



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: Ingeniería en Administración de Empresas – Hotelería y Turismo

TEMA: Propuesta para un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, basado en la norma ISO 9001-2008.

AUTOR: Santiago Esteban Jara Román

TUTOR: Magister Aníbal Gonzalo Fuentes Moreno

2014

DEDICATORIA

Dedicado al Señor Jesús, quien me ha brindado la oportunidad de culminar la carrera con miras de alcanzar la titulación y así poder continuar con mi formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, mediante su esfuerzo y apoyo incondicional me han brindado aliento para poder finalizar la carrera y el presente trabajo.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA

El presente estudio sobre: PROPUESTA PARA UN PLAN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO PARA EL HOTEL AJAVÍ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, BASADO EN LA NORMA ISO 9001-2008; realizado por el estudiante Sr. Santiago Esteban Jara Román, perteneciente a la carrera de Administración de Empresas mención Hotelería y Turismo, en su totalidad son originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad académica y legal del autor.

Santiago Esteban Jara Román
100291538-5

Julio 2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de graduación certifico:

Que el trabajo realizado para la titulación: Propuesta para un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, basado en la norma ISO 9001-2008; presentado por el Sr. Santiago Esteban Jara Román de la carrera de Administración Hotelera y Turística reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de grado, que se designe para su correspondiente estudio y calificación.

Tutor

Magister Aníbal Gonzalo Fuentes Moreno

170800715-6

Julio 2014

INTRODUCCIÓN

Imbabura ha sido considerado un lugar turístico de grandes atractivos naturales, culturales y patrimoniales, dueña de un clima incomparable a la cual arriban viajeros de diferentes lugares, además de ser una provincia con diferentes modelos culturales llenos de contrastes debido a que posee una enorme variedad étnica en sus diferentes cantones.

El hotel Ajaví ubicado en esta paradisiaca provincia desde su inicio se ha dedicado a brindar servicios de alojamiento a visitantes de corta y larga estadía, teniendo como principal objetivo llegar a ser uno de los mejores hoteles de la provincia con servicios de calidad.

El término calidad engloba aspectos concernientes a la cultura de servicio y el buen servicio, es así que en la actividad turística como en cualquier otra actividad generadora de ingresos económicos, lo primordial es producir productos y servicios que satisfagan por completo al usuario.

Clientes más exigentes y el incremento de la competencia en el mercado, son las circunstancias adecuadas para la innovación, aumento de la calidad y mejora continua.

De tal manera se propone examinar y definir la cultura de servicio, diagnosticar la situación actual del hotel para la implementación de un plan de gestión de calidad y así fundamentar teóricamente los contenidos correctos para la elaboración e implementación de la propuesta.

Con el producto final, es decir, el manual de gestión de calidad en el servicio basado en la norma ISO 9001-2008, el establecimiento obtendrá un instrumento para la estandarización de procesos, mayor eficiencia organizacional y alcanzar una ventaja competitiva frente a otras empresas que se desenvuelven en el mismo ámbito y provincia.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio que se ha realizado en Imbabura Turística Imbaturis C.A. "Hotel Ajaví" tiene como objetivo brindar a la institución y a sus empleados un manual de gestión de la calidad en el servicio, herramienta fundamental de trabajo para encontrarse en la capacidad para proveer de forma coherente productos/servicios que satisfagan los requisitos del cliente.

Los contenidos del presente estudio se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo 1.- en la primera parte se aborda el tema teórico el cual es la base con la que se desarrollara el estudio, aspectos referentes al turismo, hotelería, gestión de la calidad, Norma ISO 9001-2008, administración y la cultura del servicio. De la misma manera se revisan los términos y su significado, con los que se van a trabajar, así como también referencias sobre el tema y se revisa el aspecto legal bajo el cual se encontrará la propuesta.

Capítulo 2.- en la segunda parte se levanta un diagnóstico sobre la situación actual de la empresa englobando aristas como el macroentorno y sus factores: político, económico, social, tecnológico y ambiental. Continuando con el microentorno, es decir el lugar en el cual se localiza el objeto del estudio e implementación del proyecto.

Capítulo 3.- viene a ser la propuesta en sí, en este orden se presenta el manual y su contenido, el cual consta de los siguientes temas: portada, índice, registro de actualizaciones, introducción, objeto y campo, normas de referencia, términos y definiciones, sistema de gestión de calidad, responsabilidad de los recursos, gestión de recursos, realización del producto, medición, análisis y mejora finalizando con revisión, control y archivo. De igual manera la ingeniería del proyecto.

Conclusiones y recomendaciones.

Bibliografía.- en donde se detalla las fuentes consultadas.

Anexos.- donde se presentan los formularios para la revisión, control y archivo.

Índice general

Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Autoría	III
Aprobación del tutor	IV
Introducción	V
Resumen Ejecutivo	VI
Índice general	VII
Presentación	XV
Objetivo general	XVII
Objetivos específicos	XVII
Justificación teórica	XVIII
Justificación metodológica	XVIII
Justificación práctica	XVIII

Capítulo 1

Fundamentación teórica	
1.1 Marco Teórico	1
1.2 Marco Conceptual	9
1.3 Marco Referencial	12
1.4 Marco Legal	14

Capítulo 2

Diagnóstico de situación actual del hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	
2.1 Macroentorno	16
2.1.1 Factor Político	16
2.1.2 Factor Económico	17
2.1.3 Factor Social	19
2.1.4 Factor Tecnológico y Ambiental	20
2.1.4.1 Factor Tecnológico	20

2.1.4.2 Factor Ambiental	21
2.2 Microentorno	22
2.2.1 Ciudad de Ibarra	22
2.2.2 Recursos Turísticos de Ibarra	25
2.3 Investigación Exploratoria	29
Encuesta	29
2.3.1 Encuesta Tipo	30
2.3.2 Resultados	39
2.4 Análisis FODA	39
2.4.1 Análisis Interno del Hotel Ajaví	39
2.4.1.1 Fortalezas	39
2.4.1.2 Debilidades	40
2.4.2 Análisis Externo del Hotel Ajaví	40
2.4.2.1 Oportunidades	40
2.4.2.2 Amenazas	41
2.5 Análisis de Impacto	41
2.5.1 Análisis de impacto de fortalezas y debilidades	41
2.5.2 Análisis de impacto de oportunidades y amenazas	42
2.6 Matriz Ofensiva	42
2.6.1 Objetivos corporativos ofensivos	43
2.7 Matriz Defensiva	43
2.7.1 Objetivos corporativos defensivos	44
2.8 Matriz Adaptativa	45
2.8.1 Objetivos corporativos adaptativos	45
2.9 Matriz de Supervivencia	45
2.9.1 Objetivos corporativos de supervivencia	46
2.10 Planes de acción	47

Capítulo 3

Propuesta	56
3.1 Propuesta para un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, basado en la norma ISO 9001-2008	56

Contenido del Sistema de Gestión de la Calidad	57
Registro de Actualizaciones	58
0. Introducción	59
0.1 Distribución	60
0.2 Lista de control de distribución	60
0.3 Presentación de la documentación	61
0.3.1 Quiénes somos	61
0.3.2 Visión	62
0.3.3 Misión	62
1. Objeto y campo de aplicación	62
1.1 Generalidades	62
1.2 Aplicación	63
1.3 Exclusiones	63
2. Normas de referencia	63
3. Términos y definiciones	63
4. Sistema de Gestión de Calidad	66
4.1 Requisitos generales	66
4.2 Requisitos de la documentación	75
4.2.1 Generalidades	75
4.2.2 Manual de calidad	75
4.2.3 Control de documentos	76
4.2.4 Control de los registros	77
4.2.5 Copias electrónicas	77
5. Responsabilidad de la dirección	78
5.1 Compromiso de la dirección	78
5.2 Enfoque al cliente	78
5.3 Política de la calidad	79
5.4 Planificación	81
5.4.1 Objetivos de la calidad	81
5.4.2 Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad	81
5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación	82
5.5.1 Responsabilidad y autoridad	82
5.5.2 Representante de la dirección	85
5.5.3 Comunicación interna	85

5.6 Revisión por la dirección	85
5.6.1 Generalidades	85
5.6.2 Información para la revisión	86
5.6.3 Resultados de la revisión	87
6. Gestión de recursos	87
6.1 Provisión de recursos	87
6.2 Talento humano	87
6.2.1 Generalidades	87
6.2.2 Competencia	87
6.3 Infraestructura	88
6.4 Ambiente de trabajo	89
7. Realización del producto/servicio	89
7.1 Planificación de la realización del producto/servicio	89
7.2 Procesos relacionados con el cliente	90
7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto/servicio	90
7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto/servicio	91
7.2.3 Comunicación con el cliente	91
7.3 Diseño y desarrollo	91
7.4 Compras	91
7.4.1 Proceso de compras	91
7.4.2 Información de las compras	93
7.4.3 Verificación de los productos comprados	93
7.5 Producción y prestación del servicio	93
7.5.1 Control de la producción y servicios	93
7.5.2 Validación de los procesos de la producción	94
7.5.3 Identificación y trazabilidad	103
7.5.4 Propiedad del cliente	103
7.5.5 Preservación del producto/servicio	103
7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición	104
8. Medición, análisis y mejora	104
8.1 Generalidades	104
8.2 Seguimiento y medición	105
8.2.1 Satisfacción del cliente	105
8.2.2 Auditoría interna	105

8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos	106
8.2.4 Seguimiento y medición del producto	106
8.3 Control de producto no conforme	107
8.4 Análisis de datos	107
8.5 Mejora	108
8.5.1 Mejora continua	108
8.5.2 Acción correctiva	108
8.5.3 Acción preventiva	109
3.2 Diseño del manual	110
3.2.1 Ingeniería del proyecto	110
3.2.2 Portada	111
3.2.3 Contraportada	111
3.2.4 Diseño de página	112
3.2.5 Separador	112
3.3 Cedula presupuestaria	113
3.4 Buenas prácticas ambientales del Hotel Ajaví	114
4. Conclusiones y Recomendaciones	137
4.1 Conclusiones	137
4.1 Recomendaciones	138
5. Bibliografía	139

Índice de anexos del manual de calidad en el servicio

Anexo 1	
Lista maestra de documentos (HAF-LMD-01)	
Anexo 2	
Lista maestra de documentos externos (HAF-LME-01)	
Anexo 3	
Flujo de procedimientos	
Anexo 4	
Lista maestra de registros (HAF-LMR-01)	
Anexo 5	
Norma/Sección	
Anexo 6	
Requisición de materiales (HAF-OP-001)	
Anexo 7	

Registro de acciones preventivas	
Anexo 8	
Informe de acciones correctivas	
Anexo 9	
Identificación de proveedores	
Anexo 10	
Mantenimiento de maquinaria y equipos	
Anexo 11	
Lista de chequeo para instalación (HAF-LCI-001)	
Anexo 12	
Revisiones generales	

Índice de Mapas

Mapa # 1	16
Mapa # 2	23

Índice de gráficos

Gráfico # 1	21
Gráfico # 2	31
Gráfico # 3	32
Gráfico # 4	33
Gráfico # 5	34
Gráfico # 6	35
Gráfico # 7	36
Gráfico # 8	37
Gráfico # 9	38
Gráfico # 10	39
Gráfico # 11	67
Gráfico # 12	68
Gráfico # 13	69
Gráfico # 14	70
Gráfico # 15	71

Gráfico # 16	72
Gráfico # 17	73
Gráfico # 18	74
Gráfico # 19	95
Gráfico # 20	96
Gráfico # 21	97
Gráfico # 22	98
Gráfico # 23	99
Gráfico # 24	100
Gráfico # 25	101
Gráfico # 26	102

Índice de cuadros

Cuadro # 1	18
Cuadro # 2	19
Cuadro # 3	31
Cuadro # 4	32
Cuadro # 5	33
Cuadro # 6	34
Cuadro # 7	35
Cuadro # 8	36
Cuadro # 9	37
Cuadro # 10	38
Cuadro # 11	41
Cuadro # 12	42
Cuadro # 13	42
Cuadro # 14	43
Cuadro # 15	44
Cuadro # 16	45
Cuadro # 17	46
Cuadro # 18	47
Cuadro # 19	48
Cuadro # 20	50

Cuadro # 21	52
Cuadro # 22	53
Cuadro # 23	55
Cuadro # 24	57
Cuadro # 25	58
Cuadro # 26	61
Cuadro # 27	113
Cuadro # 28	113

Índice de diseños

Diseño # 1	111
Diseño # 2	111
Diseño # 3	112
Diseño # 4	112

Índice de Imágenes

Imagen # 1	118
Imagen # 2	119
Imagen # 3	119
Imagen # 4	120
Imagen # 5	122
Imagen # 6	124
Imagen # 7	125
Imagen # 8	127
Imagen # 9	128
Imagen # 10	130
Imagen # 11	131
Imagen # 12	132
Imagen # 13	134
Imagen # 14	135
Imagen # 15	136

PRESENTACIÓN

Planteamiento del problema

Imbabura ha sido considerado un lugar turístico de grandes atractivos naturales, culturales y patrimoniales, dueña de un clima incomparable a la cual arriban viajeros de diferentes lugares, además de ser una provincia con diferentes modelos culturales llenos de contrastes debido a que posee una enorme variedad étnica en sus diferentes cantones.

Años atrás por el año de 1969, el autódromo de Yahuarcocha fue uno de los lugares más visitados por turistas tanto nacionales como extranjeros que llegaban para disfrutar de las famosas carreras de autos que se realizaban en esta pista, además de compartir momentos de esparcimiento a orillas de la laguna; pero lastimosamente no encontraban un hotel de categoría donde hospedarse.

Es por eso que el hotel Ajaví fue creado mediante una idea que nació de un grupo de amigos que vieron en Imbabura y especialmente en la ciudad de Ibarra, la necesidad de construir un hotel de calidad que satisfaga las necesidades de los visitantes que arribaban.

Este grupo de amigos estaba conformado por un número estimado de 15 personas que eran vecinos del lugar donde se construyó el hotel Ajaví, los cuales realizaron la aportación de sus capitales en efectivo y el terreno donde hasta hoy funciona el hotel.

Además cabe mencionar que algunos de ellos eran ingenieros civiles los cuales aportaron con la dirección técnica y pusieron en marcha el proyecto de creación del hotel hasta llegar a construirlo completamente.

El hotel abrió sus puertas el 11 de junio de 1969 construyéndose mediante escritura pública como una compañía de responsabilidad limitada, es entonces en donde se lleva a cabo el proyecto llamado hotel Ajaví. La razón social con la que inicio fue Imbabura Turística CIA. LTDA. Con un capital social de dos millones de sucres, el cual estaría

ubicado en la parroquia de San Francisco en la Avenida Mariano Acosta n° 16-38, dirección en la cual hasta la actualidad funciona.

Con el paso del tiempo el hotel Ajaví vio la necesidad de ampliar sus instalaciones y se convocó a más socios para que invirtieran en el proyecto y poder no solo crecer en espacio físico sino también en ampliar sus servicios y poder llegar a su principal objetivo; llegar a ser uno de los mejores hoteles de la provincia con servicios de calidad.

Siendo así que el 30 de junio de 1975 el hotel Ajaví se transforma y se constituye legalmente en una compañía anónima y su razón social cambia a Imbabura Turística C.A. IMBATURIS, nombre con el cual hasta la actualidad se desenvuelve.

Los servicios que ofrece el hotel han ido evolucionando continuamente con el fin de poder satisfacer a sus clientes y de esta manera poder ganar su prestigio como el mejor de la provincia en el sector de servicios hoteleros.

Debido al crecimiento del hotel Ajaví en gran magnitud los clientes son más exigentes y la competencia se incrementa. La gerencia no solo se ha preocupado por remodelar sus habitaciones y exteriores sino también en incrementar la calidad en el servicio.

Consecuentemente debido al mayor número de personas que visitan el hotel pueden existir huéspedes/clientes inconformes los cuales no regresen e incluso no recomienden la organización a personas del exterior; su calidad en el servicio debe incrementarse de igual manera como se desarrolla el establecimiento, igualmente puede existir disminución en la calidad en el servicio a cada huésped/cliente.

Si el hotel continúa sin un plan para aumentar la calidad en el servicio las situaciones anteriores se verán reflejadas en que los consumidores no estarán satisfechos con su estancia, su regreso no será evidente por supuesto que no recomendarán a personas del exterior para que lo visiten y sus ingresos disminuirán sustancialmente.

De tal manera se propone la implementación de un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví de esta forma la organización ampliara el número de huéspedes/clientes satisfechos, estos regresarán e incluso recomendarán la organización

a otras personas. Se generarán mayores ingresos y ganancias y se posicionara en el mercado en el cual se desenvuelve.

Objetivo general

Examinar y definir la cultura de servicio para implementar un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví el cual nos permita incrementar el nivel de satisfacción, de la misma manera reducir y eliminar quejas del huésped/cliente generando mayores ingresos.

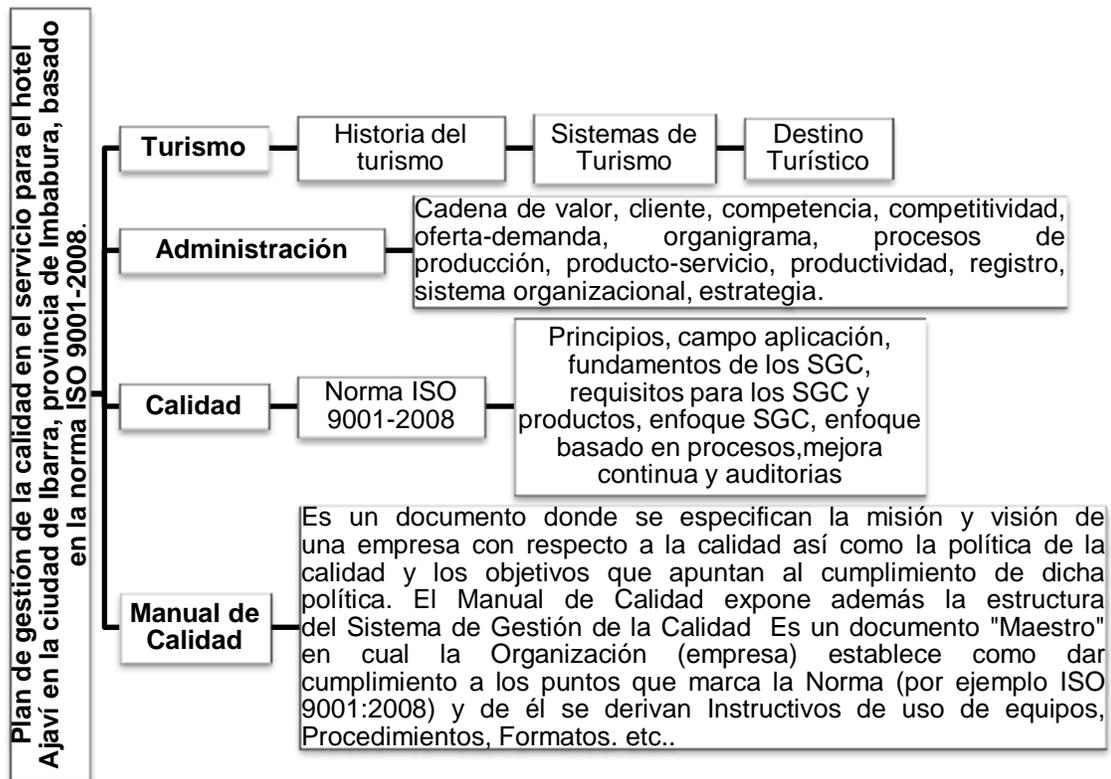
Objetivos específicos

Fundamentar teóricamente los contenidos correctos para la elaboración e implementación de un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví.

Diagnosticar la situación actual del hotel Ajaví en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra con lo referente a estadía satisfactoria del cliente.

Proponer un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví, basándose en la norma iso 9001-2008.

Justificación Teórica



Justificación metodológica

La metodología a utilizar durante el proceso investigativo será el hipotético-deductivo ya que en él se plantea una idea a defender que se puede analizar deductiva-inductivamente para después comprobarla prácticamente.

Justificación práctica

La investigación propuesta se lleva a cabo con el fin de indagar lo referente a la cultura del servicio y de esta manera plantear un correcto e ideal plan de calidad en el servicio para de esta manera resolver interrogantes sobre clientes insatisfechos, reducción de ingresos y ganancias o el simple hecho de la poca importancia sobre lo que es la cultura de servicio en organizaciones hoteleras.

Con la implementación de dicho plan la empresa obtendrá un instrumento elemental, el mismo que les indicará la manera apropiada y los parámetros correctos a seguir para servir a un huésped/cliente dentro de la organización.

CAPÍTULO 1

Fundamentación teórica

1.1 Marco teórico

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros en la edad antigua, media y moderna. (<http://es.wikipedia-org/woki/Turismo>)

Thomas Cook (Inglaterra 22/11/1808-18/07/1892); en 1841 organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son. (http://es.wikipedia.org/wiki/Thomas_Cook)

Henry Wells (Estados Unidos 12/12/1805-10/12/1878); William Fargo (Estados Unidos 20/05/1818-3/08/1881); en 1850, fundaron American Express, que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convirtió en una de las agencias más grandes del mundo. Aunque Cook ya los había introducido, American Express extendió los sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el traveler's cheque (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas). En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y pre-pagados a través de una agencia de viajes. (http://en.wikipedia.org/wiki/Henry_Wells) (http://en.wikipedia.org/wiki/William_Fargo)

César Ritz, (Suiza, 23/02/1850-24/10/1918); es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel, hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel:

creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración hotelera. Ritz convirtió hoteles decadentes en los mejores de Europa.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Cesar_Ritz)

George Mortimer Pullman (Estados Unidos 3/03/1831–19/10/1897); fue un industrial e inventor estadounidense conocido por la invención del coche cama a través de la compañía Pullman. (http://es.wikipedia.org/wiki/George_Pullman)

Georges Auguste Escoffier (Francia 28/10/1846-12/02/1935); personaje lleno de dotes artísticas como cocinero, en 1878 abrió su propio restaurante Le Faisan d'Or (el faisán de oro) en Cannes. En 1884 se trasladó a Montecarlo, donde Escoffier se puso al mando de la cocina del Grand Hotel. En los veranos llevaba la cocina del Hotel National en Lucerna, donde conoció a César Ritz. Los dos se asociaron y en 1890 se trasladaron al Hotel Savoy de Londres. Desde esta sede establecieron unos cuantos hoteles de renombre, incluyendo el Gran Hotel de Roma y numerosos Hoteles Ritz por todo el mundo.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Auguste_Escoffier)

En 1898 Escoffier y Ritz abrieron el Hôtel Ritz en París. Siguió en 1899 el hotel Carlton de Londres, donde Escoffier introdujo por primera vez el menú "a la carta". Fue en este periodo que Escoffier frecuentó el gran chef austrohúngaro Gregor Von Görög, que prestaba servicio a la corte de la anciana reina Victoria. Ritz sufrió una crisis nerviosa en 1901, dejando a Escoffier al mando del Carlton hasta 1919, poco después de la muerte de Ritz.

De tal manera podemos asociar a los personajes mencionados para entender a la hostelería moderna. Para continuar entendiendo el propósito de la investigación, debemos también mencionar otras teorías como las siguientes:

Gestión de calidad

El sistema de gestión de calidad es el conjunto de normas interrelacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes, y su estructura es la siguiente:

Cap.1 al 3: Guías y descripciones generales.

Cap.4 Sistema de gestión: contiene los requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.

Cap.5 Responsabilidades de la Dirección: contiene los requisitos que debe cumplir la dirección de la organización, tales como definir la política, asegurar que las responsabilidades y autoridades están definidas, aprobar objetivos, el compromiso de la dirección con la calidad, etc.

Cap.6 Gestión de los recursos: La Norma distingue 3 tipos de recursos sobre los cuales se debe actuar: RRHH, infraestructura, y ambiente de trabajo. Aquí se contienen los requisitos exigidos en su gestión.

Cap.7 Realización del producto/servicio: aquí están contenidos los requisitos puramente de lo que se produce o brinda como servicio (la norma incluye servicio cuando denomina "producto"), desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio.

Cap.8 Medición, análisis y mejora: aquí se sitúan los requisitos para los procesos que recopilan información, la analizan, y que actúan en consecuencia. El objetivo es mejorar continuamente la capacidad de la organización para suministrar productos y/o servicios que cumplan con los requisitos. El objetivo declarado en la Norma, es que la organización busque sin descanso la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de los requisitos. (http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad)

Con el sistema de gestión de calidad en el hotel Ajaví se trata de establecerlos pilares para entender, implantar y mantener un sistema de organización administrativa y operativa así también el cómo sentar las bases de la mejora continua y de mejores condiciones de calidad, seguridad y medio ambiente manejadas por la organización.

Existen varias filosofías acerca de la calidad y su gestión de procesos y de cómo se debe manejar, crear, corregir y hasta eliminar.

De esta manera se ha podido determinar que las filosofías en las cuales se basará el desarrollo del proyecto son:

La filosofía de James Stoner y Freeman indica que “es importante recordar que administración es un proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de la organización para alcanzar las metas establecidas”. (STONER, James ADMINISTRACIÓN. Sexta edición. Editorial Prentice-Hall)

“la administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo con eficiencia cumplan con metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas o no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio”.

(<http://www.monografias.com/trabajo14/administración-empresa/administración-empresa.shtml.ad>)

Y en cuanto a procesos las filosofías que se consideran mas importantes son:

“un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que partiendo de uno o mas inputs (entradas) los transforma generando un output (resultado).” (INEN, sistemas de gestión de calidad conceptos y vocabulario. Primera edición pág. 7)

Al tener en claro que el tema de proyecto esta involucrado con administración, procesos y sobre todo calidad se ha tomado la filosofía INEN la cual indica que:

“calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumplen con los requisitos. El término calidad puede utilizarse acompañado de adjetivos como pobre, bueno, excelente.” (INEN, sistemas de gestión de calidad conceptos y vocabulario. Primera edición pág. 3)

Por su parte Feingenbaum opina que “la calidad es un eficaz sistema de integrar el desarrollo de la calidad, su mantenimiento y los esfuerzos de los diferentes grupos de la organización para mejorarla y así permitir que la producción y los servicios se realicen en los niveles más económicos que permitan la satisfacción del cliente.” (<https://unamosapuntes.tripod.com>)

Una vez establecidas las filosofías bases dentro de las cuales se enmarca el tema de tesis es importante incluir otros aspectos y filosofías de varios autores las cuales serán directrices para el buen desarrollo de la investigación.

Es así que una parte clave se considera el mejoramiento continuo por lo que James Harrington indica que “para mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable; qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario del proceso. Aumentar los esfuerzos para llegar a cumplir con las expectativas de los clientes mediante la revisión continua de sus actividades identificando errores para corregirlos.”

(<http://www.monografias.com/trabajo14/managment/managment.shtml>)

Otras filosofías consideradas de suma importancia son las detalladas en la norma iso 9001-2008 acerca de las auditorías, la misma que indica:

Auditoria es un proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencia de la gestión y evaluarla de manera objetiva con el fin de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoria.

Las auditorias internas denominadas en algunos casos como auditorias de primera parte se realizan por o en nombre de la organización para fines internos y puede constituir la base para la autodeclaración de conformidad de una organización.

Las auditorias externas incluyen lo que se denomina generalmente auditorias de segunda o tercera parte.

Las auditorias de segunda parte se llevan a cabo por partes que tienen interes en la organización tal como los clientes o por otras personas en su nombre.

Las auditorias de tercera parte se llevan a cabo por organizaciones independientes externas. Tales organizaciones proporcionan la certificación o el registro de conformidad con requisitos como los de las normas iso 9001 e iso 14001.

Norma iso 9001-2008

La normalización con base sistemática de la operación y científica nace a finales del siglo XIX, con la Revolución Industrial, ante la necesidad de producir más y mejor. Pero el impulso definitivo llegó con la primera Guerra Mundial (1914-1918). Ante la necesidad de abastecer a los ejércitos y reparar los armamentos, fue necesario utilizar la industria privada, a la que se le exigía unas especificaciones de intercambiabilidad y ajustes precisos, nació para limitar la diversidad antieconómica de componentes, piezas y suministros, y favorecer su intercambiabilidad, facilitando la producción en serie, la reparación y mantenimiento de los productos y servicios, así como facilitar las relaciones externas entre países que necesitan piezas estándares y además ofrecen garantías de cumplimiento de requisitos del cliente.

El 22 de Diciembre de 1917, los ingenieros alemanes Naubaus y Hellmich, constituyen el primer organismo dedicado a la normalización: NADI - Normen-Ausschuss der Deutschen Industrie - Comité de Normalización de la Industria Alemana. Este organismo comenzó a emitir normas bajo las siglas: DIN que significaban Deustcher Industrie Normen (Normas de la Industria Alemana).

En 1926 el NADI cambio su denominación por: DNA - Deutsches Normen-Ausschuss - Comité de Normas Alemanas, que si bien siguió emitiendo normas bajo las siglas DIN, estas pasaron a significar "Das Ist Norm" - Esto es norma y más recientemente, en 1975, cambio su denominación por: DIN - Deutsches Institut für Normung - Instituto Alemán de Normalización. Rápidamente comenzaron a surgir otros comités nacionales en los países industrializados, así en el año 1918 se constituyó en Francia el AFNOR - Asociación Francesa de Normalización. En 1919 en Inglaterra se constituyó la organización privada BSI - British Standards Institution.

Ante la aparición de todos estos organismos nacionales de normalización, surgió la necesidad de coordinar los trabajos y experiencias de todos ellos, con este objetivo se fundó en Londres en 1926 la: Internacional Federación of the National Standardization Associations – ISA. Tras la Segunda Guerra Mundial, este organismo fue sustituido en 1947, por la International Organization for Standardization - ISO - Organización Internacional para la Normalización. Con sede en Ginebra, y dependiente de la ONU. Esta

familia de normas apareció en 1987, tomando como base la norma británica BS 5750 de 1987, experimentando su mayor crecimiento a partir de la versión de 1994. La versión actual data de 2008, publicada el 13 de noviembre de 2008.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9001)

ISO es el desarrollador y editor de normas internacionales más grande del mundo. ISO es una red mundial de institutos de normalización nacionales de 163 países. Más de 100 de los miembros de ISO pertenecen a países en desarrollo. ISO cuenta con más de 18.600 estándares internacionales en su cartera actual y el programa de trabajo de ISO incluye normas para actividades tradicionales, como agricultura y construcción, ingeniería mecánica, fabricación, distribución, transporte, equipos médicos, medio ambiente, seguridad, tecnologías de la información y la comunicación y normas para mejores prácticas y servicios. (<http://www.businesswire.com/news/home>)

La norma iso 9001-2008 especifica los requisitos para los sistemas de gestión de calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentarios que le sean de aplicación y su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente.

Cultura de servicio

Cultura de servicio está contenida en la expresión que menciona que hay que tratar a los empleados como queremos que ellos traten a los clientes así mismo el personal de contacto no ayudará a los clientes ni se esforzará en conocer o exceder las expectativas de los clientes, si el jefe o el empleador no ofrece los mismo a ellos, menciona que se puede forzar el comportamiento pero solo por un periodo corto de tiempo.

Tomando otra idea diferente se considera que la cultura de servicio es un patrón de valores y creencias compartidos que proveen de significado a los miembros de una organización, proveyéndoles con las reglas de comportamiento en la organización, se menciona también que la cultura de servicio se enfoca en servir y satisfacer las necesidades del cliente.

Se comenta también que una cultura de servicio es reforzada por los empleados cuando estos son premiados por llevar a cabo esfuerzos extraordinarios para satisfacer las necesidades ordinarias de algún cliente. Porque una cultura de servicio motiva y permite al empleado (empowerment) solucionar los problemas del cliente y se fundamenta en un sistema de recompensas basado en la satisfacción del cliente.

(<http://www.gestiopolis.com/marketing-2/cultura-en-el-servicio-al-cliente.htm>)

El buen servicio

El buen servicio es el servicio memorable. Dicen que las personas tienen cinco sentidos y el buen servicio debería ser el sexto sentido, que no puedes describirlo pero sabes cuándo lo experimentas. Además señalan que el buen servicio es también una cultura que no se puede enseñar, lo que se puede hacer es proveer buenas bases donde el buen servicio pueda crecer.

El buen servicio paga, y paga bien en cambio el mal servicio cuesta y cuesta mucho, ya que se ha demostrado que las ganancias disminuyen como resultado de un mal servicio en hasta un 10% de las ganancias totales.

También se considera que la verdadera causa de un servicio deficiente es de poca importancia del cuidado y la atención prestada por el empleado al cliente, esta falta de atención es un reflejo del trato que los empleados reciben de su jefe, y así estos empleados descontentos pronto abandonarán la organización dejando en su lugar más costos y menos clientes.

Todas las organizaciones se dan cuenta de que si desean obtener beneficios de su inversión en la satisfacción del cliente, van a precisar un compromiso y no solo de tiempo de los directivos sino de los encargados de trabajar cara al público.

La satisfacción del cliente aparece cuando una compañía se concentra en la calidad del servicio, la satisfacción de los clientes origina recompensas muy reales para la compañía en forma de lealtad con los clientes y de imagen corporativa.

Todos volvemos una y otra vez a una compañía en calidad de clientes porque conocemos su calidad, sabemos que nos podemos fiar de las personas que allí trabajan y sabemos que se nos va a dar un servicio consistente.

(<http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>)

Algunos puntos clave para el buen servicio:

- Hacer que la satisfacción del cliente sea el enfoque principal a nivel corporativo.
- Supervisar las necesidades, deseos y actitudes de los clientes.
- Implicar a la alta dirección en la supervisión y mejor comprensión de los clientes.
- Encontrar contratar gente que se preocupe por dar servicio de calidad.
- Concentrar los esfuerzos en la formación y la motivación de los proveedores de servicios de cara al público y en su directiva de modo que sepan por qué y cómo prestan sus servicios.
- Mostrar al personal una perspectiva amplia de la corporación.
- Compartir información abiertamente sobre la corporación y la necesidad de brindar un buen servicio.
- Demostrar el apoyo y confianza por los que sirven de cara al público.
- Proveer verificaciones y cumplir las normas establecidas.
- Establecer normas altas medibles de servicio de calidad (apuntar hacia la perfección).
- Suministrar el establecimiento de metas y la información retroactiva sobre el rendimiento de los empleados con respecto a las normas.

De tal manera el plan de gestión de calidad será considerado un servicio brindado como una cultura innata y no debe estar basado únicamente en recompensas y apreciación al empleado; añadiendo que una buena manera de comenzar con esta cultura es no tener que sonreír para que las personas dejen propinas sino al contrario sonreír de manera natural.

La excelencia en el servicio

La definición más común para la excelencia en el servicio es conocer o exceder las expectativas de los clientes y la habilidad de hacer eso depende de la interpretación de la

organización de las necesidades de sus clientes y la habilidad del valor del dinero que radica principalmente en hacer sentir que vale lo que está pagando por el servicio que está recibiendo.

Se halla una fuerte semejanza entre el desarrollo de la excelencia en el servicio y la dedicación a la innovación. De esta manera las organizaciones no solamente hoteleras han reconocido que al estar más cerca del cliente, el cliente se siente más cerca de la organización, lo cual hace también que el cliente recomiende nuevas ideas acerca del servicio que le gustaría recibir.

(<http://www.monografias.com/trabajos82/excelencia-calidad-servicio.shtml>)

Destino Turístico

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística. (http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico)

1.2 Marco conceptual

- a) Cadena de valor.- concepto que hace alusión al proceso de dotación de valor a un producto o servicio en cada una de las etapas de la cadena productiva. Su resultado deberá ser siempre un incremento en los niveles de rentabilidad de una empresa.
- b) Calidad.- propiedad o conjunto de propiedades esenciales de algo que permite juzgar su valor. La calidad es una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.
- c) Cliente.- persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.
- d) Competencia.- oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa.

- e) Competitividad.- concepto que vio la luz a principio de los años 80 y fue concebido por el estrategista Michael Porter, propone que una empresa debe alcanzar altos niveles de producción de calidad con costos de producción bajos. Todo esto permitirá que una organización garantice su estancia en el mercado y pueda enfrentar a sus competidores sean locales o foráneos.
- f) Cultura.- conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar un juicio crítico así como modos de vida, costumbre, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época y grupo social.
- g) Demanda.- conjunto de consumidores que ante la necesidad de un producto o servicio determinado están de acuerdo con el pago de una suma monetaria a cambio de la obtención del bien requerido.
- h) Norma iso.- es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.
- i) Manual.- manual es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa.
- j) Mercado.- lugar en donde se realizan actividades de compra y venta de mercancías y servicios.
- k) Oferta.- agrupación de empresas o persona que invitan al consumo de un determinado producto o servicio como la base de un intercambio comercial.
- l) Organigrama.- esquema que representa la organización de una empresa en función de sus empleados y sus operarios.
- m) Personal.- personas que desempeñan un empleo, trabajo u oficio.

- n) Personal de soporte.- son aquellos empleados que raramente son vistos por el cliente, por ejemplo: cocineros, mantenimiento, etc.
- o) Personal de contacto al cliente.- son los que sirven de interface/intermediario entre la organización y el cliente.
- p) Plan.- modelo sistemático de una actuación pública o privada que se elabora anticipadamente para dirigirla y encausarla.
- q) Política de calidad.- orientaciones y objetivos generales de una organización concernientes a la calidad expresados formalmente por el más alto nivel de la dirección.
- r) Principios.- el conjunto de conocimientos, experiencias y valores del individuo que conforman su “ideología” sobre educación, arte, política, justicia, religión, etc.
- s) Procedimientos.- descripción de las actividades correspondientes a la mayoría de procesos identificados en el sistema de la calidad. Definen qué?, quién?, cuándo? Se realiza una actividad dentro del proceso.
- t) Procesos.- conjunto de fases sucesivas que nos permiten lograr un propósito.
- u) Proceso de producción.- el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de las entradas.
- v) Producto turístico.- es el conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada que se ofrecen al consumidor turista con el propósito de satisfacer sus necesidades y deseos.
- w) Productividad.- capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc.
- x) Registro.- documento que provee evidencias objetivas de las actividades efectuadas o de los resultados obtenidos.

- y) Registros de calidad.- son formatos, etiquetas, tarjetas de control, etc.; que dan fe de que algo ocurrió y son evidencias de que el sistema está operando efectivamente.
- z) Servicio.- organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad pública o privada.
- aa) Sistemas organizacionales.- concepto que indica que una empresa no es un organismo que funcionara con sus partes aisladas sino que al contrario sus organismo (en este contexto considerados nodos) se unen o interactúan formando una compleja red independiente como un todo pero independiente en sus partes.
- bb) Tácticas.- cadena de acciones que posibilitan el logro o el desarrollo de las estrategias que son necesarias para el éxito de una empresa.
- cc) Turista.- se denomina turista a la persona que se traslada de un destino hacia otro, con el fin de disfrutar, conocer, entretenerse, disipar en un ambiente diferente al de su entorno habitual sin necesidad de ejercer para ello una actividad económica en donde pueda además permanecer por más de un día y menos de un año.

1.3 Marco referencial

Debido a sus avances en cuanto a normas de sostenibilidad y control de calidad, Hilton Worldwide y su cartera de 10 marcas hoteleras obtuvieron la certificación ISO 9001 de Sistemas de Gestión de Calidad y la certificación ISO 14001 de Sistemas de Gestión Ambiental. Con estas certificaciones, Hilton Worldwide se convierte en una de las primeras organizaciones multinacionales en certificar su sistema completo a nivel mundial, más de 3.750 hoteles en 85 países, logrando de este modo una de las más grandes certificaciones en volumen otorgadas a edificios comerciales.

Hilton Worldwide al obtener las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001, reafirma su compromiso con la calidad y la sostenibilidad, y por lo tanto el compromiso hacia sus clientes”

ISO 9001 e ISO 14001 son normas internacionales que ofrecen un conjunto de requisitos estandarizados para los sistemas de gestión de calidad y gestión ambiental, respectivamente. Las compañías obtienen la certificación mediante la implementación de políticas, procedimientos y sistemas que siguen y cumplen las normas ISO, y que son evaluados por una entidad de certificación independiente. Como parte del proceso de certificación de Hilton Worldwide, DEKRA Certification, Inc. realizó una serie de auditorías y continuará realizando evaluaciones en forma constante a fin de supervisar el cumplimiento.

Desde sus inicios, el control de la calidad y el servicio al cliente de Hilton Worldwide han sido las bases fundamentales de su modelo de negocios, y son los diferenciadores clave que explican el desempeño de avanzada de la compañía. Además de las certificaciones independientes, la compañía implementa una gran variedad de procesos de control de calidad para mantener la integridad de sus 10 marcas distintas y para garantizar una experiencia adecuadamente constante en los 3.750 hoteles de todo el mundo.

Como socio y proveedor de servicios de numerosas compañías mundiales, Hilton Worldwide ahora podrá ofrecer a sus accionistas la seguridad de contar con sistemas adecuados para garantizar que sus hoteles cumplan con las normas de alto nivel que sólo las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 pueden ofrecer.

Hilton Worldwide es la compañía líder mundial en hotelería y abarca el sector de alojamiento, desde lujosos complejos hoteleros y centros vacacionales con servicios completos hasta suites para estancias prolongadas y hoteles de precio medio. Durante 93 años, Hilton Worldwide ha ofrecido a quienes viajan por placer y negocios los mejores alojamientos, servicios, instalaciones y precios. La compañía está dedicada a continuar su tradición de proporcionar excepcionales experiencias al cliente en todas sus marcas globales. Sus marcas se componen de más de 3.750 hoteles y propiedades de tiempo compartido, con 615.000 habitaciones en 85 países e incluyen las propiedades Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton Hotels, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton y Hilton Grand Vacations.

1.4 Marco legal

Según el PLANDETUR 2020 se recomienda implementar directrices, códigos, auditorías y certificaciones. En muchos casos bastan instrumentos voluntarios para lograr los planteamientos, normas y cambios de conducta requeridos para desarrollar un turismo más sostenible.

Establecer directrices y códigos de conducta

“Los códigos y las directrices son declaraciones escritas que establecen claramente las acciones que son apropiadas o aceptables en determinadas circunstancias”.

Para lograr un turismo sostenible, se deberían “reproducir y distribuir directrices y códigos de conducta en forma de documentos cortos, presentados en sitios web, mostrados en las noticias y promocionados a través de los medios de comunicación. La mejor forma de sensibilizar sobre los códigos sostenibles es de palabra y distribuyéndolos directamente a los posibles usuarios”.

Directrices también se pueden utilizar para transmitir instrucciones ambientales de la política a las agencias gubernamentales, las autoridades locales, ONG, empresas del sector privado y organismos de apoyo.

Informes y auditorías sobre la sostenibilidad ecológica

Las empresas u organizaciones del sector turístico deberían describir en informes los resultados de sus esfuerzos para resolver su incidencia sobre la sostenibilidad (ecológica). “La notificación tanto de los resultados obtenidos como de los futuros es un instrumento crítico de gestión. Ayudan a optimizar la capacidad de los gestores para evaluar los avances hacia políticas y objetivos ambientales.

T&L Informe Final - PLANDETUR 2020

Establece y se constituye en un componente fundamental en el fomento y mantenimiento del compromiso de las partes interesadas. Para las empresas turísticas los informes se pueden utilizar para mantener y reforzar su credibilidad.

Los informes pueden estar vinculados a un proceso de auditoría. “Una auditoría es una evaluación sistemática de los sistemas y actuaciones de la organización destinada a determinar si está haciendo lo que dice que está haciendo.” Se deberían establecer sistemas de gestión ambientales, los cuales se pueden auditar periódicamente.

Certificación ambiental

“La certificación es un mecanismo para garantizar que una actividad o un producto turístico cumple ciertas normas que pueden establecer los gobiernos o que están acordadas en un sector de la industria.” Es importante incluir asuntos de la sostenibilidad ecológica en la certificación ya existente.

La integración de la dimensión ecológica del turismo en la legislación permite a las autoridades obligar al sector turístico al cumplimiento de importantes requisitos ambientales. Reglamentos sirven para definir y elaborar estos requisitos y la adjudicación de licencias para comprobar y certificar su cumplimiento.

Integrar la dimensión ecológica del turismo en la legislación

Se debería analizar la legislación actual y modificarla cuando sea necesario, para garantizar que sea adecuada, no sólo para el control de los efectos ambientales negativos del turismo, sino también para promover un turismo más sostenible y sustentable en donde se elabore reglamentos que contribuyen al desarrollo de este.

Es importante elaborar reglamentos claros y realizables que contribuyen al desarrollo de un turismo más sostenible. Reglamentos pueden fomentar el turismo sostenible:

- regulando la ubicación de nuevos desarrollos turísticos,
- influyendo en el diseño y la construcción de las estructuras turísticas,
- controlando el acceso a ciertos ecosistemas sensibles,

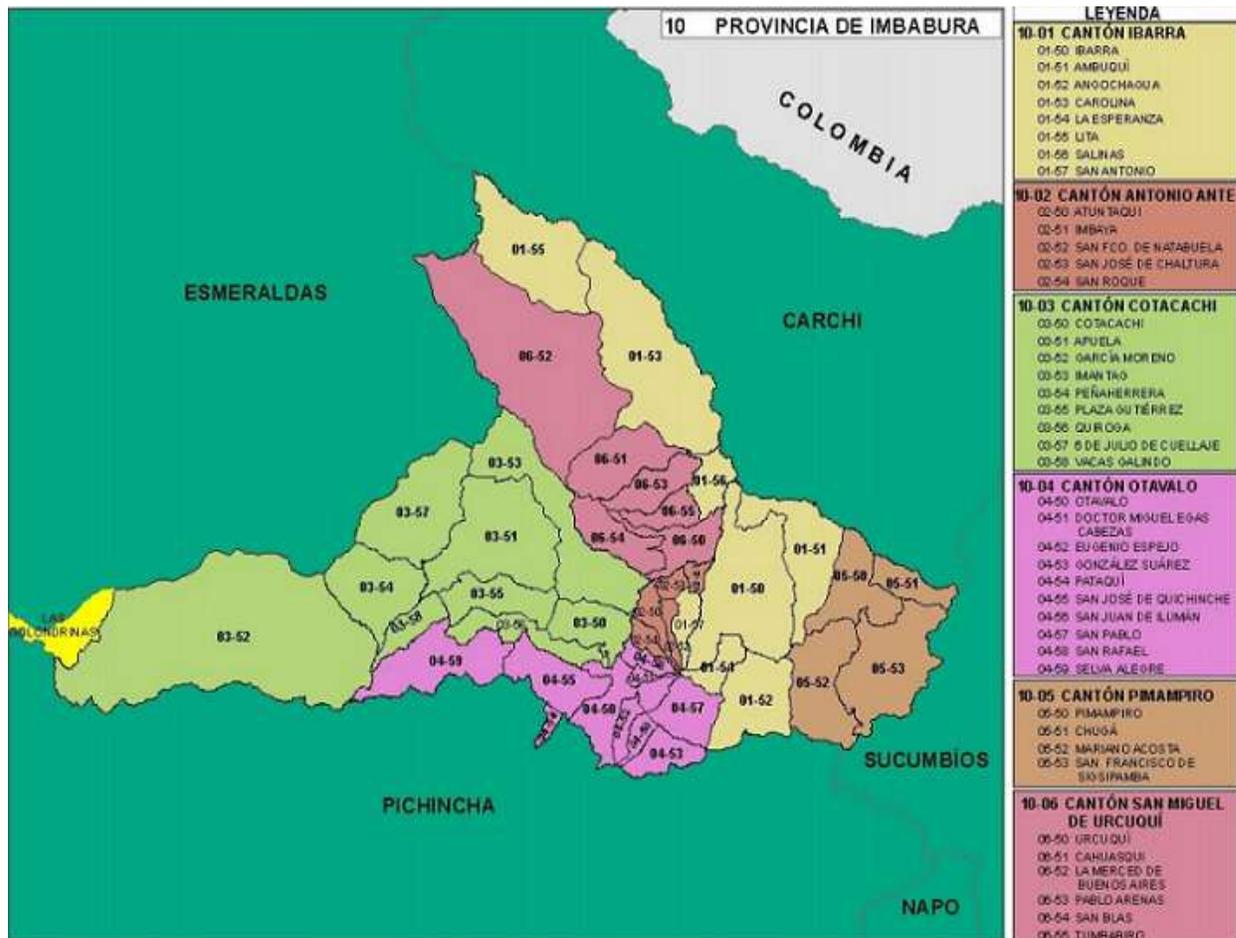
- limitado actividades turísticas que son dañinas para el ambiente,
- definiendo normas para conservar y asegurar el acceso equitativo a la biodiversidad y a los recursos naturales así como para evitar la contaminación ambiental en zonas turísticas,
- definiendo estándares nacionales consistentes con los requisitos del turismo sostenible, planes estratégicos y convenios internacionales ambientales.

CAPÍTULO 2

Diagnóstico de situación actual del Hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

2.1 Macroentorno

2.1.1 Factor Político



Mapa #1

Fuente: INEN

Autor: Banco Central del Ecuador

La provincia de Imbabura se ubica en la Zona de Planificación 1. Es la segunda provincia con el mayor número de habitantes dentro de la Zona 1 (31% de la participación), y a nivel

nacional con el 2.8% del total. Un poco más de una tercera parte de sus habitantes están concentrados en el área rural.

Su extensión es de 4,559 Km² aproximadamente. Según la división política actual, la provincia tiene 6 cantones y 42 parroquias. Ibarra (8 parroquias), Antonio Ante (5 parroquias), Cotacachi (9 parroquias), Otavalo (10 parroquias), Pimampiro (4 parroquias), San Miguel de Urcuquí (6 parroquias).

2.1.2 Factor Económico

La Población Económicamente activa de Imbabura es de 198 mil habitantes, esto es un 50% de la población total. A nivel regional, Imbabura es una de las provincias con mayor dinamismo económico, representa el 41% de la PEA regional y un 3% a nivel nacional.

La producción bruta es 686 millones de dólares (año 2007), lo que la constituye en la tercera provincia dentro de la región con mayor generación de ingreso después de Sucumbíos y Esmeraldas, pero en la primera provincia con mayor generación de ingresos procedentes de actividades no petroleras.

Imbabura es una provincia con una diversidad de actividades productivas. La población económicamente activa se ubica principalmente en tres sectores: agropecuario con la mayor participación 28%, la industria manufacturera con el 19% y el comercio al por mayor y menor con el 17%. Es decir, estas tres actividades ocupan más del 60% del total. A nivel de ocupados, la mayoría se concentra en conductores de equipos de transporte, mineros y otros, trabajadores de los servicios y trabajadores agrícolas y forestales.

ACTIVIDAD	NÚMERO DE PERSONAS	% DE PARTICIPACIÓN
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	56,400	28%
Explotación minas y canteras	489	0%
Industrias manufactureras	38,025	19%
Suministros de electricidad, gas y agua	771	0%
Construcción	10,665	5%
Comercio al x mayor y menor	33,326	17%
Hoteles y restaurantes	10,075	5%
Transporte, almacenamiento y comunicación	9,929	5%
Intermediación financiera	1,074	1%

Act. Inmob., empres. y de alq.	4,618	2%
Administración pública y defensa	6,344	3%
Enseñanza	10,014	5%
Servicios sociales y de salud	5,424	3%
Otras actividades de ser. comuni.	6,262	3%
Act. de hogares privados	4,603	2%
TOTAL	198,019	100%

Cuadro #1
Fuente: INEN
Autor: Banco Central del Ecuador

Imbabura es la provincia con el mayor número de establecimientos económicos en la zona de planificación 1. Según los datos del Censo de Establecimientos del 2010, existen más de 17 mil establecimientos visibles que desarrollan actividades en la provincia, esto es un 40% del total a nivel zonal y un 4% a nivel nacional.

Si se contabiliza en términos reales, la producción bruta de Imbabura ha crecido en los últimos años a una tasa del 3% anual, pasando de 627 millones de dólares (constantes) en el 2004 a 686 millones de dólares en el 2007.

La producción bruta de la provincia se concentra en el sector terciario y secundario (55% y 34% respectivamente), mientras el empleo está más concentrado en el sector terciario, con aportes importantes del sector primario y secundario (26% en el primario, 24% en el secundario y 49% en el terciario)

PRODUCTO NACIONAL BRUTO SECTORIAL	IMBABURA MILES DE DOLARES	APORTE %
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	72,686	11%
Pesca	99	0%
Explotación de minas y canteras	2,496	0%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	125,692	18%
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	-	0%
Suministros de electricidad y agua	2,799	0%
Construcción	102,261	15%
Comercio al por mayor y menor	128,419	19%
Hoteles y restaurantes	21,754	3%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	90,363	13%
Intermediación financiera	16,221	2%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	39,734	6%

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	42,075	6%
Enseñanza, servicios sociales, de salud y en otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	40,609	6%
Hogares privados con servicio doméstico	905	0%
TOTAL PNB	686,113	100%

Cuadro #2

Fuente: INEN

Autor: Banco Central del Ecuador

De acuerdo a los Datos del Banco Central del Ecuador, dentro de la producción bruta, la actividad más importante es el Comercio al por Mayor y Menor, seguida de la producción manufacturera, de la Construcción, los servicios de Transporte y la Producción Agropecuaria.

La actividad comercial está ligada a las actividades productivas de agricultura, manufactura y artesanía. Es la principal generadora de valor de la producción. Implica más de 129 millones de dólares que representa el 19% del valor total de la producción.

La actividad manufacturera representa el 18% de la producción total, se concentra en la industria textil y la industria azucarera. La mayor parte de la producción textilera está dirigida al mercado nacional e internacional en el Sur de Colombia. La producción azucarera de la provincia se dirige al consumo nacional, además de la fábrica de cemento existente que destina el producto al consumo interno.

Una tercera actividad importante es la construcción, cuyo dinamismo está ligado, en buena parte, al desarrollo productivo de la provincia: manufactura, turismo, agricultura, además de la actividad comercial.

Un cuarto sector importante es la agricultura, sector que se constituye en un importante generador de empleo e ingresos de la población. Su producción está destinada en su mayoría para el mercado interno. Aporta con el 11% a la producción total, esto significa más de 72 millones de dólares reales.

2.1.3 Factor Social

La población de Imbabura está muy marcada por diferentes factores demográficos, tiene la diversidad étnica y demográfica más grande del Ecuador, ya que según la última estadística del INEC, Imbabura tiene un 54% de mestizos, 32% de blancos, 9% indígenas, 3% negros y 2% repartido entre asiáticos, mulatos, castizos y otros.

Imbabura es la segunda provincia más envejecida del Ecuador tras Carchi y por delante de Pichincha, con una edad promedio de 37 años y con un total del 45% de personas con más de 45 años; Imbabura tiene una baja tasa de natalidad (1,8%) de crecimiento anual, pero con gran flujo de inmigración que reemplaza esa falta de nacimientos, así mismo Imbabura tiene una alta tasa de mortalidad que va entorno al 3,2% de los mayores de 80 años, cifra mayor a la de natalidad, siendo los problemas cardíaco-cerebrales y los problemas pulmonares los principales causantes de muertes.

La esperanza de vida en Imbabura está en 79,8 años para los hombres y 83,4 años para las mujeres; Ibarra es el cantón con más esperanza de vida de la provincia 81,8 años y Urcuquí tiene a la más baja 79,8 años.

La población imbabureña varía en cuanto a costumbres y manera de ser se refiere, por ejemplo con liberales y tradicionales personas en Otavalo, con conservadores y bohemios en Ibarra e introvertidos y calmados en Cotacachi, las culturas varían y mientras en Ibarra las personas amantes del arte dibujan y pintan en el Parque de La Merced o la Plaza de Artes, inspirados en su bohemia cultura y los enamorados caminan a la vera de la Laguna, en Otavalo las personas bailan a ritmo de las comparsas andinas y disfrutan de un folclore rico en historia y tradición.

El idioma hablado por el 98% de los imbabureños es el español, cabe resaltar que en Otavalo y sus alrededores es muy común ver hablar a personas el quichua, pero por razones sociales y comerciales cada vez son menos los quichuohablantes, aun así un 1,2% de la población del cantón Otavalo solo hablan quichua, en el resto de ciudades el quichua es totalmente desconocido, mientras el inglés es popular y famoso a lo largo y ancho de Imbabura.

2.1.4 Factor Tecnológico y Ambiental

2.1.4.1 Factor Tecnológico

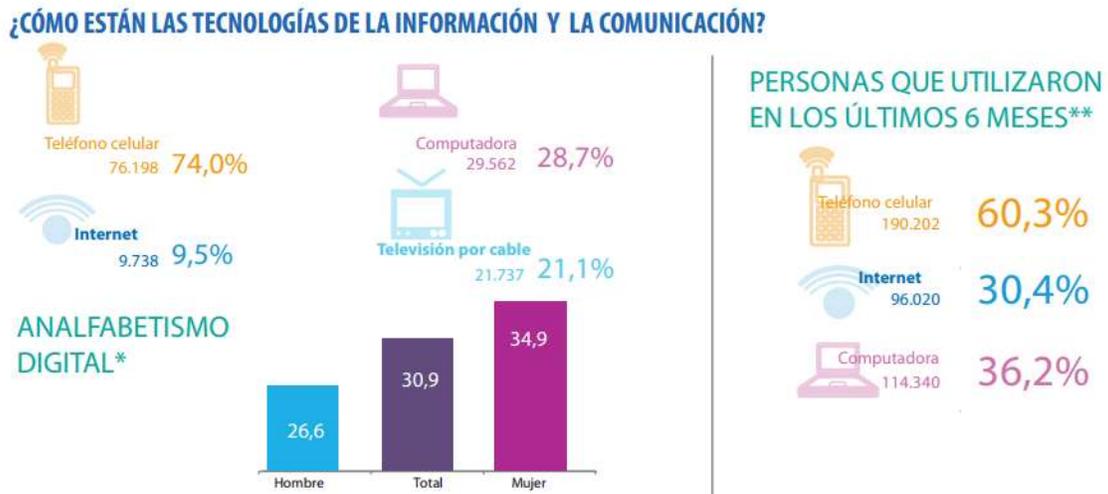


Gráfico #1

Fuente: INEN

Autor: Banco Central del Ecuador

Las tecnologías de la información y la comunicación en la provincia de Imbabura tienen al teléfono móvil o celular como el instrumento más utilizado para poder comunicarse, la población imbabureña en un 28,7% posee una computadora en su hogar, el 9,5% utiliza internet en su vivienda, el 21,1% alquila servicio de televisión por cable.

En cuanto al analfabetismo digital Imbabura posee un 30,9% del total de la población siendo las mujeres las que mantienen un porcentaje más alto con el 34,9%, mientras que los hombres un 26,6%.

2.1.4.2 Factor Ambiental

La Ley de Gestión Ambiental (Art 19 y 20 del capítulo II de la EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL Y CONTRO AMBIENTAL) establece que toda su obra o proyecto: público, privado o mixto que pueda causar impactos ambientales, previo a su ejecución, deberá contar con el permiso o licencia ambiental respectiva, cuyo principio rector será el precautelatorio; por lo que, el Gobierno Provincial de Imbabura se ha propuesto que todas sus obras se ejecuten con responsabilidad socio-ambiental y cuenten con los permisos correspondientes, a fin de reducir los impactos negativos y propiciar el manejo adecuado de los recursos naturales, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de vida de la población Imbabureña.

Además el COOTAD /Art 136) se establece que para asumir las competencias de control ambiental los GADs deberán acreditarse como Autoridades Ambientales de Aplicación Responsable (AAAR), con el objetivo de que puedan ejercer el control y prevención de la contaminación ambiental generada por las actividades o proyectos del sector público y privado en su jurisdicción.

En tal virtud, este eje estratégico prevé contribuir al mejoramiento de la calidad ambiental provincial mediante la inclusión de la variable ambiental en todas la obras grandes, medianas y pequeñas que impulsa el GPI; además a través de la acreditación se ejercerá el control ambiental de todas las actividades que puedan suponer riesgo o contaminación ambiental.

Para la adecuada implementación de la estrategia se prevén las siguientes acciones:

- Obtención de permisos y licencias ambientales de las obras que ejecuta el GPI.
- Incorporación e implementación de la variable ambiental en las acciones que impulsa el GPI.
- Estructuración del Subsistema de Gestión Ambiental para la acreditación del Gobierno Provincial de Imbabura como Autoridad Ambiental de Aplicación Responsable (AAAR).

2.2 Microentorno

2.2.1 Ciudad de Ibarra



Mapa #2

Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir, división política de Imbabura (zona 1)
Autor: Gobierno Constitucional de la República del Ecuador

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que conviven variedad de culturas y etnias que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la hace inconfundible.

Ibarra, expone una ciudad pujante, educadora, progresista. Se han trabajado en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los Ibarreños desarrollando estrategias de recuperación ciudadana en los espacios públicos y la construcción de servicios que han mejorado rotundamente el paisaje urbanístico.

Antecedentes

Batalla de Yahuarcocha

Píntag organizó una guerrilla en la moderna provincia de Pichincha hasta que fue capturado y enviado a Cusco. Su hermano Nazacota de Puento logró alzar a los feroces carangues y caranquis, que había combatido lealmente al mando del difunto Cacha. Ante esto el Sapa Inca se decide acabar de una vez por todas con la guerra, dividiendo su ejército en tres unidades, una bajo su mando personal y las otras al mando de sus generales Michi, noble (Orejón) del Hurin Cusco, y Toma Auqui, del Hanan Cusco.

Tras destruir los fuertes de Aloburo y Yuracruz se dio la batalla final en torno a una fortaleza cercana a la actual laguna de Ecuadory atacados tras varios días de batalla el ejército incaico no había logrado tomar el pucara y se dio orden de retirada, los carangues dejaron sus posiciones para perseguirlos. Pero en ese momento la división del Inca, 30.000 hombres, se dio media vuelta y les presentó batalla, mientras que las de sus generales, 40.000 guerreros, salieron de sus escondites por ambos flancos a los rebeldes.

Tras la victoria campal esta fue completada con un asalto a la fortaleza. Las represalias fueron, al estilo del Inca, muy severas. Como dice el historiador Raúl Porras Barrenechea, Huayna Capac "deseaba ser tan temido que de noche le soñaran los indios".

Consecuencias para la historia ibarreña

En las distintas crónicas se dice que a causa de la matanza brutal las aguas de la laguna se hicieron rojas por la sangre y esto llevó a que se le cambiara el nombre, de Cochacaranqui, según Espinosa Soriano, o de Otavalo al de Yahuarcocha que en quechua significa lago de sangre. Sin embargo, estas no coinciden ni en el número de muertos ni en como fallecieron. Según Murúa la matanza se produjo durante la batalla que terminó a orillas del lago. Inca Garcilaso de la Vega y Pedro Cieza de León acusan que Huayna Cápac capturo a miles de prisioneros tras la batalla y los hizo degollar en la orilla.

Según Herrera y Tordesillas el Inca ordeno sacarles el corazón a sus enemigos y lanzarlos al lago pero Frederick Alexander Kirkpatrick dice que fueron decapitados y sus cuerpos lanzados a las aguas tras lo cual dijo: ahora sois todos unos niños. Esta última frase coincide con las informaciones que señalan que en ambas tribus tras la batalla no había ningún varón mayor de doce años, por lo que fueron apodados huambracunas. Nazacota de Puento murió en la batalla.

Sobre el número de muertos las variaciones son impresionantes. Garcilazo de la Vega da la cifra más baja, 2.000 muertos, pero Cieza de León multiplica ese número por diez. Herrera y Tordesillas señala 50.000, lo que es la cifra más alta.

Breve Reseña Histórica

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa.

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón

Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas. Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatros años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

2.2.2 Recursos Turísticos de Ibarra

Atractivo 001		Atractivo 002	
Nombre:	Estación del tren de la libertad	Nombre:	Obelisco de Ibarra
Categoría:	Cultural	Categoría:	Cultural
Tipo:	Estación del tren	Tipo:	Arquitectónico
Subtipo:	Tren turístico	Subtipo:	Obelisco de la ciudad



Descripción:	Descripción:
Tierra de artesanos, lagos y leyendas donde la travesía del ferrocarril se llena de exotismo y fascinación. El turista podrá disfrutar del paisaje natural que adorna la vía férrea y cruzará por una serie de puentes y túneles hechos a pico y pala, que convierten el ferrocarril en un topo gigante en medio de la montaña. En Salinas la comunidad afro-ecuatoriana deleita a los visitantes con su cultura, música y baile. Ruta: Ibarra-Salinas-Ibarra. Itinerario: de miércoles a domingo y feriados. Hora de salida: 10:30 a.m.	Monumento que recibía en el siglo pasado a visitantes que llegaban a la ciudad en tren. La estación de abordaje y descarga del tren estaba a pocos metros. Por eso, hasta hoy se lo llama el "Obelisco de la estación". En sus cuatro costados se encuentran grabados los nombres de los fundadores de la ciudad. Hasta mediados del siglo pasado, era el inicio de la zona urbana. Actualmente sigue siendo punto de referencia de la creciente ciudad, a pesar de que la urbe cuenta con otros límites en su extensión urbana.

Atractivo 003		Atractivo 004	
Nombre:	Laguna de Yahuarcocha	Nombre:	Volcán Imbabura
Categoría:	Natural	Categoría:	Natural
Tipo:	Sistemas Lacustres	Tipo:	Elevación
Subtipo:	Laguna	Subtipo:	Volcán



Descripción:	Descripción:
En kichwa significa "lago de sangre" debido al hecho que en sus orillas tuvo lugar, la última batalla de resistencia entre caranquis y	Este volcán con una altitud de 4630 msnm, lleva un buen tiempo inactivo y es un punto turístico de importancia en la región.

<p>tropas incas invasoras. Se dice que luego de ganar la batalla, los incas degollaron a los sobrevivientes y arrojaron sus cuerpos al lago, tiñéndose este de sangre. Hoy Yahuarcocha tiene a su alrededor un autódromo sede de numerosas carreras a lo largo del año. El bello paisaje natural es aprovechado diariamente por miles de ibarreños que salen a practicar diversos deportes en este paraje.</p>	<p>Proporciona una buena vista hacia la ciudad, se conforma de varias lomas y colinas; durante el invierno suele estar nevado parte de su cráter, es un lugar de vida silvestre muypreciado del norte del país, además de que permite observar a Ibarra desde todos sus ángulos.</p>
--	--

Atractivo 005		Atractivo 006	
Nombre:	Parque Pedro Moncayo	Nombre:	Parque Céntrica Boulevard
Categoría:	Cultural	Categoría:	Cultural
Tipo:	Areas Verdes	Tipo:	Areas Verdes
Subtipo:	Parques	Subtipo:	Parques



<p>Descripción: Es el parque principal de la ciudad. Está rodeado de la Iglesia de la Catedral, Capilla Episcopal, El Torreón, los edificios de la Gobernación y el Palacio Municipal. Está ubicado en el centro histórico de la capital Imbabureña En su centro está la estatua del notable ibarreño Dr. Pedro Moncayo, historiador, político, periodista y político.</p>	<p>Descripción: Son 240.000 m2, ubicados estratégicamente para concebir armonía entre espacios construidos, áreas verdes y actividades cotidianas de los ibarreños. Un diseño que propone coexistencia entre la naturaleza paisajista con la edificación contemporánea , relacionando al habitante con un entorno variado, poco convencional, sano visualmente, abierto a la interpretación lúdica, y sobre todo práctico ya que fortalece la interrelación social y convivencia comunitaria, paseos recreativos y movilidad saludable.</p>
---	--

Atractivo 007		Atractivo 008	
Nombre:	EL Mirador Miguel San Miguel Arcangel	Nombre:	Loma de Guayabillas
Categoría:	Natural	Categoría:	Natural
Tipo:	Mirador Natural	Tipo:	Elevaciones
Subtipo:	Mirador	Subtipo:	Loma



Descripción: Es una colina ubicada al oriente de la ciudad; sitio tradicional para divisar todo el fértil valle en donde se asienta la ciudad y sus alrededores. Aquí se encuentra una estatua en honor a San Miguel Arcángel, patrono de la ciudad.	Descripción: Esta loma se encuentra al otro lado del río Tahuando, forma parte del Bosque Protector Guayabillas y tiene un lugar en el cual hay un centro de rescate de vida silvestre, así como también se encuentran las instalaciones necesarias para un paseo familiar.
--	---

Atractivo 009		Atractivo 010	
Nombre:	La Esquina del Coco	Nombre:	Basílica de La Dolorosa
Categoría:	Natural	Categoría:	Cultural
Tipo:	Especie Arborícola	Tipo:	Edificaciones
Subtipo:	Palmera de Coco	Subtipo:	Iglesia



Descripción:	Descripción:
<p>Forma parte de la historia de Ibarra. En esta esquina, a pesar de la devastación del terremoto de 1868, una palmera de cocos siguió en pie. Desde ahí se trazaron a escuadra las calles de la nueva Ibarra, respetando en parte, el trazado original de la distribución de plazas, manzanas y solares, de la antigua Villa de 1606</p>	<p>Fue construida sobre las ruinas de "La Compañía", otro templo católico destruido en el terremoto de 1868. A su vez, la Basílica de "La Dolorosa", fue destrozada por un terremoto el siglo pasado (1987). Actualmente este templo tiene partes de la construcción antigua y otros tramos son de la reconstrucción integral hecha a finales del siglo pasado, luego del terremoto de 1987, por lo cual llama la atención su arquitectura.</p>

Cuadro #3
Fichas de Atractivos de Ibarra
Santiago Esteban Jara Román

2.3 Investigación Exploratoria

Encuesta

Actualmente la sociedad muestra nuevas exigencias de calidad en los productos y servicios por lo tanto la situación central es quien llega primero a los clientes y en las mejores condiciones dando un valor agregado, dentro de los cuales aquellas empresas que ya se encuentran certificadas tienen la ventaja competitiva temporal frente al resto que todavía aún no lo está.

Tomando en cuenta que la empresa Imbabura turística s.a. "Hotel Ajaví"; tiene como actividad primordial brindar alojamiento con servicios de comidas y bebidas, necesita implantar un sistema de gestión de la calidad en el servicio según la norma iso 9001-2008 debido a que en la actualidad esta carece del mencionado sistema.

Por lo tanto la empresa ha considerado necesario implantar dicho sistema de gestión de calidad a fin de satisfacer las expectativas de sus clientes y a la vez estaría sentando las bases para la mejora continua y para mejores condiciones de calidad, seguridad y medio ambiente como empresa optimizando de esta manera su situación en el mercado en el cual se desenvuelve y la competitividad de sus procesos para brindar un mejor servicio al cliente.

Como consecuencia se ha propuesto la aplicación de una encuesta la misma que ha permitido conocer el criterio de los clientes en cuanto al sistema de gestión de la calidad que la empresa requiere para mejorar sus servicios y productos, datos que a continuación se presentan.

Una vez aplicada la encuesta se procedió a realizar una revisión de los datos recopilados con la finalidad de determinar la calidad de la encuesta, posteriormente se realizó el proceso de compilación de la información a fin de realizar el procesamiento de la misma. Para el análisis de la información se categorizaron las encuestas y se transformaron a símbolos matemáticos además para su tabulación se elaboró una matriz de variables cuyos resultados se representan en histogramas de frecuencias.

El procesamiento de los datos se los llevo a cabo de una manera científica y técnica de manera que permitió establecer la recopilación de datos con veracidad y precisión.

2.3.1 Encuesta tipo

Encuestas realizadas a los huéspedes/clientes del hotel Ajaví de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Las encuestas que se presentan a continuación fueron realizadas tomando en cuenta la población total, es decir el cálculo de # de huéspedes/clientes que arriban al hotel anualmente por lo tanto se ha utilizado la siguiente fórmula para obtener la muestra.

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

$N =$ proyección de clientes para el año 2013
 $Z = 1.96$ (nivel de confianza del 95%)
 $P = 0.5$ (probabilidad de ocurrencia)
 $Q = 0.5$ (probabilidad de no ocurrencia)
 $E = 0.05$ (nivel de error)

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5 \cdot 0.5) 15108}{(15108-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$N = \frac{(3.8416) (0.25) 15108}{(15107) (0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

$$N = \frac{(0.9604) 15108}{37.7675 + 0.9604}$$

$$N = \frac{14509.723}{38.7279}$$

$$N = 374.65814$$

Pregunta 1

¿Considera usted que los productos y servicios que brinda la empresa satisfacen sus necesidades?

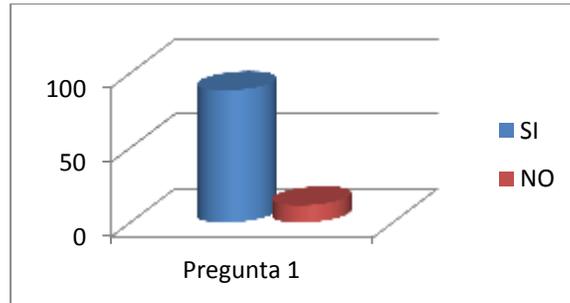


Gráfico # 2

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 1	# personas	%
SI	331	88,5
NO	43	11,5
TOTAL	374	100

Cuadro # 3

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 1 un 88,50% de los huéspedes/clientes encuestados considera que los productos y servicios que brinda la empresa si satisfacen sus necesidades mientras que un 11,50% de huéspedes/clientes no lo considera.

Pregunta 2

¿El servicio en reservaciones le parece de calidad?

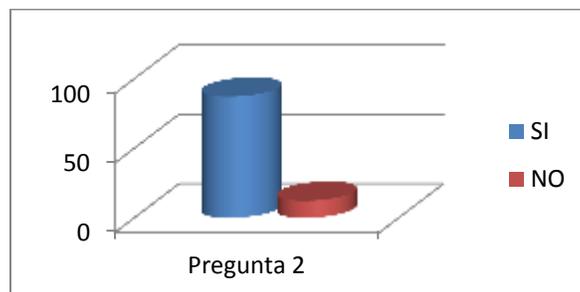


Gráfico # 3

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 2	# personas	%
SI	328	87,7
NO	46	12,3
TOTAL	374	100

Cuadro # 4

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 2 a un 87,70% de huéspedes/clientes encuestados si le pareció que el servicio de reservaciones es de calidad mientras que a un 12,30% no le pareció que este sea de calidad.

Pregunta 3

¿El servicio en recepción le pareció de calidad?

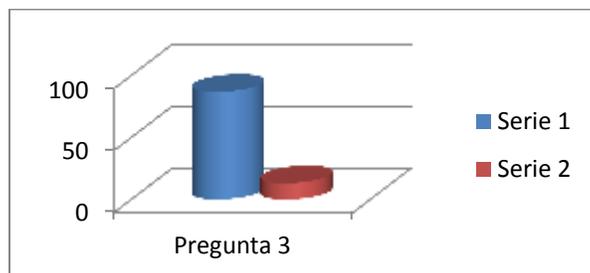


Gráfico # 4

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 3	# personas	%
SI	325	86,89
NO	49	13,11
TOTAL	374	100

Cuadro # 5

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 3 un 86,89% de los huéspedes/clientes encuestados si les pareció de calidad el servicio en recepción mientras que a un 13,11% no le pareció de calidad.

Pregunta 4

¿Puede definir al servicio de alojamiento del hotel Ajaví como un servicio de calidad?

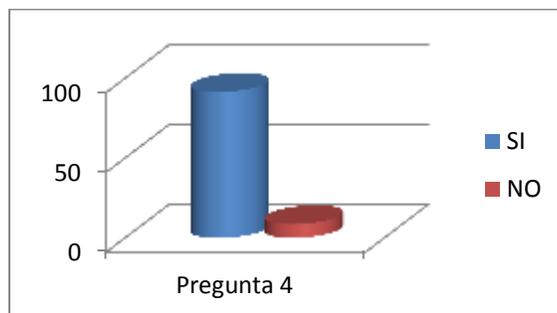


Gráfico # 5

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 4	# personas	%
SI	342	91,44
NO	32	8,56
TOTAL	374	100

Cuadro # 6

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 4 el 91,44% de los huéspedes/clientes encuestados consideran al servicio de alojamiento del hotel Ajaví como se calidad mientras que un 8,56% no lo considera de calidad.

Pregunta 5

¿Podría indicar si los productos y servicios del bar/restaurante son de calidad?

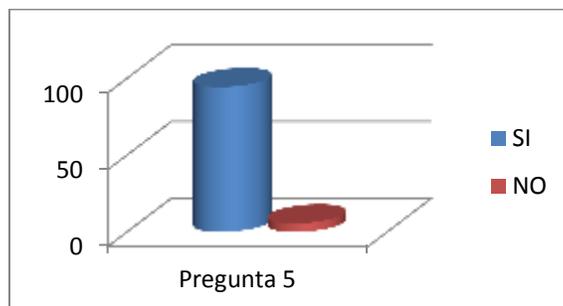


Gráfico # 6

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 5	# personas	%
SI	353	94,38
NO	21	5,62
TOTAL	374	100

Cuadro # 7

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 5 un 94,38% de los huéspedes/clientes encuestados definieron a los productos/servicios tanto de bar y restaurant como de calidad mientras que un 5,62% definen que no son de calidad estos productos/servicios.

Pregunta 6

¿Cree usted que los empleados del hotel Ajaví brindan un servicio de calidad?

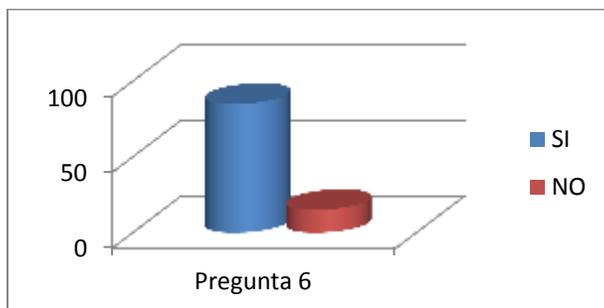


Gráfico # 7

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 6	# personas	%
SI	318	85,02
NO	56	14,98
TOTAL	374	100

Cuadro # 8

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 6 un 85,02% de los huéspedes/clientes encuestados si cree que los empleados brindan un servicio de calidad mientras que el 14,98% no cree que sea de calidad.

Pregunta 7

¿Le pareció que el alojamiento, atención y comidas/bebidas que recibió en el hotel satisficieron sus necesidades?

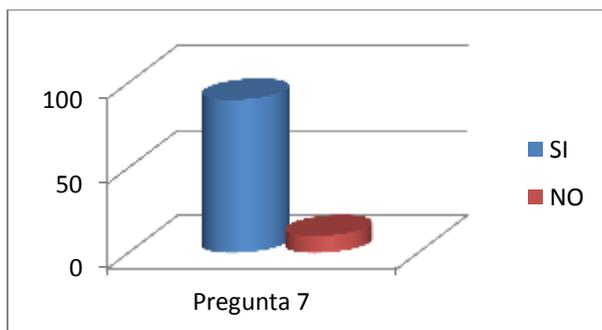


Gráfico # 8

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 7	# personas	%
SI	337	90,1
NO	37	9,9
TOTAL	374	100

Cuadro # 9

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 7 a un 90,10% de los huéspedes/clientes encuestados manifestó su satisfacción en cuanto al alojamiento, atención y comidas/bebidas que recibió en el hotel mientras que un 9,90% manifestó su no satisfacción.

Pregunta 8

¿Cree usted que el hotel Ajaví está comprometido a brindar productos/servicios de calidad a los huéspedes/clientes que lo visitan?

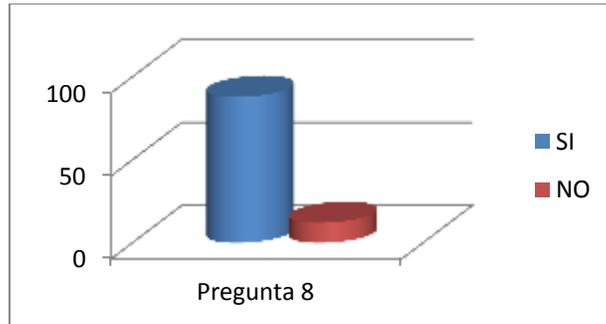


Gráfico # 9

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Pregunta 8	# personas	%
SI	329	87,96
NO	45	12,04
TOTAL	374	100

Cuadro # 10

Fuente: Encuestas

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la pregunta 8 el 87,96% de los huéspedes/clientes encuestados consideran que el hotel Ajaví está comprometido en brindar calidad en los productos/servicios a sus visitantes mientras que un 12,04% considera que no está comprometido en brindar calidad.

2.3.2 Resultados

Una vez procesada la información obtenida en las preguntas 8 preguntas realizadas a los 374 clientes que han visitado el Hotel Ajaví durante el periodo del año 2013, se obtuvo lo siguiente:

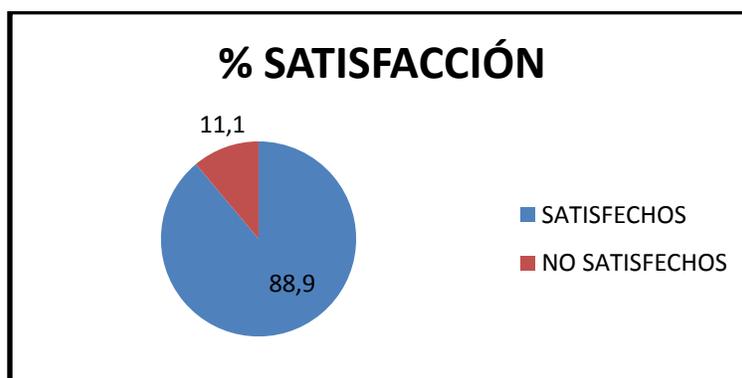


Gráfico # 10
Fuente: Encuestas
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Es evidente que la mayoría de los clientes que representan el 88.9% de los clientes es decir 332 personas del total de la muestra y que han sido encuestados se encuentran satisfechos con el producto/servicio recibido, mientras que el 11.1% de los clientes es decir 41 personas no se encuentran satisfechas.

Por lo tanto es necesario la implantación de un manual de calidad en el servicio para el Hotel Ajaví que nos permita estandarizar procesos, generar una ventaja competitiva y mejorar la eficiencia a nivel organizacional y así reducir/eliminar el porcentaje de clientes no satisfechos.

2.4 Análisis FODA

2.4.1 Análisis interno del Hotel Ajaví

2.4.1.1 Fortalezas

Son las capacidades o conocimientos del hotel los cuales se encuentra por encima del promedio respecto a empresas similares de la misma actividad. Se destacará aspectos del momento actual de la empresa los que serán aprovechados competitivamente o para mejorar resultados. Y son los siguientes:

1. Posicionamiento del nombre del hotel sobre los demás en la ciudad de Ibarra.
2. Personal altamente formado y capacitado.
3. Infraestructura integral.
4. Formar parte de una red de turismo nacional e internacional.
5. Equipado con los espacios y tecnología necesaria para organización de eventos de diferente tipo.
6. Fuerte capital social formado.

2.4.1.2 Debilidades

Son aquellos aspectos del hotel en los cuales se encuentra por debajo del promedio en cuanto a las otras empresas del entorno que prestan el mismo o similar servicio o a su vez puede ser en tamaño y características. Se analizarán las causas y efectos de los problemas internos para mantenerlos controlados hasta el punto de reducirlos al mínimo grado de riesgo para la empresa.

1. Subutilización de la capacidad de producción.
2. Alta rotación del personal.
3. Vulnerable a la contaminación acústica.
4. Limitada innovación de mobiliario en ciertas partes.

2.4.2 Análisis externo del Hotel Ajaví

2.4.2.1 Oportunidades

Son las alternativas o posibilidades estratégicas que se perciben en un futuro (corto o mediano plazo) y que se encuentran relacionadas con cada una de las fortalezas descritas anteriormente. En este caso se planificará y dispondrá los recursos para aprovechar esas situaciones esperadas y mantener una direccionalidad sostenida hacia el logro de tales escenarios.

1. Hacer alianzas estratégicas.
2. Pertenece a la AHOTEC-I.
3. Se podría convertir en un centro de formativa práctica y profesional.
4. Revitalización de las vías de primer orden y de la línea férrea entre Ibarra y Salinas.
5. Reactivamiento de cualquiera de los volcanes a su alrededor.
6. Construcción del centro comercial Laguna Mall.

2.4.2.2 Amenazas

Están directamente relacionadas con las debilidades internas y también con los riesgos generados en el ambiente externo en el que actúa el hotel Ajaví. En otras palabras son advertencias que motivan a tomar acciones para neutralizar dichas amenazas y más bien convertirlas en fortalezas en los puntos débiles detectados.

1. Recesión económica mundial.
2. Precipitaciones excesivas.
3. Poca señalización e inseguridad en el tránsito en las afueras del hotel.
4. Inseguridad a las afueras de la empresa.
5. Reactivamiento de cualquiera de los volcanes a su alrededor.

2.5 Análisis de impacto

2.5.1 Análisis de impacto de fortalezas y debilidades

Al tener reconocidas las variables internas y externas que afectan a la empresa a través del FODA se puede elaborar una matriz de impacto y observar el efecto que tienen en la organización cada una de estas pudiendo encontrarse las de mayor repercusión y en donde está siendo más vulnerable la empresa.

Fortalezas	Impacto			Debilidades	impacto		
	alto	medio	bajo		alto	medio	bajo
Posicionamiento del nombre del hotel	x			Subutilización de la capacidad de producción	x		
Formación y capacitación del personal		X		Alta rotación de personal			x
Infraestructura integral		X		Vulnerable a la contaminación acústica		x	
Miembro de red nacional e internacional	x			Limitada innovación de mobiliario de ciertas partes		x	
Equipado con espacios y tecnología para eventos	x						
Capital social formado	x						

Cuadro # 11

Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.5.2 Análisis de impacto de oportunidades y amenazas

Oportunidades	Impacto			Amenazas	impacto		
	alto	medio	bajo		alto	medio	bajo
Hacer alianzas estratégicas	x			Recesión económica mundial		x	
Pertenece a la ahotec-i	x			Precipitaciones excesivas		x	
Centro de formativa práctica/profesional		x		Poca señalización en el tránsito en las afueras del hotel	x		
Revitalización de vías de primer orden y vía férrea	x			Inseguridad a las afueras de la empresa		x	
Reactivamiento de cualquiera de los volcanes	x			Reactivamiento de cualquiera de los volcanes	x		

Cuadro # 12

Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

<p>FORTALEZAS</p> <p>F1.- Posicionamiento del nombre del hotel F2.- Personal formado y capacitado F3.- Infraestructura integral</p> <p>F4.- Parte de una red nacional e internacional F5.- Equipado con espacios y tecnología para eventos F6.- Capital social formado</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1.- Hacer alianzas estratégicas O2.- Pertenece a la AHOTEC-I O3.- Centro de formativa y práctica profesional O4.- Revitalización vías de primer orden y línea férrea O5.- Reactivamiento de cualquiera de los volcanes</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1.- Subutilización de la capacidad de producción D2.- Alta rotación de personal D3.- Vulnerable a contaminación acústica D4.- Limitada innovación de mobiliario en ciertas partes</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>A1.- Recesión económica mundial A2.- Precipitaciones excesivas A3.- Poca señalización en el tránsito A4.- Inseguridad en las afueras</p> <p>A5.- Reactivamiento de cualquiera de los volcanes</p>

Cuadro # 13

Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.6 Matriz ofensiva

La matriz ofensiva localiza las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. Con lo que se quiere llegar a encontrar a través de esta matriz es una posición en donde se puedan usar las fuerzas internas para aprovechar las tendencias y hechos externos lo que sería ideal para todo gerente. Cuando una organización enfrenta amenazas importantes tratará de evitarlas para concentrarse en las oportunidades.

2.6.1 Objetivos corporativos ofensivos

El hotel Ajaví tiene como objetivos ofensivos los siguientes:

- Analizar y realizar alianzas con posibles aliados para realizar productos periféricos al principal así como potenciar el uso de las instalaciones atrayendo clientes y sacando el mejor provecho del capital social formado del hotel.

A continuación se presenta el cuadro de las estrategias FO o maxi-max, es decir las estrategias ofensivas del hotel:

Fortalezas	Oportunidades				
	o1	o2	o3	o4	o5
f1	Analizar y seleccionar a posibles aliados y establecer sociedades con beneficio mutuo.			Realización de paquetes/tours con marca del hotel. Elaborando productos y servicios periféricos al principal.	Realización de paquetes/tours con marca del hotel. Elaborando productos y servicios periféricos al principal.
f2					
f3					
f4	Aprovechar formar parte de la red y establecer sociedades para atraer clientes/publicidad, uso de crm, adquisición de cartera de clientes, diferenciación, sistemas de calidad.				
f5					
f6	Aprovechar el capital social para que las sociedades y posibles inversiones vean en la empresa una sociedad conveniente.				

Cuadro # 14

Fuente: Cuadros de análisis
 Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.7 Matriz defensiva

A través de esta matriz se podrán encontrar tácticas defensivas con las que se pretende disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. Una organización que enfrenta muchas amenazas externas y debilidades internas podría estar en una situación muy inestable es por eso que es necesaria la realización de la misma.

2.7.1 Objetivos corporativos defensivos

El hotel Ajaví tiene como objetivos defensivos los siguientes:

- Con el posicionamiento de la marca captar y fidelizar clientes mediante la publicidad, cuñas, prensa, boca-boca, eventos.
- Potenciar las instalaciones y su uso para disminuir la capacidad vaga de las mismas.
- Solicitar a los entes encargados del tránsito de la ciudad, incrementar la señalización debido a que es una zona de alto tráfico en la cual se encuentra el hotel.

A continuación se presenta el cuadro de las estrategias FA o maxi-min, es decir las estrategias defensivas del hotel:

FORTALEZAS	AMENEZAS				
	A1	A2	A3	A4	A5
F1	Mediante el posicionamiento fidelizar clientes generadores de ingresos				
F2					
F3	Utilización de infraestructura al máximo minimizando capacidad vaga de instalaciones generando ingresos.				
F4	Implantar métodos para captar clientes utilizando el ser parte de una red mediante la publicidad en internet, boca a boca, cuñas, prensa, eventos, etc.				
F5					
F6	Realizar inversiones en instalaciones, tecnología, maquinaria generadoras de ingresos.				

Cuadro # 15

Fuente: Cuadros de análisis
 Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.8 Matriz adaptativa

En esta matriz se podrá identificar el o los problemas que aquejan a la organización para tener una planeación adecuada que lleve a la empresa a integrar procesos que le permitan adaptarse a las condiciones cambiantes del medio en el cual se desenvuelven.

2.8.1 Objetivos corporativos adaptativos

El hotel Ajaví tiene como objetivos adaptativos los siguientes:

- Formar sociedades de cooperación mutua para disminuir la capacidad vaga de las instalaciones y mantenerlas funcionando permanentemente incluyendo convenios para formar teórico-profesionalmente a estudiantes con carreras afines.
- Implementar sistemas de insonorización para aprovechar la afluencia de turistas al hotel y así facilitar el descanso y actividades del huésped/cliente en el hotel.

A continuación se presenta el cuadro de las estrategias DO o mini-max, es decir las estrategias adaptativas del hotel:

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES				
	O1	O2	O3	O4	O5
D1	Minimizando la capacidad vaga otras instituciones pueden requerir las instalaciones formando sociedades de cooperación mutua generando ingresos.		Utilizando las instalaciones en mayor porcentaje se da cabida a los pasantes/practicantes de tal manera estos colaboran con la organización adquiriendo conocimientos teórico-prácticos y la organización se beneficia de su ayuda como puede ser en temporada alta o con la reducción de la capacidad vaga.		
D2					
D3	Implementando sistema de insonorización aprovechamos la mayor afluencia de turistas.				
D4					

Cuadro # 16

Fuente: Cuadros de análisis
 Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.9 Matriz de supervivencia

La siguiente matriz nos permitirá conocer cómo se deberá actuar en el caso de que las debilidades y amenazas lleguen a afectar en mayor grado a la organización.

2.9.1 Objetivos corporativos de supervivencia

El hotel Ajaví tiene como objetivos de supervivencia los siguientes:

- Incrementar el uso de las instalaciones así como optimizar recursos evitando la alta rotación de personal.

A continuación se presenta el cuadro de las estrategias DA o mini-min, es decir las estrategias adaptativas del hotel:

DEBILIDADES	AMENAZAS				
	A1	A2	A3	A4	A5
D1	Incrementando el uso de las instalaciones generaremos recursos económicos con fines de superar la no llegada de huéspedes/clientes por la recesión económica.		Con el acrecentamiento de uso de las instalaciones se incrementa el número de personas y vehículos por lo tanto se debe aumentar la señalización y parqueaderos en las afueras del hotel.		
D2	Con la implementación de sistemas de reclutamiento, selección, contratación adecuados se evitará perder recursos económicos necesarios con la continua y alta rotación de personal.				
D3					
D4					

Cuadro # 17

Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS					
ESTRATEGIAS	alto	medio	bajo	ninguno	total
F1O1.- Analizar y seleccionar posibles aliados y establecer sociedades con el fin de cumplir objetivos en beneficio mutuo.	3				3
F1O4.- realización de paquetes/tours con la marca del hotel elaborando productos y servicios periféricos al principal.		2			2
F1O5.- Realización de paquetes/tours con la marca del hotel elaborando productos y servicios periféricos al principal.		2			2
F4O1.- Aprovechar el formar parte de la red para formar sociedades y atraer clientes, publicidad, uso de crm, adquisición de cartera de clientes, diferenciación, sistemas de cálidas.		2			2
F6O1.- Aprovechar capital social para que posibles aliados vean en la empresa una sociedad conveniente.			1		1
F1A1.- Mediante el posicionamiento fidelizar clientes que son generadores de ingresos.	3				3
F2A3.- Solicitar a entes encargados de tránsito incrementar señalización.		2			
F3A1.- Utilización de infraestructura al máximo minimizando capacidad vaga de instalaciones y así generar ingresos.	3				3
F4A1.- Implementar métodos de captación de clientes utilizando el ser parte de una red, publicidad en internet, boca a boca, cuñas, prensa, eventos, etc.	3				3

F6A1.- Realizar inversiones en instalaciones, tecnología maquinaria generadoras de ingresos.	3				3
D1O1.- Minimizando la capacidad vaga otras instituciones pueden requerir de las instalaciones formando sociedades de cooperación mutua generando ingresos.		2			2
D1O3.- Utilizando las instalaciones en mayor porcentaje se da cabida a pasantes/practicantes de tal manera estos colaboran con la organización adquiriendo conocimientos teórico-prácticos y la organización se beneficia de su ayuda como puede ser en temporadas altas o tan solo con la reducción de capacidad vaga.			1		1
D3O1.- Implementando sistemas de insonorización aprovechamos la mayor afluencia de turistas mejorando su estadía.			1		1
D1A1.- Incrementando el uso de las instalaciones generaremos recursos económicos con la llegada de clientes con fines de superar la recesión económica.	3				3
D1 A3.- Con el incremento del uso de las instalaciones se incrementa el número de personas y vehículos incrementando la señalización en el tráfico a las afueras del hotel por parte de los entes encargados de esto.		2			2
D1A5.- Con el incremento de uso de instalaciones se incrementa el número de personas y vehículos se debe implementar sistemas de vigilancia, personal de seguridad, alarmas, cooperación con el plan de seguridad ciudadana y la policía nacional para el incremento de esta.		2			2
D2A1.- Con la implementación de sistemas de reclutamiento, selección, contratación adecuada se evitará perder recursos económicos necesarios con la continua y alta rotación de personal.	3				3
D3A4.- Implementación de un sistema de insonorización en ventanas y puertas del hotel disminuirémos el ruido para no afectar en el descanso y las actividades de los huéspedes/clientes.			1		1
TOTAL	21	12	2	0	35

Cuadro # 18

Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

2.10 Planes de acción

Al tener determinados los objetivos y las estrategias tanto defensivas como ofensivas se establecerá a través de los planes de acción cómo se cumplirán las mismas.

Este plan de acción es parte de la visión y es elaborado por el gerente y por el personal a su cargo, un plan de acción detalla las metas y objetivos del programa así como las actividades que se desarrollarán para lograrlos.

El plan de acción cubre generalmente un periodo determinado en el que se establece cual es la persona o personas responsables de la ejecución de cada actividad, muestra cuándo debe concluir cada una de estas e indica cuáles son los recursos financieros necesarios.

VISIÓN: En los próximos cinco años ser líder en la prestación de servicios a sus huéspedes/clientes en alojamiento y restauración, contar con tecnología de punta y personal altamente formado y capacitado haciendo énfasis en la calidez en la atención para convertirse en la empresa más valorada por la comunidad					
Perspectiva financiera	Perspectiva Clientes	Perspectiva procesos internos	Perspectiva aprendizaje y crecimiento		
Lograr mayores ingresos y aprovechar oportunidades de negocio.	Líder en prestación de servicios de alojamiento y restauración.	Contar con tecnología de punta.	Contar con personal formado, capacitado y especializado.		OBJETIVOS
Alcanzar mayor tasa de ventas, lograr mayor número de huéspedes/clientes, incrementar eventos.	SGC en el servicio.	Adquisición software norcalidad, zeus, fidelioexpress.	Falta de personal capacitado en el mercado.		FACTORES
Tasa de ventas sin SGC/tasa de ventas con SGC	Antes: proceso de reservaciones, recepción.	Antes: adquisición de materia prima seleccionada, mano de obra calificada.	% personal especializado a contratar (profesionales/total personal)		INDUCTORES
N° de huéspedes/clientes sin SGC/N° de huéspedes/clientes con SGC	En: relación directa por los empleados de contacto	En: momento de brindar el producto/servicio.	N° personal capacitado		
N° eventos programados/N° eventos realizados	Después: encuestas, call center.	Después: encuestas call center.			
Generar planes de ventas, programas de marketing y promociones para eventos.	Diseño, implantación y seguimiento del SGC en el servicio.	Establecer planes para la adquisición y procesamiento de materia prima. Dar seguimiento al desarrollo de procesos internos tanto en el servicio como después de este.	Establecer plan de capacitación.		INICIATIVAS

Cuadro # 19

Fuente: Cuadros de análisis
 Autor: Santiago Esteban Jara Román

Plan de acción desde la perspectiva aprendizaje y crecimiento

Objetivos estratégicos	Objetivos operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Estándar Objetivo	Calendario	Recursos	Valoración
Dotar a la organización de personal formado, especializado y capacitado.	Proveer personal especializado	Reclutamiento	Jefe talento humano	# personas solicitadas por la requisición / personas reclutadas	15 personas reclutadas	Tercera semana de enero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano. Técnicos: conocimiento en procesos de reclutamiento.	\$ 100
		Selección	Jefe talento humano	# de personas reclutadas / personas seleccionadas	10 personas seleccionadas	Cuarta semana de enero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano. Técnicos: conocimiento en procesos de selección.	\$ 100
		Contratación	Jefe talento humano	# de personas seleccionadas / personas contratadas	5 personas contratadas	Cuarta semana de enero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano. Técnicos: conocimiento en procesos de contratación.	\$ 150
	Capacitación de personal	Diagnóstico de capacitación	Jefe talento humano y asistente	% de conocimientos existentes / % conocimientos deseados (evaluación)	Detección de # de necesidades de capacitación	Primera semana de febrero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano y asistente. Técnicos: conocimiento en procesos de capacitación.	\$ 100
		Elaborar plan de capacitación	Jefe talento humano,	# de personas capacitadas en cada área.	90% personal capacitado en base a los	Segunda semana de febrero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos:	\$ 100

		asistente y equipo de capacitación.		contenidos de cada área.		jefe de talento humano, asistente y equipo de capacitación. Técnicos: conocimiento en procesos de capacitación.	
	Realizar capacitación	Jefe de talento humano, asistente y equipo de capacitación.	# de personal capacitado / total de personal	80% del personal capacitado	Tercera semana de febrero	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación y proyección, folders. Humanos: jefe de talento humano, asistente y equipo de capacitación. Técnicos: procesos de capacitación.	\$ 1.200

Cuadro # 20
Fuente: Cuadros de análisis
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Plan de acción desde la perspectiva financiera

Objetivos estratégicos	Objetivos operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Estándar Objetivo	Calendario	Recursos	Valoración
Alcanzar mayores ingresos y aprovechar oportunidades de negocio	Generar plan de ventas	Reducir costos	Jefe de costeo de productos y servicios	Costos anteriores / Costos actuales	Reducir costos en un 10%	Todo el mes de marzo	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de costeo. Técnicos: conocimiento de costos.	\$ 0
		Alianzas proveedores	Gerente, contador, administrador.	# alianzas programadas / # alianzas realizadas	Realizar alianzas con 5 proveedores	Todo el mes de abril	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: gerente, contador, administrador. Técnicos: negocios, alianzas estratégicas.	\$ 1.000
		Ampliación de cartera de clientes	Gerente, administrador.	Cartera actual de clientes / cartera nueva de clientes	Alcanzar un 10% más de clientes que en la cartera actual	Todo el mes de mayo	Materiales: útiles de oficina, equipos de computación. Humanos: gerente, administrador. Técnicos: conocimientos en cartera de clientes.	\$ 1.200
	Elaborar planes de marketing	Realizar publicidad	Gerente de marketing	# ofertas en publicidad / ofertas acogidas	Llegar en un 10% más en el mercado	Todo el mes de junio	Materiales: útiles de oficina, equipos de computación. Humanos: gerente de marketing. Técnicos: conocimientos de publicidad.	\$ 2.000

		Obtener sponsors	Gerente de marketing	Sponsors considerados / alianzas con sponsors	Realizar contratos con sponsors	2	Todo el mes de julio	Materiales: útiles de oficina, equipos de computación. Humanos: gerente de marketing. Técnicos: conocimiento en costos.	\$ 2.000
--	--	------------------	----------------------	---	---------------------------------	---	----------------------	---	----------

Cuadro # 21

Fuente: Cuadros de análisis

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Plan de acción desde la perspectiva procesos internos

Objetivos estratégicos	Objetivos operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Estándar Objetivo	Calendario	Recursos	Valoración
Contar con tecnología de punta	Adquisición de software	Realizar presupuesto	Gerente y responsables de áreas.	Presupuestos de compañías ofertantes del software	Elegir oferta que se adapte a presupuesto establecido.	Primera semana de abril	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: gerente y responsable de áreas. Técnicos: conocimiento de software.	\$ 0
		Análisis de conveniencia	Gerente y responsables de áreas.	Medir productividad de operaciones realizadas sin software vs. Operaciones realizadas con software	Verificar operaciones y su productividad mediante la adquisición de software	Primera y segunda semana del mes de abril	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano y asistente. Técnicos: conocimientos en procesos de capacitación.	\$ 0
		Adquisición	Gerente y responsables de áreas.	% de eficacia de procesos con software vs. % de eficacia de procesos sin software	Identificar % de eficacia en cada uno de los procesos	Tercera y cuarta semana del mes de abril.	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano y asistente. Técnicos: conocimientos en procesos de capacitación.	\$ 5.000
				% eficiencia de procesos con software / % eficiencia de procesos sin software	Identificar % de eficiencia en cada uno de los procesos	Tercera y cuarta semana del mes de abril.	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: jefe de talento humano y asistente. Técnicos: conocimientos en procesos de capacitación.	\$ 0

Cuadro # 22

Fuente: Cuadros de análisis

Autor: Santiago Esteban Jara Román

Plan de acción desde la perspectiva clientes

Objetivos estratégicos	Objetivos operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Estándar Objetivo	Calendario	Recursos	Valoración
Líder en servicios de alojamiento	Diseño SGC	Verificar grado de implantación	Experto en calidad y asistente	Software Norcalidad	Establecer porcentajes de grado de implantación	15 primeros días del mes de mayo	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 1.500
		Elaboración	Experto en calidad y asistente	# de días designados para la elaboración / # días utilizados	Elaboración del SGC en el servicio	15 días restantes del mes de mayo y todo el mes de junio	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 1.500
		Implementación	Experto en calidad y asistente	Tiempo estimado de implementación / tiempo utilizado en la implementación	Implementación SGC en la empresa en 3 meses	Julio, agosto y septiembre.	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 2.000
	Implementación SGC	Difusión SGC	Experto en calidad	Personas que conocen el SGC / personas que no conocen el SGC	Difundir el SGC al 100% al personal de la organización	Primera semana de julio	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 50
		Formar equipo de capacitación	Experto en calidad y asistente	# de personas reclutadas para equipo de capacitación / # de personas seleccionadas para el equipo de	Formar equipo de 6 capacitadores con el mismo personal de la	Tres semanas restantes del mes de julio	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software	\$ 0

			capacitación	empresa		norcalidad.	
	Capacitar en el SGC	Experto en calidad, asistente y equipo de capacitación.	# de personal capacitado / total de personal	Capacitar al 90% al total del personal	Todo el mes de agosto y la primera semana de septiembre	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad, asistente y equipo de capacitación. Técnicos: software norcalidad.	\$ 200
Seguimiento del SGC	Evaluar	Experto en calidad y asistente	Evaluaciones sobre el SGC, % de conocimiento posee el personal	90% de conocimiento sobre el SGC en la totalidad del personal	Segunda semana de septiembre	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 0
	Medir resultados	Experto en calidad y asistente	Operaciones con el SGC / posibles errores	Establecer porcentajes de errores presentados en las operaciones con el SGC.	Tercera semana de septiembre	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 0
	Tomar acciones correctivas	Experto en calidad y asistente	Corregir % errores que se presenten, mitigándolos.	Conocer y mitigar errores	Última semana de septiembre	Materiales: útiles de oficina, equipo de computación. Humanos: experto en calidad y asistente. Técnicos: software norcalidad.	\$ 0

Cuadro # 23

Fuente: Cuadros de análisis

Autor: Santiago Esteban Jara Román

CAPITULO 3

Propuesta para un plan de gestión de la calidad en el servicio para el hotel Ajaví en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, basado en la norma ISO 9001-2008.

3.1 Manual de Servicios

*MANUAL
DE
GESTIÓN
DE
CALIDAD*

IMBABURA TURÍSTICA C.A.
HOTEL AJAVÍ

Elaborado por:

.....

Santiago Jara Román

Revisado por:

.....

Responsable de Calidad

Aprobado por:

.....

Gerente general

CONTENIDO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

SECCIÓN	TÍTULO
I	Portada
II	Índice
III	Registro de actualizaciones
0	Introducción
1	Objeto y campo
2	Normas de referencia
3	Términos y definiciones
4	Sistemas de gestión de calidad
5	Responsabilidad de los recursos
6	Gestión de recursos
7	Realización del producto
8	Medición, análisis y mejora
9	Revisión, control y archivo

Cuadro # 24
SGC
Santiago Esteban Jara Román

REGISTRO DE ACTUALIZACIONES

REVISIÓN #	SECCIÓN	HOJA	CONCEPTO	AUTORIZADO POR	FECHA

Cuadro # 25
SGC
Santiago Esteban Jara Román

0. Introducción

El nivel gerencial de Imbabura Turística C.A. Imbaturis “Hotel Ajaví”, ha revisado el sistema de administración del hotel que se presenta en este manual, a la vez que manifiestan estar íntegramente comprometidos con su estricto desempeño. Ver “Declaración de la política de la calidad”.

El sistema de administración que presenta el hotel Ajaví, descrito en esta sección incluye medidas para certificar que la calidad requerida se obtenga en el desempeño de todas las áreas y además como actividad fundamental se realice un trabajo de calidad.

El hotel y sus procedimientos administrativos tienen como objetivo proveer mediante el control adecuado del trabajo y de su inspección técnica la consecución de un producto/servicio de calidad que satisfaga por completo todos los requisitos de los clientes.

El mencionado sistema de administración del hotel destaca las medidas necesarias que deberán tomarse para prevenir problemas de calidad existentes y que revelen o puedan mostrarse durante la elaboración de productos/servicios los mismos que podrían dar como resultado pérdidas y/o costos excesivos.

En este manual de gestión de la calidad de la empresa Imbabura Turística C.A. Imbaturis; se fundamenta en el sistema de gestión de la calidad en todas las operaciones que se den a nivel de la organización.

El diseño e implementación de este sistema de administración del hotel Ajaví fortalecerá la aplicación de los recursos necesarios en los contratos asumidos dando como resultado un trabajo de calidad para el beneficio de Imbabura Turística C.A. Imbaturis “Hotel Ajaví” y de todos sus huéspedes/clientes y potenciales huéspedes/clientes.

Este sistema de administración del hotel detalla de manera específica y clara el objetivo y el alcance de la política de calidad del hotel Ajaví y señala la responsabilidad del personal así como sus funciones.

La manera de verificación del sistema lo realizará la gerencia mediante las auditorías.

0.1 Distribución

El manual de calidad se puede distribuir de dos maneras o esquemas diferentes, que son los siguientes:

- Copia controlada
- Copia no controlada

Las copias que están bajo control se identifican por su numeración y son actualizadas por el emisor después de cada revisión.

0.2 Lista de control de distribución

Las copias no controladas si bien son iguales a aquellas que están bajo control en el momento de la emisión estas no son sujetas a revisiones siguientes. El manual de calidad es elaborado por el jefe de calidad y es revisado y aprobado por el gerente general.

Los niveles de elaboración, revisión y aprobación de las modificaciones serán los mismos que elaboraron, revisaron y aprobaron el documento inicialmente.

En el momento que se entreguen copias controladas del manual de calidad y/o procedimientos a individuos estos deberán ser registrados con un número único de identificación concedido por el responsable de aseguramiento y control de la calidad para su control.

Cuando se realicen revisiones a dichos documentos el responsable de aseguramiento y control de calidad deberá enviar esta nueva versión a todos los poseedores de copias controladas para la actualización de las últimas páginas revisadas.

# identificación del poseedor del manual de calidad	
Copia controlada	
Copia no controlada	
El documento en mención fue entregado a :	
Nombre:	
Fecha:	

Cuadro # 26
SGC
Santiago Esteban Jara Román

0.3 Presentación de la documentación

0.3.1 Quiénes somos

El hotel abrió sus puertas el 11 de junio de 1969 construyéndose mediante escritura pública como una compañía de responsabilidad limitada, es entonces en donde se lleva a cabo el proyecto llamado hotel Ajaví. La razón social con la que inicio fue Imbabura Turística CIA. LTDA. Con un capital social de dos millones de sucres, el cual estaría ubicado en la parroquia de San Francisco en la Avenida Mariano Acosta n° 16-38, dirección en la cual hasta la actualidad funciona.

Siendo así que el 30 de junio de 1975 el hotel Ajaví se transforma y se constituye legalmente en una compañía anónima y su razón social cambia a Imbabura Turística C.A. IMBATURIS, nombre con el cual hasta la actualidad se desenvuelve.

El hotel Ajaví es un establecimiento enfocado a viajeros de toda índole, con estancias de corta y larga duración, buscando generar utilidades mediante la prestación de servicios de alojamiento. Esta cuenta con una superficie de 9000 m² con capacidad para 134 personas distribuidos en 60 habitaciones así mismo cuenta con restaurante, bar, cafetería y un agradable y muy completo club de la salud. El hotel maneja una importante gama de servicios con el fin de brindar a todos sus huéspedes una acogedora estancia en la paradisiaca provincia de los lagos.

Imbabura Turística Imbaturis C.A. “Hotel Ajaví” se encuentra ubicado en la siguiente dirección:

- Parroquia de San Francisco en la Av. Mariano Acosta #16-38 en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Teléfonos: 2955640 / 2955221 / 2955787 / 2952485
- Fax: (593) 06 2 955 555
- Apartado 795
- Email: hotelajaví@andinanet.net

El presente documento es propiedad de Imbabura Turística Imbaturis C.A. “Hotel Ajaví” y su reproducción parcial o total no se encuentra autorizada sin su consentimiento. El archivo y revisión de las copias controladas que se emitan será responsabilidad del responsable de aseguramiento y control de la calidad.

Las copias no controladas del manual de calidad que se emitan no son controladas y deberán contener la leyenda “informativo solamente”.

El responsable de aseguramiento y control de la calidad del hotel Ajaví se asegura de que todas las copias no controladas y revisiones realizadas al manual de calidad y/o a los procedimientos sean actualizadas y que las secciones revisadas obsoletas sean destruidas y debidamente identificadas para evitar su utilización inadvertida.

Las copias no controladas del manual de calidad serán emitidas con fines únicamente informativos.

0.3.2 Visión

Crecer permanentemente para ser el mejor hotel del norte del país y ampliarnos hacia otros lugares con nuestra oferta de servicios.

0.3.3 Misión

Dar un servicio hotelero de primera y satisfacer todas las necesidades del cliente y una vez que lo visiten se sientan satisfechos, esa será nuestra mejor promoción y propaganda.

1 Objeto y campo de aplicación

1.1 Generalidades

Este manual especifica los requisitos del sistema de gestión de calidad de la empresa Imbabura Turística Imbaturis C.A. “Hotel Ajaví”; los procesos y procedimientos descritos sirven para asegurar:

- La capacidad de Imbabura Turística Imbaturis C.A. “Hotel Ajaví” para proveer de forma coherente productos/servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.
- Implantar y controlar la política de calidad del hotel Ajaví.
- Proporcionar conformidad con los requisitos de la norma iso 9001-2008.
- Aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema de gestión de calidad incluyendo la prevención de las no conformidades y los procesos de mejora continua.

1.2 Aplicación

El sistema de gestión de la calidad de Imbabura Turística Imbaturis C.A. “Hotel Ajaví” aplica a la fabricación y comercialización de productos/servicios hoteleros (alojamiento, restauración, conferencias/eventos, entretenimiento/diversión)

1.3 Exclusiones permitidas

No aplica. N/A

2. Normas de referencia

Las normas que a continuación se mencionan contienen disposiciones que constituyen referencia de este manual de calidad:

- Norma internacional ISO 9001-2008

3. Términos y definiciones

Para los fines de este manual se aplican los términos y definiciones dadas en iso 9001-2008; sistema de gestión de calidad.

Acción correctiva: acción tomada para eliminar las causas de una no conformidad de un defecto o de cualquier otra situación indeseable existente para evitar su repetición.

Acción preventiva: acción tomada para eliminar las causas de una no conformidad de un defecto o de cualquier otra situación indeseable potencial con el fin de evitar que se produzca.

Ambiente de trabajo: condiciones en las cuales se desenvuelve el recurso humano de la empresa que incluye el área de trabajo provisión de materiales y equipos necesarios para el desarrollo de las actividades.

Aseguramiento de la calidad: conjunto de actividades preestablecidas y sistemáticas aplicadas en el marco del sistema de calidad demostrando que son necesarias para dar confianza adecuada, de que una entidad satisfará los requisitos de la calidad.

Auditoría: examen sistemático o independiente con el fin de determinar si las actividades y los resultados relativos a la calidad satisfacen las disposiciones preestablecidas y si estas disposiciones son aplicables en forma efectiva y son apropiadas para alcanzar objetivos.

Calificación del personal: características o destrezas adquiridas mediante entrenamiento o experiencia evaluados en base a las normas prescritas o mediante exámenes que demuestren la capacidad el individuo para llevar a cabo ciertas tareas.

Calidad: la totalidad de las características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas.

Cliente: destinatario de un producto provisto por la organización puede ser por ejemplo: el cliente, el consumidor final, el usuario, el beneficiario o el comprador.

Código: el código o códigos especificados en los documentos del cliente para el diseño, fabricación e instalación.

Documentos controlados: son aquellos documentos donde la distribución y actualización deberán ser registrados.

Documento no controlado: es aquel documento que no hay necesidad de actualizar pero su entrega hay que dejarlo asentado en el registro.

Evidencia objetiva: información cuya veracidad puede demostrarse basada en hechos y obtenida por observación, medición ensayo u otros medios.

Gestión de la calidad: conjunto de actividades de la función empresarial que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y las implementa por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad y el mejoramiento de la calidad en el marco del sistema de la calidad.

Instructivo de trabajo: detalle de las actividades necesarias para asegurar la calidad del producto o como realizar una tarea.

I.T.C.A.: Imbabura Turística Compañía Anónima.

Manual de calidad: documento que enuncia la política de la calidad y que describe el sistema de la calidad de una organización.

MGC: manual de gestión de la calidad.

No conformidad: no satisfacción de un requisito especificado.

Organización: compañía, sociedad, firma, empresa o institución o parte de estas, de responsabilidad limitada u otra pública o privada que posee su propia estructura funcional

y administrativa que establece un sistema de gestión de la calidad y que genera un producto que cubre la norma.

Política de la calidad: orientaciones y objetivos generales de una organización concerniente a la calidad, expresados formalmente por el más alto nivel de la dirección.

Procedimiento: descripción de las actividades correspondientes a la mayoría de procesos identificados en el sistema de calidad. Este define qué? quién? Y cuándo?, se realiza una actividad dentro del proceso.

Proveedor: se refiere a cualquier persona natural o jurídica que provea a la organización, productos, materia prima, equipos o servicios.

Registro: documento que provee evidencias objetivas de las actividades efectuadas o de los resultados obtenidos.

Registro de calidad: son formatos, etiquetas, y tarjetas de control, etc., que emiten fe de que algo ocurrió y son la evidencia de que el sistema está operando efectivamente.

SGC: Sistema de gestión de calidad.

Sistema de calidad: la organización, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para implementar la gestión de calidad.

Verificación: el acto de revisar, inspeccionar, probar, chequear, auditar u otro proceso para determinar y documentar que los ítems, procesos, servicios o documentos conforman los requisitos especificados.

4. Sistema de gestión de la calidad

4.1 Requisitos generales

Imbabura Turística C.A. debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia conforme con los requisitos de la norma internacional iso 9001-2008.

Acorde a lo que promueve esta norma, I.T.C.A debe identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de calidad y su aplicación a través de la organización. Así como también determinar la secuencia de los procesos y su interacción. Se acordará los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces.

Se debe asegurar la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos. Se realizará el seguimiento, la medición y análisis de estos procesos e implementará las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

CADENA DE VALOR

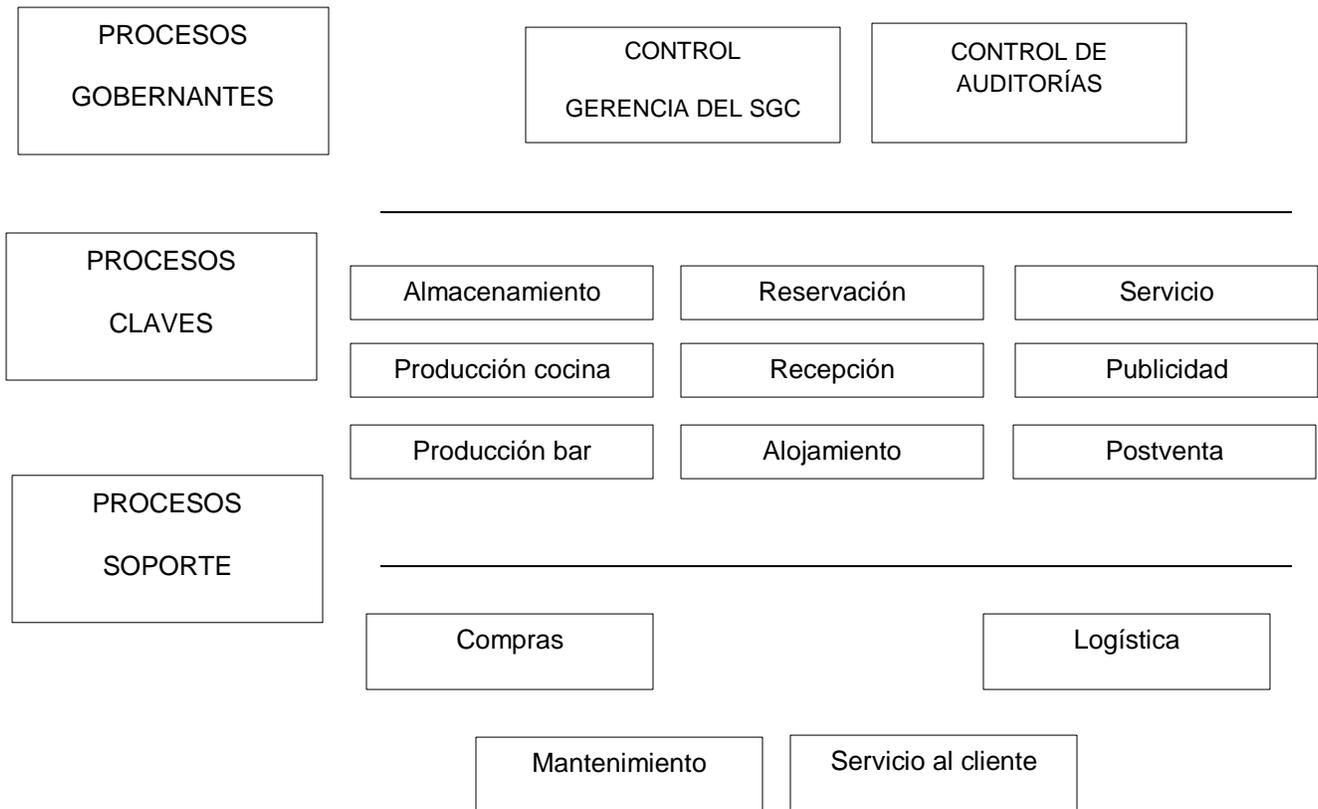


Gráfico # 11
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Proceso General de la Empresa Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví

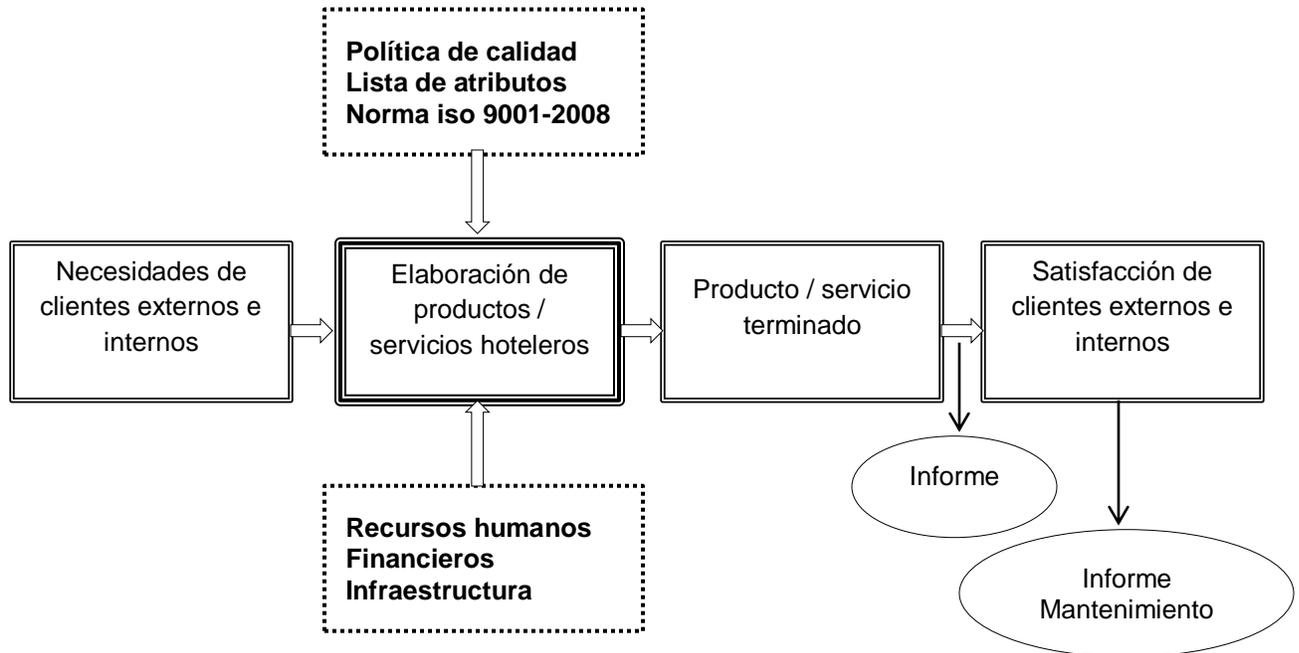


Gráfico # 12
SGC
Santiago Esteban Jara Román

**Procesos Estratégicos de la Empresa Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel
Ajaví**

Planificación organizacional

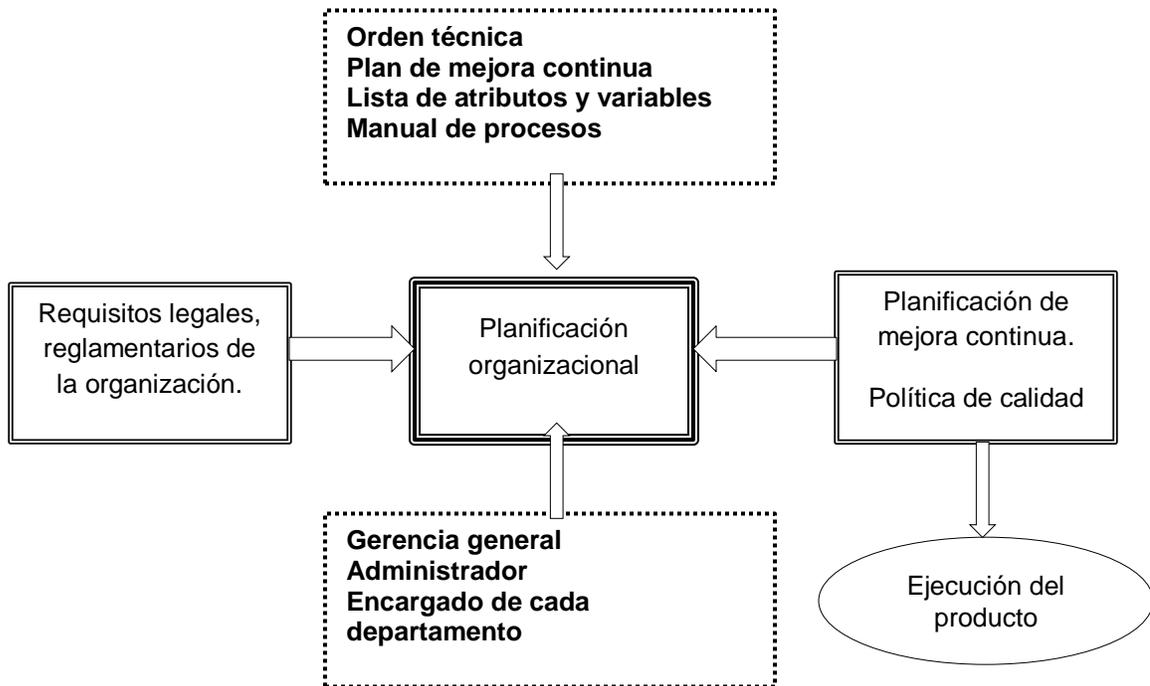


Gráfico # 13
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Sistema Documental de Calidad

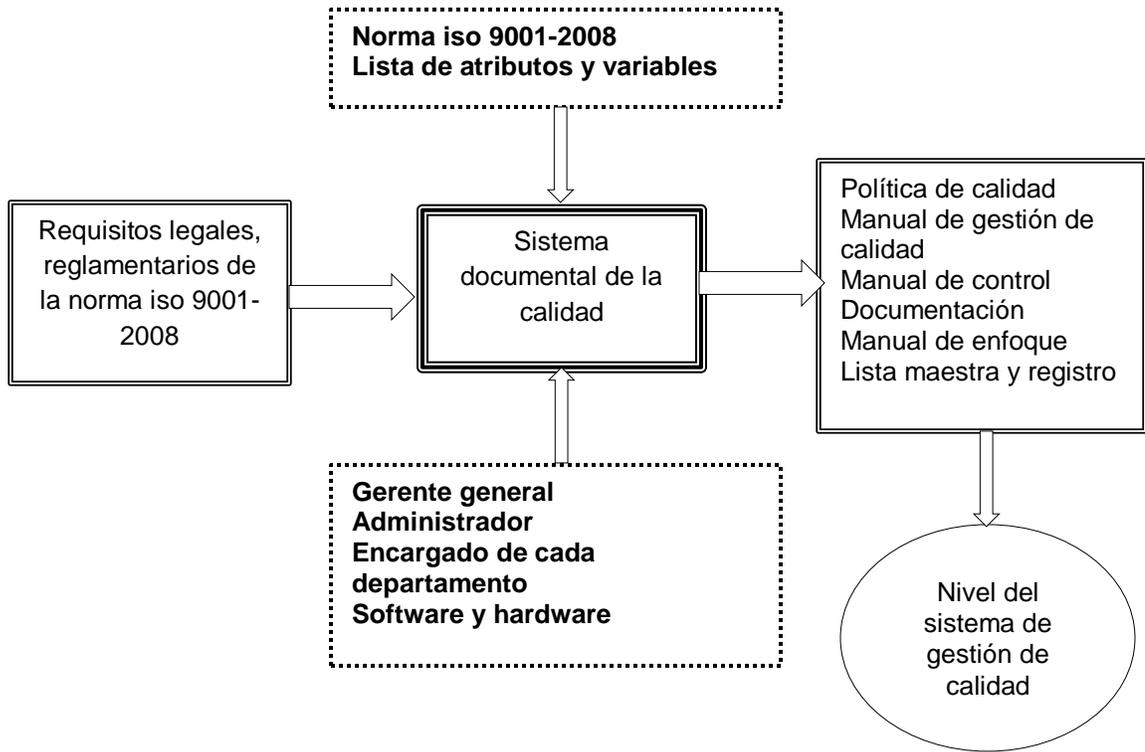


Gráfico # 14
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Realización del Producto o Servicio

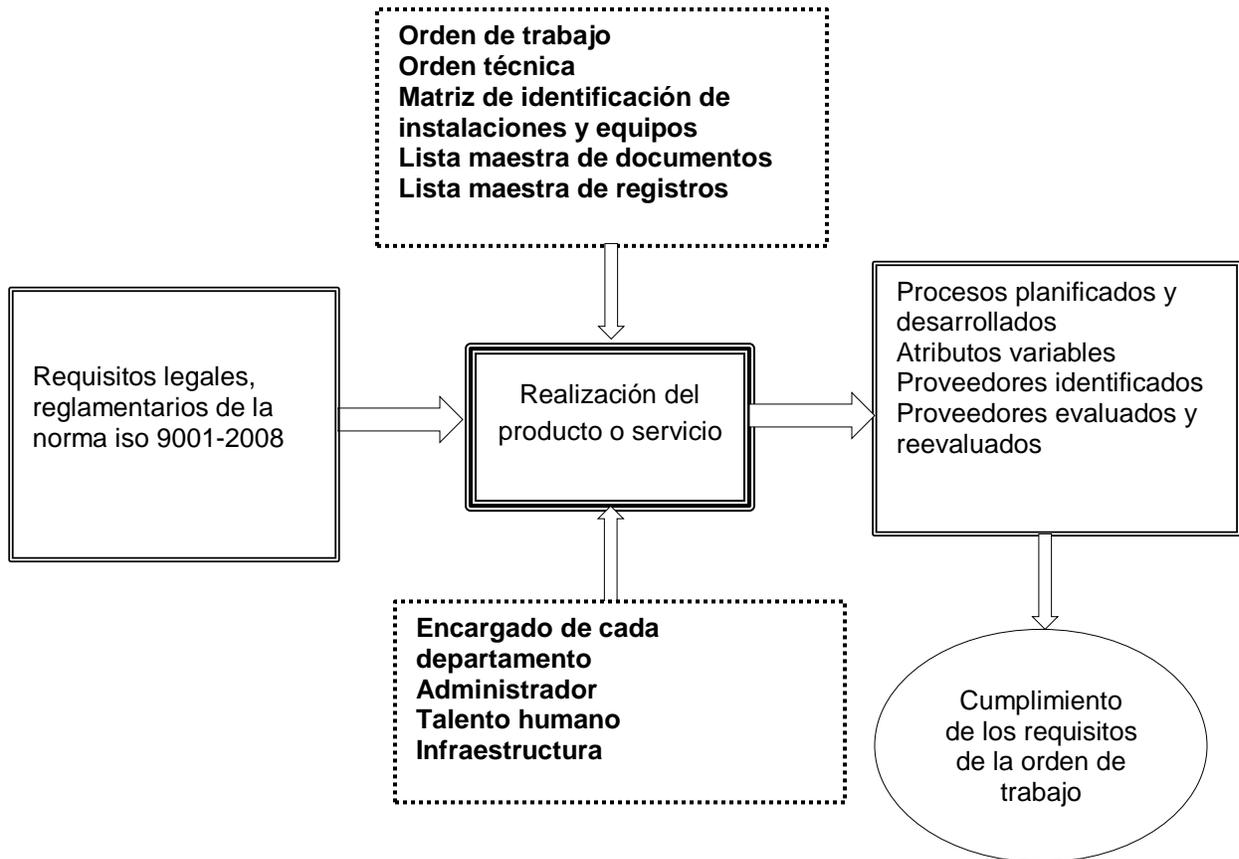


Gráfico # 15
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Gestión de Recursos

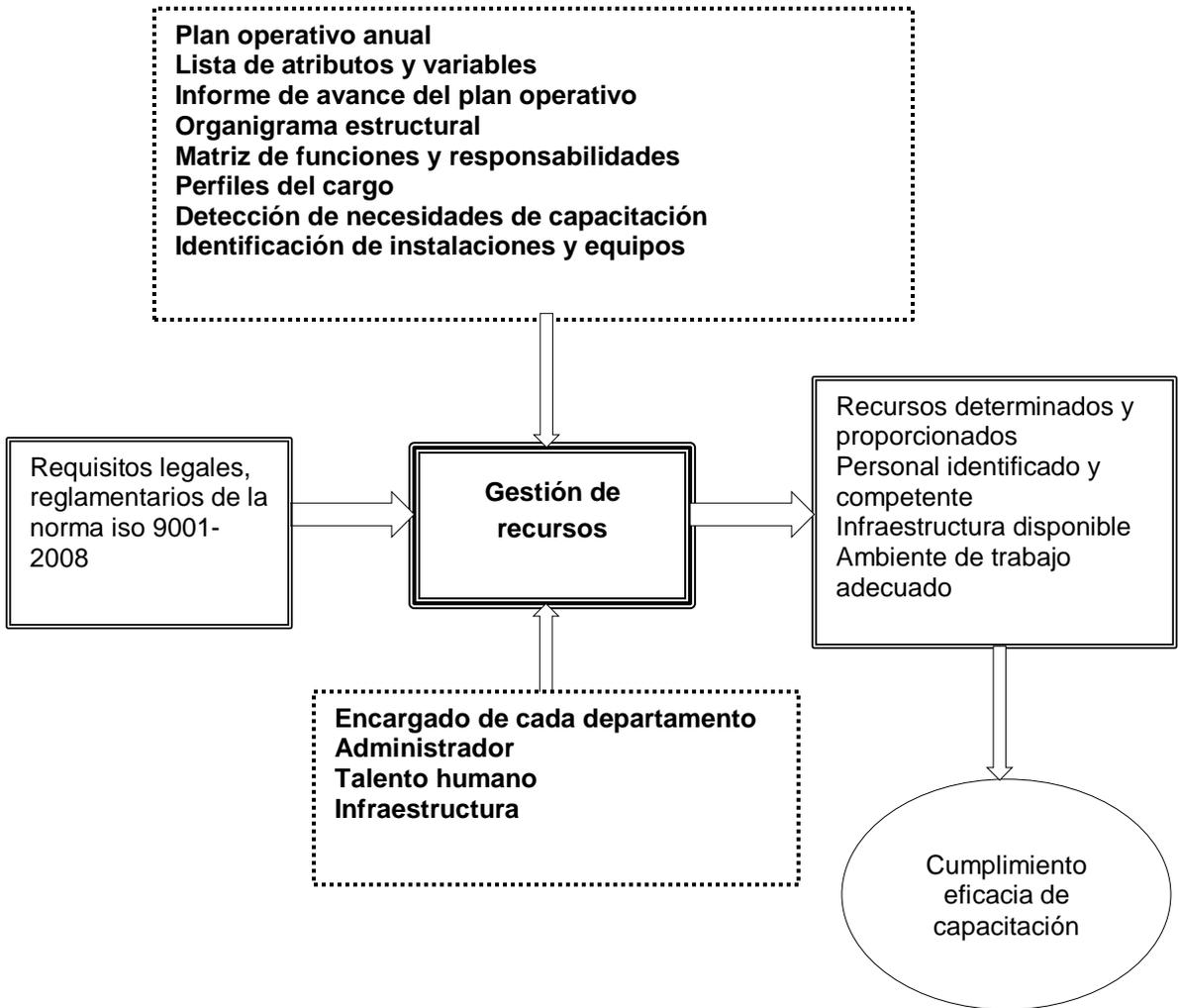


Gráfico # 16
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Medición, Análisis y Mejora

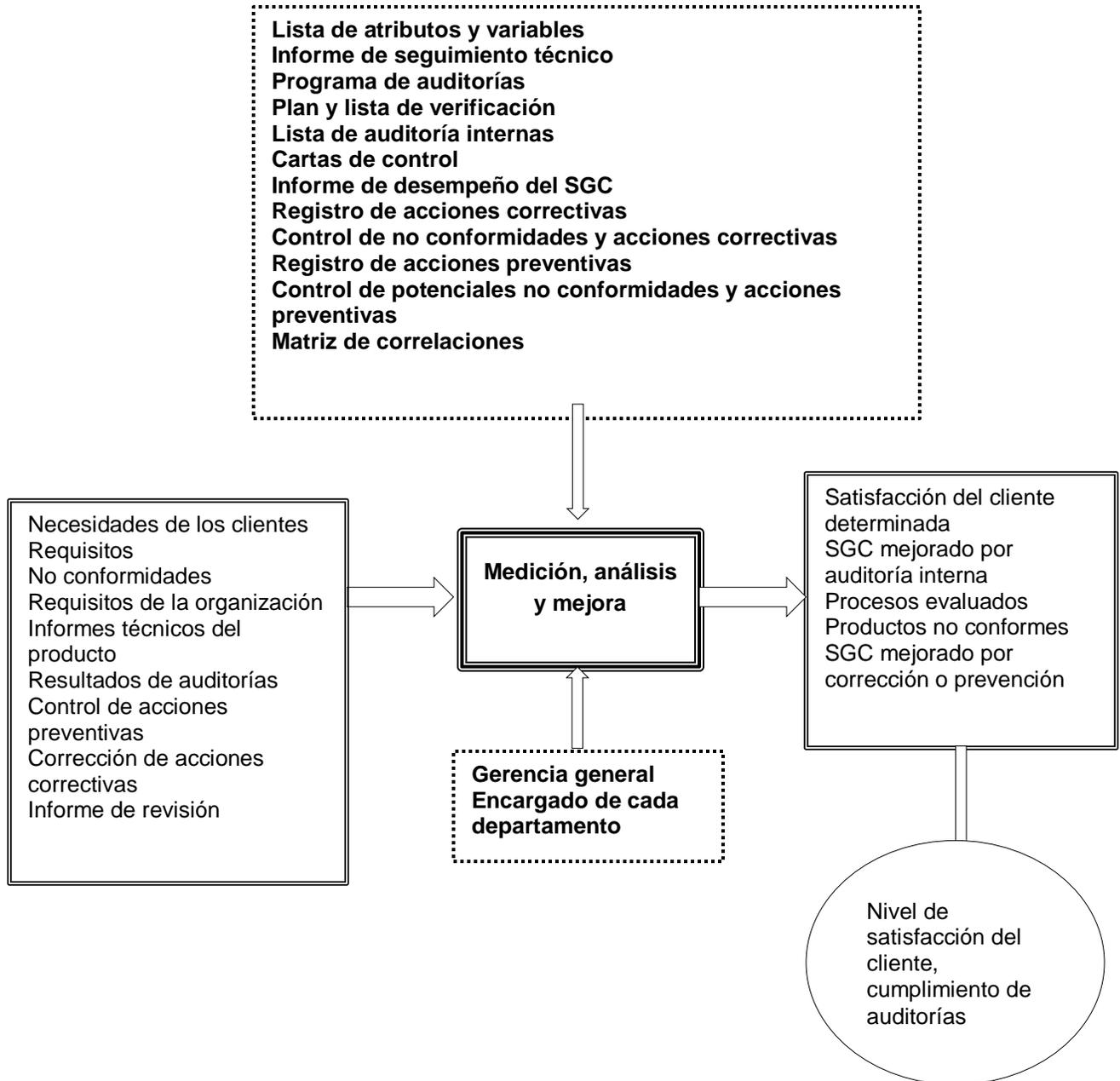


Gráfico # 17
SGC
Santiago Esteban Jara Román

Interacción de los procesos del sistema de gestión de calidad

Interacción basada en la composición: en el gráfico que se presenta a continuación se define la interacción de los procesos del sistema de gestión de calidad basada en la composición, esto es una muestra desde el nivel superior hasta el nivel inferior.

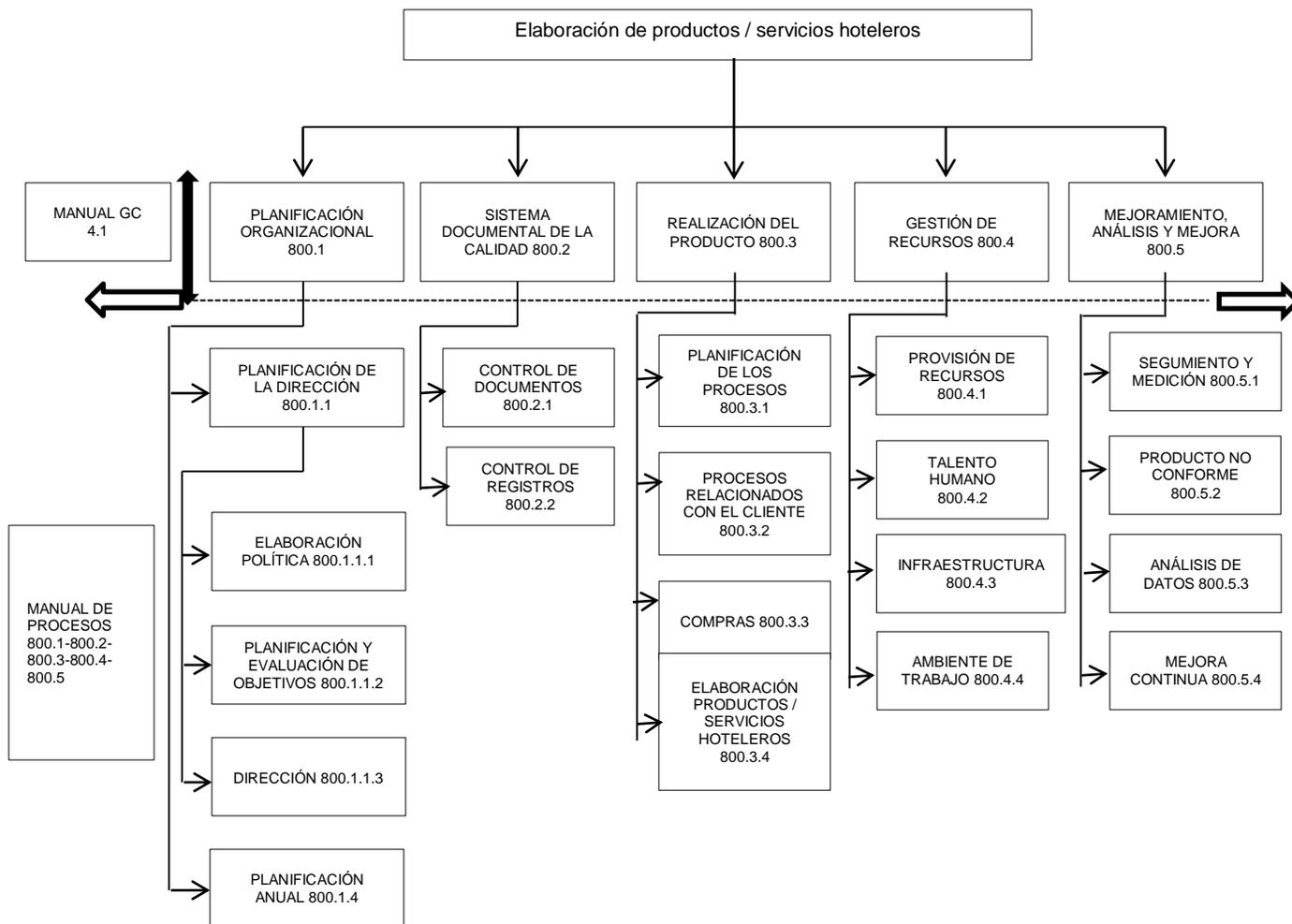


Gráfico # 18
SGC
Santiago Esteban Jara Román

4.2 Requisitos de la documentación

4.2.1 Generalidades

El hotel Ajaví deberá mantener documentación del sistema de gestión de calidad en la cual se deberá incluir:

Las declaraciones documentadas de una política de calidad y de objetivos de la calidad en la cual se asegura la conformidad del producto de acuerdo a los requerimientos de los clientes cumpliendo con los reglamentos de la norma iso 9001-2008 y los reglamentos vigentes.

La persona encargada de esto será el jefe de calidad, de la misma manera este deberá preparar y elaborar toda la documentación del sistema de gestión de calidad y la persona que aprueba y asiente la rúbrica a dicha documentación será el gerente de la empresa.

La documentación que el sistema de gestión de calidad debe contener será la siguiente:

- Manual de calidad
- Procedimientos
- Instructivos de trabajo
- Registros

4.2.2 Manual de calidad

El hotel Ajaví deberá establecer, implementar y mantener un manual de calidad que contenga los requisitos de la norma iso 9001-2008. Los requisitos son los siguientes:

- Alcance del sistema de gestión de calidad, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión.
- Los procedimientos documentados establecidos para el sistema de gestión de calidad o referencia de los mismos.
- Organigrama.
- La descripción de la interacción de los procesos del sistema de gestión de calidad.

- Identificación y caracterización de procesos del sistema de gestión de la calidad.

4.2.3 Control de documentos

Todos los documentos que son requisitos para la norma iso 9001-2008 deben controlarse por el jefe de calidad.

Todos los documentos que son requisitos por la norma iso 9001-2008 deben ser revisados y aprobados para su uso por el gerente.

Los encargados de cada área funcional tienen la responsabilidad de asegurarse que las últimas ediciones de los documentos controlados de su área estén actualizadas y disponibles para su uso, manteniendo ejemplares legibles y archivados con una manera fácil de identificación y localización.

El jefe de calidad mantendrá una lista maestra de los documentos (HAF-LMD-01); la cual indica los niveles de revisión actuales de todos los documentos de calidad. Una copia de esta lista estará disponible en el sistema a los usuarios de documentos.

Todo cambio modificación a los documentos es realizada por el jefe de calidad y revisados y aprobados por el gerente.

El jefe de calidad es el responsable del control y distribución de los documentos.

Los documentos controlados y entregados son sellados con la inscripción "copia controlada".

En vista de que todos los documentos del sistema de gestión de calidad están sujetos a modificaciones, el jefe de calidad archivará el ejemplar del documento donde se realizaron las modificaciones y actualizará el documento y la lista maestra de documentos con el número de revisión y la fecha.

En el documento modificado queda registrado el número de revisión y la fecha. Así se mantendrá identificados los documentos de origen externo y se controla su distribución mediante la lista maestra de documentos externos. (HAF-LMDE-01)

El reemplazo de los documentos obsoletos se realiza de acuerdo al procedimiento control de documentos. (HAF-P-CD-01)

4.2.4 Control de los registros

Los registros deben establecerse y mantenerse para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como la operación eficaz del sistema de gestión de calidad.

El hotel Ajaví establecerá e implementará un procedimiento para que los registros sean identificados, recopilados, codificados y archivados como lo indica el procedimiento control de registros.

El gerente y encargado de cada departamento son responsables de mantener los registros adecuados de calidad que dan testimonio de la implementación efectiva del sistema.

Todos los requisitos de evidencias objetivas operativas son llevados en los formatos del sistema de calidad.

El jefe de calidad mantiene una lista maestra de registros, forma (HAF-L-MR-03); la cual indica los niveles de revisión actuales de todos los registros de calidad, los tiempos de retención y la disposición final de cada uno de ellos. La lista maestra de registros estará disponible a los usuarios en el sistema.

Las auditorías de calidad sirven para asegurar que están siendo generados, utilizados y archivados los registros según los procedimientos documentados.

Cuando un registro no se ajusta a la necesidad del usuario a este se le realiza las modificaciones respectivas así también deberá exponer al jefe de calidad las

justificaciones respectivas de sus cambios, si amerita el cambio, si se modifica el registro y actualiza la lista maestra de registros.

El jefe de calidad retiene el registro los sella con las palabras “copia obsoleta” y lo archiva en la carpeta correspondiente.

4.2.5 Copias electrónicas

La última versión del manual de calidad del hotel Ajaví y de los procedimientos del proyecto y/o actividades será controlada por el responsable del aseguramiento y control de la calidad del hotel y deberá ser aprobado por el encargado de cada departamento del hotel. El responsable de aseguramiento y control de la calidad controlará las copias impresas y electrónicas del manual de calidad de la empresa. Una vez que la última versión impresa de estos documentos ha sido aprobada el responsable del aseguramiento y control de calidad del hotel convertirá el mencionado documento al formato PDF como un archivo de acrobat.

5. Responsabilidad de la dirección

5.1 Compromiso de la dirección

La alta dirección del hotel manifiesta evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad así como también de la mejora continua de su eficacia a través de lo siguiente:

- La comunicación al interior de la organización sobre la importancia y lo vital que significa el satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente, utilizando para tal efecto publicaciones, anuncios, reuniones con los encargados de cada área y comunicación continua con los empleados.
- Establecer la política de calidad.
- Garantizar el establecimiento de los objetivos de calidad.
- Llevar a cabo las revisiones del sistema de gestión por la dirección.
- Se asegurará la disponibilidad de recursos a través de presupuestos anuales hechos, correspondientes a los ingresos que origine el sistema de gestión de

calidad así como también la infraestructura y recursos humanos que sean necesarios para dicho fin.

El compromiso de la gerencia general se evidencia en diferentes puntos de la norma como se lo presenta en las secciones 5-6-8 de este manual.

5.2 Enfoque al cliente

Los requisitos del cliente se establecen y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del mismo. La presentación de reclamos, quejas, observaciones y sugerencias que realice el cliente son consideradas para mejorar la satisfacción del mismo según el procedimiento.

El hotel Ajaví determina los requisitos relacionados con el producto (HAF-OP-001) “orden de pedido”; y se ha establecido la realización de encuestas anualmente sobre la satisfacción del cliente externo con el objetivo de medir el nivel de satisfacción del mismo.

5.3 Política de calidad

La política de calidad del hotel Ajaví que se presenta a continuación define el compromiso de cumplir con los requisitos solicitados por el cliente y mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad, esta política aparecerá en las carteleras de la empresa.

La política de calidad se la explica al personal nuevo en el seminario o taller de introducción a la compañía y al sistema de gestión de calidad de esta manera el empleado la entenderá completamente. Esta política de la calidad brinda un margen de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad.

DECLARACIÓN DE LA POLÍTICA DE CALIDAD

La política de Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví se constituye en la gestión de la calidad como las técnicas de calidad para satisfacer los requisitos del cliente, empleados de la organización y personas en general. Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví se encuentra fielmente comprometido a proporcionar al cliente de manera oportuna productos y servicios de alojamiento y restauración al menor costo que reflejen la calidad y un compromiso continuo hacia la mejora a través de la implementación de nuestro sistema de gestión de calidad.

Con la mira hacia este compromiso Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví incursionará en las siguientes tareas:

- El ejercicio del liderazgo y dirección corporativa a través del alto nivel gerencial.
- El establecimiento de la comunicación eficaz, fluida y abierta al diálogo sobre los asuntos de calidad en todos los niveles.
- La implementación y monitoreo de los objetivos de calidad a través de todo el proyecto donde sea necesario, garantizando la calidad como asunto prioritario.
- La garantía de una instrucción, entrenamiento y supervisión adecuados para hacer posible la mejora continua y el progreso del trabajo mediante un monitoreo continuo de la calidad y de la industria.
- Designación de personal competente, incluyendo cuando sea necesario a especialistas fuera de la organización.
- Asegurarse de que los recursos estén disponibles para respaldar las acciones e iniciativas necesarias para cumplir con estos compromisos.

Esta declaración y cualquier otra declaración de calidad pertinente conforman un instrumento de guía para todos los empleados involucrados en la organización.

Estas serán impresas en español para asegurar su completa comprensión. La gerencia de Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví, deberá asegurarse de que todo el personal dentro de la organización se encuentre familiarizado con este documento.

Con el compromiso en cuanto a la política, consciente de su rol y responsabilidades así como la consideración de su relevancia en todas las tareas que deben realizarse cada empleado se verá animado a apropiarse de esta política y a sugerir la revisión de ella a través de la gerencia de la organización o el encargado del departamento al cual perteneciere para promover la mejora continua de las actividades de calidad.

Las personas responsables de Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví.

.....

Gerente

.....

Responsable de calidad

5.4 Planificación

5.4.1 Objetivos de la calidad

Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví tiene claramente definidos y documentados los objetivos de la calidad para el año propuesto, estos son medibles y guardan total coherencia con la política de la calidad definida en este manual.

- Obtener la certificación iso 9001-2008 hasta el último mes de los doce en el año propuesto.
- Capacitar al 80% del personal en el manejo de herramientas para la mejora continua hasta el último mes de los doce en el año propuesto.
- Implementar un sistema de reclamos que nos permita obtener información sobre los reclamos de los clientes.
- Implementar un sistema para conocer el índice de satisfacción del cliente hasta el último mes de los doce en el año propuesto.
- Lograr que el 80% del personal se involucre en los equipos de mejoramiento continuo hasta el último mes de los doce en el año propuesto.

5.4.2 Planificación del sistema de gestión de calidad

La planificación del sistema de gestión de calidad se realiza con el fin de cumplir los objetivos de la calidad así como también los requisitos requeridos por la norma iso 9001-2008; para esto el jefe de calidad elabora un cronograma de actividades que se lo denomina: "Planificación del sistema de gestión de calidad".

Adjuntamente:

- Se tiene identificados los procesos necesarios del sistema de gestión de calidad.
- Se halla determinada la secuencia e interacción de estos procesos.
- Se tienen documentados los procedimientos necesarios para asegurar que la operación y el control de los procesos sean eficaces.
- Se asegura la disponibilidad de recursos e información necesaria para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos.

- Se implementa acciones correctivas a nivel de alta y media gerencia para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de los procesos mediante la participación periódica del personal en los equipos de mejoramiento continuo.

5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.5.1 Responsabilidad y autoridad

El gerente es responsable de la implementación del sistema de gestión de la calidad en Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví.

El organigrama de posición de este manual ilustra la autoridad relativa de aquellas personas que administran, ejecutan y verifican el trabajo.

Gerente: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Definir y documentarla política de calidad.
- Definir los objetivos de la calidad y hacer un seguimiento.
- Revisar continuamente el sistema de calidad.
- Elegir al representante de la gerencia.
- Facilitar los recursos humanos, tecnológicos y financieros para la implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de calidad.
- Poseer la autoridad para revisar y aprobar el manual de calidad y los procedimientos, de la misma manera hacer cumplir las acciones derivadas de las revisiones gerenciales.

Jefe de calidad: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Autoridad para asegurar que los requerimientos del sistema de gestión de calidad sean establecidos, implementados y mantenidos de acuerdo con los requisitos de la norma iso 9001-2008.

- Es el responsable y tiene autoridad para emitir y actualizar los documentos y registros de calidad, distribuir la documentación del sistema de gestión de calidad y actualizar las listas maestras de documentos y de registros.
- Reportar el desempeño del sistema de calidad a la gerencia para su revisión y como base para el mejoramiento continuo.
- Asesorar a la gerencia en la revisión del sistema de calidad.
- Llevar los archivos documentados de revisión por la dirección, resultados de auditorías internas y externas y registro de acciones correctivas.
- Controlar la documentación de la lista maestra de documentos y lista maestra de registros.
- Elaborar los procedimientos de auditorías internas de calidad y acciones correctivas como preventivas.
- Elaborar y comunicar el plan de auditorías y efectuar la convocatoria previa a una auditoría interna.
- Realizar el seguimiento al trabajo desarrollado por los equipos de mejoramiento continuo.

Comité de calidad: esta estará conformado por el gerente, administrador y los encargados de cada departamento y tendrá las siguientes responsabilidades y autoridad para:

- Realizar el seguimiento al sistema de gestión de calidad.
- Designar al grupo de facilitadores del proceso del sistema de calidad.
- Garantizar el cumplimiento y eficacia de las acciones correctivas y preventivas.
- Aprobar las fechas para la realización de auditorías internas y externas.
- Fijar incentivos y reconocimientos para el personal que participa en los equipos de mejoramiento continuo.

Administrador: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Implementar, controlar y mantener actualizados los procedimientos correspondientes a los departamentos de trabajo.
- Realizar las modificaciones necesarias en los procedimientos y solicitar al jefe de calidad la revisión e inclusión de las modificaciones.

- Controlar y mantener actualizados, legibles y archivados cronológicamente los registros de calidad en los departamentos de trabajo.
- Identificar las necesidades de capacitación del personal a su cargo y comunicar al jefe de talento humano.
- Planificar y controlar el funcionamiento de los equipos de mejoramiento continuo de los departamentos.
- Tiene la autoridad para realizar la aprobación de los registros de los departamentos.

Jefe de talento humano: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Mantener la descripción de funciones de los puestos de trabajo incluyendo la responsabilidad y autoridad para cada trabajador y asegurarse que todos lo conozcan.
- Realizar los procesos de reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, entrenamiento y evaluación del desempeño de los trabajadores.
- Realizar anualmente evaluaciones del clima laboral para identificar posibles causas de malestar en el personal que interfieran con la implementación del sistema de calidad.
- Autorizar los permisos e ingresos del personal en horas dentro y fuera del horario de trabajo.

Encargados de cada departamento: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Cumplir y hacer que se cumplan los procedimientos e instrucciones de trabajo.
- Ejecutar, verificar y mantener actualizados, comprensibles y archivados ordenadamente los registros generados por los procedimientos.
- Motivar a los trabajadores a participar activamente en la capacitación y mantenimiento del sistema de gestión de calidad.
- Planificar y controlar el funcionamiento de los equipos de mejoramiento continuo del área.
- Aprobar los registros propios de la gestión de cada departamento.

Personal operativo: tiene las siguientes responsabilidades dentro del sistema de gestión de calidad:

- Conocer y cumplir a cabalidad los procedimientos e instrucciones de trabajo y mantener actualizados, comprensibles, y archivados ordenadamente los registros del sistema de calidad de Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví correspondiente a sus tareas específicas.
- Participar activamente en la capacitación que efectúe Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví en lo que respecta a temas relacionados con la calidad.
- Participar activamente en la mejora del sistema de gestión de calidad a través de los equipos de mejoramiento continuo.

5.5.2 Representante de la dirección

La alta dirección tiene designado un representante que es el jefe de calidad quien tiene las siguientes responsabilidades y autoridad dentro del sistema de gestión de calidad:

- Establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad.
- Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora.
- Asegurar la necesidad de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.
- La responsabilidad incluye relaciones con personas u organismos externos sobre asuntos relacionados con el sistema de gestión de la calidad.
- Tiene la autoridad para emitir la documentación y los registros del sistema de gestión de calidad como también realizar las modificaciones que considere y deberá exponer el nuevo documento o registro.

5.5.3 Comunicación interna

La alta dirección mantiene mecanismos de comunicación interna con el personal a través de reuniones generales de áreas, persona a persona, carteleras, memorando internos y medios electrónicos con la finalidad de garantizar la eficiencia del sistema de gestión de

calidad. Los participantes en los diferentes tipos de reuniones, los objetivos que se persiguen así como la continuidad de las mismas, se deben difundir en carteleras o vía e-mail.

5.6 Revisión por la dirección

5.6.1 Generalidades

El gerente de Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví, revisará el sistema de calidad descrito en este manual como mínimo una vez por año para asegurar que el sistema de gestión de calidad continúe dentro de los lineamientos de la norma iso 9001-2008; y de que satisface los requerimientos enunciados en la política y objetivos de la organización.

La revisión enunciada se la realizará con el comité de calidad conformado por el gerente, administrador y los encargados del departamento de contabilidad general, gestión tributaria, costos, bodega, mantenimiento, habilitaciones y alimentos y bebidas tomando como base el reporte: informe de resultados del sistema de gestión de la calidad.

La agenda que se revisará estará conformada por una revisión a la eficacia del SGC en base a reportes de:

- Informe de auditoría interna.
- Informe de reclamos del cliente externo.
- Medición de objetivos.
- Estado de acciones preventivas y correctivas.
- Conformidad de los procesos y del producto.

Las actas de dichas reuniones las manejará el jefe de calidad como evidencia del cumplimiento de esta actividad en la forma: "Acta de reunión".

5.6.2 Información para la revisión

La información de entrada para la revisión por la dirección puede incluir:

- Resultados de auditorías internas.

- Informe de reclamos del cliente externo.
- Desempeño de los procesos.
- Seguimiento y medición de objetivos.
- Informe de acciones preventivas. (anexo 9)
- Informe de no conformidades y acciones correctivas. (anexo 10)
- Acciones de seguimiento de revisiones por la dirección.
- Cambios que podrían afectar al sistema de calidad.
- Adecuación de la política de calidad.

5.6.3 Resultados de la revisión

La gerencia evalúa los resultados obtenidos en las revisiones y toma de decisiones y acciones para mejorar la eficacia del sistema de gestión de la calidad y de sus procesos, la mejora continua del producto en relación a los requisitos del cliente así como las necesidades de recursos para la mejora del producto. Las mencionadas acciones son documentadas en las actas de revisión por la dirección.

6. Gestión de recursos

6.1 Provisión de recursos

La gerencia general de la empresa asegura la provisión de recursos esenciales para la implantación de la estrategia y mejora continua.

Los recursos provistos son para la operación y mejora continua del SGC y la satisfacción de los clientes estos son humanos, infraestructura, entorno de trabajo y recursos financieros.

6.2 Talento humano

6.2.1 Generalidades

El personal es contratado con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiada, establecida en el correspondiente manual de funciones.

6.2.2 Competencia

El jefe de talento humano determina las competencias necesarias (perfil del aspirante) para todos los puestos de trabajo, proporciona capacitación y posteriormente evalúa la eficacia de las acciones tomadas.

El personal nuevo es reclutado, seleccionado y contratado de acuerdo con las competencias establecidas en el manual de funciones y conforme al procedimiento de talento humano.

Como parte del proceso de inducción todos los nuevos empleados reciben la siguiente introducción:

Seguridad industrial: se lo realiza antes de que el empleado empiece a laborar en la organización cada nuevo empleado será instruido en los procedimientos de seguridad industrial.

Repaso del sistema de calidad: los temas que deberán ser estudiados incluyen los procedimientos, instrucciones de trabajo, el sistema de registros y el entendimiento de la misión, visión y política de la empresa.

Instrucción de destrezas: para adquirir la habilidad de realizar las tareas a la velocidad y nivel de calidad requeridos se lo instruirá en el puesto de trabajo al cual postule.

El jefe de talento humano es responsable de visitar anualmente cada departamento para identificar las necesidades de capacitación y entrenamiento del personal y elaborar el programa anual de capacitación.

La manera de evaluar al personal será mediante la evaluación del desempeño para detectar oportunidades de mejoramiento de personal.

Finalmente cuando se haya analizado por completo con el encargado del departamento el pertinente registro es firmado por el empleado y por el jefe inmediato y entregado al jefe de talento humano.

De igual manera se debe asegurar que el personal sea consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad.

6.3 Infraestructura

Imbabura turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví provee y mantiene la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

Instalaciones:

Esta cuenta con una superficie de 9000 m² con capacidad para 134 personas distribuidas en 60 habitaciones, cuenta con restaurante, bar y cafetería; además de un agradable y muy completo club de la salud. El hotel maneja una importante gama de servicios con el fin de brindarlo a todos sus huéspedes.

El hotel tiene permisos de funcionamiento al día y cumple con las disposiciones de seguridad industrial, tiene un número suficiente de extinguidores contra incendios, alarmas contra incendios, suficiente ventilación, puertas de entrada, salida y emergencia bien identificadas así como suficiente número de luminarias.

Equipos y herramientas:

Cuenta con maquinarias y herramientas que permiten el giro del negocio como computadores, cocinas, refrigeradores, lavadoras, secadoras, mueblería, etc.

6.4 Ambiente de trabajo

Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví proporciona un ambiente positivo de trabajo para alcanzar los objetivos de la calidad mediante la dotación de:

- Infraestructura. (instalaciones, maquinaria y equipos)
- Cumplimiento de todos los requisitos laborales y legales.
- Ropa de trabajo para el personal operativo.
- Implementos de seguridad industrial para el personal que labora en los departamentos.

La alta dirección mantiene una relación personal u amistosa con los trabajadores en todos los niveles de la empresa.

7. Realización del producto/servicio

7.1 Planificación de la realización del producto/servicio

La planificación para la realización de productos/servicios hoteleros se la efectúa mediante la planificación estratégica que el hotel anualmente realiza.

Además, en el transcurso de la planificación de la realización de los productos/servicios se toma en cuenta y se tiene presente lo siguiente:

- Los requisitos y los productos en si deben cumplir con los objetivos de calidad definidos.
- Se tiene identificados los procesos y procedimientos para la realización de productos/servicios hoteleros como procedimientos y diagramas de flujo, también se asegura el abastecimiento de materia prima e insumos completando la requisición de materiales.
- Se tiene determinado las actividades requeridas de verificación, validación y seguimiento del producto/servicio y procesos de elaboración “tabla de control de procesos” y “control de procesos y operaciones”.
- Se advierten los registros para promocionar evidencia de que los procesos de realización y el producto/servicio resultante cumplen con los requisitos solicitados por el cliente.

Los procesos que se han identificado para la realización del producto/servicio son los siguientes:

- Ventas.
- Compras.
- Bodega materia prima.
- Producción/elaboración.
- Entrega de producto/servicio.

7.2 Procesos relacionados con el cliente

7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto/servicio

Se determina e implementa habilidades eficaces a través de los encargados de cada departamento cabe resaltar que será únicamente en los departamentos o áreas que tengan relación directa con el cliente como por ejemplo recepción, restaurante, bar, etc., para interactuar con los clientes y conseguir información vital en cuanto a:

- a. Producto/servicio.
- b. Consultas o atención de pedidos.
- c. Retroalimentación del cliente incluyendo sus quejas, observaciones, recomendaciones y reclamos.

7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto/servicio

Los requisitos relacionados con el producto/servicio deberán ser revisados por la organización previamente a que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente y deben asegurarse de la siguiente:

- Se encuentren completamente definidos los requisitos del producto/servicio.
- Se encuentren resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y de los expresados previamente.
- De igual manera la organización debe asegurar que posee con toda la capacidad para cumplir con los requisitos definidos.

7.2.3 Comunicación con el cliente

Realizar actividades para establecer comunicación con el cliente relativo a:

- Mediante material de publicidad brindar información del producto/servicio.
- Las consultas, contratos o atención a pedidos en donde se incluyan modificaciones.

- La retroalimentación de los clientes incluyendo sus quejas, observaciones, recomendaciones y reclamos a través de la encuesta de satisfacción del cliente y de la información que pueda emitir este.

Las entregas de los productos/servicios son realizados por el personal de contacto directo, de igual manera el seguimiento que se dará al cliente lo realizará el personal del área de ventas.

7.3 Diseño y desarrollo

No aplica ya que los productos/servicios que el hotel Ajaví elabora y comercializa ya se encuentran definidos en el mercado.

7.4 Compras

7.4.1 Proceso de compras

En base a como se vaya desarrollando el giro del negocio (temporada baja-alta) y la expectativa sobre el número de clientes/huéspedes/eventos de la organización, el encargado del departamento de bodega preparará la planificación de compras que el establecimiento requiera realizar. El cual será presentado al gerente para su aprobación.

El encargado de bodega se asegurará de que todos los materiales que se adquirieron estén de acuerdo con los requerimientos especificados a través de la orden.

La mencionada orden se realiza a partir de la requisición de materiales. La solicitud de cotización se enviará mínimo a tres proveedores estos deberán estar en la lista de proveedores calificados para asegurar que si uno de los proveedores no cuenta con la materia prima que la organización necesite se podrá acudir a otros proveedores.

Los proveedores locales son evaluados aplicando “evaluación de proveedores” y los resultados se registran en “información de evaluación de proveedores”.

La evaluación a los proveedores se la realizará en base a criterios como los siguientes:

- Estabilidad en cuanto a la calidad del producto/servicio.
- Oportunidad en la entrega.
- Precio del producto/servicio.
- Tipo de crédito ofrecido.
- Servicio de post-venta que este lleve.

La evaluación se realizará con el rango de criterio desde 1 hasta 5; en el que 5 es excelente, 4 es muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 malo.

La evaluación se la hará sobre un total de 25 puntos y se realizará la aprobación a los proveedores que alcancen un mínimo de hasta 20 puntos.

Los proveedores deberán someterse a la reevaluación serán los mismo con los que se evaluó y se realizará cada seis meses el control y seguimiento de su desempeño, “seguimiento y control del desempeño de proveedores calificados”.

7.4.2 Información de las compras

El encargado de bodega o la persona que realice las compras se asegurará que los documentos de compra contengan la información necesaria, incluidos datos que describan el producto/servicio/materia prima para su adquisición y la fecha y lugar de entrega indicando su precio.

De igual manera esta persona verificará que los requisitos especificados de la compra sean los adecuados antes de comunicarse con el proveedor.

7.4.3 Verificación de los productos comprados

El encargado de bodega verificará la recepción de materia prima cerciorándose de que todo el producto/servicio/materia prima se encuentre en buen estado y sean según las especificaciones requeridas.

La verificación se realizará de acuerdo con lo establecido en el procedimiento “manejo de bodega de materia prima”; en la que se controla: cantidades de producto/servicio/materia

prima, estado en la cual se la recibió y otras especificaciones según orden de compra y factura o guía de remisión del proveedor.

7.5 Producción y prestación del servicio

7.5.1 Control de la producción y servicios

En base a como se vaya desarrollando el giro del negocio (temporada alta-baja) y la expectativa sobre el número de cliente/huéspedes/eventos de la organización la persona encargada de ventas planificará el control de la producción y servicios.

Los productos y servicios se los realizará bajo condiciones controladas para lo cual se dispone de información que describe las características del producto, forma: “instructivo hoja técnica del producto”.

Se dispone también de la maquinaria necesaria y el equipo apropiado que son revisados periódicamente por los encargados de cada departamento para verificar si estos necesitan mantenimiento, calibración y/o adecuación.

Dispone y hace uso apropiado de los dispositivos de seguimiento y medición, forma: “lista de equipos de medición y ensayo”.

7.5.2 Validación de los procesos de la producción

La organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación de servicio donde los productos y servicios resultantes no pueden verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores. Esto incluye a cualquier proceso en que las deficiencias se hagan aparentes únicamente después de que el producto este siendo utilizado o se haya prestado el servicio.

La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

De igual manera la organización deberá establecer las disposiciones necesarias para estos procesos, incluyendo cuando sea aplicable lo siguiente:

1. Criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos.
2. Aprobación de equipos y calificación del personal.
3. Uso de métodos y procedimientos específicos.
4. Requisitos de registros.
5. Revalidación.

Los procesos que se realizan en el hotel son los siguientes:

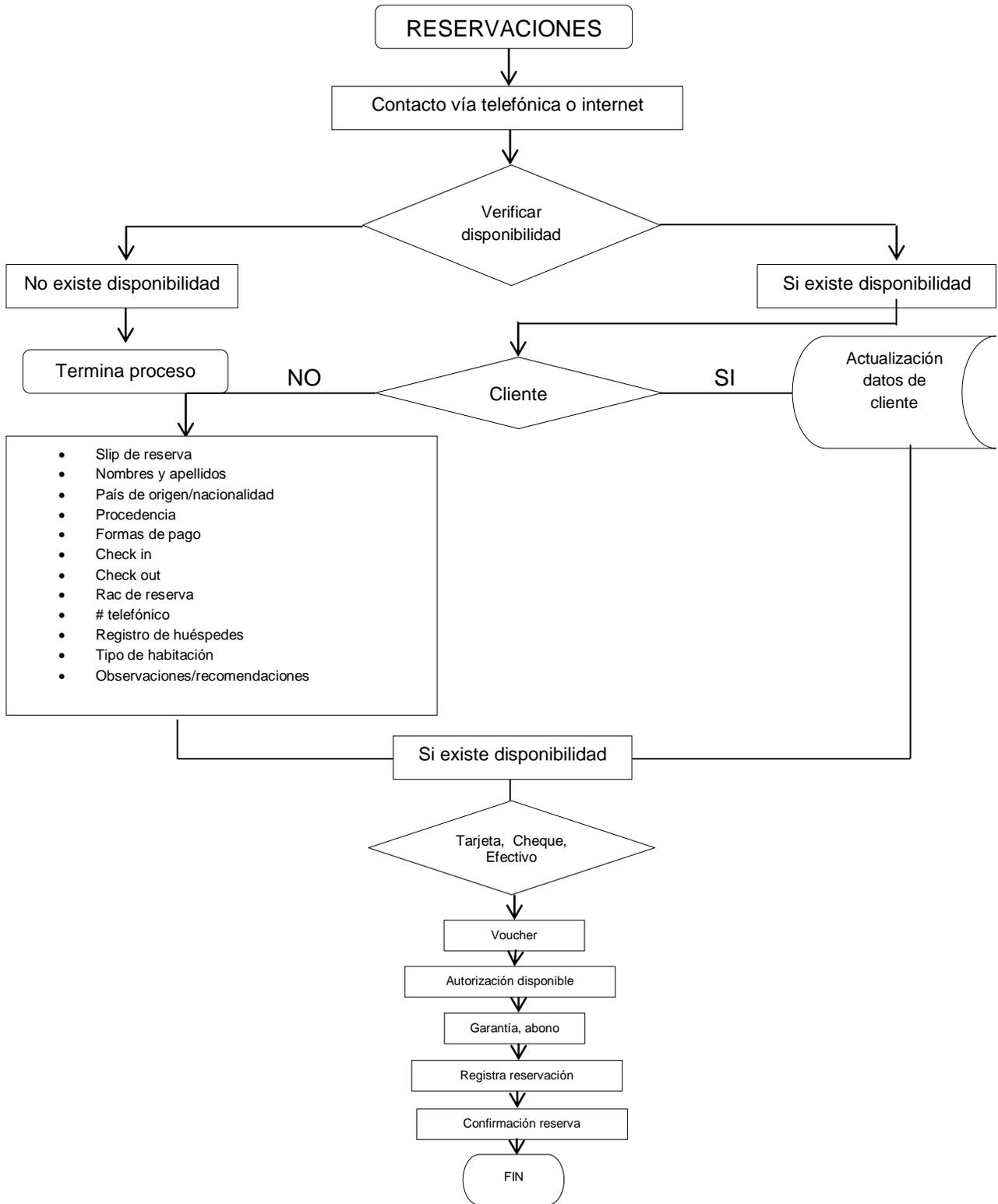


Gráfico # 19
SGC
Santiago Esteban Jara Román

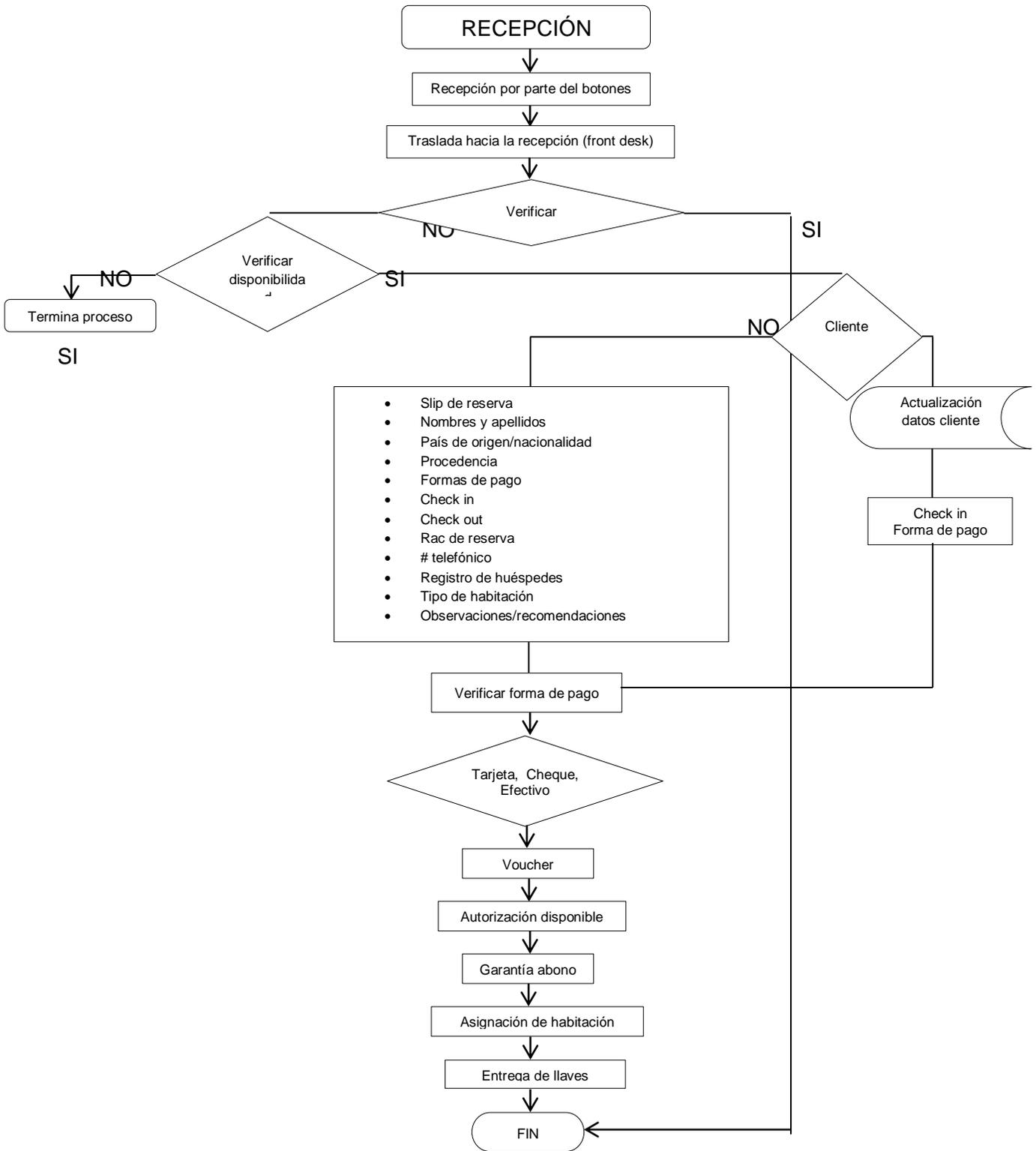


Gráfico # 20
SGC
Santiago Esteban Jara Román

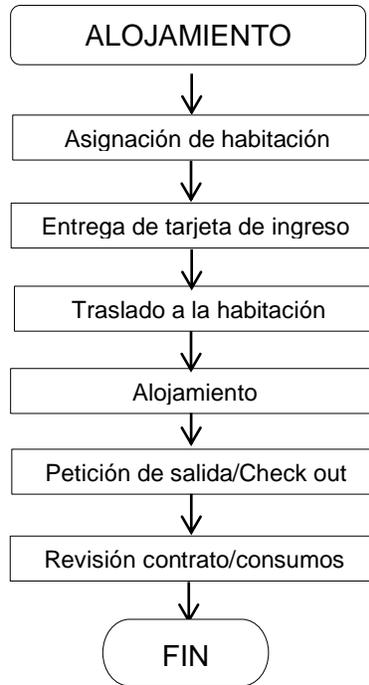


Gráfico # 21
SGC
Santiago Esteban Jara Román

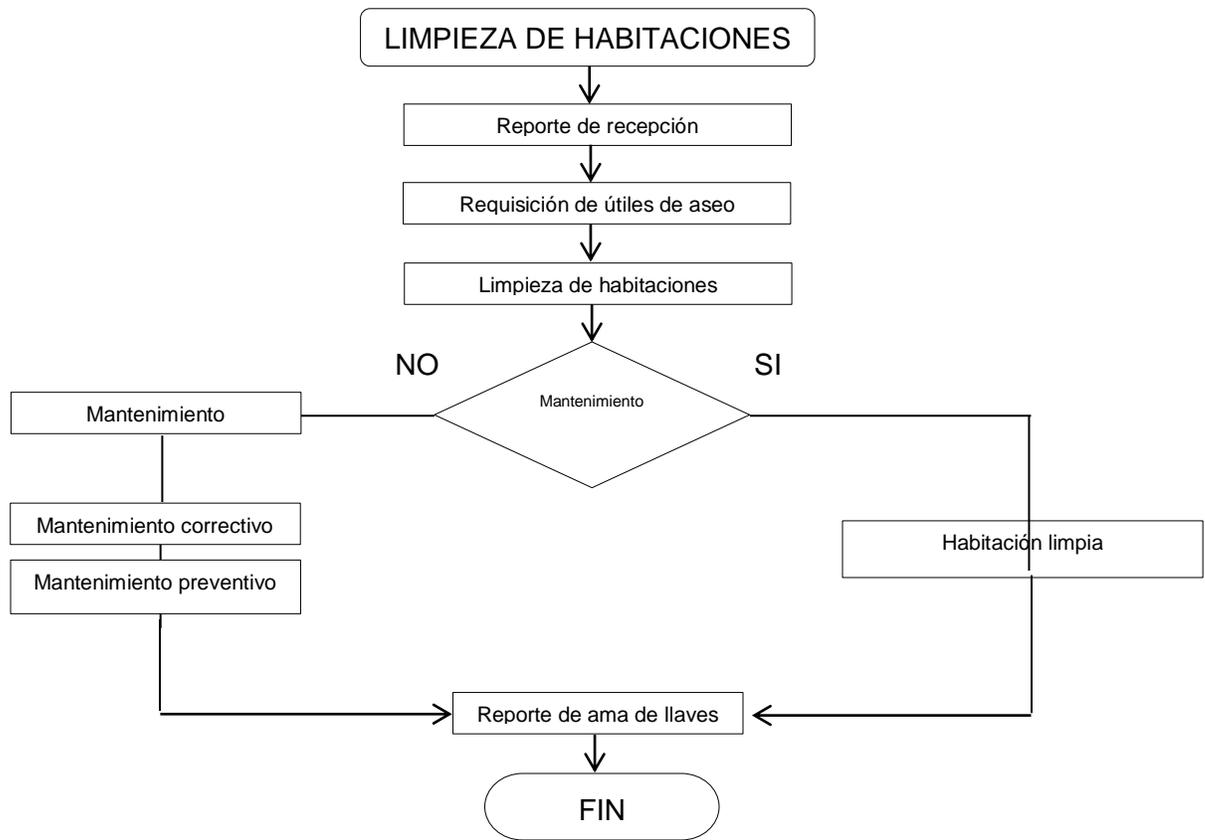


Gráfico # 22
 SGC
 Santiago Esteban Jara Román

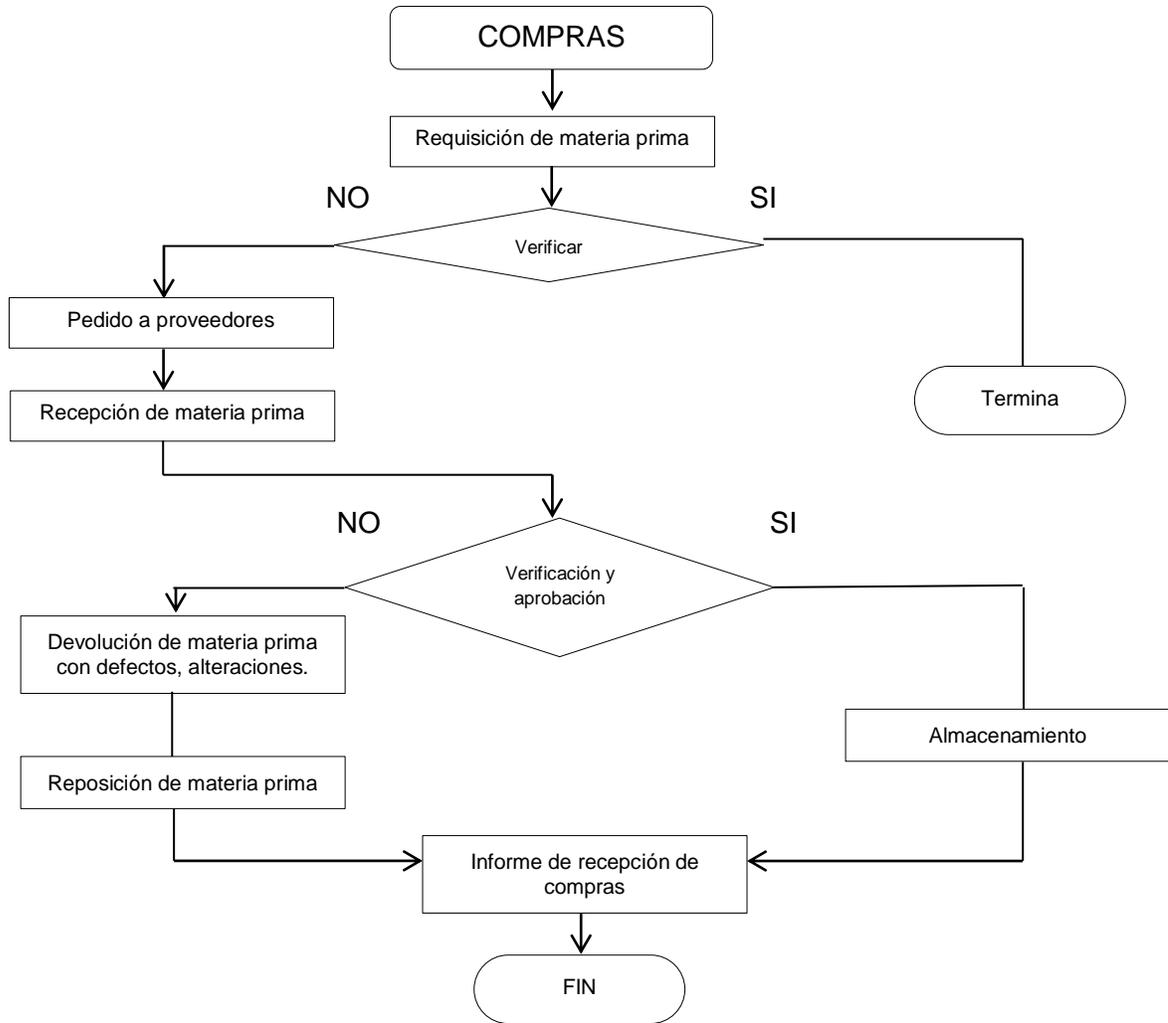


Gráfico # 23
SGC
Santiago Esteban Jara Román

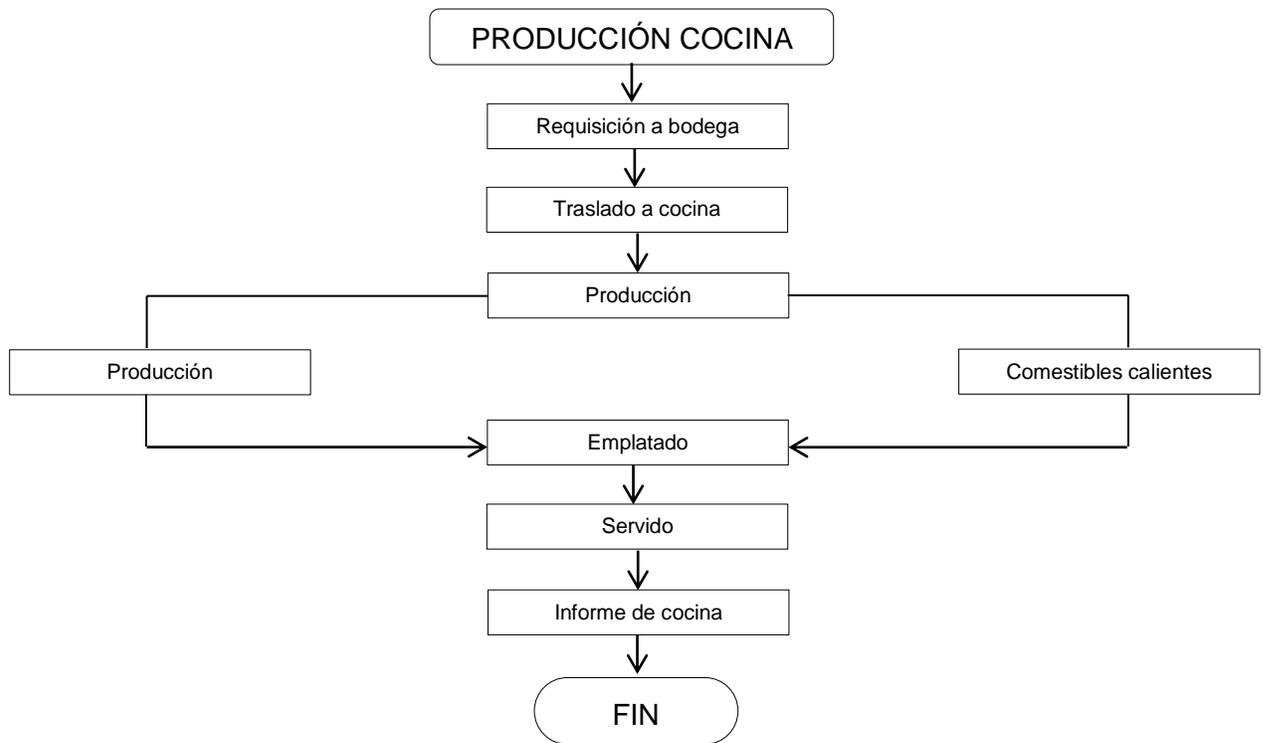


Gráfico # 24
SGC
Santiago Esteban Jara Román

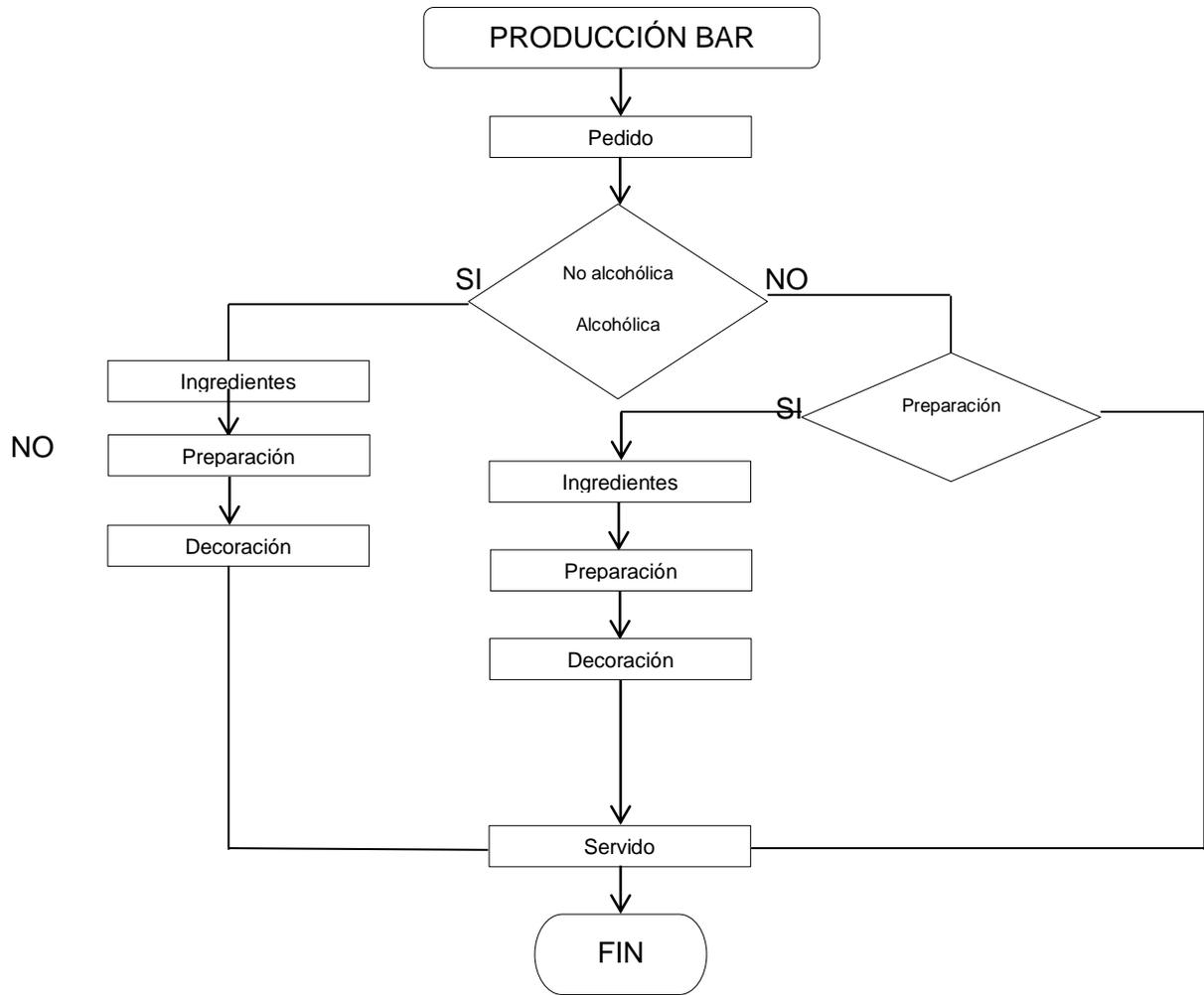


Gráfico # 25
 SGC
 Santiago Esteban Jara Román



Gráfico # 26
SGC
Santiago Esteban Jara Román

7.5.3 Identificación y trazabilidad

Cuando la organización perciba que es conveniente identificar al producto/servicio por medios adecuados a lo largo de la realización de un producto lo realizará.

De igual manera la organización debe identificar el estado del producto con respecto a los requisitos de seguimiento y medición. Cuando la trazabilidad sea un requisito, la organización deberá controlar y registrar la identificación única del producto.

7.5.4 Propiedad del cliente

Identifica, confirma y salvaguarda los bienes de propiedad del cliente y que son suministrados para guardarlos, utilizados o incorporarlos en los diferentes productos y servicios que brinda el establecimiento. Los bienes que se pierden, deterioran o que se consideran inadecuados para su uso se los debe registrar y se los comunica al cliente.

7.5.5 Preservación del producto/servicio

Los departamentos que participen en la elaboración de un producto hasta su entrega al destino final, serán encargados los responsables de preservar la conformidad del producto durante el proceso interno hasta su entrega.

La preservación manifiesta debe adjuntar la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento y protección; esto también deberá aplicarse a las partes constitutivas de un producto.

Los encargados de los departamentos que influyan en la realización de un producto/servicio deberán realizar inventarios constantes con el fin de verificar y mantener los niveles de inventario y satisfacer a los clientes, de igual manera se detectará materiales sobrantes, obsoletos y en mal estado o deterioro, los cuales serán tratados como producto no conforme.

Se tienen procedimientos establecidos adecuados para la recepción de materia prima y la entrega de los productos/servicios.

Los empleados que tengan contacto directo con el cliente serán los encargados de entregar el producto/servicio terminado al destinatario final. Estos deberán asegurarse de que se encuentre en excelentes condiciones.

7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición

El encargado de cada departamento determina las actividades de control de los dispositivos de medición, inspección y ensayo a realizarse a fin de poner en evidencia la conformidad del producto/servicio con los requisitos determinados.

Los dispositivos de medición, inspección y ensayo son:

Calibrados y verificados anualmente, comparados con patrones trazables de medición con patrones nacionales o internacionales si no existiese los mencionados patrones se deberá registrar la base utilizada para su calibración y verificación.

Estos deberán sujetarse al ajustamiento o reparación en el caso de que sea necesario.

Deberán ser identificados para poder determinar el estado y su fecha de medición.

Se deberá realizar la protección contra daños o deterioros durante la manipulación, mantenimiento y almacenamiento.

Además, se debe evaluar y registrar la validez de los resultados de las mediciones anteriores cuando se detecte que el equipo no se encuentra conforme a los requisitos. La organización deberá tomar las acciones apropiadas sobre el equipo y sobre cualquier producto afectado. De igual manera se debe mantener registros de los resultados de la calibración y verificación.

8. Medición, análisis y mejora.

8.1 Generalidades

Planifica e implementa los procesos de seguimiento, medición y análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto, asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente la eficacia del mismo conforme a la siguiente matriz.

8.2 Seguimiento y medición

8.2.1 Satisfacción del cliente

Como una de las medidas del desempeño del SGC se realiza el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización a través de “encuesta de satisfacción del cliente externo” y la información obtenida se la presentará en “resultados de encuestas de satisfacción del cliente”. Esta encuesta se la realizará en la organización todos los días a fin de que el cliente/huésped pueda contestar y emitir su criterio en base al producto/servicio recibido.

La metodología utilizada para medir la satisfacción del cliente externo en términos generales consta de los siguientes puntos:

- Encuestas abiertas al número de clientes equivalentes al 80% de las ventas.
- Preguntas cerradas con niveles de evaluación.
- De cada pregunta se selecciona la que ha tenido el porcentaje más alto.
- Se realiza una medición.
- Nivel crítico de acción correctiva a $\leq 69\%$.
- Objetivo de calidad: tener un índice de satisfacción del cliente (ISC) = 70%.
de encuestas aplicadas: #=clientes cuya sumatoria es mayor al 80% de ventas.

La fecha de aplicación de las encuestas se las realizará entre el décimo al duodécimo mes de cada año.

8.2.2 Auditoría interna

Establece y mantiene un procedimiento de auditorías internas al sistema de gestión de calidad para proveer información y resultados de la dirección.

Se realiza la designación del grupo de facilitadores de proceso (auditores internos) mediante “memorando” y tiene establecido un programa de formación de auditores internos.

Los facilitadores de proceso determinan si existe una adecuada implementación y mantenimiento del sistema de gestión de calidad de acuerdo a los estándares establecidos en la norma iso 9001-2008.

Se construye un programa de auditoría basado en la importancia de las actividades y del conocimiento de problemas existentes o probables.

El objeto de las auditorías internas es el siguiente:

- Determinar si el SGC ha sido correctamente implementando.
- Identifica tareas de mejora potencial en el SGC.
- Evaluar el SGC de la organización cuando se desee establecer una relación contractual por ejemplo con un proveedor potencial o un socio.

La frecuencia con la cual las auditorías internas se deben realizar en la organización es de por lo menos una vez al año.

Toda la documentación e información empleada para el levantamiento de no conformidades y las acciones correctivas es archivada ordenadamente por el jefe de calidad como respaldo de las auditorías.

La información obtenida en las auditorías internas forma parte de la documentación para las revisiones por la dirección por lo que los resultados son comunicados al gerente, administrador y encargados de cada departamento.

8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos

Cuando es aplicable el seguimiento y la medición de los procesos de realización del producto/servicio se los efectúa en base a los puntos de control y criterios de control establecidos para cada uno de ellos.

8.2.4 Seguimiento y medición del producto

Mide y hace el seguimiento a las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo. Esto se realiza en las diferentes etapas del proceso de realización del producto.

Se mantiene como criterios de aceptación del producto el cumplimiento de especificaciones y requerimientos del mismo, los registros indican el responsable de la aprobación del producto y demuestran que han ocurrido las inspecciones; cualquier producto/servicio no conforme se maneja como describe en el procedimiento “control de producto no conforme”.

8.3 Control de producto no conforme

Identifica los productos no conformes y controla para prevenir su uso o entrega no intencional.

Todo producto adquirido y en proceso identificado como no conforme es separado hasta que se expida una nota de disposición.

Los controles, responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del producto no conforme se mantienen en los registros de los productos no conformes con la naturaleza de las no conformidades y las acciones posteriores tomadas para eliminarlas.

El producto no conforme que posteriormente es calificado como rechazo se registra en “tarjeta de rechazo”.

8.4 Análisis de datos

Selecciona y analiza datos esenciales para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad así como también se evalúa en donde puede realizarse la

mejora continua del mismo (informe de resultados del SGC). El análisis de datos proporciona información de:

- Satisfacción del cliente.
- La conformidad con los requisitos del producto.
- Las características y eficiencia de los procesos.
- Capacidad de los proveedores “resultados de evaluación de proveedores”.
- Eficacia del SGC.

8.5 Mejora

8.5.1 Mejora continua

El jefe de calidad promueve la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de calidad mediante el uso de la política de calidad, los objetivos de la calidad, los resultados y las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas, acciones preventivas y la revisión por la dirección.

Cuenta con uno de los mecanismos más efectivos para hacer la mejora continua, los equipos de mejoramiento continuo en los que se hace efectiva la participación activa de todo el personal de la organización.

A nivel gerencial, los trabajadores aplican el proceso sistemático de la mejora continua y solución de problemas el cual consta de los siguientes pasos:

- Identificación del problema.
- Descripción de la situación actual.
- Identificación de las causas raíz.
- Definición de acciones de mejora.
- Verificación de resultados.
- Normalización.
- Identificación de nuevos problemas o proyectos de mejora.

La mejora continua también se realiza en base a decisiones tomadas en las revisiones generales.

8.5.2 Acción correctiva

Toma de acciones correctivas para eliminar la causa de no conformidades identificados en el proceso de fabricación, luego de verificaciones realizadas por el administrador y el encargado de cada departamento con el objeto de prevenir que no vuelvan a suceder.

Existe un procedimiento documentado para:

- Revisar las no conformidades incluidas quejas de clientes.
- Determinar causas de las no conformidades.
- Determinar e implementar las acciones correctivas necesarias para asegurarse de que las no conformidades no vuelvan a presentarse.
- Registrar los resultados de las acciones correctivas tomadas.
- Verificar las acciones correctivas tomadas.

Las no conformidades que se detecten mediante las auditorías internas y externas; por observaciones del gerente, administrador y encargados de los departamentos por los reclamos del cliente interno y externo o la repetición de aspectos inadecuados son sujetas de análisis por parte de los diferentes departamentos o equipos de mejora continua para identificar e implementar las acciones correctivas pendientes a eliminar dichas no conformidades.

Las acciones correctivas son controladas y administradas por el jefe de calidad.

8.5.3 Acción preventiva

Determina acciones preventivas para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia a través de la participación del gerente, administrador y encargados de los departamentos.

Tiene establecido un procedimiento documentado:

- Determinar las no conformidades potenciales y sus causas.
- Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de la no conformidad.
- Determinar e implementar las acciones preventivas necesarias.
- Registrar los resultados de las acciones tomadas.
- Revisar las acciones preventivas tomadas.

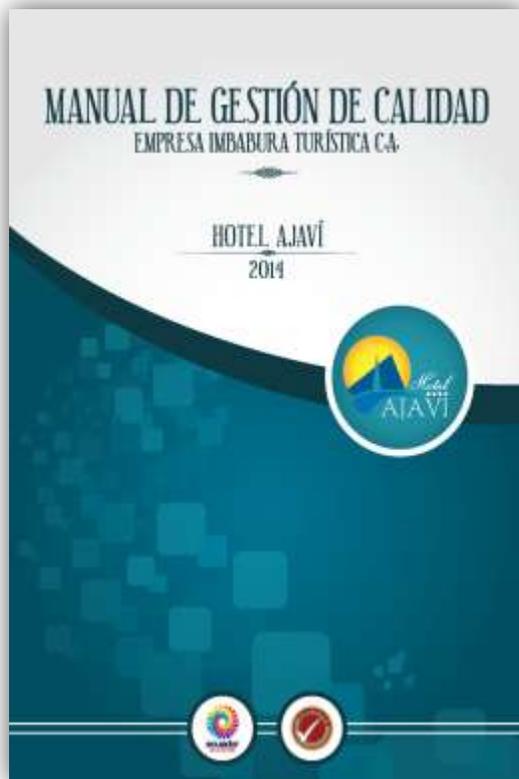
3.2 Diseño del manual

3.2.1 Ingeniería del proyecto

El presente manual de gestión de calidad en el servicio para el hotel Ajaví, se lo producirá en papel bond con su respectiva portada, contra portada, diseño de página, separadores de anexos, logotipo con sellos y colores particulares que identifican al hotel y al sistema de gestión de la calidad.

El manual para el Hotel Ajaví presentara diseños los cuales fueron realizados exclusivamente para este. A continuación se presentan los diferentes diseños que irán en el manual.

3.2.2 Portada

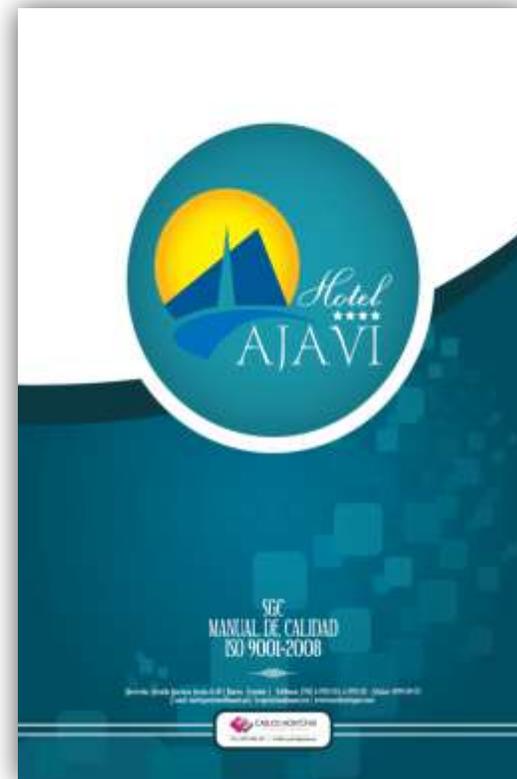


Diseño # 1

Fuente: SGC

Autor: Diseñador Carlos Montufar

3.2.3 Contraportada



Diseño # 2

Fuente: SGC

Autor: Diseñador Carlos Montufar

3.2.4 Diseño de página

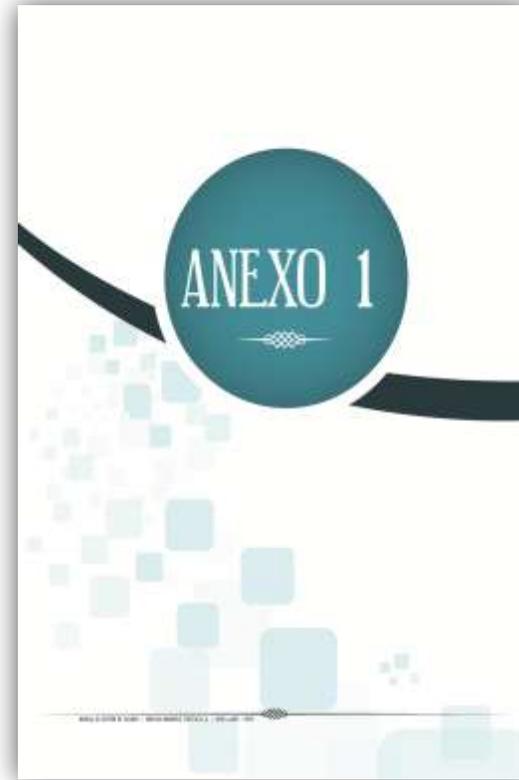


Diseño # 3

Fuente: SGC

Autor: Diseñador Carlos Montufar

3.2.5 Separador



Diseño # 4

Fuente: SGC

Autor: Diseñador Carlos Montufar

3.3 Cedula presupuestaria

En la siguiente tabla se detallan los recursos económicos que se ha invertido en la realización del manual de calidad en el servicio:

CEDULA PRESUPUESTARIA			
REALIZACIÓN DEL MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO			
EMPRESA HOTEL AJAVÍ			
Concepto	#	\$	Total
Investigación (Internet x mes)	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Transporte x mes	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Resma A4	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Impresión		\$ 60,00	\$ 60,00
Cd (caja 12 uni.)	1	\$ 4,70	\$ 4,70
Grabación de Cd	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Anillado	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Empastado	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Diseñador gráfico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Impresión del manual	65	\$ 3,00	\$ 195,00
TOTAL			\$ 481,70

Cuadro # 27

Fuente: SGC

Autor: Santiago Esteban Jara Román

En la siguiente tabla se detallan los valores económicos que el hotel invertirá para la obtención de la certificación del manual de calidad en el servicio a través de la norma iso 9001-2008:

CEDULA PRESUPUESTARIA			
IMPLEMENTACION MANUAL DE CALIDAD			
EMPRESA HOTEL AJAVÍ			
Concepto	#	\$	Total
Inspección	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Capacitación	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Implementación	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
TOTAL			\$ 5.000,00

Cuadro # 28

Fuente: SGC

Autor: Santiago Esteban Jara Román

3.4 Buenas prácticas ambientales del Hotel Ajaví

La empresa Imbabura Turística C.A. Imbaturis Hotel Ajaví, con sus procesos productivos y actividades de prestación de servicios, consume recursos naturales y genera residuos, siendo así responsable de un cierto grado de degradación ambiental. Sin embargo, también dispone de conocimientos y capacidad de investigación y tecnología para aplicar mejoras continuas en el sistema productivo, reduciendo de esta manera el consumo de recursos y la contaminación ambiental.

Ello, sumado a la cada vez mayor concienciación de la sociedad sobre la necesidad de conservar nuestro medio ambiente para asegurar el bienestar humano y de los ecosistemas, sitúa a la empresa y a sus trabajadores/as como agentes fundamentales para potenciar procesos y actividades que protejan el medio ambiente.

La sostenibilidad requiere que la empresa incluya la protección del medio ambiente como parte de su filosofía empresarial en todas sus fases de actividad.

Para incorporar la responsabilidad ambiental en su política, una empresa necesita estudiar su impacto en el medio ambiente (necesidad de recursos, materiales y equipos disponibles, generación de residuos, vertidos y emisiones, etc.) y, en base a esta información, desarrollar planes de minimización de consumo y contaminación para aminorar sus impactos ambientales negativos a través de la aplicación de diversas medidas.

¿Qué son buenas prácticas ambientales?

Las Buenas Prácticas Ambientales son medidas sencillas y útiles que podemos adoptar tanto los trabajadores y trabajadoras de cara a reducir el impacto ambiental negativo de sus actividades.

Son acciones que implican cambios en la organización y, fundamentalmente, en el comportamiento y los hábitos de las personas para disminuir riesgos ambientales, promover el ahorro de recursos y una gestión sostenible de la actividad empresarial.

En la mayoría de los casos son cambios simples, de aplicación relativamente sencilla y de gran aceptación dentro de la empresa; son medidas que pueden mejorar la competitividad empresarial a cambio de un nulo o bajo coste económico de implantación.

Para garantizar que estas prácticas tengan éxito y logren un cambio real es factor imprescindible que los trabajadores y trabajadoras colaboren, ya que son estos los que conocen de primera mano las actividades desarrolladas en su lugar de trabajo.

Recíprocamente, nuestra seguridad y salud se ve comprometida en numerosas ocasiones por las condiciones ambientales en las que desarrollamos nuestra actividad laboral. Por ello, la aplicación de buenas prácticas ambientales en nuestros lugares de trabajo nos revierte y beneficia directamente al reducir riesgos laborales y proteger nuestro entorno.

Participación activa

Los/as trabajadores/as son los encargados de promover e impulsar el compromiso de nuestra empresa para desarrollar sus políticas ambientales. Podemos solicitarles información sobre las actividades que tienen impactos significativos en el medio ambiente y sobre sus actuaciones al respecto.

Como trabajadores/as nuestra participación activa en diferentes aspectos es indispensable para conseguir una mejora continua del comportamiento ambiental:

- Velar por el cumplimiento de la normativa ambiental y de los objetivos y planes de la política ambiental de nuestra empresa.

- Proponer modificaciones con vistas a lograr mejoras ambientales.
- Informarnos y aplicar buenas prácticas ambientales en nuestros puestos.
- Participar en los sistemas de gestión medioambiental y/o en la realización de auditorías, si hubiese, e interesarnos por su funcionamiento y resultados.

El papel de los/as representantes de los/as trabajadores/as: delegado/a de medio ambiente.

Dada la complejidad de la temática medioambiental, la implicación de los/as representantes y delegados/as de personal en la gestión ambiental de nuestra empresa es una valiosa herramienta para facilitar y encauzar nuestra participación activa.

Podemos demandar la creación y fortalecimiento de la figura de Delegado/a de Medio Ambiente para que un compañero/a se dedique de manera específica a abordar la problemática ambiental de la empresa (consumo de recursos, residuos, emisiones, vertidos, etc.). Son necesarios delegados/as sensibilizados/as que, al recibir información, documentación y formación específica a cargo de la empresa, puedan:

- ✓ Verificar el cumplimiento de normativas y políticas ambientales de la empresa.
- ✓ Informarnos sobre la documentación, resultados, objetivos, políticas, etc. en materia ambiental de la empresa.
- ✓ Promover y fomentar nuestra cooperación.
- ✓ Establecer vías de comunicación con la empresa y discutir aquellos puntos que interesan a la clase trabajadora en este tema.
- ✓ Proponer medidas de mejora ambiental.

Igualmente, podemos solicitar que la participación en materia ambiental se canalice a través de Comités de Empresa. Este comité, puede ampliar sus funciones para incluir también al Medio Ambiente.

Cuando el impacto ambiental es significativo o el número de trabajadores/as lo aconseje, se debe crear una Comisión de Medio Ambiente específica, un órgano de participación interno de carácter paritario, es decir, con representación equitativa de trabajadores/as y empresa.

Esta comisión, creada para promover la mejora del comportamiento ambiental, debe tener completo acceso a la información y documentación ambiental de la empresa, ser consultada regular y periódicamente, participar en el diseño de los programas de formación medioambiental y contribuir a elaborar, implantar y evaluar los planes de acción ambiental.

La protección del medio ambiente es un derecho

Como personas y trabajadores/as estamos relacionados/as íntimamente con el medio ambiente que nos rodea y su degradación nos perjudica directamente, por lo que su protección se debería considerar como parte de nuestros derechos laborales, como lo son las condiciones de salud y seguridad, e incluirse como materia de negociación colectiva.

De igual forma, los convenios colectivos deberían tener cláusulas específicas sobre medio ambiente cuyo contenido mínimo establezca la elaboración conjunta de políticas de actuación ambiental y su seguimiento; el derecho de los/as trabajadores/ as y sus representantes al acceso a información y formación ambiental y proporcione cobertura legal firme a la participación activa en la gestión medioambiental de la empresa.

Buenas prácticas por áreas de trabajo

Todos y cada uno de nuestros actos afectan al medio ambiente, por lo que tenemos un gran potencial como motor de cambio.

Como trabajadores/as, pasamos muchas horas en el centro de trabajo, a veces más que en nuestra propia casa, y, por este motivo, si tomamos conciencia del impacto que nuestras actividades tienen en el medio ambiente y adquirimos hábitos de comportamiento para proteger la naturaleza, tanto en nuestra vida personal como laboral, contribuiremos a que nuestra sociedad sea más sostenible.

En el trabajo, para mejorar nuestro comportamiento ambiental, debemos usar los recursos de manera responsable, adquirir protocolos que prevengan y controlen los riesgos

ambientales derivados de accidentes o emergencias y avisar a las autoridades competentes en caso de vertidos y emisiones anómalas o accidentales.

En el centro de trabajo usamos gran cantidad de recursos; tanto agua y energía como diversas sustancias, materiales, equipos y maquinaria. Optimizar nuestro consumo de agua, energía y materiales contribuirá a disminuir el impacto ambiental negativo de nuestra empresa y a atenuar la presión que la naturaleza soporta por el elevado consumo de recursos naturales y la contaminación y generación de residuos que ello conlleva.

Medidas de ahorro de agua

Los/as trabajadores/as podemos fomentar la creación de programas que minimicen el consumo de agua.

Para ello es importante que la empresa instale sistemas y dispositivos de regulación de caudal (circuitos cerrados que reutilicen las aguas grises; sistemas eficientes de riego; interruptores de descarga en el inodoro; limitadores de presión, difusores o temporizadores en los grifos; etc.) pero también que todos/as introduzcamos rutinas para ahorrar agua en el día a día del trabajo:



Imagen # 1

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

- ✓ Cerrar los grifos cuando no los necesitemos para no malgastar agua (una corriente de agua de 5 mm gasta 528.000 litros de agua al año).

- ✓ Controlar contadores, tuberías y calderas para detectar posibles escapes o consumos excesivos.
- ✓ Avisar al servicio de mantenimiento si hay alguna avería para evitar fugas (un grifo que pierde 1 gota por segundo provoca un despilfarro de 30 litros de agua al día y una cisterna rota puede gastar 150 litros de agua al día).
- ✓ No usar el inodoro como si fuera una papelera (cada descarga puede gastar 10 litros de agua, en función de la capacidad del depósito).
- ✓ Utilizar el agua caliente sólo cuando sea necesario para evitar gastar energía.

Consumo racional de energía

Hoy en día recientes diseños, sistemas y aparatos permiten que, tanto nuevas construcciones como antiguos edificios, sean mucho más eficientes energéticamente (contrato de una potencia no superior a la necesaria, aislamiento térmico de puertas y ventanas, sectorización del alumbrado para que sólo se enciendan las luces necesarias, bombillas de bajo consumo, sistemas de detección de presencia, pantallas y celosías que aumentan el efecto luminoso mediante el reflejo de la luz, etc.).

No obstante, como en nuestra actividad laboral diaria necesitamos energía constantemente, adquirir buenas prácticas para ahorrar energía supondrá que por cada Kwh de electricidad no consumida evitaremos ser responsables de la emisión de más de medio kg de dióxido de carbono.

Iluminación



Imagen # 2

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

- ✓ Iluminar sólo las áreas que se estén utilizando y regular los niveles de luz según nuestras necesidades.
- ✓ Apagar las luces cuando sean innecesarias, incluso en breves periodos de tiempo (es un falso mito que volver a encender las bombillas fluorescentes consume más que dejarlas encendidas)
- ✓ Organizar nuestro puesto de trabajo para poder aprovechar al máximo la luz natural.
- ✓ Abrir contraventanas, cortinas y persianas y mantener limpias las ventanas para permitir la entrada de luz natural.

Climatización



Imagen # 3

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví

Autor: Santiago Esteban Jara Román

- ✓ Aprovechar la regulación natural de la temperatura antes de usar sistemas de climatización por ejemplo abriendo las ventanas para crear corriente o bajando las persianas bajadas para evitar la insolación directa.
- ✓ Programar los aparatos de climatización en las áreas ocupadas y sólo durante la jornada laboral.
- ✓ Siempre que sea posible es preferible usar ventiladores en lugar de equipos de aire acondicionado, ya que bajan 5° o 6°C la temperatura consumiendo un 90% menos de energía y en ningún caso contienen gases perjudiciales para la capa de ozono.
- ✓ Adecuar los niveles de climatización dependiendo del clima y el tipo de actividad laboral: normalmente en invierno deben oscilar entre 18° y 20°C y en verano entre

24° y 26°C (una diferencia de temperatura con el exterior superior a 12°C no es saludable).

Aparatos eléctricos y electrónicos



Imagen # 4

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

- ✓ Apagar los aparatos cuando termina la jornada o si van a estar inactivos durante más de 1 hora (si los móviles u otros aparatos se apagan por la noche sólo se necesitan cargar la mitad de las veces que si se mantienen siempre encendidos).
- ✓ Desenchufar los alimentadores de corriente al final de la jornada, porque los equipos consumen energía incluso cuando están apagados. Para ello es útil contar con un interruptor que nos permitan desconectar varios aparatos a la vez.
- ✓ Recargar los equipos sólo el tiempo necesario y desenchufar los cargadores al terminar para evitar consumos excesivos (los cargadores siguen consumiendo hasta un 95% de energía aunque no estén conectados al aparato).
- ✓ Configurar los equipos (ordenadores, fotocopiadores, impresoras, faxes, etc.) en modo "ahorro de energía" si tienen esa opción, ya que se puede reducir el consumo eléctrico hasta un 50%.
- ✓ Usar pantallas planas; consumen menos energía y emiten menos radiación.
- ✓ Apagar el monitor del ordenador cuando no se esté utilizando, ya que gasta un 70% del consumo energético total del equipo (un monitor medio usa 60W encendido, 6,5W en espera y 1W apagado).
- ✓ Para que el salvapantallas del ordenador ahorre energía ha de ser totalmente negro y es aconsejable configurarlo tras 10 minutos de inactividad como máximo.

- ✓ Los equipos como impresoras, fotocopiadoras, faxes, etc. consumen menos por separado que un aparato multifuncional. Sin embargo, si se ha de realizar más de una función, son más eficientes los aparatos multitarea.
- ✓ Para hacer 3 o menos copias la impresora es la mejor opción, a partir de 4 copias la fotocopiadora es más eficiente.

Reducción de las necesidades de material

Para desempeñar nuestro oficio utilizamos una larga y diversa lista de sustancias, materiales, productos y aparatos. Todos y cada uno de ellos tienen un ciclo de vida asociado que provoca contaminación en todas sus fases; desde la obtención de materias para su fabricación hasta que se convierte en residuo. Si nos acostumbramos a reducir nuestro consumo de materiales contribuiremos a disminuir la degradación de la naturaleza. Podemos asumir numerosas prácticas que nos ayuden a alcanzar este objetivo:



Imagen # 5

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

- ✓ No malgastar el material fungible (el que se consume con el uso). Para evitar derrochar material podemos, por ejemplo, abrir un paquete sólo cuando los anteriormente abiertos estén ya gastados o agotar los bolígrafos hasta el final.
- ✓ Asegurarnos de conocer el funcionamiento y configuración de los aparatos que tengamos que usar para optimizar su uso, evitando así fallos y despilfarro de recursos.

- ✓ Conservar en buenas condiciones los materiales y aparatos para alargar su vida útil o por si se pueden reutilizar (conservar las tapas de los recipientes que podemos reutilizar).
- ✓ Reutilizar los materiales potencialmente desechables para usos similares o alternativos (envases, cajas, carpetas, material de encuadernación, etc.).
- ✓ Entregar el material o equipos deteriorados u obsoletos a gestores que los recuperen y reparen para donarlos a asociaciones sociales o reintroducirlos en mercados de segunda mano.
- ✓ Depositar los residuos generados en el lugar adecuado y asegurarnos de que se llevan a gestores autorizados de residuos y especializados en su reutilización o reciclaje, prestando especial atención en caso de ser residuos peligrosos como pilas, tóner o aparatos eléctricos y electrónicos.
- ✓ Disminuir la variedad de materiales y sustancias utilizadas facilita su gestión, especialmente su recuperación o reciclaje.

En función del tipo de producto o aparato de que se trate, podemos poner en marcha numerosas buenas prácticas concretas para realizar un consumo consciente y responsable. Por ejemplo, en el caso del papel, elemento muy utilizado en todo tipo de empresas, podemos:

- ✓ Sustituir las toallas y pañuelos de papel desechable por toallas y pañuelos de tela.
- ✓ Evitar el despilfarro en los envíos publicitarios.
- ✓ Revisar las suscripciones y cambiarlas, si es posible, a formato electrónico.
- ✓ Aplicar Tecnologías de la Información y la Comunicación (internet, e-mail, móvil, etc.) para ahorrar papel, energía y evitar desplazamientos y residuos.
- ✓ Trabajar en soporte informático para guardar documentos y revisar errores o mejoras antes de imprimir.
- ✓ Utilizar formatos (tipo y tamaño de letra, espacios, etc.) que aprovechen el espacio para reducir la cantidad de papel necesaria.
- ✓ Imprimir a doble cara, en calidad de borrador y en blanco y negro siempre que sea posible (evita el derroche de tinta y facilita la reutilización y el reciclaje del papel).
- ✓ Seleccionar el modo “ahorro de tóner” en impresoras y fotocopiadoras si existe la opción.

- ✓ Reutilizar el papel impreso sólo por una cara y reutilizar sobres usados para el correo interno de la empresa.
- ✓ Usar papel reciclado.
- ✓ Adquirir papel blanqueado con métodos totalmente libres de cloro.
- ✓ Comprar papel con el sello FSC que certifica una gestión forestal ambientalmente responsable.
- ✓ Utilizar papel de menor gramaje.
- ✓ Evitar usar papel térmico, ya que no se puede reciclar.

Criterios de sostenibilidad en la compra de bienes y servicios



Imagen # 6

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Nuestro trabajo depende de la compra de bienes y servicios externos. Los impactos ambientales que tienen dos productos o servicios diferentes pero que ofrecen la misma función depende de múltiples factores relacionados con sus ciclos de vida: composición del producto, tipos de procesos de extracción de materias y producción, condiciones sociales de su elaboración y comercialización, transporte necesario hasta que llega a nosotros/as, etc.

El compromiso con el respeto al medio ambiente no se limita, por tanto, exclusivamente a la actividad puramente laboral, sino que también es necesario que empresas y trabajadores/as incluyan criterios de sostenibilidad en su aprovisionamiento de bienes y servicios.

Las empresas, debido a su gran volumen de compras y contrataciones, son una potente herramienta para extender la responsabilidad social y ambiental en toda la cadena de aprovisionamiento, lo que supondría avances sustanciales en la sostenibilidad:

- ✓ Seleccionar proveedores que garanticen la calidad de sus bienes y servicios desde una perspectiva ambiental y de comercio justo, usando por ejemplo alguna certificación oficial.
- ✓ Adquirir productos y equipos que cuando estén funcionando representen menor peligrosidad o agresividad con el medio ambiente posible y que, al final de su vida útil, no se conviertan en residuos tóxicos (rechazar, por ejemplo, los aparatos de aire acondicionado que contienen gases que destruyen la capa de ozono o productos hechos a partir de plásticos formulados con metales pesados o PVC).
- ✓ Rechazar productos y envases desechables y priorizar los más duraderos (las pilas recargables se pueden usar hasta 2.000 veces), los que se puedan reparar, actualizar, reutilizar y/o reciclar.
- ✓ Seleccionar los productos hechos a partir de procesos menos contaminantes (por ejemplo el papel blanqueado con métodos totalmente libres de cloro) y cuyos componentes materiales tengan menos impactos respecto a otros.
- ✓ Preferir proveedores de bienes y servicios locales y productos de temporada si queremos adquirir frutas o verduras.
- ✓ Optar por productos hechos a partir de materiales biodegradables o reciclados.
- ✓ Elegir el abastecimiento de productos a granel y rechazar productos excesivamente empaquetados y con envases compuestos de diferentes materiales como el tipo brik.
- ✓ Escoger aparatos eléctricos y electrónicos que garanticen la mayor eficiencia energética.
- ✓ Planificar con antelación la compra para adquirir la cantidad necesaria y evitar el excedente.
- ✓ Negociar con el proveedor la devolución del material sobrante y de envases vacíos para reutilizarlos.

Producción limpia de bienes y servicios



Imagen # 7

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Para progresar en armonía con el entorno natural y sus comunidades es imprescindible que la empresa diseñe y planifique sus procesos de producción de bienes y servicios siguiendo los principios de producción limpia:

- ✓ Evitar el uso de sustancias tóxicas o potencialmente peligrosas.
- ✓ Prevenir los daños ecológicos de forma integrada, reducir la contaminación desde el origen buscando alternativas más sostenibles a procesos y productos que introducen tóxicos al medio cuando están en uso o al final de su vida útil, cuando se convierten en residuos.
- ✓ Optimizar los procesos y sus condiciones (caudales, temperatura, presión, tiempos, tiempo de residencia, etc.) con vistas a minimizar el consumo de recursos (agua, energía y materiales) y prevenir la generación de residuos.
- ✓ Implicar en esta transformación a trabajadores/as y ciudadanos/as.

Los trabajadores y las trabajadoras podemos incorporar buenas prácticas en nuestra rutina para contribuir a la transformación hacia una producción más limpia:

- ✓ Velar por el cumplimiento de la normativa ambiental sobre emisiones y vertidos, registrar las incidencias y avisar de anomalías a las autoridades competentes.
- ✓ Demandar que la empresa aplique las Mejores Técnicas Disponibles.
- ✓ Sustituir las sustancias peligrosas para reducir la contaminación en origen.

- ✓ Procurar la recuperación de los recursos: aprovechar el calor, recircular el agua de proceso, destilar disolventes para reincorporarlos al proceso, emplear los subproductos para otros procesos, etc.
- ✓ Utilizar agua con una calidad adecuada a las necesidades y separar las aguas pluviales, que no necesitan tratamiento, de las de proceso.
- ✓ Solicitar formación específica sobre el funcionamiento de equipos y procesos, seguir las hojas de trabajo y preguntar dudas, para maximizar su eficiencia y evitar fallos de funcionamiento y por tanto, derroche de recursos.
- ✓ Revisar la organización de los equipos de trabajo, máquinas, herramientas, etc., para reducir la necesidad de limpieza y minimizar y prevenir las posibles pérdidas y contaminación durante los procesos y el transporte de materiales (podemos utilizar bandejas de goteo y protectores de salpicaduras para prevenir la contaminación).
- ✓ Implantar y respetar un protocolo de seguridad en las operaciones de carga, descarga y transferencia para evitar fugas.
- ✓ Incrementar el control de los procesos y sistemas de depuración de emisiones y vertidos para asegurarse de su correcto funcionamiento y reducir al máximo los residuos, vertidos, emisiones, los rechazos de producción, etc.
- ✓ Establecer un plan de emergencia para minimizar emisiones y vertidos en caso de accidentes.
- ✓ El ruido también es contaminación. Se debe hacer el mínimo ruido posible evitando maquinaria y herramientas ruidosas, empleando barreras acústicas, limitando la actividad a horarios en los que moleste menos y manteniendo conectados los equipos sólo el tiempo estrictamente necesario.

Almacenamiento adecuado para evitar pérdida de recursos



Imagen # 8

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

En el desarrollo de las actividades de toda empresa necesitamos materiales, producimos bienes o servicios y generamos residuos. Necesitamos, por tanto, guardar todos esos productos hasta darles un uso o destino.

Una correcta organización de las zonas destinadas a almacenar material en nuestros centros de trabajo reduce las pérdidas de recursos, tiempo y energía y disminuye los riesgos de generar residuos, vertidos y emisiones innecesarios.

Es imprescindible poner especial empeño en almacenar de forma segura sustancias peligrosas ya que, además de ser tóxicas para el medio ambiente, también lo son para nuestra salud.

Para asegurar que los materiales y productos que necesitamos o fabricamos en nuestro trabajo se mantengan en buen estado y evitar fugas, podemos aplicar buenas prácticas que permitan un almacenamiento seguro:

- ✓ Limitar el acceso del personal al almacén.
- ✓ Solicitar formación sobre la manipulación de las sustancias almacenadas, especialmente de las peligrosas, y respetar las recomendaciones para su correcto almacenaje.
- ✓ Solicitar fichas de seguridad y listados en lugares visibles de los productos almacenados.

- ✓ Guardar las cantidades estrictamente necesarias para evitar riesgos o la producción innecesaria de residuos.
- ✓ Proteger los almacenes de las inclemencias del tiempo y mantener las condiciones ambientales adecuadas (temperatura, humedad, etc.) para que los materiales no se deterioren.
- ✓ Almacenar cada producto en su lugar correspondiente y etiquetarlo de forma que se garantice su correcta identificación.
- ✓ Comprobar el buen estado de recipientes y contenedores; si cerramos herméticamente los recipientes de almacenamiento evitaremos derrames y evaporación de sustancias y mantendremos los materiales protegidos.
- ✓ Instalar sistemas de alarma de rebose, de drenaje y de contención en los almacenes y disponer de equipos de seguridad para emergencias como extintores o absorbentes.

Gestión de los recursos generados



Imagen # 9

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Los residuos son desechos que contaminan y, al fin y al cabo, recursos mal aprovechados; “el mejor residuo es el que no se produce”. Por eso, en primer lugar, debemos hacer los mayores esfuerzos en su reducción y reutilización.

En segundo lugar, es importante que los trabajadores/as fomentemos que la gestión de los residuos generados permita reciclar los materiales y reintroducirlos en el sistema productivo:

- ✓ Solicitar información periódica a la empresa sobre gestores, autorizaciones, declaraciones y planes de prevención de residuos.
- ✓ Asegurarse de que los residuos se entregan a gestores autorizados.
- ✓ Almacenar los residuos bajo condiciones adecuadas de higiene y seguridad.
- ✓ Separar en recipientes etiquetados cada tipo de residuo. A mayor segregación más se favorece el reciclaje de los residuos; por ejemplo, separando los diferentes tipos de papel o los diferentes tipos de plásticos, metales, etc.
- ✓ Promover el compostaje de residuos orgánicos.
- ✓ Manipular los residuos con cuidado para evitar roturas y vertidos. Podemos usar envases de nuevos productos para guardar de forma segura los que se han convertido en residuo.
- ✓ Envasar los residuos peligrosos de forma segura. Debemos utilizar cubetas bajo los bidones con contenido cuya fuga suponga un factor de riesgo para el entorno (un solo tubo fluorescente contiene suficiente mercurio para contaminar 30.000 litros de agua).
- ✓ En ningún caso debemos eliminar ningún tipo de residuo por incineración o verterlos de forma incontrolada (un cartucho de tóner tarda más de 450 años en descomponerse).
- ✓ Procurar que los residuos cuyo destino es el vertedero, ocupen el mínimo espacio posible.

Mantenimiento preventivo



Imagen # 10

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

La revisión y mantenimiento preventivos de instalaciones, equipos y procesos de producción evita los fallos y roturas prematuras en su funcionamiento y alarga su vida útil, lo que implica la reducción del consumo de agua, energía, materiales y recursos en general.

Los trabajadores y las trabajadoras podemos facilitar las tareas de mantenimiento poniendo en marcha sencillas prácticas:

- ✓ Posibilitar un acceso sencillo y rápido a los equipos y procesos para facilitar las operaciones de mantenimiento.
- ✓ Mantener ordenadas y limpias las áreas de trabajo para facilitar el control y la detección de posibles accidentes, derrames, fugas de fluidos u otras contaminaciones.
- ✓ Redactar y respetar protocolos de mantenimiento sobre productos peligrosos para evitar la generación de residuos innecesarios.
- ✓ Realizar las tareas de mantenimiento en lugares debidamente acondicionados donde se recojan y gestionen adecuadamente los residuos generados; aceites de vehículos o máquinas, por ejemplo.
- ✓ Conseguir que nuestro medio ambiente más directo sea un entorno saludable ventilando periódicamente nuestro lugar de trabajo (para evitar la concentración de iones negativos que generan los aparatos eléctricos y electrónicos) y conservando niveles adecuados de humedad (un rincón verde con plantas ayuda).

Limpieza: “Es más limpio el que menos ensucia”



Imagen # 11

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

El área de la limpieza tiene un gran potencial para evitar impactos ambientales negativos en el centro de trabajo, no sólo por ser una tarea común a toda actividad, sino también porque en las tareas de limpieza se suelen emplear sustancias especialmente tóxicas y generadoras de residuos peligrosos. Para revertir esta situación la empresa se encargará de planificar las operaciones que se llevan a cabo con objeto de reducir siempre que sea posible las tareas de limpieza y sustituir las sustancias tóxicas y peligrosas por métodos inocuos, es decir, aplicar la máxima “no es más limpio el que más limpia, sino el que menos ensucia”.

Podemos aplicar diversas prácticas:

- ✓ Solicitar formación específica para el personal de limpieza sobre optimización de materiales y productos, interpretación de etiquetas, sustitución de productos peligrosos por otros que no lo son, etc.
- ✓ Reemplazar los productos de limpieza tóxicos por productos inocuos; usar detergentes biodegradables, sin fosfatos ni cloro, disolventes al agua, limpiadores no corrosivos, etc.
- ✓ Aplicar la menor cantidad recomendada por el fabricante del producto para consumir menos y minimizar los residuos y vertidos producidos (el abuso de sustancias tóxicas no asegura mejores resultados pero agravan el deterioro del medio ambiente).
- ✓ Evitar vertidos a los desagües; los desechos químicos no deben ser vertidos a la red de saneamiento.
- ✓ Limpiar herramientas, equipos, etc. inmediatamente después de su uso para evitar que la suciedad se reseque y se deba usar más agua o métodos más agresivos que generan residuos más peligrosos.
- ✓ Utilizar métodos de limpieza que reduzcan la cantidad de agua necesaria: spray, aire comprimido, agua a alta presión, barredoras mecánicas, etc.
- ✓ Disponer de absorbentes (por ejemplo, arena) por si existiese algún derrame accidental de aceites u otros lubricantes.
- ✓ Considerar los envases que hayan contenido productos peligrosos o los desechos sólidos o líquidos procedentes de su limpieza siempre como residuos peligrosos.

Transporte y movilidad sostenible



Imagen # 12

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

El tráfico es el agente que más contribuye tanto al cambio climático como a la contaminación atmosférica de las ciudades. Por ello, en la política ambiental de la empresa, es requisito indispensable abordar la sostenibilidad del transporte y la movilidad.

Es imprescindible que empresas dedicadas al transporte de mercancías asuman un papel proactivo en esta materia apostando por el transporte intermodal (combinación más eficiente entre distintos medios de transporte por ferrocarril, mar y/o carretera), así como diseñando las rutas para optimizar los recorridos de manera que se eviten desplazamientos innecesarios y se ahorre tiempo y combustible.

En cuanto a la flota de vehículos, es necesario que las empresas disminuyan su impacto a través de su mantenimiento preventivo y el empleo de materiales de buena calidad que favorezcan su rendimiento y alarguen su vida útil (neumáticos, aceites lubricantes, filtros limpios, cumplir los plazos de revisión de niveles u otros sistemas indicados por el fabricante, etc.)

Los trabajadores y las trabajadoras podemos facilitar que el transporte de mercancía y los viajes de negocio sean más sostenibles adoptando diversos hábitos:

- ✓ Considerar antes de hacer un viaje de negocios si se puede sustituir mediante tecnologías de la información y la comunicación, por ejemplo, a través de videoconferencia.

- ✓ Priorizar, siempre que sea posible, los viajes en tren antes que por carretera o en avión.
- ✓ Planificar la ruta antes de salir para ahorrar tiempo y combustible.
- ✓ Transportar cargas en camiones cerrados o cubiertos para evitar pérdidas, derrames o fugas.
- ✓ Llevar los residuos procedentes de los vehículos, muchos de ellos considerados peligrosos, a gestores autorizados (baterías, neumáticos, aceite, etc.)
- ✓ Implementar técnicas de conducción eficiente, como por ejemplo:
 - evitar bajar las ventanillas,
 - graduar el aire acondicionado sólo si es necesario y a una temperatura de 24º-25ºC,
 - evitar frenazos y acelerones,
 - controlar la velocidad máxima (la velocidad de menor consumo es 90-100 km/h, ahorra un 20% respecto a ir a 120 km/h),
 - usar marchas largas y conducir a revoluciones bajas,
 - usar neumáticos radiales y mantenerlos a la presión adecuada,
 - comprobar la correcta alineación de las ruedas,
 - evitar zonas congestionadas, etc.

Es común a todos los trabajadores y trabajadoras que tengamos que desplazarnos a nuestros centros de trabajo. Aprovechar esta oportunidad para negociar entre los/as representantes de la empresa y de los/as trabajadores/as planes de movilidad sostenible que incluyan criterios de sostenibilidad y seguridad en el desplazamiento al centro de trabajo es un gran avance para reducir la contaminación ambiental.

Para que estas iniciativas se hagan realidad los trabajadores y las trabajadoras debemos adquirir costumbres más saludables en nuestra movilidad:

- ✓ Desplazarnos hasta el centro de trabajo caminando, en bici o en transporte público.
- ✓ Reivindicar que las empresas asuman el coste del desplazamiento sostenible de los trabajadores y las trabajadoras.
- ✓ En caso de necesitar el vehículo privado, hacer uso de iniciativas de coche compartido con compañeros/as o vecinos/as que realicen un itinerario parecido.

Compromiso con el medio ambiente de clientes/as y usuarios/as



Imagen # 13

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Igual que la participación activa de los/as trabajadores/as, es importante fomentar la información y participación de clientes y usuarios/as como últimos/as receptores/as de los productos y servicios de la actividad laboral, con objeto de favorecer su colaboración para alcanzar los objetivos planteados en materia ambiental.

Informar a los/a usuarios/as sobre formas de reducir el consumo de recursos y la generación de residuos, vertidos y emisiones para que colaboren en el mantenimiento y la conservación del medio ambiente cuando utilicen las instalaciones del centro de trabajo.

Etiquetar adecuadamente los productos para que los/as clientes/as puedan hacer un uso adecuado que prevenga la generación de residuos innecesarios y aumente la vida útil de los aparatos. Por ejemplo, se deben indicar claramente las fechas de caducidad de productos perecederos y los periodos de mantenimiento preventivo de aparatos para su correcto funcionamiento.

Fortalecer el consumo responsable



Imagen # 14

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Para proteger la naturaleza es fundamental que la empresa se comprometa a reducir el deterioro que causan sus actividades. Transformar el sistema productivo para que sea más respetuoso con el medio ambiente requiere que, los trabajadores y las trabajadoras, como motor de la empresa, nos impliquemos activamente en la gestión ambiental de nuestro centro de trabajo en general y en la aplicación y difusión de las buenas prácticas ambientales en particular.

Para que nuestra sociedad sea más sostenible debemos hacer cambios de manera transversal, en todos los ámbitos de nuestra vida. Nuestro trabajo es una gran oportunidad para, además de incorporar las buenas prácticas en nuestras acciones a nivel individual, crear un espacio de intercambio de información y experiencias entre compañeros/as, donde proponer iniciativas que fomenten la cultura del consumo responsable.

Una “tienda gratis” (donde la gente deposita lo que no utiliza y se lleva lo que necesita), una red de trueque, un banco de tiempo, una biblioteca común, un espacio para encontrar compañeros/as con quienes compartir el coche, crear grupos de consumo de productos ecológicos, etc. son algunas de la multitud de ideas que podemos desarrollar con nuestros compañeros/as de trabajo para construir, colectivamente, una sociedad más sostenible y justa.

Apostar por el medio ambiente es apostar por el futuro



Imagen # 15

Fuente: Buenas prácticas ambientales Hotel Ajaví
Autor: Santiago Esteban Jara Román

Nuestro sistema económico y productivo se encuadra dentro de la biosfera, que funciona sin producir residuos: los recursos se renuevan constantemente y la fuente de energía, el sol, es inagotable. Nuestra economía depende de los servicios ambientales de la naturaleza, es decir, del aporte y renovación de recursos y de su capacidad absorber la contaminación y restaurarse.

La Tierra marca los límites a nuestro desarrollo económico por lo que, para asegurar nuestro bienestar presente y futuro, debemos conseguir que los sistemas productivos imiten los procesos de ciclo cerrado de la naturaleza; deben eliminar progresivamente sus impactos ambientales negativos evitando la generación de contaminación y residuos.

Los producidos, en todo caso, deben ser asimilables por la naturaleza, compatibles con el funcionamiento de los ecosistemas, las comunidades que los habitan y, en general, con el equilibrio de la biosfera.

La mejora continua del comportamiento ambiental de nuestras empresas, más que ser conveniente, es condición necesaria para que puedan mantener su actividad a largo plazo en armonía con el medio ambiente y la sociedad. Una decidida apuesta por implantar las Mejores Técnicas Disponibles y Buenas Prácticas Ambientales contribuirá a mejorar la justicia social y ambiental, mejorará su imagen corporativa, aumentará su competitividad, y, de esta forma, creará puestos de trabajo con futuro y de calidad.

4 Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

En el proceso de realización de esta investigación se concluye lo siguiente:

- El hotel Ajaví en base a los requerimientos que establece la norma iso 9001-2008; presenta un 55% del total del sistema de gestión de calidad a ser implantado.
- Si bien el hotel Ajaví brinda productos y/o servicios con cierto nivel de calidad, en la actualidad no posee una política de calidad definida que le permita mejorar de manera continua.
- El significado de calidad y lo que engloba el término, no es muy bien definido, concebido ni participado por las personas que ejecutan las operaciones en la empresa para la obtención de productos y/o servicios.
- Los encargados de satisfacer las necesidades de los clientes lo realizan sin un mayor grado de conciencia.
- El hotel Ajaví no realiza la adecuada calificación y aprobación de sus proveedores que son quienes suministran de cierta materia prima a la organización.
- La medición, análisis y mejora no se ha estructurado de manera correcta.
- La organización maneja cierta cantidad de procesos de manera que mientras no se implemente un SGC para poder llevar a cabo el adecuado control sobre operaciones y sus procesos, las inconformidades del cliente con los productos y/o servicios seguirán evidenciándose.
- El 87,96% de los huéspedes/clientes entrevistados definen a los productos y/o servicios que brinda el hotel Ajaví como de calidad, mientras que el 12,04% los define como de no calidad.
- En su gran mayoría los huéspedes/clientes ha considerado que es necesario la implementación del sistema de gestión de calidad. De esta manera los productos y/o servicios que la organización brinda serán garantizados como de calidad.
- Al implementar el SGC, el hotel Ajaví alcanzará mayor eficiencia a nivel organizacional estandarizando sus procesos y de la misma manera logrará una ventaja competitiva frente a otras empresas que prestan el servicio de alojamiento en la ciudad de Ibarra.

4.2 Recomendaciones

- Lo más factible para la organización es que obtenga la certificación iso 9001-2008 ya que esta permite dar seguimiento a los productos y/o servicios que este brinda permitiéndola su mejora continua satisfaciendo al cliente.
- Es de vital importancia implementar el SGC teniendo como eje fundamental el manual de gestión de calidad en donde conste el desarrollo de los procesos y operaciones del hotel Ajaví.
- Los empleados de todos los niveles de la organización (estratégico, funcional y operacional) deben estar comprometidos con el desarrollo implementación y seguimiento del SGC.
- La implementación del SGC permitirá mantener permanentemente retroalimentación en las operaciones y procesos para que de esta manera se pueda conocer a plenitud las necesidades de los huéspedes/clientes, alcanzando niveles más altos de satisfacción.
- Determinar las facilidades para la implementación del SGC. (recursos, capacitación e infraestructura)
- Identificar los costos de la calidad y de la no calidad.

5 Bibliografía

- ✓ CASADO, A. (2000) Housekeeping management. New York, NY; John Wiley & Son.
- ✓ FORDC., HEATON, CHERILL P. & BROWN S. W. (2001) Delivering Excellent Services: Lessons from the best firms, journal of management review. 1 (44), 39.
- ✓ MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo, Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, Colombia. Mc Dra. Hill, 2001.
- ✓ OCEANO UNO, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Colombia, Carvajal, 2005.
- ✓ PFEFFER, J. (1998). The human equatio: Building profits by puting people first. Boston, Massachusets: Harvard Bussiness School Press.
- ✓ SHEEL, M.A. (1998). Enciclopedi de hotelería y restaurantes. Bogotá, Colombia: Editner.
- ✓ MERCADOS, S. (2004). Administración y calidad. (3ra. Ed.) . México.
- ✓ NORMA INTERNACIONAL ISO (traducción certificada). Norma complementaria que define los términos relacionados con la calidad año 2008.
- ✓ NORMA INTERNACIONAL ISO 9001-2008 (traducción certificada). Sistemas de gestión de calidad. Año 2005.
- ✓ NORMA INTERNACIONAL ISO 9001-2008 (traducción certificada). Sistemas de gestión de calidad, directrices para la mejora del desempeño. Año 2008.

Internet:

- ✓ www.gestiopolis.com
- ✓ www.wikipedia.com
- ✓ www.google.com
- ✓ www.monografías.com
- ✓ www.hotelajaví.com
- ✓ www.ahotec.com
- ✓ www.ministeriodeturismo.ec
- ✓ www.turismoibarra.com
- ✓ www.infohotelesibarra.com
- ✓ www.inen.com.ec
- ✓ www.mintur.gob.ec
- ✓ www.ambiente.gob.ec