel sean corporativos o sociales.

Me desempeñe en el área de recepción donde tenía como funciones la de proporcionar todo tipo de asistencia e información al cliente sobre el hotel, realizar el check in y el check out de los huéspedes, Mantengo el control de las habitaciones que están libres, reservadas, ocupadas o en mantenimiento; entre otras funciones que respectan a la recepción.

Se requiere la identificación de los indicadores de servicios para garantizar la calidad de atención al cliente en el área de recepción de un hotel 3 estrellas en Cañete, para así poder brindar un mejor servicio a todos los huéspedes.

En el tiempo que estuve laborando en el hotel, me pude dar cuenta que el personal que tiene el contacto directo con el cliente, no siempre brinda un buen servicio, debido a que no todos tienen vocación de servicio.

Asimismo, se busca un sistema para mejorar la atención que se brinda en el área de recepción, debido a que somos la carta de presentación para dicho Hotel.

Mediante diferentes encuestas durante la atención y al término de su estadía del cliente, se busca saber en qué se está fallando para de esa manera mejorar la atención que se brinda al cliente.

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

En este capítulo podremos dar a conocer sobre la empresa y la experiencia que se obtuvo al realizar las prácticas pre profesionales en el área de recepción.

1.1. Descripción de la empresa o institución

1.1.1. Ubicación

El Gran Hotel Villa del Sur se encuentra ubicado en Mz. B Lt. 7 Urb. Magisterial en la ciudad de San Vicente de Cañete al sur de Lima en el km. 144.

1.1.2. Actividad

El hotel se dedica al servicio de alojamiento y provee a los huéspedes, servicios adicionales como restaurantes, piscinas.

Brinda servicios para conferencias y reuniones en su local de recepciones para todo tipo de eventos, así como también a realizar distintas actividades como los talleres de ajedrez, natación, ping pong, baile, entre otros.

1.1.3. Misión, visión y valores

Misión:

Somos una empresa cañetana comprendida con la satisfacción de nuestros clientes, ofreciéndoles una experiencia única y siendo la excelente atención al cliente, nuestra carta de presentación. Desarrollamos nuestra actividad en un marco de compromiso con la sociedad y respeto al medio ambiente y a las leyes laborales.

Visión:

Trabajamos para posicionarnos como una organización líder en el negocio de la hotelería, siendo reconocidos por la calidad de nuestro servicio y la orientación a la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes, siempre bajo

estrictos criterios de rentabilidad, transparencia, protección del medio ambiente y compromiso social.

Valores:

- ORIENTACION AL SERVICIO

Siempre mejorando las necesidades que requieran nuestros clientes a través de un servicio proactivo, educado y amable.

- RESPETO

Trabajamos con contemplación y amabilidad hacia nuestros huéspedes, empleados y el medio ambiente.

- TRABAJO EN EQUIPO

Establecemos en la integración dentro de nuestras áreas de trabajo para efectuar cada uno de nuestros objetivos.

- COMPROMISO

Estamos dedicados a cumplir nuestra misión, valores y visión.

1.1.4. Organización

El Gran Hotel Villa del Sur cuenta con 4 tipos de organización de acuerdo a los cargos requeridos para la atención del hotel:

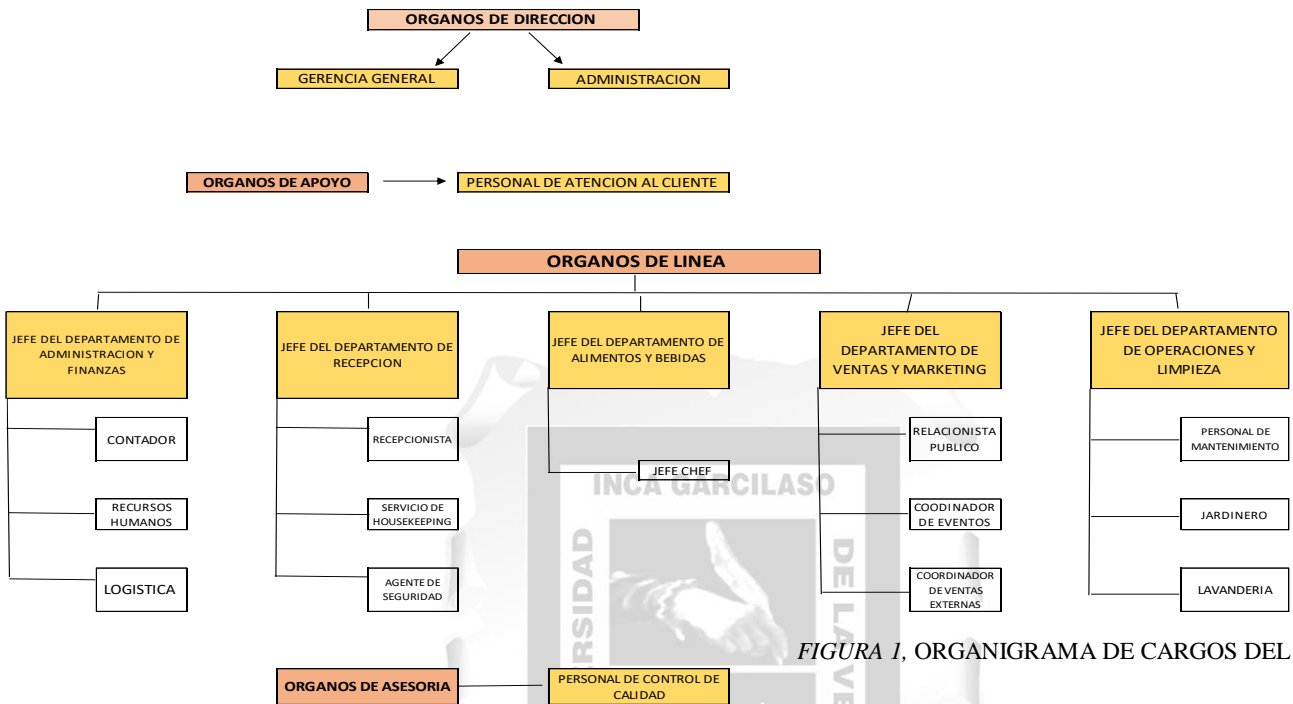


FIGURA 1, ORGANIGRAMA DE CARGOS DEL HOTEL, ELABORACION PROPIA

1.2. Descripción general de la experiencia

1.2.1. Actividad profesional desempeñada

El desempeño en el Gran Hotel Villa del Sur se realizó en el área de recepción donde se procesaban los check in y check out de los huéspedes, se brindaba información sobre las bondades que ofrece el hotel, asimismo la gestión de reservas y/o cancelaciones que se hace por teléfono o vía web, se tomar nota de los datos personales del cliente y se agenda la reservación, se procesan los recargos a la habitación sobre los consumos de los huéspedes dentro de las instalaciones del hotel.

1.2.2. Propósito del puesto

El propósito fue poder aplicar todos los conocimientos de los años de estudio, y a su vez el aprender toda la organización, planificación del funcionamiento que se realiza en el área de recepción y ver el flujo de atención que tiene un hotel de categoría 3 estrellas.

El Desempeñar y desarrollar la capacidad que se tiene, consiguiendo así excelentes resultados en el área designada; así como fue establecerse en una empresa que me otorgo estabilidad laboral.

Asimismo, pude adquirir experiencia en rubro del hotelería; para poder luego aplicar lo aprendido en cualquier centro de trabajo.

1.2.3. Producto o proceso que es objeto del informe



Figura 2, Flujograma del proceso de la atención al cliente, Elaboración Propia.

- Se identificarán los (Key Performance Indicator) KPI's de calidad según el proceso del hospedaje, es decir, se utilizará encuestas, filmaciones, recopilación de datos para determinar su nivel de satisfacción en su estadía dentro del Hotel, se evaluará el trato desde el primero eslabón del proceso "Registro del cliente" hasta poder lograr la fidelización del mismo.
- Asimismo, se buscará evaluar el compromiso de los colaboradores a través de preguntas directas o encuestas relacionas a las funciones que realizan, para saber que tan satisfechos están con su trabajo, ya que eso se notará en el servicio y este podría sufrir consecuencias.

- De acuerdo como lo explica el (International Standards Organization) ISO 9001, donde indica el sistema de gestión de calidad, para ello se puede implementar una plantilla que el huésped tendrá en su habitación para que realice su check in, de manera más rápida o para hacerlo de manera digital, teniendo así que implementar Tablets para el check in de manera electrónica.

TARJETA DE REGISTRO				Registro N°
	# Cuarto	Tipo de habitación	Fecha de llegada	Fecha de salida
				Tarifa
Nombre y Apellidos			Identificación	N° de Personas
Correo			Nacionalidad	Telefono
Acompañantes			Identificación	Lugar de Expedición
Dirección			Ciudad	País
Firma de cliente			Recepcionista	
Observaciones:				

1.2.3. Resultados

Se espera que se logre un 30% más eficiente y eficaz en la atención por redes sociales o página web.

Asimismo, que se cuente con una persona que pueda responder las solicitudes de los clientes en tiempo real, de ser necesario, realizar el primer contacto con el hotel para tratar las dificultades que se puedan presentar en el hotel, hasta llegar a la solución más adecuada.

Asimismo, se tiene como expectativa que este sistema ayude a agilizar el movimiento de los check in, y se logró reducir los tiempos de pausa laboral y/o cuellos de botella en dicha gestión.

Se busca desarrollar un seguimiento administrativo mensual, con el fin de controlar y supervisar las tareas de gestión de calidad, para priorizar alguna actividad en retraso en su debido momento y tomar las medidas correctivas oportunas.

Se contratará personal capacitado para motivar y estimular sus habilidades funcionales en cuanto a sus roles laborales, la satisfacción del cliente y el éxito en sinergia con la entidad, ya que el objetivo es lograr los más altos niveles de calidad del Hotel en mención.

Deseamos lograr una presencia de marca importante a nivel nacional con visión de extender otras sucursales a otras provincias de nuestro país.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Teoría y práctica en el desempeño profesional

2.1.1. CALIDAD DE SERVICIO

La calidad no es un concepto nuevo, es aquel que siempre a existido; pero que con el tiempo ha ido evolucionando, cuando se habla de calidad se refiere a la prestación de un servicio brindado. Por lo tanto, la calidad es aquel circunstancia que depende de las experiencias que haya obtenido el cliente en el establecimiento. (García, 2001).

Saleh y Ryan (1991), refiere que:

Calidad de servicio en la hotelería. Los autores parten de la base de que los componentes del servicio están divididos en tres componentes. Para los autores la calidad física (técnica) son los componentes visibles del establecimiento hotelero. La calidad interactiva (funcional) que sería la relacionada con la forma en la que se presta el servicio, la atención al cliente, el saludo, etc. La imagen del hotel se correspondería con la tercera categoría de la calidad de servicio y sería la consecuencia de los dos primeros componentes – calidad física y calidad interactiva– así como de las acciones comerciales y de comunicación que haya realizado el establecimiento hotelero. Los autores indican que la dimensión interactiva es la dimensión más importante, pese a que la calidad física es una condición necesaria para la calidad de servicio, las reacciones del personal ante las posibles deficiencias del servicio (calidad interactiva) resultan claves en la calidad de servicio percibida por el cliente.

Zeithaml y Bitner (2009, p.11).

“Es el nivel de excelencia que la empresa ha logrado alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Característica que se atribuye a todas aquellas cosas que representan excelencia, eficacia y efectividad”

“La calidad es la capacidad que tiene un sistema para elaborar de manera confiable y sostenida en el tiempo, a un determinado nivel establecido; en una organización de servicios”. Domínguez (2006, p. 47).

Varo (1994), “Establece que la calidad recibida sería un antecedente de la satisfacción y ésta sería importante pues ayudará para reforzar la percepción de la calidad admitida.”

Para Kotler (2001, p. 464), refiere que:

Un servicio es aquel acto o desempeño que cada persona debe ofrecer a otra persona, teniendo en cuenta la producción que puede estar ligada o no a la de un bien físico.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE):

La satisfacción “Es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda.

Kotler y Armstrong (2009), definen que el agrado de los clientes es el nivel en el desempeño realizado de un producto o servicio que se oriente con las perspectivas del consumidor.

Kotler y Armstrong (2009), “describe al cliente o usuario como la persona que trae sus necesidades para que sean satisfechas, la labor es conocerlas y satisfacerlas para satisfacción de él y de la empresa, por tanto: El usuario es el individuo más importante para la institución. El usuario no depende de la institución, sino la institución depende de él”.

Según Oliver (2009, p.40) define que: “Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente”. El concepto de satisfacción, se ha variado a lo largo del tiempo como un avance de investigación, resaltando diversos aspectos y modificando su concepto. Satisfacción, es la apreciación que tiene el cliente respecto al servicio que se le brinda, y si este cumple con sus expectativas. La satisfacción del cliente contribuye en las características específicas del servicio y las representaciones de la calidad, También se trabaja sobre la satisfacción de las respuestas del cliente.

“La afinidad de necesidades conforma un punto de partida para luego se brinde un producto o servicio que cumplan con requisitos y especificaciones para una mejor calidad de servicio”. (Dale, B. G., Van Der Wiele, T., & Van Iwaarden, J., 2007).

“Se puede deducir que el riesgo que percibe el cliente cuando adquiere un servicio es mayor que lo percibido en la compra de un producto, formando así la fidelidad el cliente”. (Zeithaml, 1981).

2.1.2. ATENCION AL CLIENTE

Frederick (2008), expone que:

Los clientes quieren más atención personalizada e individualizada. Que sus expectativas han aumentado conforme se ha ido desarrollando tecnología. “Manejo de relaciones con el cliente”, describe las estrategias que el Internet ha hecho posible para hacerlo más eficiente como el uso de programas tales como: Descuentos, cupones y esquemas que están de moda.

Glasgow (2005), indica que:

El servicio al cliente va dirigido a los colaboradores y gerentes, los colaboradores son capacitados, todo esto reflejándolo en el trato que brindan a los clientes. Si el personal está insatisfecho o mal capacitado probablemente no brinde una buena atención al cliente.

Cerecer (2008), menciona que:

Definitivamente no existen clientes pequeños. Cada cliente cuenta con grandes áreas de oportunidad de crecimiento. También es importante que, como comunicadores tomen en cuenta que una empresa en crecimiento generalmente cuenta con muchos puestos, con agendas repletas de actividades que buscan brindar la mejoría en el servicio de atención al cliente.

Kotler y Armstrong (2009), “la calidad tiene un impacto directo sobre el desempeño del servicio y la atención al cliente”.

Lehtinen(1983), refiere que:

La atención al cliente es una actividad o una serie de actividades que generan de satisfacción a los consumidores, que se produce como resultado de la interacción entre los clientes y una persona.

Bloom(1984) y Kotler(1988), “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede estar, o no, vinculada a un producto físico.”

Parasuraman, Zeithaml y Berry(1985), “Por definición, la atención al cliente es el primer lugar donde se le brinda un buen servicio al cliente. Mientras que los artículos son objetos, los servicios son realizaciones”.

Collier(1987), “El servicio y la atención al cliente con la actividad principal o complementaria que no produce directamente un elemento físico, es decir, es la parte no tangible de la transacción entre el comprador (cliente) y el vendedor (proveedor)”.

En hotelería la complicación aumenta, debido a que las funciones se realizan durante las veinticuatro horas del día y durante todo el año, a favor de los hoteles que laboran solo en temporada. Asimismo, los empresarios enseñan que la calidad otorga reconocimiento y confiabilidad a sus distintos servicios, mientras que las respuesta a las necesidades de los clientes debe ser fácil, siendo la integración de la tecnología, la innovación, los recursos humanos y la calidad del cambio organizacional que permita mantener una ventaja competitiva (Abdel y Romo, 2004; Martínez y Rosenfeld, 2012; Mathison, Gandara, Primera y García, 2007; Lombardo, 2010; Wallingre, 2005; Lillo, Ramón y Sevilla, 2007). Tal como señala Wallingre (2005: 7), “la incorporación y el alto y buen uso de las nuevas tecnologías centradas en el cliente permitirán brindar una atención al cliente más eficaz, más rápido, de mayor calidad”.

(Pino, 2011), agrega que:

Mejorar la posición competitiva de una organización debe ser el resultado de políticas, estrategias y acciones coherentes entre sí. Al ser el consumidor lo más importante, el proceso inicia a partir de este, y la medición de sus necesidades es la manera de poder conocerlo y ofrecerle lo que realmente desea.

“Cuando los indicadores no están claramente definidos, la gestión es guiada por la subjetividad, es decir, por la percepción del líder”. (Pino, 2011: 216), “Los hoteles que quieran posicionarse deben obtener mejores resultados en términos económicos, ya que no posee la capacidad para enfrentarse exitosamente a la creciente complejidad del entorno y a las exigencias de la sociedad” (Pino, 2011: 216).

La norma (Organización Internacional de Normalización) ISO 9001:2008, en el punto 5.2., especifica: “La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinen y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente”.

“Para poder complacer a los clientes, la gerencia tiene que trabajar para conocer sus expectativas. Si las prestaciones de los productos y servicios son inferiores a lo que el cliente esperaba, no estará satisfecho. En cambio, si las prestaciones exceden las expectativas, el cliente se encontrará muy satisfecho, permitiendo que se obtenga un cliente fidelizado”. (Kotler, 2003:236).

Boullón (2003):

Afirma que la calidad no solo puede ser la percibida por el contacto con cualquier elemento de la empresa (física y ambiental), sino que también se da a través del contacto humano. Sugiere determinar si el momento de la verdad se distingue en la cara humana del servicio o en la cara física o ambiental (es decir atributos, como por ejemplo, el aspecto exterior, la decoración, el mantenimiento, el aseo, etc.). Para poder ofrecer una mejor atención al cliente se requiere controlar cada momento.

“El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, solo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento, y a partir de ello califica la calidad y la atención del servicio”. (Boullón, 2003).

2.1.3. SISTEMAS DE GESTION DE LA CALIDAD

“Un Sistema de Gestión de Calidad significa organizar una serie de elementos como procesos, manual de la calidad, instrucciones de trabajo, plan de capacitación, registros de la calidad, etc., todos trabajando en equipo para producir bienes y servicios de la calidad solicitada por los clientes”. Según Rojas Vásquez (2000).

(Pardo, 2008, pág. 177), refiere que:

En la implementación del Sistema de Gestión de Calidad, es importante la Competencia del personal, Pardo dice que para confirmar el desarrollo eficaz, la implementación y la mejora del Sistema de Gestión, es necesario delegar responsabilidades al personal. Uno de los principales de la gestión es la colaboración del personal. El desarrollo de una buena organización

requiere de un ambiente donde se fomente en cada momento el trabajo en equipo.

Pardo también nos dice que siempre que se piensa implementar un Sistema de Gestión, es necesario la planificación operacional, (Pardo, 2008, pág. 177): La organización debe incrementar y proyectar programas para lograr los objetivos y las metas organizacionales. Asimismo uno de los Sistemas de Gestión para mejorar la calidad *según Fick y Ritchie (1991)*, refiere que:

“Calidad de servicio en la industria turística. Los autores se recomendaron realizar una aplicación del instrumento SERVQUAL a la industria turística (tomaron como negocios las líneas aéreas, hoteles, restaurantes). Los objetivos que plantearon fueron que realizar un estudio usando las encuestas, entrevistas debido a que teniendo así los resultados del estudio aplicado, se podría tomar en cuenta que cual sería el déficit que se tiene, y así poder sugerir o realizar mejoras y modificaciones, a su vez realizando estas mejoras podríamos lograr que el tengamos la confianza de los clientes que van tener el mejor servicio, y la seguridad que el nivel de confianza que los empleados transmiten a los clientes, teniendo en cuenta que siempre tendrá la prontitud de las respuestas de las dudas que se tenga por parte del cliente.”

Según Catillo Pinzón, 2010, (pág.58) Una parte importante en el Sistema de Gestión es aquel que involucra la alta dirección sobre el nivel de compromiso que se pueda obtener de la organización para eludir cualquier contratiempo (accidentes y enfermedades), para así mejorar la calidad de los trabajadores y su motivación de estos.

López Carrizosa, 2009, (pág.109), nos dice que la Mejora Continua es uno de los objetivos importantes del Sistema de Gestión de Calidad debido que los clientes llegan a ser más exigentes y se encuentra en el mercado muchas propuestas para escoger, por ello la organización tiene la responsabilidad hacia los interesados y ver que el desempeño se realice de forma satisfactoria.

2.2.Descripción de acciones, metodologías y procedimientos

En mi experiencia en el Gran Hotel Villa del Sur, era la primera persona que tenía el contacto de forma personal y directa, realizaba los check in y check out, les brindaba la información que requería el cliente, sea asignación de habitaciones, información turística, posibles quejas, entre otras; y a su vez se atendía las reservas que se realizaban por teléfono.

Asimismo, me preocupaba por que mi atención y los servicios brindados para el cliente llenen sus expectativas y de esa manera puedan volver al establecimiento y a su vez pueda recomendarnos.

Cabe mencionar, que en mi calidad de colaboradora, he rescatado todas las experiencias posibles dentro de mi jornada laboral, teniendo en cuenta que ante todas las posibles adversidades debía mantener la paciencia, como habilidad principal para poder proponer y desarrollar soluciones que puedan aportar a los clientes y/o huéspedes.



CAPÍTULO III: APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS

3.1. Aportes

Lo que se busca es mejorar y acelerar los procesos cuando se tiene mucha demanda que son en los días que el hotel tiene una alta demanda, de acuerdo a los estudios para mejorar la calidad en el área de recepción.

Se podría implementar un sistema para el check in de los huéspedes a través de la página web, y que la cartilla de los datos lo puedan llenar ellos mismo desde la comodidad de su habitación o por la página web.

Asimismo, se implementaría un espacio donde exista una persona que pueda indicar a los huéspedes las actividades que hay para hacer en la ciudad de Cañete, brindando así una atención turística personalizada.

Al buscar que los distintos procesos sean de manera más rápida, logramos que así no exista ninguna incomodidad con el cliente por el tiempo de espera, y de esta forma la recepción estaría encargada de los consumos que el cliente realice dentro de su estadía, y se tendría una atención más personalizada.

3.2. Desarrollo de la experiencia

Mi experiencia en el hotel fue productiva, me ayudo a que pueda aprender sobre el manejo de tener un control de los movimientos del cliente, de darle siempre una buena información antes y durante su estadía, pero esto también me sirvió para poder darme cuenta que existía un déficit en la calidad del servicio que no todos los clientes se encontraban satisfechos, cuando llegaban a las instalaciones nos hacían llegar algunas veces sus molestias porque no obtenían la información requerida que solicitaban por la página web o las redes sociales, otras de los inconvenientes que pude observar, es que cuando se realizaban eventos sociales en las instalaciones del Hotel , donde todo el personal estaba muy pendiente de dicho evento, poco era el interés por las personas que estaban hospedadas y que no participan de estas.

Muchas de las veces que se tenían este tipo de eventos sociales, pedían que les cambien de habitaciones por el ruido que se generaba del evento y que terminaban a altas horas de la noche.

Esto me permitía ver los errores que tenía el servicio y que era por la falta de capacitación al personal .



CONCLUSIONES

En la actualidad, cada vez existen más avances tecnológicos que ayudan a los hoteles a mejorar su calidad del servicio en el Área de Recepción

- El hotel no cuenta con un botones, para que brinde con el servicio de ayuda al huésped con las maletas hacia su habitación.
- El presente proyecto tiene como finalidad, ser presentado ante el Gerente del Hotel Villa del Sur ubicado en Cañete, para una próxima adaptación a su proceso de negocio y así se pueda potenciar la calidad del servicio.
- Teniendo en cuenta el impacto mundial en cuanto a la covid 19, crisis que ha sacudido a varios países y afectando en primera línea a nuestro turismo tanto externo como interno, esperamos que este panorama de incertidumbre culmine pronto, ya que en nuestro escenario actual nuestra economía peruana se encuentra afectada, ya que tanto como para los ofertantes y consumidores muchas actividades económicas no pueden realizarse.
- Esperamos que el dueño del Hotel, muy a pesar de estar atravesando los nuevos desafíos de negocio en cuanto a su economía, esperamos que el gobierno lo haya beneficiado con beneficios, bonos u otorgando “reactiva Perú” para que pueda sostener su negocio, cuidar a sus colaboradores e implementar las plataformas o soluciones necesarias para emprender dentro de su línea de negocio; que es el “Turismo”.
- Se visualiza que el Personal que tiene contacto directo con el cliente no cuenta con Idiomas Extranjeros, se busca potenciar a los colaboradores tales como Inglés, francés, que son los Idiomas de mayor concurrencia en el Hotel.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un sistema de calidad que pueda ser medido constantemente, analizando las normas y procedimientos que se dan en el área de recepción. Una vez que se tenga las normas y procedimientos, se recomienda documentarlas para que se pueda aplicar y modificar de ser necesario por los colaboradores de acuerdo a la realidad y situación en la que se encuentren.
- Se recomienda realizar con las capacitaciones a los colaboradores para que puedan saber cuáles son sus funciones y que deben hacer en cada situación, pero también es necesario utilizar estrategias de motivación hacia a los colaboradores para mejorar su rendimiento laboral.
- Se recomienda utilizar estrategias de manejo de estrés, para que los colaboradores siempre se muestren con una sonrisa, predisuestos a servir en todo momento a los clientes.
- Se recomienda para el área de recepción la creación de un book con los procesos de bienvenida, solución de problemas, quejas, venta y atención al cliente. Eso mejorará los procesos y el tiempo del cliente en la recepción así mismo el resultado final será siempre el mismo ya q se trabajará con un solo proceso ya estandarizado.
- Se recomienda que el personal de recepción esté capacitado con diferentes idiomas los más importantes inglés, francés, eso hará que el cliente se sienta tranquilo hablando el mismo idioma, es más llegará a utilizar más servicios del hotel.
- Se requiere la incorporación de pantallas táctiles, que ayuden a evitar colas en el mostrador de la recepción y así se ofrezcan nuevas alternativas a los clientes.
- Desarrollando un programa de incentivos para el personal del Área de Recepción.

- Tener siempre disponible a un Botones para que ayude inmediatamente al huésped con sus cosas, así mismo el botones tiene que estar capacitado para cada pregunta que haga el huésped, como por ejemplo ¿a qué hora se sirve el desayuno?, ¿Dónde quedan los servicios higiénicos?, ¿dónde se encuentra el bar?, y distintas otras preguntas que pueda realizar el cliente.
- Darles e informarles a los colaboradores un conocimiento total de todos los productos o servicios extras del hotel, para que puedan ofrecer un buen servicio al cliente, y así el cliente se sienta satisfecho al saber que el hotel tiene más de los que el esperaba y todo en un solo lugar.



GLOSARIO

- KPI's : Key Performance Indicator, indicador clave de desempeño.
- ISO : International Standards Organization, es una organización para la creación de estándares internacionales compuesta por diversas organizaciones nacionales de normalización.
- Up Selling : Servicio de venta adicional
- Cross Selling: Es una técnica de ventas muy extendida en el comercio electrónico.
- Bondades: Disposición natural de hacer lo correcto.
- Flujo: Acción y resultado de fluir.
- Recopilación: Resumen o reducción breve de una obra o un discurso.
- Eslabón: Es importante tener en cuenta que el uso de eslabón no solo alude a un objeto físico: también puede emplearse de manera simbólica para referirse a aquello que permite enlazar acciones.
- Fidelización: Fidelización es el acto y la consecuencia de fidelizar: lograr que los clientes o los trabajadores de una compañía mantengan la fidelidad hacia ella.
- Eficiente: Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción.
- Sinergia: Es la acción de dos o más causas que generan un efecto superior al que se conseguiría con la suma de los efectos individuales.
- Productiva: La productividad es un concepto que se refiere en relación entre la cantidad de productos obtenida mediante un sistema productivo y los recursos empleados en su producción. En este sentido, la productividad es un indicador de la eficiencia productiva.
- Déficit: Es aquella situación que se genera cuando hay escasez de algo necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Las Referencias bibliográficas son obligatorias porque se requieren para el marco teórico del informe. Hacer uso de las Normas APA.

- García. 2001.
- Saleh y Ryan (1991).
- Zeithaml y Bitner (2009, p.11).
- Domínguez (2006, p. 47).
- Varo (1994),
- Kotler (2001, p. 464)
- Real Academia Española (RAE)
- Kotler y Armstrong (2009)
- Oliver (2009, p.40)
- Dale, B. G., Van Der Wiele, T., & Van Iwaarden, J., 2007.
- Zeithaml, 1981
- Frederick (2008)
- Glasgow (2005)
- Cerecer (2008)
- Kotler y Armstrong (2009)
- Lehtinen(1983)
- Bloom(1984) y Kotler(1988)
- Parasuraman, Zeithaml y Berry(1985)
- Collier(1987)
- (Abdel y Romo, 2004; Martínez y Rosenfeld, 2012;Mathison, Gandara, Primera y García, 2007; Lombardo, 2010; Wallingre, 2005; Lillo, Ramón y Sevilla, 2007).
- Wallingre (2005: 7)
- Pino (2011)
- Pino, 2011: 216.
- La norma (Organización Internacional de Normalización) ISO 9001:2008, en el punto 5.2.
- (Kotler, 2003:236).
- Boullón (2003)

- Rojas Vásquez (2000)
- Pardo, 2008,(pág. 177).
- *Fick y Ritchie (1991)*
- Catillo Pinzón, 2010, (pág.58)
- López Carrizosa, 2009, (pag.109).



ANEXOS



TIPOS DE HABITACIONES:

Regulares
Hermosa habitación para personas solas o de viaje de trabajo.

La habitación cuenta con:

- 1 cama dos plazas
- welcome drink
- Room service
- Capacidad para 1 persona

RESERVACIONES

Habitaciones dobles
Cómoda habitación para amigos, turistas o personas en viaje de negocios.

La habitación cuenta con:

- 2 camas 1,5 plazas
- welcome drink
- TV cable - señal wifi
- 2 piscinas

RESERVACIONES

Habitaciones familiares
Gran habitación para disfrutar con toda la familia.

La habitación cuenta con:

- 1 cama de 2,5 plazas
- 2 camas 1,5 plazas

Suite matrimonial
Espléndida suite para darle a tu pareja una noche de ensueño.

La habitación cuenta con:

❖ **INSTALACIONES:**



Restaurante

[ver más](#)



Bar

[ver más](#)



Karaoke

[ver más](#)

Universidad Inca Garcilaso de la Veg





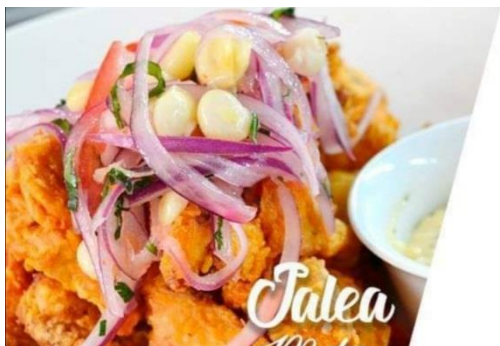
Vive
La Experiencia

EN EL MEJOR LUGAR
RESERVA AHORA

Gran Hotel Villa Del Sur
Servicio de Hotelería, Restaurant, Bar, Espectáculos, Salón de Conferencias, Eventos Sociales, Eventos Corporativos, Karaoke, Talleres De Verano.

Estamos Ubicados:
Urb. Magisterial - Mz. B Lote 7
San Vicente (Km 128.89)
15701 Cañete, Lima, Peru

Contáctanos:
01 284 7711



INCA GARCILASO

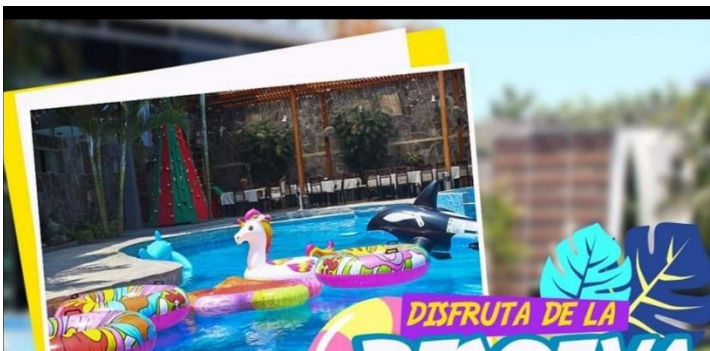
GRAN HOTEL VILLA DEL SUR
"EL MEJOR LUGAR"

GRAN HOTEL VILLA DEL SUR
CANETE PERU
★ ★ ★

TODO EN UN SOLO LUGAR
¡VIVE LA EXPERIENCIA!

Piscinas, Restaurante, Bar, Karaoke,
Juegos de Mesa, Desayuno, welcome
drink, room service y mucho mas:

- ✓ Salón de conferencias y eventos
- ✓ Espectáculos de primer nivel
- ✓ Buffet y celebraciones especiales



INCA GARCILASO

GRAN HOTEL
VILLA DEL SUR
CASTILLO PERU

Disfruta del Verano en el mejor lugar

Urb. Magisterial MzB Lt.8 - San Vicente - Cañete / Reservas : 2847711 - 998454244

The advertisement features a vibrant scene of a swimming pool at Gran Hotel Villa del Sur. People are seen enjoying the water with various inflatable toys, including a large shark and several colorful rings. A circular inset shows a plate of fresh seafood, and another circular inset shows a smiling family of four. The background is a bright blue sky with white plus signs. The text 'Disfruta del Verano en el mejor lugar' is written in a playful, orange font. At the bottom, contact information is provided in a yellow banner.