

INTRODUCCIÓN

La perseverante necesidad de obtener el título de Tecnólogo en Administración Hotelera ha hecho de que en esta oportunidad, muchos de los estudiantes hagamos un esfuerzo enorme para poder viajar al majestuoso y enorme país de Brasil, (el más grande de Sudamérica), para luego pasar a realizar un trabajo comparativo de fin de carrera. Por lo que en esta ocasión estoy presentado un análisis comparativo que sirve de mucho para la interpretación de lo experimentado y alimenta el conocimiento en la rama turística y hotelera.

El objetivo de este trabajo es presentar un análisis comparativo entre el “Parque Balneario Hotel” de la ciudad de Santos-Brasil con el “Hotel Mercure Alameda” de la ciudad de Quito, capital ecuatoriana. Lo investigado se concibió como elemento que, permitiera dimensionar la importancia del sector hotelero en los países Brasil y Ecuador. Algunas de sus características más importantes son tomadas desde la perspectiva de la calidad del servicio.

El contenido que se da a conocer en estas páginas forma parte de un amplio proyecto coordinado conjuntamente por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional (ITHI) y Yuntas Internacional. Enfocado a comparar la dimensión del turismo e infraestructura hotelera de nuestro país con países que ofrecen actividades turísticas interesantes, y a estimular el estudio de dichas carreras en los estudiantes del ITHI, Este trabajo es instrumento indispensable para la obtención del título de Tecnólogo en las diferentes carreras turísticas que ofrece el Instituto.

La elaboración del presente trabajo se llevo a cabo bajo la tutoría de la Ing. Sonia Guerrero, persona que me oriento para construir una tesis digno de un estudiante el ITHI, Al cual le he

puesto todo mi esfuerzo y dedicación para entregarles una monografía interesante, para que, todos al leerla se sientan satisfechos y responda a sus inquietudes.

En esta ocasión, se trata de definir parámetros turísticos como las actividades turísticas, los hoteles la calidad del servicio. Partiendo de que según la ley del Turismo en Ecuador “Turismo” son todas las actividades relacionadas con el desplazamiento de personas a lugares distintos al de su residencia sin ánimo de radicar por mucho tiempo. También es mi deseo el enseñarles a ustedes un país lleno de mucho apogeo y desarrollo turístico y hotelero en donde su gente tienen como característica brindar a los turistas el calor, la cortesía, atención y una hermosa sonrisa en su cara, “la manera especial que los brasileños tienen de recibir al turista” y sobre todo su cultura de servicio.

Además a lo largo de la lectura ustedes podrán conocer en breve síntesis un poco de la ciudad de Santos. Este es un municipio dentro del estado de Sao Paulo, en la región sudeste, y es una de las ciudades importantes de Brasil. Puesto que cuenta con el puerto más grande de Latinoamérica por lo que aporta mucho para su país. En esta Ciudad Se encuentra ubicado el Parque Balneario Hotel, un hotel de 5 estrellas que ofrece a los turistas muchas comodidades. Además el hotel se encuentra ubicado en una parte importante de Santos.

Así mismo, se da a conocer en breves rasgos el país de Ecuador, que se encuentra en la mitad del mundo, y uno de los países más pequeños de Sudamérica, con su capital la ciudad de Quito. Quito es un distrito metropolitano que se encuentra en la provincia de Pichincha, en la región Sierra a 2800 msnm, la segunda capital más alta del mundo, después de “La Paz” la capital de Bolivia. En Quito se encuentra ubicado el Hotel Mercure Alameda, un hotel de 5 estrellas localizado en una zona importante de la capital, y que ofrece a sus turistas confort y bienestar.

1. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo se lo realizó debido a que, es un requisito indispensable para poder graduarme de Tecnólogo en Administración Hotelera en El Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional.

Para efecto tuve que viajar al país de Brasil, dada la oportunidad de realizar una pasantía internacional que tuvo una duración de 15 días el mes de Septiembre del año 2010, para lo cual un gran número de estudiantes viajamos hacia el otro lado del continente, a las costas del océano Atlántico. Después de la pasantía se tiene que realizar un cuadro comparativo entre un producto brasileño y otro de Ecuador y de esta manera poder graduarse.

El tema que he escogido para esta oportunidad es (*“Cuadro comparativo de los servicios entre el Parque Balneario Hotel de la ciudad de Santos-Brasil y el Hotel Mercure Alameda de la ciudad de Quito-Ecuador”*) debido a que mi carrera es Hotelería y decidí que la comparación entre estos dos hoteles de gran nivel podría ayudarme en mi carrera.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

- Realizar un análisis comparativo de la calidad de los servicios que presta el “Parque Balneario Hotel” ubicado en la ciudad de Santos- Brasil, y el “Hotel Mercure Alameda” de la ciudad de Quito-Ecuador

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el entorno turístico que envuelve al “Parque Balneario Hotel” de Santos-Brasil y al “Hotel Mercure Alameda” de Quito-Ecuador.
- Demostrar los tipos de servicios del “Parque Balneario Hotel” de la ciudad de Santos-Brasil
- Señalar los tipos de servicios del Hotel Mercure Alameda de la ciudad de Quito
- Comparar la calidad los servicios del “Parque Balneario Hotel” de Santos-Brasil con los del Hotel Mercure Alameda de la ciudad Quito-Ecuador.
- Analizar las ventajas y desventajas del “Parque Balneario Hotel” de Santos-Brasil y del Hotel Mercure Alameda de la ciudad Quito-Ecuador.

3. MARCO TEÓRICO

TURISMO

Según el artículo 2 del capítulo 1 de la ley de turismo, turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Principios de la actividad turística

De acuerdo a la ley de turismo, son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Las actividades turísticas y quienes las ejercen

Según la ley e turismo, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

LOS ALOJAMIENTOS

“Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. (Alimentos y Bebidas, Piscina, Internet, Convenciones, Parqueadero, Servicio telefónico y Entretenimiento) El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura

de los alojamientos.”¹

Categorías

“La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.”²

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Clasificación

Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1. ALOJAMIENTOS HOTELEROS.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

¹ Reglamento general de las actividades turísticas, art.1

² Reglamento general de las actividades turísticas, art.2

Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2. ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

HOTELES

Según el reglamento general de actividades turísticas, **hotel**, es todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,

c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Servicios en los hoteles de cinco estrellas

Según el Reglamento General de las Actividades Turísticas los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción y conserjería que estarán atendidos por personal experto y distinto para cada uno de estos servicios.

El Jefe de Recepción y el Primer Conserje conocerán, además del español, dos idiomas de los cuales uno deberá ser el inglés; los demás recepcionistas y conserjes, incluso los que presten servicio durante la noche, hablarán el idioma inglés además del español. El portero del exterior, los ascensoristas, los mozos de equipajes, botones y mensajeros, dependerán de la Conserjería;

De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación, que estará a cargo de una ama de llaves, auxiliada por las camareras de piso, cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento. Habrá como mínimo una camarera por cada doce habitaciones;

De habitaciones que deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las veinticuatro horas del día, tanto de comidas como de bebidas.

El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido por un Mayordomo, auxiliado por los camareros y ayudantes necesarios. El Mayordomo o Jefe del Servicio de Habitaciones deberá conocer, además del español, el idioma inglés;

De comedor, que estará atendido por el “Maitre” o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario según la capacidad del alojamiento, cuidando que las estaciones del comedor no excedan de cuatro mesas. Los jefes de comedor deberán conocer, además del español, el idioma inglés.

Se ofrecerá una carta con variedad de platos de cocina internacional y otros típicos de cocina ecuatoriana.

La carta de vinos será amplia y contendrá marcas de reconocido prestigio.

En todo caso, el menú del hotel deberá permitir al cliente la elección entre cinco o más especialidades dentro de cada grupo de platos;

Telefónico, en el que existirá una central de por lo menos diez líneas, atendidas permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz; los encargados de este servicio deberán conocer, además del español, el idioma inglés;

De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento;

Esta dependencia deberá contar con lavadoras automáticas con capacidad mínima de una libra por habitación; y,

Médico, debidamente atendido por un médico y un enfermero; este último atenderá permanentemente. Estos servicios se prestarán con cargo al cliente que los requiera.

En los hoteles ubicados en la región interandina, será conveniente la existencia de algunas máscaras y equipos de oxígeno.

LA CALIDAD

La palabra "calidad" se usa cada vez con más frecuencia en las compañías, ya sea en los sectores de alimentos, industria o servicios y especialmente en el sector de Tecnología Informática (TI). En este informe, el término "**compañía**" se refiere independientemente a

cualquier compañía, organización o asociación en el sector público o privado. Del mismo modo, el término "**cliente**" se debe interpretar de modo amplio como "beneficiario" y el término "**producto**", como la entrega de algo material o inmaterial (servicio). Detrás del término "calidad" se ocultan muchos conceptos. Este informe tiene como meta definir los términos principales y comprender los objetivos y métodos de la implementación de un procedimiento de calidad.

Evolución histórica del concepto de calidad

“A lo largo de la historia el término calidad ha sufrido numerosos cambios que conviene reflejar en cuanto su evolución histórica. Para ello, describiremos cada una de las etapas el concepto que se tenía de la calidad y cuáles eran los objetivos a perseguir.

Esta evolución nos ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin. La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia.”³

Conceptos de calidad

"La calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.”⁴ La palabra calidad tiene múltiples significados. Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

³ <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml-02/03/2011>

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

Definiciones desde una perspectiva de producción

La calidad puede definirse como la conformidad relativa con las especificaciones, a lo que al grado en que un producto cumple las especificaciones del diseño, entre otras cosas, mayor su calidad o también como comúnmente es encontrar la satisfacción en un producto cumpliendo todas las expectativas que busca algún cliente, siendo así controlado por reglas las cuales deben salir al mercado para ser inspeccionado y tenga los requerimientos estipulados por las organizaciones que hacen certificar algún producto.

Desde una perspectiva de valor

La calidad significa aportar valor al cliente, esto es, ofrecer unas condiciones de uso del producto o servicio superiores a las que el cliente espera recibir y a un precio accesible. También, la calidad se refiere a minimizar las pérdidas que un producto pueda causar a la sociedad humana mostrando cierto interés por parte de la empresa a mantener la satisfacción del cliente.

Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

Definiciones formales

“La **Calidad** se puede definir como la capacidad de lograr objetivos de operación buscados.

La norma ISO 8402-94 define la calidad como:

El conjunto de características de una entidad que le otorgan la capacidad de satisfacer necesidades expresas e implícitas.

La norma ISO 9000:2000 la define como:

La capacidad de un conjunto de características intrínsecas para satisfacer requisitos.”⁵

Tipos de calidad

En la práctica, hay dos tipos de calidad:

Calidad externa, que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado. Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los socios externos de una compañía. Por lo tanto, este tipo de procedimientos requiere escuchar a los clientes y también debe permitir que se consideren las necesidades implícitas que los clientes no expresan.

Calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son la administración y los empleados de la compañía. La calidad interna pasa generalmente por una etapa participativa en la que se identifican y formalizan los procesos internos.

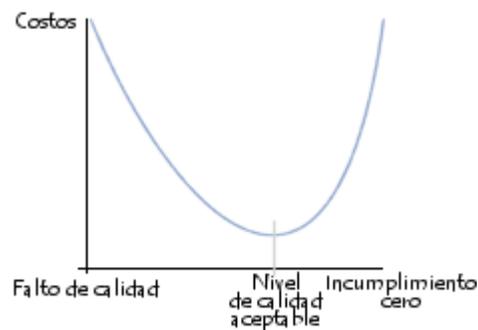
Por consiguiente, el propósito de calidad es proporcionarle al cliente una oferta apropiada con procesos controlados y al mismo tiempo garantizar que esta mejora no se traduzca en costos adicionales. Es posible mejorar un gran número de problemas a un bajo costo. Sin embargo, cuanto más cerca se está de la perfección, más se elevan los costos.

En lo absoluto, para las compañías del sector privado en realidad no es una cuestión de satisfacer exhaustivamente las expectativas del cliente ("sin defectos"), sino de satisfacerlas mejor que la competencia. En el sector público, la calidad permite demostrar que los fondos públicos se usan hábilmente para brindar un servicio que se adapte a las expectativas de los

⁵ <http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

ciudadanos.

“Lo opuesto a la calidad, (o un defecto de calidad), también tiene un costo. De hecho, generalmente es más costoso corregir defectos o errores que "hacerlo bien" desde el comienzo. Además, el costo de un defecto de calidad es mayor cuanto más tarde se detecta. Por ejemplo, rehacer un producto defectuoso costará, al final, más del doble del precio de producción de lo que hubiese costado el producto inicial si hubiera sido producido correctamente la primera vez. Además, la diferencia de precio será menor si el defecto se detecta durante la producción que si lo detecta el cliente (insatisfacción del cliente, procesamiento del incidente, control del cliente, costos de envío, etc.)”⁶



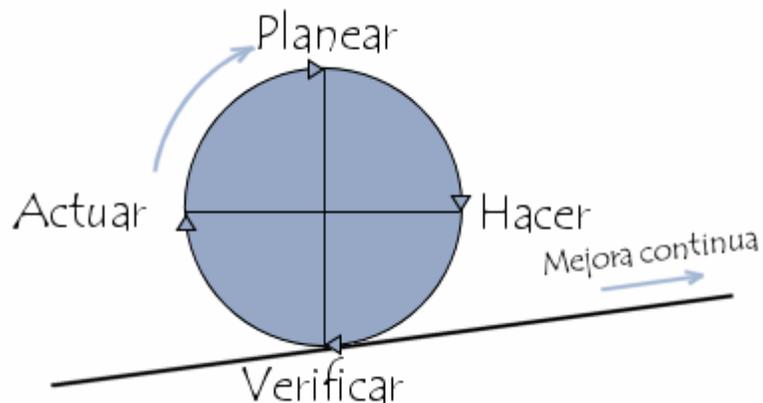
Es cuestión de encontrar el equilibrio correcto que elimine los defectos de calidad lo mejor posible para ganar un buen grado de satisfacción y lealtad del cliente y para generar ganancias, todo dentro de un presupuesto razonable.

Mejoras continuas

“Uno de los principios básicos de la calidad es la prevención y las mejoras continuas. Esto significa que la calidad es un proyecto interminable, cuyo objetivo es detectar disfunciones tan rápido como sea posible después de que ocurran. Así, la calidad puede representarse en un

⁶ <http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

ciclo de acciones correctivas y preventivas llamado "**ciclo de Deming**".⁷



Este ciclo, representado en el ciclo de Deming, se llama **modelo PDCA**. PDCA se refiere a las iniciales del inglés de los siguientes cuatro pasos:

Planear (plan): definir los objetivos a alcanzar y planificar cómo implementar las acciones

Hacer (do): implementar las acciones correctivas

Controlar (check): verificar que se logre el conjunto de objetivos

Actuar (act): según los resultados obtenidos en el paso anterior, tomar medidas preventivas

Procedimiento de calidad

Mejorar la calidad interna y externa permite que una compañía trabaje con sus beneficiarios en las mejores condiciones, lo que se traduce en una relación de confianza y ganancias de naturaleza tanto financiera (aumento de ganancias) como personal (clarificación de roles,

⁷ <http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

necesidades y oferta, motivación del empleado).

Gestión de calidad total

El concepto de gestión de calidad total (TCM) se refiere a la implementación de un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos los empleados, es decir una estrategia completa por la cual una compañía entera usa todos los recursos para satisfacer a sus beneficiarios en términos de calidad, costo y plazo. Se debe desarrollar un "espíritu de calidad" y todos deben compartirlo para que la gestión de calidad total tenga éxito.

Factores relacionados con la calidad

Para conseguir una buena calidad en el producto o servicio hay que tener en cuenta tres aspectos importantes (dimensiones básicas de la calidad):

Dimensión técnica: engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producto o servicio.

Dimensión humana: cuida las buenas relaciones entre clientes y empresas.

Dimensión económica: intenta minimizar costes tanto para el cliente como para la empresa

Otros factores relacionados con la calidad son:

Cantidad justa y deseada de producto que hay que fabricar y que se ofrece.

Rapidez de distribución de productos o de atención al cliente.

Precio exacto (según la oferta y la demanda del producto).

Parámetros de la calidad

Calidad de diseño: es el grado en el que un producto o servicio se ve reflejado en su diseño.

Calidad de conformidad: Es el grado de fidelidad con el que es reproducido un producto o

servicio respecto a su diseño.

Calidad de uso: el producto ha de ser fácil de usar, seguro, fiable, etc.

El cliente es el nuevo objetivo: las nuevas teorías sitúan al cliente como parte activa de la calificación de la calidad de un producto, intentando crear un estándar en base al punto subjetivo de un cliente. La calidad de un producto no se va a determinar solamente por parámetros puramente objetivos sino incluyendo las opiniones de un cliente que usa determinado producto o servicio.

SERVICIO

“En Economía y en marketing (mercadotecnia) es una actividad en donde buscan responder a las necesidades de un cliente (economía) o de alguna persona en común. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el que primero se consume y se desgasta siempre en el momento en que es prestado. Es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.”⁸

La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo, una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente como es el caso en la elaboración de una declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos.

Características de los Servicios

La característica básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones

⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>

que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

Heterogeneidad (o variedad): Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: Las entregas de un mismo servicio son realizadas por diferentes personas a otras personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

Inseparabilidad: En la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios.

Principios del servicio al cliente

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, *el cliente*. Podemos señalar:

1. Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
2. Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
3. Sistemas, no sonrisas. Decir “por favor”, "corazón", "linda" y “gracias” no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera. En cambio los sistemas sí.

4. Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades de los clientes.
5. Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus quejas.
6. Preguntar a los clientes lo que quieren y dárselos y otra vez, para hacerlos volver.
7. Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.
8. Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellos.
9. Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).
10. Hacer como los japoneses. Es decir, investigar quiénes son los mejores y cómo hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.
11. Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.
12. Lo más importante, no dejar esperando al cliente por su servicio, porque todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración, sin importar lo relevante que ésta sea. Todo esto se lleva a cabo para el beneficio de los servicios y que los diferentes tipos que se ofrezcan y que hallan en el entorno se pueda llevar a cabo y que no perjudique a ningún cliente o empresa.

CALIDAD EN EL SERVICIO

Cultura de servicio.

El servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

Las motivaciones en el trabajo constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia nuestros clientes. Las acciones de los integrantes de la empresa son realizadas por ciertos motivos que son complejos, y en ocasiones, contradictorios. Sin embargo es una realidad que cuando se actúa a favor de otro, sea nuestro compañero de trabajo o alguien que es un cliente, se lo hace esperando resolverle un problema. El espíritu de colaboración es imprescindible para que brinden la mejor ayuda en las tareas de todos los días.

Definición de calidad en el servicio.

“Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que él contrato. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entrega. El grado de satisfacción que

experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.”⁹

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

Sensibilidad de los clientes a la calidad.

Los compradores o consumidores de algunos productos o servicios, son poco sensibles a la calidad, sin embargo es posible influir en los clientes potenciales y actuales para que aprecien los niveles de calidad en los mismos. Esto se puede lograr mediante la interacción consistente con el cliente para desarrollar un clima de confianza y seguridad por la eliminación de cualquier problemática de funcionamiento, resistencia, durabilidad u otro atributo apreciado por los cliente; esto se puede lograr mediante el aseguramiento de calidad en el servicio y el pleno conocimiento, por parte de los clientes de los mecanismos de gestión de la calidad.

Parámetros de medición de calidad de los se servicios.

Si partimos del aforismo "solo se puede mejorar cuando se puede medir", entonces es necesario definir con precisión los atributos y los medidores de la calidad de los servicios que se proporcionan al mercado. Este es un trabajo interdisciplinario de las distintas áreas de la empresa y de una estrecha comunicación con los clientes a fin de especificar con toda claridad las variables que se medirán, la frecuencia, acciones consecuentes y las observaciones al respecto.

Sistema de evaluación de la calidad de los servicios

Lógicamente, se requiere continuar con el la evaluación sistemática de los servicios. Este

⁹ <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>

sistema puede ser un diferenciador importante ante los ojos del cliente porque se le entregue constantemente los resultados y el nivel de satisfacción acerca de los servicios.

Diferenciación ante el cliente mediante la calidad

Como ya se comentó en el inciso anterior, un buen sistema de calidad del servicio se puede constituir en el diferenciador de los servicios que se ofrecen, dado que se pueden percibir como "commodities", los cuales deben distinguirse por los niveles de satisfacción de los clientes y por el sistema que soporta esos índices de desempeño que se informan con puntualidad, validez y pertinencia a los clientes. Además se destacarán los beneficios de esta diferenciación:

Objetividad, control exhaustivo, máximo compromiso, dinamismo, facilidad y practicidad operativa.

Desarrollo del factor humano como agente fundamental de la calidad.

Los servicios ofrecidos dependen en gran medida de la calidad del factor humano que labora en el negocio. Se deben afinar y fortalecer los procesos de integración y dirección del personal para obtener los niveles de calidad ya señalados, reiteradamente, en los puntos anteriores.

El área responsable de la administración de factor humano jugará un papel central en las estrategias competitivas que se diseñen, ya que aportará sus procesos para atraer y retener talento en la organización. La profesionalización de: planes de factor humano, reclutamiento, selección, contratación, orientación, capacitación y desarrollo, remuneraciones, comunicación interna, higiene y seguridad y las relaciones laborales contribuirá significativamente en la construcción de ventajas competitivas ancladas en el personal: sus conocimientos, sus experiencias, su lealtad, su integridad, su compromiso con los clientes la empresa y sus colegas.

Diseño de las estrategias, sistemas, políticas y procedimientos de calidad.

Estrategia de servicio: Definición del valor que se desea para los clientes. El valor como el principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentará en el mercado.

Sistemas: Diseño de los sistema de operación, tanto de la línea frontal de atención a los clientes, como de las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente.

Políticas y procedimientos: Consolidar las políticas y los procedimientos de las distintas áreas de la empresa, enfocadas a reforzar las prácticas de calidad del servicio. Este punto es muy importante dado que debe favorecer la agilidad de respuesta y el sano control de los recursos utilizados en la entrega de los servicios.

Gestión de la calidad del servicio.

Se requiere de un sistema que gestione la calidad de los servicios. Aquí es pertinente establecer el ciclo del servicio para identificar los momentos de verdad y conocer los niveles de desempeño en cada punto de contacto con el cliente.

La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son críticas las acciones para recuperar la confianza y resarcir los perjuicios ocasionados por los fallos.

El prestigio y la imagen de la empresa se mantendrán debido al correcto y eficaz seguimiento que se haga de los posibles fallos que se den en el servicio, hasta cerciorarse de la plena satisfacción del cliente afectado. Inclusive debe intervenir forzosamente la dirección general para evitar cualquier suspicacia del cliente.

Esto inspirará confianza en los clientes y servirá de ejemplo a todo el personal para demostrar la importancia que tiene la calidad en todo lo que se hace.

Mercadotecnia relacional (MR) para monitorear la percepción y niveles de satisfacción de los clientes para mejorar los procesos de calidad.

En la actualidad los clientes esperan un trato personalizado con esmero y amabilidad. La mercadotecnia relacional pretende establecer una base de relaciones con los clientes de largo plazo, por lo tanto el área comercial debe llevar los registros sistemáticos de las peticiones, inquietudes, reclamaciones y nuevas demandas de los clientes. Esto permitirá un conocimiento más profundo del comportamiento del cliente en todo el ciclo del servicio.

La información arrojada por la MR será la base para adelantarse a las necesidades de los clientes. La innovación en las respuestas que se den representará un alto valor en la conservación de los clientes y en la referencia que hagan para atraer nuevos.

El propósito central de la MR consiste en retener clientes actuales y mejorar la captación de clientes nuevos por el trato personalizado, diseño de una oferta acorde a las necesidades y exigencias de cada prospecto. Con el enfoque de personalización se ayudaría a reducir el tiempo de cierre de ventas por centrarse en las necesidades, antes de intentar ofrecer beneficios poco significativos ante las necesidades percibidas por el o los decisores de la compra.

3.1 BRASIL

Oficialmente la **República Federativa del Brasil**—Es un país ubicado en América del Sur, que comprende la mitad oriental del subcontinente y algunos grupos de pequeñas islas en el Océano Atlántico. Con superficie estimada en más de 8,5 millones km², ocupa el quinto lugar a nivel mundial en territorio solo superado por Rusia, Canadá, China y Estados Unidos y tiene límites con todos los países de América del Sur, exceptuando a Chile y Ecuador. Al norte limita con Colombia, Venezuela, Guyana, Surinam y la Guayana Francesa; al sur con Argentina, Uruguay y Paraguay; al este con el océano Atlántico; y al oeste con Bolivia y Perú. Brasil es así mismo el quinto en número de habitantes. En su mayor parte, el país está comprendido entre los trópicos terrestres, por lo que las estaciones climáticas no se sienten de una manera radical en gran parte del mismo. La selva amazónica cubre 3,6 millones km² de su territorio. Gracias a esto y a su clima, es el país con más especies de animales en el mundo.

Estuvo habitado originalmente por diversos grupos indígenas. Tras el Tratado de Tordesillas, Brasil fue el segmento del continente americano que correspondió al reino de Portugal. El país obtuvo su independencia el 7 de septiembre de 1822. Desde 1960, su capital es Brasilia que sustituyó a la primera capital nacional Salvador de Bahía y luego a Río de Janeiro.

TOPONIMIA

Ocho años después del descubrimiento de América por los españoles, los portugueses llegaron a un territorio en el cual existía un árbol (*Caesalpinia echinata*) que usaban los amerindios de las selvas. A este árbol se le llamó en portugués *pau-brasil*, por desprender un color rojizo al hervirse en agua, lo que recordaba llamas de un fuego, o las *brasas* del carbón ardiendo. De ahí el nombre de *terra do pau-brasil*.

HISTORIA

Colonización

El **primer europeo** en llegar al territorio que hoy conocemos como Brasil fue el español **Vicente Yáñez Pinzón**, quien avistó tierra el día 26 de enero del año 1500 y llegó a la actual región de Cabo de San Agustín (Pernambuco).

La ocupación de hecho de la tierra recién descubierta comenzó en 1532 con la fundación del pueblo de São Vicente por Martín Afonso de Souza. En 1549 se fundó la primera capital de Brasil, la ciudad de Salvador, en la provincia de Bahía. Durante el siglo XVI se ensayó la esclavitud, inicialmente de los indígenas y sólo en las últimas décadas se introdujeron cautivos africanos.

Historia contemporánea

La **independencia fue proclamada el 7 de septiembre de 1822** por el hijo del rey de Portugal.

GEOGRAFÍA

Brasil ocupa la mitad oriental de América del Sur y varios grupos de islas del océano Atlántico, como son el Archipiélago de San Pedro y San Pablo, Fernando de Noronha, Trindade e Martim Vaz y Atol das Rocas.

La geografía del continente es diversificada, con zonas semiáridas, montañosas, de planicie tropical, subtropical y templado con climas variando desde el seco del noreste al lluvioso clima tropical y ecuatorial y el subtropical y templado del sur. En Brasil se sitúan algunos de los lugares más importantes del mundo a nivel geográfico tales como el Pantanal, considerada reserva de la biosfera por la Unesco; la isla del Bananal, la mayor isla fluvial del mundo; la

isla de Marajó, mayor isla fluviomarina del mundo; Anavilhanas, el mayor archipiélago fluvial del mundo localizado en el Río Amazonas, mayor río en volumen de agua y el más largo del planeta. Brasil tiene además la mayor reserva de agua dulce del planeta, sirviendo como ejemplo el Acuífero Guaraní y la Cuenca amazónica.

Orografía

Brasil no presenta grandes cadenas montañosas, cordilleras como las naciones andinas. El punto más alto de Brasil es el Pico da Neblina, en el estado de Amazonas con aproximadamente 2.994 metros de altura al extremo norte del país cerca a la frontera venezolana. Las menores altitudes del relieve en general se encuentran al nivel del mar, hacia las costas del Océano Atlántico.

Clima

Varía según la altitud y la latitud de la zona: Desde la aridez del interior, al clima tropical del Amazonas y de las regiones de la costa oriental. En general, puede decirse que es predominantemente tropical. Es un país húmedo, de climatología cambiante, especialmente al sur. La temporada de lluvias depende de la región: De enero a abril en el norte; de abril a julio en el noreste; y de noviembre a marzo en las regiones de Rio de Janeiro y São Paulo.

La Región Sur es la única región brasileña localizada casi totalmente abajo del Trópico de Capricornio y, por eso mismo, es la más fría de Brasil. El clima dominante es el subtropical y el templado donde son frecuentes las heladas. Las estaciones del año son bien definidas y las lluvias, en general, tienen gran cantidad en el año.

INFORMACIÓN GENERAL DE BRASIL

Área: Brasil cuenta con un área aproximada de **8.511.965 Km²**. La República Federativa del Brasil es el país más grande de América del Sur y el quinto del mundo. Brasil tiene zonas limítrofes con todos los países sudamericanos con la excepción de Chile y Ecuador.

Población: Brasil posee una cantidad aproximada de **190.000.000 de Habitantes** que lo constituye en el **5^{to} país más poblado el mundo**.

División Política: Políticamente Brasil está dividido en **26 Estados** ubicados a lo largo y sobre las diferentes regiones de país y cuenta con **1 Distrito Federal que es “Brasília”** justamente la **capital** de este país, divididos en 5.564 municipios

Economía: La economía de Brasil es la primera de América Latina, la segunda de toda América y la **octava a nivel mundial**, según el Banco Mundial. La principal actividad económica es la agricultura que se caracteriza por su desarrollo en pequeños establecimientos rurales, con bajo grado de inversión y capitalización, donde prevalecen las prácticas tradicionales de producción.

Moneda: la moneda oficial de Brasil es el **Real** (R\$ 1,75 ⇔ US\$ 1)



Lengua: La lengua oficial de Brasil es el **portugués**

Ciudades Importantes: Ostenta 3 mega ciudades:

Sao Paulo con 19.509.000 hab.

Rio de Janeiro con 11.513.000 hab.

Belo Horizonte con 5.054.000 hab

Religión: católica

Etnias:

49.7 % blancos (Italianos, Portugueses, Españoles, Alemanes)

42.1% pardos (mestizos, mulatos, zambos)

7.4 % Africanos

0.5 % Asiáticos

0.3 % Indígenas

Bandera: La Bandera de Brasil (conocida con el sobrenombre de **Auriverde**) está formada por un rectángulo verde de proporción 7 a 10.



Escudo: El Escudo de armas de Brasil fue creado, igual que La Bandera, por El Decreto No. 4 del 19 de noviembre de 1889. La espada representa a la Justicia; la esfera central, de color azul, contiene la constelación de la Cruz del Sur, uno de los símbolos consagrados de Brasil.



Himno Nacional: El Himno Nacional brasileño fue compuesto por Francisco Manoel da Silva luego de que Brasil se independizó de Portugal en 1822, pero no fue oficial hasta 1890.

LAS REGIONES BRASILEÑAS

Brasil está dividido en 5 grandes regiones en función de sus peculiaridades geográficas, climáticas, culturales, gastronómicas y sociales, estas son: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste y Sul.



Región Norte

- Clima cálido y húmedo
- Sobre ella está El bosque Amazónico
- Sobresale la población indígena
- Baja densidad demográfica
- Extracción, pesca, Zona Franca de Manaus
- Festival Folclórico de Parintins

Región Nor-este

- Se caracteriza por tener un clima Cálido y Soleado, con poca incidencia de lluvias
- Vegetación poco densa, mata de Cocais y áreas desérticas
- Actividades más relevantes son la Extracción, industria y turismo
- Descendencia portuguesa, francesa y africana
- La fiesta más importante es el Carnaval

Región Centro-oeste

- Clima cálido y seco
- Posee Vegetación diversificada
- Existe un grupo grande de mestizaje interno
- Las actividades mayores son ganadería, pesca, extracción
- Fiesta más popular es la “Festa do Divino Espírito Santo”

Región Sur-este

- Clima templado, con mucha lluvia
- Vegetación densa
- Descendencia italiana, portuguesa, española, africana y árabe
- Mayor densidad demográfica del país
- Actividades económicas: Industria, agricultura, ganadería y servicios
- La fiesta más Popular es el Carnaval de Rio de Janeiro
- La comida típica e esta región es la Feijoada

Región Sur

- Posee las cuatro estaciones del año bien definidas, con frío acentuado en invierno
- Mata de Araucárias, pampas
- Descendencia alemana, italiana y polonesa predominantemente
- Actividades económicas: Ganadería, agricultura, industria textil y mueblería
- La fiesta más importante es la fiesta de octubre
- Platos típicos Churrasco y el chimarrão

TURISMO EN BRASIL

Al país ingresan alrededor de 6,4 millones de turistas internacionales, lo que implica un ingreso de 16.7 billones de reales. Se trata de un importante sector de la economía brasileña, que genera ingresos, empleo y promueve la inclusión social.

Opciones de Turismo

SOL Y PLAYA



Foto: el autor

Destinos costeros donde se puede disfrutar del clima cálido, el mar y las playas urbanas o aisladas.

CULTURA



Foto: el autor

Los destinos que ofrecen los museos, eventos culturales como el Carnaval, el patrimonio arquitectónico, étnico y arqueológico

ECOTURISMO



Foto: el autor

Destinos donde se puede disfrutar de la naturaleza haciendo senderismo, observación de vida silvestre y visitando cuevas.

DEPORTE



Foto: el autor

Los destinos que ofrecen una infraestructura para la práctica segura del deporte como el surf, golf, fútbol, voleibol, pesca, rafting, vela, senderismo, parapente, descenso de cañones.

EVENTOS Y NEGOCIOS



Foto: el autor

Destinos que las empresas de acogida de gran tamaño que proporcionan una estructura a los acontecimientos y que tienen una agenda de ferias y congresos.

BREVE HISTORIA HOTELERA

En 1808 se da el cambio de la corte portuguesa a Brasil, lo que alienta el establecimiento de hostales en Río de Janeiro.

En 1907 se crea la primera ley de incentivos para la creación de hoteles en Río de Janeiro.

En **septiembre de 1923**, fue inaugurado con bombos y platillos, la Avenida Atlántica, El **Copacabana Palace Hotel**, considerado el edificio más suntuoso del género que posee América del Sur y una de los más bellos del mundo.



Foto: el autor

En 1946 se da la prohibición de casinos de juego y el cierre absoluto, lo que impide la construcción de hoteles para este fin.

En 1966 se constituye la creación de Embratur, que permite el despliegue de los grandes hoteles.

En 1990 definitivamente las cadenas hoteleras internacionales entran al país.

En 1999 se crea el Ministerio de Turismo, Deporte y Juventud.

En 2003 se constituye el Ministerio de Turismo solamente.

TIPOS DE HOSPEDAJE EN BRASIL

Hotel - Servicio de alojamiento con la hospitalidad y la comida y con la imposición de una tasa media.

Resort - Hotel con una infraestructura de servicios de ocio y entretenimiento de belleza que ofrece, actividades físicas, recreativas y de vida con la naturaleza en su propia empresa.

Finca hotel - Hotel instalado en una granja o explotación agrícola y otros que ofrece la experiencia del medio rural.

Hotel histórico - Hotel instalado en un edificio de importancia histórica.

Cama & Café - se ofrecen en las casas con no más de tres unidades residenciales de uso turístico, donde el huésped vive en el hotel con desayuno, limpieza y recogida diaria.

FLAT Flat / Apart Hotel - con servicio de conserjería, limpieza, que consiste en unidades de vivienda que tiene dormitorio, baño, salón y cocina en el edificio, con la administración y

marketing integrado.

Pousada - en su mayoría cuentan con la arquitectura horizontal de hasta 2 pisos, 30 unidades residenciales y 90 camas, con los servicios de recepción y servicio de comidas.

3.1.1. CIUDAD DE SANTOS

 	
Estado:	São Paulo
Área:	281 km ²
Población:	437 000 (07/2003)
Altitud:	2 m sobre el nivel del mar
Situación geográfica:	23° 58' lat. Sur 46° 20' long. oeste
Localización:	Litoral de la provincia de San Pablo.
Clima:	Tropical.
Topografía:	Planicie predominante y cerros que cercan la ciudad.
Hidrografía:	Los ríos son canalizados en la parte insular.

“**Santos** es un municipio localizado en el litoral del Estado de São Paulo, en Brasil. Posee el mayor puerto de América Latina, que constituye su principal actividad económica, además del turismo y el comercio. La ciudad es sede del Estado cada 13 de junio. Capital simbólica de São Paulo, sede además de diversas instituciones de enseñanza superior. Está considerada oficialmente como un balneario turístico. En esta ciudad están radicados el Santos Fútbol Club, célebre club de fútbol donde jugó Pelé toda su carrera profesional en Brasil, y la Portuguesa Santista”¹⁰.

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Santos>

Santos con 418.288 hab. / IBGE 2008), ubicado en el Sur de **São Paulo**, a 70 km de la capital, **São Paulo**, es un municipio con algunas **playas** muy visitadas durante el verano.

De hecho, numerosos visitantes vienen disfrutar de su hermoso litoral. **Santos** también es conocido por su historia y, sobre todo, por el puerto, el más importante de América Latina.

Santos, Puerto y Deportes náuticos

Así es Santos. El verano con mucho sol y playas en donde se puede practicar surf, paseos de barco, pesca, kayak, jetski, windsurf y mucho más. Las noches de Santos con buenos restaurantes, bares y casas nocturnas, la noche en Santos tiene también muchos atractivos, se encuentra gente interesante y la cocina exquisita del litoral de Brasil (frutos de mar, peces).

Santos tiene un número limitado de restaurantes, la mayoría de cocina regional. Uno de los lugares más populares para comer y beber en Santos es en los alrededores de Café Paulista.

Gastronomía de Santos

Conocer Santos es también su plato turístico La “Meca Santista” presente en el menú de decenas de restaurantes. Con productos típicos de la región el plato es a base del pez “meca”, asado con dos camarones (a la parrilla) y abiertos, acompañados de rizote de palmito y “farola” de banana. Santos también es famoso por el café brasileiro tipo exportación y los manjares producidos con la banana, son delicias que precisan ser experimentadas. Un sinnúmero de restaurantes ofrecen opciones de frutos del mar. Además están la Feijoada y la caipiriña como bebida típica de Brasil.

Los bares y choperías distribuidos por la ciudad proporcionan desconcentración en los atardeceres hasta la madrugada. Churrasquerías, cantinas, pizzerías y restaurantes hasta de cocina internacional garantizan la diversidad, elección y satisfacción de todos los paladares. Y para quien gusta de eventos gastronómicos no se puede perder la fiesta de la banana, del

cangrejo, realizados en el coqueto Mercado Municipal; y la fiesta de la frutilla, en el Jardín Botánico Chico Mendes.

Principales atractivos Turísticos de Santos

En realidad hay muchos atractivos turísticos que pueden ser visitados por los turistas pero los que más destacan son: El Centro Histórico y sus iglesias que está cerca al puerto, El Acuario Municipal, el Memorial de las Conquistas del Santos Futbol Club y su estadio Villa Belmiro , el Mercado Municipal, el complejo Cultural el puerto de Santos y el mismo puerto, un sinnúmero de Museos, el Orquideario Municipaly el famoso jardín de la costa marítima que comprende 7 kilómetros ininterrumpidos de playas por lo que le constituye el jardín de playa más grande del mundo y está registrado en el libro “Guinnnes Book of Records”

Principales hoteles de la ciudad de santos:

Entre los que más destacan están:

- AVENIDA PALACE HOTEL
- PARQUE BALNEARIO HOTEL
- ATLÁNTICO HOTEL
- MENDEZ PLAZA HOTEL SANTOS
- RITZ HOTEL
- MENDEZ PANORAMA HOTEL
- HOTEL NATAL
- HOTEL MARACANÁ

3.1.2. PARQUE BALNEARIO HOTEL



Foto: el autor

UBICACIÓN

Al sur del continente americano, en el país Brasil (el más grande de la región), en la región sureste, en el Estado de Sao Paulo, en el municipio de Santos, junto a las playas de Gonzaga, sobre la calle Ana Costa, 555 se encuentra el Parque Balneario Hotel.

Se puede disfrutar de lo mejor de Santos en el Parque Balneario Hotel. Con una espectacular vista del mar, el Parque Balneario Hotel está situado en Praia do Gonzaga, una de las calles más frecuentadas de Santos. El hotel se encuentra cerca de cines, grandes almacenes y centros comerciales como el Mall junto al hotel que lleva el mismo nombre. Entre otras excursiones. Se recomienda dar un agradable paseo a lo largo del jardín más grande del mundo, ubicado justo al frente del hotel.

El hotel se encuentra a 80 km de São Paulo capital del estado de Sao Paulo.



Calle Ana Costa, 555 – Praia do Gonzaga, Santos – SP

SERVICIOS QUE PRESTA EL HOTEL

Algunos de los servicios y comodidades del Hotel son:

- Centro de Negocios
- Parqueadero
- Estructuras adaptadas para personas con necesidades especiales
- Internet de banda ancha
- Piscina
- Centro Comercial junto
- 24h Servicio de habitaciones
- Academia
- Sauna
- Spa

RECEPCIÓN



Foto: el autor

Bueno como no podía ser de otra manera el Hotel cuenta con servicio de recepción como todos los hoteles, y algo muy importante de destacar, es que en todas las recepciones de los hoteles de Brasil cuentan con, por lo menos 4 relojes indicando los diferentes uso horarios de ciudades más importantes del mundo como Nueva York, Londres etc. L recepción esta comunicada con todas las demás áreas.

BIENESTAR

Para relajarse, disfrutar de la brisa del mar y tomar el cuidado de la salud, el Parque Balneario Hotel ofrece un ambiente de tranquilidad para renovar las energías y una estructura completa para cuidar de usted y de su familia. Descanso largo con sauna: momentos una gran experiencia en una habitación decorada con buen gusto y después disfrutar del sauna para relajarse.

Piscina al aire libre- Que posee una gran inspiración con vista al mar, en una piscina para sentirse súper bien. En el bar que hay junto a la piscina podrá tomar un aperitivo ligero y admirar las vistas panorámicas al mar.



Foto: el autor

Jacuzzi - La sensación de sentir la brisa del mar y el agua velando por uno.



Foto: el autor

Spa con club de salud- Belleza y salud en un ambiente de tranquilidad extrema.



Foto: el autor

Gimnasio– Junto a la Piscina y cuenta con una academia.



Foto: el autor

Restaurante El restaurante Old Harbour sirve platos brasileños tradicionales. El club de golf Guarajá y el mercado de artesanía de Astúrias se encuentran a 20 min



Foto: el autor

Bar – un gran lugar para hacer una pausa, una opción elegante y deliciosa para disfrutar del día o de la noche. En el bar Gonza a veces hay música en directo.



Foto: el autor

ENTRETENIMIENTO

Club de Niños – Para los niños más pequeños le hotel posee un espacio, con juguetes de colores, toboganes, juegos educativos, etc.



Foto: el autor

Juegos Club - Los niños mayores y adolescentes pueden desafiar sus habilidades en el juego y video juegos.



Foto: el autor

Mesas de billar - Buenos momentos de distracción y accidentes cerebro vasculares con sensatez.



Foto: el autor

Sala de juegos y cartas - Un ambiente acogedor que inspira grandes momentos.



Foto: el autor

El parque también cuenta con un pabellón spa exclusivamente para bebés, sillón para lactancia, cambio de pañales y mucho más.

ALOJAMIENTO

Las habitaciones y suites del Parque Balneario son para satisfacer las cualidades que un huésped exigente y busca en un hotel. Con una riqueza de detalles con encanto en la decoración, todas las habitaciones se componen de: aire acondicionado, caja fuerte, mini bar, Internet de banda ancha, secador de pelo, servicio de habitaciones 24 horas, televisión por cable.

Tipo de apartamentos y suites del Parque Balneario Hotel.

HABITACIÓN STANDARD

Estos apartamentos traen comodidad y modernidad para que uno se sienta como en casa durante su estancia. Cada detalle ha sido diseñado para ofrecer esa sensación de bienestar: una cama queen size, piso atérmico, minibar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable con pantalla LCD de 21 ".

La habitación estándar ofrece:

- Vista de la ciudad
- Una cama de dos plazas.
- Mini Bar
- Aire acondicionado.
- Caja de seguridad digital.
- Conexión a Internet por cable.

- TV LCD de 21”.

Foto: el autor



HABITACIÓN DE LUJO

Al igual que la doble estándar, este apartamento combina confort y modernidad para que se sienta bien. Se distingue por tener una cama doble de matrimonio más. También ha suelo atómico, minibar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable con pantalla LCD de 21”.

Las ofertas de apartamentos de lujo:

- Vista parcial de la playa
- 2 camas queen size
- Mini Bar
- Aire acondicionado
- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable

- TV LCD de 21 ”.

Foto: el autor



HABITACIÓN SUPER LUJO

Sofisticación y buen gusto en cada detalle. Una de las mejores habitaciones del hotel, cada detalle se muestra en la sofisticación y buen gusto. Frente a la avenida más importante de la ciudad y vistas parciales a la playa dispone de un amplio espacio, los detalles finos, dos camas queen size, minibar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable con pantalla LCD de 21”.

El Apartamento Super Lujo ofrece:

- Vista desde la parte delantera del hotel y la playa
 - 2 camas queen size
 - Mini Bar
 - Aire acondicionado
 - Caja de seguridad digital
 - Conexión a Internet a través del cable
- TV LCD de 21 ”.

Foto: el autor



HABITACIÓN MASTER

Un espectáculo inolvidable, un conjunto único. Con mucho lujo y refinamiento, el apartamento tiene una hermosa vista. Además, cuenta con una cama queen size, tina de baño, todas las comodidades, la fibra de lino y plumas de ganso egipcio, balanzas digitales, bata de baño, minibar, aire acondicionado, silla especial para la lectura digital de caja fuerte, conexión a internet vía cable y LCD TV de 32 ”.

El apartamento Master ofrece:

- Vista desde la parte delantera del hotel y la playa
- 1 cama queen size
- Baño de inmersión

- Las instalaciones completas
- Canastilla de ganso
- Albornoz
- escala digital
- Mini-bar
- Aire acondicionado
- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable
- TV LCD de 32 ".



Foto: el autor

HABITACIÓN OFFICE

La elegancia y la objetividad de la actividad de la Oficina. Un apartamento limpio, moderno, cómodo, elegante y práctico. Ideal para aquellos que visitan la ciudad para tratar con las empresas. Elegantes colores, escritorio, mesa de comedor, sillas de lectura, iluminación, centro vertical, una cama king size, servicios de spa vertical de plumas de ganso ajuar completo, albornoz, carta de almohadas, balanzas digitales, mini bar, aire acondicionado caja de seguridad digital, conexión a internet y televisión por cable LCD de 32 ".

El apartamento oficina ofrece:

- Vista desde la parte delantera del hotel y la playa
- 1 cama king size
- Termas vertical
- Las instalaciones completas
- Canastilla de ganso
- Albornoz
- Menú de almohadas
- Mesa de trabajo
- escala digital
- Mini-bar
- Aire acondicionado

- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable
- TV LCD de 32 ".



Foto: el autor

HABITACIÓN OFFICE PREMIUM

Junto con la brisa fresca del mar y el calor de la comodidad para estar bien. La habitación Premium Office ofrece el lujo asociado a la frescura de la brisa del mar. Con un balcón exclusivo y elegante, trae toda la emoción de estar cerca de la playa, junto con los muebles hechos de materiales naturales. La comodidad y el lujo de la vivienda traen una sensación de confort a sus huéspedes. El Ajuar tiene plumas de ganso, centro vertical, una cama 46 ing size, todas las comodidades, albornoz, amenidades completas, mesa de trabajo, balanzas digitales, mini bar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet por cable y TV LCD de 32 ".

El apartamento Office Premium ofrece:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vista desde la parte delantera del hotel y la playa ➤ 1 cama 46 ing size ➤ Termas vertical ➤ Las instalaciones completas ➤ Canastilla de ganso ➤ Albornoz ➤ Menú de almohadas ➤ Mesa de trabajo | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Los balcones privados ➤ Escala digital ➤ Mini-bar ➤ Aire acondicionado ➤ Caja de seguridad digital ➤ Conexión a Internet a través del cable ➤ TV LCD de 32 ". |
|--|---|



Foto: el autor

HABITACIÓN SOLARIUM

En esta habitación existe la sensación de tener el sol justo para uno. Una vista inolvidable sobre el mar y la luz del sol en todos los espacios. Un apartamento de lujo que inspira el romance y el glamour. Limpieza y decoración sobria, terraza de 21 metros, 270 ° de la playa, una cama king size, servicios de spa vertical de plumas de ganso ajuar completo, albornoz, amenidades completas, mesa de trabajo, balanzas digitales, mini bar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable de 32 "LCD giratoria.

Las comodidades de la habitación:

- 270 ° Vista de la playa
- 1 cama king size
- Termas vertical
- Las instalaciones completas
- Canastilla de ganso
- Albornoz
- Menú de almohadas
- Mesa de trabajo
- Balanza digital
- Mini Bar
- Aire acondicionado
- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable
- Televisor LCD de 32 pulgadas giratoria.

Foto: el autor



HABITACIÓN BAÑO SUITE

Un lujo supremo en estilo. Para aquellos que buscan su estancia con estilo, el Parque Spa presenta una solución para que coincida. Una boutique que ofrece habitación única, diseñada para ofrecer lujo, la elegancia y la comodidad suprema. Detalles en madera-en-ley, la seda, cristales, líneas rectas y trabajadas. Salas delgadas, como el área externa privada con jacuzzi y solarium, sala de spa, oficina, mesa de comedor, dormitorio con una cama queen size distintivos y únicos, servicios de hidromasaje, amplio conjunto de plumas de ganso, bata, menú almohada, mesa de trabajo, balanzas digitales, mini bar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable de 42 "LCD.

- Interior de área (sala, closet, baño, aseo, bar, comedor y oficina): 69,98 m²
- Área externa (piscina y sala de estar): 101,23 m²
- El área total de este conjunto: 171,21 m²

La habitación Baño Suite ofrece:

- 1 cama queen size
- Bañera hidromasaje
- Las instalaciones completas
 - Canastilla de ganso
 - Albornoz
 - Menú de almohadas
 - Mesa de trabajo
 - Reproductor doble
 - Sala de estar
 - Comedor
 - Área privada al aire libre con tumbonas hidromasaje y el sol
 - Balanza digital
- Bar
- Aire acondicionado
- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable
- TV LCD de 42 "



Foto: el autor

SUÍTE PRESIDENCIAL

La suite para la gente grande. Esta suite destila energía, la sofisticación, la sobriedad. Todo está marcado. Líneas rectas, muebles finos y personalizados para cada ambiente, una decoración única, amplias habitaciones y un dormitorio separado. La imposición de un lujo para los que saben lo que quieren. La suite está equipada con sala de estar y comedor, una cama queen size, bañera de hidromasaje, armario, servicios verticales completo spa con traje de gallina, bata, carta de almohadas, mesa de trabajo de oficina, privado, espacio privado al aire libre con Jacuzzi y cama de sol, tocador doble, balanzas digitales, mini bar, aire acondicionado, caja fuerte digital, Internet y televisión por cable de 42 "LCD.

- Interior de área (habitación, baño, lavabo y de oficina): 74,68 m²
- Área externa (piscina, sala de relajación y fuera de una): 83,50 m²
- El área total de este conjunto: 158,18 m²

La Suite Presidencial ofrece:

- Vista desde la parte delantera del hotel y la playa.
- 1 cama King
- bañera de hidromasaje.
- Closet
- Gabinete
- Las instalaciones completas
- ajuar de ganso
- Albornoz
- Menú de almohadas
- Mesa de trabajo
- Reproductor doble
- Sala de estar
- Comedor
- fuera de la zona privada con tumbonas hidromasaje y el sol
- Escala digital
- Bar
- Aire acondicionado
- Caja de seguridad digital
- Conexión a Internet a través del cable
- TV LCD de 42".

Fotos: el autor



CENTRO DE CONVENCIONES



Fotos: el autor

En el barrio más encantador y tradicional Santos, el mejor centro de eventos.

Con un estilo sobrio y moderno-clásico, el Centro de Convenciones del Parque balneario Hotel es ideal para los diferentes tipos de eventos y el número de personas, puede ser optimizado de acuerdo a la necesidad del cliente. Fondos de pantalla con el francés y el italiano, detalles en madera, iluminación adaptable, escenario y pista de baile del ladrillo, el Centro de Convenciones tiene una capacidad de eventos de hasta 650 invitados.

Un espacio múltiple para las cenas sociales, bodas, cursos y conferencias. Ideal para el buen gusto y la facilidad, seguridad, proximidad a las compras, un servicio personalizado con una

cocina distintiva, servicios de catering, cócteles, una selección completa de comida y bebida, programas de cocina y muchos más para elegir. Ven a ver nuestro centro de convenciones y hacer de su evento en Parque Balneario Hotel.

Opciones de espacio para eventos:

El hotel cuenta con 6 salas de reuniones con capacidades de hasta 650 personas.

Salas	Auditório	Esc	Esp.	U	Banquete	Pé Direito	Coquetel
Orquídeas	650	300	300	60	350	5,2	-
Phoenix	60	40	40	26	-	2,55	-
Petúnia	50	32	32	20	-	2,55	-
Jasmin / Anturio	100	68	68	40	-	2,55	-
Jasmin / Anturio	50	32	32	20	-	2,55	-
Anturio	60	36	36	20	-	2,55	-
Anexo	-	-	-	-	-	2,55	-
Anexo	-	-	-	-	140	2,55	350

Cuenta con 4 salas, la entreplanta tiene espacios que se pueden combinar, que abarca hasta 130 personas.

Salas	Auditório	Esc	Esp.	U	Banquete	Pé Direito	Coquetel
Gardênia A + B	130	70	70	40	-	2,55	-
Gardênia A	60	32	32	20	-	2,55	-
Gardênia B	60	32	32	20	-	2,55	-
Glicínia A + B	130	70	70	40	-	2,55	-
Glicínia A	60	32	32	40	-	2,55	-
Glicínia B	60	32	32	40	-	2,55	-

El delicioso sabor de la cocina internacional en restaurantes dedicados.

Dueño de un conocimiento depurado durante su historia, sirviendo a las celebridades, los reyes, reinas y jefes de estado, el Parque Balneario Hotel es el lugar ideal para aquellos que gustan de un buen servicio y saber qué cantidad de un hotel de clase puede proporcionar a sus mejores tiempos.

Una cocina sofisticada y diversa, el sabor de los mejores platos de cocina internacional, satisfaciendo todos los gustos. Y para degustar platos únicos, nada como bebidas reconocidas por la calidad y completar esta experiencia culinaria deliciosa.

CENTRO COMERCIAL.

Foto: el autor

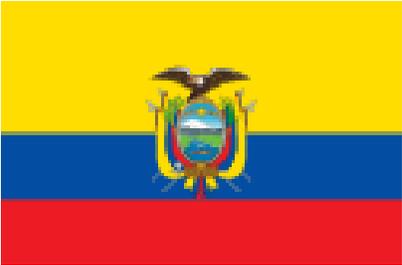


El Parque Balneario Hotel cuenta además con un centro comercial de lujo que lleva el nombre de “Parque Balneario Shopping” sobre la calle Ana da Costa y que se abre de 9 de la mañana a 9 de la noche. Aquí se puede comprar toda clase de artículos de primera calidad. Un espacio donde se encuentra ropa casual o deportiva, zapatos y todo lo que un turista pueda necesitar.

PARQUEADERO

El hotel cuenta con servicio de parqueadero las 24 horas

3.2. ECUADOR

<p>Bandera</p> 	<p>Escudo</p> 
<p>Nombre Oficial</p>	<p>República del Ecuador</p>
<p>Superficie Total</p>	<p>256.370 Km2 aprox.</p>
<p>Límites:</p>	<p>Al norte: Colombia Al sur: Perú El este Perú Al Oeste: Océano Pacífico</p>
<p>Capital:</p>	<p>San Francisco de Quito</p>
<p>Población aprox.</p>	<p>14 millones de persona</p>
<p>Lengua Oficial</p>	<p>Español</p>
<p>Etnias</p>	<p>61% mestizos (indígena + español) 17% blancos 13% indígenas 5% negros y mulatos y 4% asiáticos (chinos, árabes, judíos)</p>
<p>Organización político administrativa.</p>	<p>24 provincias, subdivididas en cantones y parroquias urbanas y rurales.</p>
<p>Ciudades Importantes</p>	<p>Quito con 2.200.000 hab. Guayaquil con 2.500.000 hab. Cuenca 350.000 hab.</p>

Economía:	8va. De América Latina, con un crecimiento del 6,88% desde el año 2000 Petróleo: representa el 40% de la economía Agricultura: Primer exportador de bananas y de rosas del mundo, octavo productor y exportador de cacao del mundo.
------------------	---

TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador posee 4 regiones naturales y turísticas:

Costa o Litoral: mayor parte de la población, 6 provincias, playas, gastronomía propia.

Sierra: región montañosa, volcanes, nevados, 11 provincias.

Oriente o Amazonía: región basta de fauna y vegetación, 6 provincias.

Galápagos: archipiélago o conjunto de 13 islas e islotes, flora y fauna únicas en el mundo.

El turismo internacional en el Ecuador está aumentando, tal vez, porque Ecuador y los ecuatorianos tienen mucho que ofrecer. Se puede por ejemplo en un viaje de un sólo día por carro o coche visitar la Costa del Océano Pacífico, subir a la altura de los Andes o Sierra y disfrutar la Selva tropical o Oriente de la cuenca del Amazonas. Naturalmente no se lo hará en un día pero es posible.

Ecuador tiene grandes extensiones de Parques Nacionales, Áreas Protegidas y Reservas Ecológicas, una de las más conocidas son las Islas Galápagos. “Ecuador es un país mega-diverso y multicultural. Cada Región ofrece múltiples actividades para todos los gustos. Para los amantes de la naturaleza una visita a bosques húmedos y selvas tropicales para la observación de aves, o quizás un fantástico viaje a las Islas Galápagos para realizar buceo u observar animales únicos de la zona. Si le gusta los deportes extremos, una frenética carrera entre rápidos y ríos turbulentos practicando rafting o kayaking, o quizás dominar los páramos realizando ciclismo de montaña. Pero si se trata de llegar al límite, se puede conquistar el

Chimborazo o el Cotopaxi; el montañismo y la escalada también es una opción”.¹¹

Por último, aquí se encuentran otras actividades interesantes como las visitas a museos, mercados indígenas como el de Otavalo.

HISTORIA DE LA HOTELERÍA EN EL ECUADOR

La Hotelería y el turismo es una actividad que ha logrado expandirse rápidamente en los últimos años, menciona el “Plan maestro de desarrollo turístico 1997” (Biblioteca Ministerio de Turismo). Además, hoy en día los establecimientos hoteleros y sitios turísticos ocupan el tercer puesto en la generación de divisas a nivel mundial; esta propagación se debe, entre otros motivos, al tiempo de ocio disponible de los individuos generalmente en países desarrollados y el poder de contar con un sustento económico para realizar dicha actividad.

Todo esto ha provocado que el cliente demande servicios turísticos que respondan a las exigencias de sus intereses y necesidades, apartándose de lo que algunos empresarios hoteleros todavía consideran fundamental, pero que para otros es algo obsoleto, esto se refiere a lo tradicional: buena cama, comida, televisión, sol y una excelente atención.

En 1930, se expide la “Ley de Fomento Turístico en el Ecuador” con el cual se regula el ingreso de turistas y por ende el establecimiento de incentivos para que las empresas se dediquen al fomento del turismo.

En el Ecuador está madurando la tesis del turismo y la hotelería como política de Estado; pero han pasado muchas décadas para que esta actividad tome la importancia que se merece.

¹¹ <http://www.tenteraste.com/ecuador/actividades.html>

3.2.1. QUITO

		
	Bandera	Escudo
País	 Ecuador	
• Provincia	 Pichincha	
• Cantón	 Distrito Metropolitano de Quito	
Ubicación	Región Sierra  0°15'0"S 78°25'24"O / -0.25, -78.42333	
• Altitud	2850 msnm	
Superficie	352 km ²	
Fundación	Sebastián de Benalcázar: 6 de diciembre de 1534	
Población	2,551,993 (en todo el distrito). hab.	
Gentilicio	Quiteño/a.	
Lengua predominante	Español	
Huso horario	ECT (UTC-5)	
Fiestas mayores	12-06 (fiesta de fundación)	

San Francisco de Quito, o simplemente **Quito**, es la ciudad capital de la República de Ecuador y también de la provincia de Pichincha. Además, es la cabecera del área metropolitana que la forma, conocida como Distrito Metropolitano de Quito.

Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo

Pichincha, en la parte occidental de los Andes. Su altitud promedio es de 2850 msnm. Convirtiéndola en la segunda capital administrativa más alta del mundo (después de La Paz) y la capital oficial más elevada del planeta. Su población era de 1,397,698 habitantes en el área urbana y de 1.842.201 en todo el Distrito (de acuerdo al censo del año 2001). La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios.

La fecha de su primera fundación es incierta; los registros más antiguos se hallan en la hacienda del Inga, sin embargo, se utiliza la conquista española de la ciudad, el 6 de diciembre de 1534, como su nacimiento.

La ciudad es el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales y financieros, al ser el hogar de la mayoría de bancos de la Nación; administrativos y comerciales del país; la mayoría de empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en la urbe. Fue la primera ciudad declarada, junto a Cracovia en Polonia, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, el 18 de septiembre de 1978. En 2008, Quito fue nombrada sede de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur).

Gastronomía de Quito

Destacar la riqueza de la gastronomía local de Quito, gracias a la calidad y variedad de sus productos como el pescado, la carne, verduras, hierbas y especias, mezcla de sabores que dan lugar a una excelente cocina. Además de la típica cocina ecuatoriana, en Quito podemos encontrar restaurantes que ofrecen cocina internacional, mexicana, italiana, española, francesa, china, japonesa, etc..

Entre los platos típicos se encuentran los locros, empanadas, humitas, llapingachos (tortillas de papa rellenas con queso), ceviche, es decir, marinado con limón, (truchas, corvinas), carne de vaca y cordero, elaborada a la brasa normalmente y las verduras acompañadas de arroz.

En cuanto a las bebidas típicas destacar el canelazo, bebida caliente elaborada con aguardiente, naranjilla, azúcar y canela, la chicha, bebida alcohólica que se obtiene fermentando el maíz.

Principales atractivos Turísticos de Quito

Entre los principales atractivos turísticos de la ciudad de Quito se encuentran: El Centro Histórico, sus Iglesias junto con el Panecillo y el Palacio de Gobierno, El Jardín Botánico del parque la Carolina, el parque de la Alameda y el Ejido, La Ciudad “Mitad del Mundo” y su monumento, El Teleférico del Guagua Pichincha, la Capilla del Hombre y un sinnúmero de museos de arte y culturales, el valle del volcán Pululahua entre otros.

Hoteles más importantes de Quito

- SWISSOTEL
- PLAZA GRANDE
- MERCURE ALAMEDA
- JW MARRIOTT
- HILTON COLÓN
- HOTEL QUITO
- HOTEL PLAZA
- SHERATON
- TAMBO REAL
- AMAZONAS
- AKROS
- REINA ISABEL

3.2.2. HOTEL MERCURE ALAMEDA



Foto: el autor

Con 148 habitaciones cómodas con acceso a internet de alta velocidad, EL hotel ofrece un ambiente agradable para combinar negocios con placer. La tienda de café y charcutería Spicy es un lugar moderno donde podrá disfrutar de la mejor cocina regional e internacional.

Ubicación



Al sur del continente americano, en el país de Ecuador, en la región sierra, en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito, justamente en las calles Juan Ramón Roca Y Amazonas se encuentra ubicado el Hotel Mercure Alameda.

El Hotel Grand Mercure Alameda está centralmente ubicado cerca al distrito bancario, de negocios y comercial, está próximo al hermoso Centro Histórico de Quito y a tan solo 15 minutos del Aeropuerto Mariscal Sucre.

Servicios que presta el hotel

RECEPCION



Foto: el autor

Este servicio es indispensable para todo hotel obviamente el hotel Mercure de Quito lo tiene con servicio las 24 horas en tres turnos diferentes distribuidos de la siguiente manera de 7h00 a 15h00, de 15h00 a 23h00 y de 23h00 hasta las 7h00 con un lobby muy amplio y lujoso. La Recepción está conectada con todas las áreas.

El Hotel cuenta con:

- Infraestructuras para discapacitado
- Rampa de acceso
- Acceso para sillas de ruedas
- Instalaciones para personas con limitaciones físicas
- Alarma visual para deficiencia auditiva
- Baño huéspedes con limitaciones físicas

PARQUEADERO



Foto: el autor

- Estacionamiento tipo valet
- Estacionamiento para autobús
- Número de espacios para autos: 40
- Unidad de carga para auto eléctrico
- Estacionamiento interior privado

EQUIPAMIENTOS DEPORTIVOS



Foto: el autor

- Gimnasio
- Cancha de tenis

OCIO Y TURISMO

- Escritorio de información turística

SERVICIOS PARA NIÑOS

Foto: el autor



- Servicio de guardería a solicitud
- Kids Club
- Equipos para niños
- Habitaciones que se comunican
- Vídeo juegos en la habitación

SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y NEGOCIOS

Foto: el autor



- Portero
- Business córner
- Conexión a internet
- Caja de seguridad en recepción
- Centro de negocios asistido
- Servicio de fotocopias e impresiones
- Servicio de traductor/intérprete
- Máquina de fax
- Alquiler de teléfonos celulares

ACCESO MULTIMEDIA

- Acceso inalámbrico en el hotel
- Acceso inalámbrico en la habitación
- Acceso Internet inalámbrico

COMERCIOS Y SERVICIOS

Fotos el autor



- Conserjería
- Alquiler de computadores
- Cambio de moneda
- Lavandería
- Salón de belleza
- Florista
- Cafetera/Té

EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD

- Alarmas audibles de humo
- Cerradura en habitaciones
- Controles anuales de seguridad
- Llave tarjeta cerradura puerta
- Personal de seguridad las 24hs
- Sistema anti-incendios funcionando
- Extractor de humo en corredores
- Cámara vídeo en entrada al edificio

- Extractor de humo en estacionamiento
- Extractor de humo áreas comunes
- Cumple c/acta seg. Hoteles 1990
- Teléfono de emergencia con vidrio protector
- Luz de emergencia en salidas de emergencia
- Generador eléctrico de emergencia
- Información de emergencia en habitaciones
- Alarma de incendios áreas públicas.

EVENTOS

Foto: el autor



EL hotel cuenta con 6 salones y tiene una capacidad desde 8 a 450 personas, con personal capacitado que siempre estará dispuesto a darle un servicio personalizado que responderá a los requerimientos de los clientes.

Capacidad de las salas en función de la distribución:

Nombre de la sala	Teatro	Sala en U	Sala de reunion	Sala de clase	Banquete	Altura	Superficie
LOS ARUPOS	60	30	50	30	50	2.50 m	115 m ²
LOS CEDROS	20	20	20	15	20	2.60 m	24 m ²
LOS LAURELES	25	20	25	15	30	2.60 m	24 m ²
LOS PINOS	20	10	25	15	20	2.60 m	24 m ²
LOS ROBLES	100	50	150	60	150	2.60 m	214 m ²

Equipamiento general de las salas

- Papelógrafo
- Videoconferencias
- Equipo de audio y vídeo
- Atril
- Podio
- Luz de día
- Línea de alta velocidad
- Proyector de diapositivas
- Equipo de vídeo
- Proyector de techo
- Acceso Internet inalámbrico

ALOJAMIENTO

El hotel cuenta con 148 habitaciones, entre ellas 2 habitaciones son para personas especiales, 16 habitaciones que se comunican entre ellas, 55 habitaciones para no fumadores,

Tipo de habitaciones que tiene el hotel

Habitación Superior con 1 cama King. Cama King, salón-comedor, TV cable, radio, minibar, secador, internet inalámbrico, 2 teléfonos, bañera, escritorio, sofá cama, balcón, correo de voz, traslado programado.



Foto: el autor

Habitación Superior con 2 camas doble con vista a la ciudad. 10 Superior 10 Habitaciones Superior con 2 camas individuales para dos personas, habitaciones, renovado, con habitaciones insonorizadas, de servicios de Internet, TV por cable, caja fuerte, secador de pelo, albornoz, minibar, línea directa de teléfono y correo electrónico y, cafetera, sistema de detección de incendios.



Foto: el autor

Junior Suite con 1 cama king Privilege habitación. Habitación con servicio privilegiado, internet con acceso gratuito, línea completa de amenities, tetera eléctrica para té o café, ropón, chinela, periódico o revista local que el hotel regala.



Foto: el autor

Suite con 2 camas sencillas + Sofá Privilege habitación. Habitación con servicio privilegiado. Internet con acceso gratuito, línea completa de amenities, tetera eléctrica para té o café, ropón, chinela, periódico o revista local que el hotel regala.



Foto: el autor

Suite con 1 cama King Privilege habitación. Habitación con servicio privilegiado, internet con acceso gratuito, línea completa de amenities, tetera eléctrica para té o café, ropón, chinela, periódico o revista local que el hotel regala.



Foto: el autor

Suite con 2 camas sencillas Privilege habitación. Habitación con servicio privilegiado, internet con acceso gratuito, línea completa de amenities, tetera eléctrica para té o café, ropón, chinela, periódico o revista local que el hotel regala.



Foto: el autor

RESTAURANTES Y BARES

El Hotel cuenta con un restaurante con el nombre de SPICY que cuenta con cocina Internacional, el mismo se abre a las 05:00 y cierra a las 23:00.



Foto: el autor

El Hotel también cuenta con un bar el GLOBE WALKER BAR que abre a las 11:00 y cierra a las 00:00, además el hotel Mercure cuenta con servicio a la habitación las 24 horas.



Foto: el autor

CASINO

EL hotel cuenta con un casino de nombre Montecarlo ubicado sobre la avenida amazonas. Abierto diariamente de 9:00 a 17:00. Jueves, Viernes y Sábado 24 horas. Un nuevo concepto de diversión y juego. El casino Montecarlo es uno de los centros de diversión más moderno y lujosos de Quito, 200 máquinas y 15 mesas de juego, Ruleta, Black Jack, Texas Hold'em Punto y Banca, Póker caribeño. El agradable ambiente, la tecnología de punta, el servicio atento y la seguridad son una de las características que hacen de Casino Montecarlo un lugar único y muy especial.

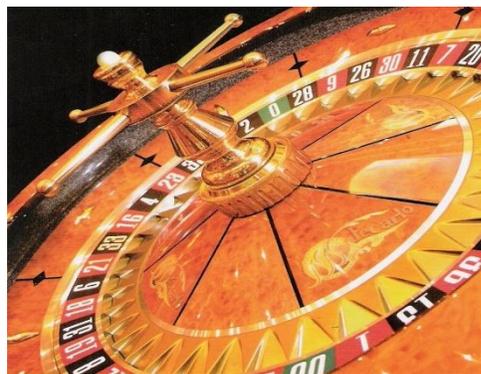


Foto: el autor

4. CUADRO COMPARATIVO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENTRE EL PARQUE BALNEARIO HOTEL DE SANTOS, BRASIL Y EL HOTEL MERCURE DE QUITO, ECUADOR.

CUALIDADES DE LOS HOTELES	PARQUE BALNEARIO HOTEL-BRASIL	HOTEL MERCURE ALAMEDA-QUITO
UBICACIÓN	<p>Ubicado sobre la calle Ana da Costa una de las más importantes de Santos y la avenida Gonzaga. Junto al hotel esta la playa de Gonzaga en donde se puede disfrutar de una gran variedad de actividades de ocio y placer, además se puede practicar un sin número de deportes. Esta cerca del puerto de Santos (el más grande de América Latina), y de la zona comercial en donde existen varios centros comerciales y a pocos minutos del estadio de Villa del Miro del Santos Futbol Club. Es decir se encuentra en una zona estratégicamente muy importante</p>	<p>Se encuentra ubicado sobre la calle Juan Ramón Roca Y Av. Amazonas una de las más importantes de Quito. Se encuentra a 15 minutos de aeropuerto y cerca de la famosa y muy frecuentada por turistas nacionales y extranjeros, “Zona Roza” en donde se encuentra la Plaza Foch, variedad de bares, discotecas y restaurantes, y a pocos pasos del parque El ejido uno de los más importantes de la ciudad en donde se encuentra galería de arte. Además esta a poca distancia del Centro Histórico de Quito. Zona Muy importante para el Hotel.</p>
INFRAESTRUCTURA	<p>El Hotel cuenta con una infraestructura de primera, con todas las adecuaciones del caso para brindar un servicio de calidad como un hotel de cinco estrellas. Cuenta con una piscina en la parte superior del edificio y con un centro comercial que lleva el mismo nombre. La fachada es muy llamativa, así como también los accesos y pasillos son muy amplios para que las personas con discapacidad puedan circular.</p>	<p>El Hotel dispone de una infraestructura adecuada y satisfactoria como un hotel de cinco estrellas. Cuenta con un casino de primera llamado Montecarlo ubicado sobre la Av. Amazonas. La fachada del hotel es de color blanco y es fácilmente de identificarlo. Cuenta con accesos para las personas con discapacidad así también como habitaciones especiales para estos huéspedes.</p>

<p>SERVICIOS</p>	<p>El Parque Balneario Hotel cuenta con los siguientes servicios:</p> <p>BIENESTAR Y OCIO, ENTRETENIMIENTO, ALOJAMIENTO, EVENTOS Y CONVENCIONES, RESTAURANTE Y BAR, PARQUEADERO, COMERCIO Y NEGOCIOS, CENTRO COMERCIAL</p>	<p>El Hotel Mercure Alameda ofrece los siguientes servicios:</p> <p>BIENESTAR Y OCIO, ENTRETENIMIENTO, ALOJAMIENTO, EVENTOS Y CONVENCIONES, RESTAURANTE Y BAR, PARQUEADERO, COMERCIO Y NEGOCIOS, CASINO</p>
<p>BIENESTAR Y OCIO</p>	<p>El hotel cuenta con piscina al aire libre ubicada en la terraza del edificio disponible las 24 horas, sauna, jacuzzi y un gimnasio</p>	<p>El hotel no posee Piscina ni un Spa, pero cuenta con equipamientos deportivos tales como, un gimnasio y una cancha de tenis.</p>
<p>PISCINA</p>	<p>El hotel cuenta con una majestuosa piscina en la terraza del hotel, con una hermosa vista y asombrosos paisajes de la ciudad de Santos, así como también de la playa de Gonzaga.</p>	<p>El hotel no cuenta con el servicio de una piscina.</p>
<p>CANCHA DE TENIS</p>	<p>El hotel no posee una cancha de tenis</p>	<p>Cuenta con una cancha de tenis para los amantes del deporte blanco con disponibilidad las 24 horas.</p>
<p>SPA</p>	<p>El hotel cuenta con Jacuzzi y sauna junto a la piscina.</p>	<p>El hotel no cuenta con los servicios de un Spa.</p>
<p>ENTRETENIMIENTO</p>	<p>Club de Niños – Para los niños más pequeños El hotel posee un espacio, con juguetes de colores, toboganes, juegos educativos, etc. Juegos Club - Los niños mayores y adolescentes pueden desafiar sus habilidades en el juego y video juegos. Mesas de billar - Buenos momentos de distracción y accidentes cerebro</p>	<p>EL hotel cuenta con un casino de nombre Montecarlo ubicado sobre la avenida amazonas. Abierto diariamente de 10:00 a 21:00. Jueves, Viernes y Sábado 24 horas.</p> <p>El hotel también cuenta con un club de niños con equipos y video juegos en las habitaciones.</p>

	vasculares con sensatez. Sala de juegos y cartas - Un ambiente acogedor que inspira grandes momentos.	
ALOJAMIENTO	Las 119 habitaciones y suites del Parque Balneario son para satisfacer las necesidades que un huésped exigente busca en un hotel. Una riqueza de detalles y encanto en la decoración, todas las habitaciones se componen de: aire acondicionado, caja fuerte, mini bar, Internet de banda ancha, secador de pelo, servicio de habitaciones 24 horas, televisión por cable. Tiene una amplia gama de tipos e habitaciones para todos los gustos.	El hotel cuenta con 148 habitaciones , entre ellas 2 habitaciones son para personas especiales, 16 habitaciones que se comunican entre ellas, 55 habitaciones para no fumadores. Servicio a la habitación 24 horas, minibar, tv cable e internet inalámbrico.
CONVENCIONES	El hotel cuenta con Salas de convenciones con fondos de pantalla para francés e italiano, detalles en madera, iluminación adaptable, escenario y pista de baile de ladrillo, el Centro de Convenciones tiene una capacidad para eventos de hasta 650 invitados, un espacio múltiple para las cenas sociales, bodas, cursos y conferencias. Ideal para el buen gusto y la facilidad, seguridad, un servicio personalizado con una cocina distintiva, servicios de catering, cócteles, una selección completa de comida y bebida, programas de cocina y muchos más para elegir.	EL hotel cuenta con 6 salones y tiene una capacidad desde 8 a 450 personas, con personal capacitado que siempre estará dispuesto a dar un servicio personalizado que responderá a los requerimientos de los clientes en toda clase de eventos sociales y empresariales. Las salas están equipadas con: papelógrafo, videoconferencias, equipo de audio y vídeo atril, podio, luz de día, línea de alta velocidad, proyector de diapositivas, equipo de vídeo proyector de techo, acceso a internet inalámbrico, una selección completa de alimentos y bebidas.
RESTAURANTE	El hotel cuenta con el restaurante OLD HARBOUR donde se sirven platos brasileños tradicionales y comida internacional, el mismo que está abierto para todo público desde	El Hotel cuenta con un restaurante con el nombre de SPICY que cuenta con cocina nacional e internacional, el mismo se abre a las 05:00 y cierra a las 23:00.

	las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche.	
BAR	El hotel tiene un gran lugar para hacer una pausa, una opción elegante y deliciosa para disfrutar del día o de la noche. En el bar GONZA a veces hay música en vivo.	El Hotel también cuenta con un bar el GLOBE WALKER BAR que abre a las 11:00 y cierra a las 00:00.
PARQUEADERO	El hotel cuenta con servicio de parqueadero las 24 horas. Gratuito para huéspedes del hotel.	El hotel cuenta con servicio de parqueadero las 24 horas. Gratuito para huéspedes del hotel.
COMERCIO Y NEGOCIOS	El Parque Balneario Hotel posee un gran salón de belleza, business center, internet inalámbrico servicio de fotocopias e impresiones fax. Alquiler de computadoras. Además cuenta con un enorme centro comercial.	El hotel cuenta con un escritorio de información turística. Servicio de guardería a solicitud, business córner Conexión a internet Caja de seguridad en recepción Centro de negocios asistido Servicio de fotocopias e impresiones, Servicio de traductor/intérprete Máquina de fax, Alquiler de teléfonos celulares y computadoras y cambio de moneda. Además cuenta con un salón de belleza y una floristería.
CASINO	El hotel no posee un casino, de hecho en Brasil están prohibidos los juegos de azar.	EL hotel cuenta con un casino de nombre Montecarlo ubicado sobre la avenida amazonas. Abierto diariamente de 9:00 a 17:00. Jueves, Viernes y Sábado 24 horas. Un nuevo concepto de diversión y juego. El casino Montecarlo es uno de los centros de diversión más moderno y lujosos de Quito, 200 máquinas y 15 mesas de juego, Ruleta, Black Jack, Texas Hold'em Punto y Banca, Póker caribeño. El agradable ambiente, la tecnología de punta, el servicio atento y la seguridad son una de las características que hacen de Casino

		Montecarlo un lugar único y muy especial.
CENTRO COMERCIAL	Cuenta con un centro comercial de lujo que lleva el nombre de “Parque Balneario Shopping” sobre la calle Ana da Costa y que se abre de 9 de la mañana a 9 de la noche. Aquí se puede comprar toda clase de artículos de primera calidad. Un espacio donde se encuentra ropa casual o deportiva, zapatos y todo lo que un turista pueda necesitar.	El Hotel no cuenta con un centro comercial.
TECNOLOGÍA	Tecnología de punta como: Internet inalámbrico, llave tarjetas maestras, apuntador láser, televisión satelital y ascensores de primera. Sistema Hotelero, Pagina Web. Dirección electrónica, fax, etc.	Tecnología de punta como: Internet inalámbrico, llave tarjetas maestras, apuntador láser, televisión satelital y ascensores de primera. Sistema Hotelero, Pagina Web. Dirección electrónica, fax, etc.
GASTRONOMÍA	Comida nacional e internacional en su restaurante y bebidas de toda índole en el bar.	Comida nacional e internacional en su restaurante y bebidas de toda índole en el bar.
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Está compuesto por los siguientes departamentos: Gerencia; Contabilidad; Recursos humanos; Recepción; Pisos; Cocina; Eventos Ventas Restaurante; Bar, Seguridad.	Está compuesto por los siguientes departamentos: Gerencia; Contabilidad; Recursos humanos; Recepción; Pisos; Cocina; Eventos Ventas Restaurante; Bar, Seguridad.
GERENCIA	Además de los accionistas cuenta con de un gerente general y su respectiva	Además de los propietarios consta de un gerente general y su respectiva

	asistente gerencial.	asistente gerencial.
CONTA-BILIDAD	Cuenta con un contador general y dos auxiliares. Un jefe de compras y un asistente	Cuenta con un contador general y tres auxiliares. Un jefe de compras y un asistente
RECURSOS HUMANOS	Compuesto por un jefe de recursos humanos, una secretaria y un auxiliar	Compuesto por un jefe de recursos humanos, una secretaria y un auxiliar
RECEPCIÓN	<p>Compuesto por un supervisor y un gerente de recepción, 6 recepcionistas y dos auditores, 1 jefe de botones y 6 botones.</p> <p>Atención las 24 horas divididas en tres turnos: de 07h00 a 15h00, de 15h00 a 23h00 y la auditoria de 23h00 a 7h00 siempre hay dos recepcionistas por turno. Posee un hermoso y amplio lobby. Apoyado por dos botones en cada turno.</p>	<p>Compuesto por 2 supervisores de recepción, 2 jefes de recepción, uno para la mañana y otro para la tarde, 6 recepcionistas y 2 auditores nocturnos, 1 jefe de reservas y su asistente, 2 telefonistas y 6 botones.</p> <p>Atención las 24 horas divididas en tres turnos: de 07h00 a 15h00, de 15h00 a 23h00 y la auditoria de 23h00 a 7h00 siempre hay dos recepcionistas por turno. Posee un hermoso y amplio lobby. Apoyado por dos botones en cada turno.</p>
PISOS	Cuenta con un supervisor de pisos y 2 ama de llaves, 10 camareras y 4 personas de limpieza y mantenimiento	Posee 2 supervisores de piso, 2 ama de llaves una en la mañana y otra en la tarde, 12 camareras y 5 personas de limpieza y mantenimiento
COCINA	Conformado por un jefe de cocina, dos sub jefes, 5 cocineros y 7 ayudantes de cocina distribuidos en los correspondientes lados de la cocina como son cocina caliente y cocina fría, más 4 personas que ayudan con la vajilla.	Constituye un jefe de cocina, 2 sub jefes, 4 cocineros y 7 ayudantes de cocina distribuidos en los correspondientes lados de la cocina como son cocina caliente y cocina fría, más 5 personas que ayudan con la vajilla.
EVENTOS	<p>Un jefe de eventos y dos jefes de operaciones.</p> <p>Este departamento trabaja</p>	<p>Un jefe de eventos y 2 supervisores de eventos.</p> <p>Este departamento trabaja</p>

	conjuntamente con los departamentos de ventas, recepción cocina, restaurante, y bares.	conjuntamente con los departamentos de ventas, recepción cocina, restaurante, y bares.
VENTAS	Un jefe de ventas y dos ejecutivos de ventas.	Un jefe de ventas y tres ejecutivos de ventas.
RESTAURANTE	Un jefe de restaurante, 3 capitanes y 10 meseros, los mismos que colaboran tanto en el restaurante como en los eventos.	Dos jefe de restaurante, 4 capitanes y 10 meseros los mismos que colaboran tanto en el restaurante como en los eventos.
BAR	Un gerente de bar y dos bartenders.	2 jefes de barra y 2 bartenders
SEGURIDAD	Trabajan con una empresa de seguridad privada	Trabajan con una empresa de seguridad privada
TALENTO HUMANO	Personal altamente capacitado, y gente empírica con un buen don de servicio como caracteriza a los brasileños.	Talento humano muy bien capacitado, y colaboradores empíricos con mucha experiencia.
CALIDAD DEL SERVICIO	Servicio de calidad digno de un hotel 5 estrellas. Personal eficiente y calificado; siempre sonriente, muy atento y asesorando.	Excelente servicio de 5 estrellas, de muy buena calidad. Personal muy calificado; sonriente, cordial y asesorando.
PROMOCIÓN	Folletos, tarjetas, membrecías, folders, y además es uno de los auspiciantes del santos futbol club. Cuenta con una página web impresionante en donde se describe el hotel. Promociones por temporada.	Folletos, tarjetas, y una página web en donde el huésped podrá observar las características del hotel. Auspicios y promociones de acuerdo a temporada.
PRECIOS	Precios altos, por el costo de vida que tiene Brasil, aunque ellos jamás venden lo que no tienen como muchas veces ocurre en Ecuador. Y mantienen un solo precio para turistas nacionales y extranjeros.	Los precios del hotel son accesibles ya que el costo de vida en Ecuador es bajo con relación al resto del mundo. Cuentan con tarifas corporativas, tarifas para agencias y tarifas grupos. No manejan tarifas

	<p>Tarifas corporativas y para grupos. No manejan precios especiales por temporadas bajas, pues no las tienen.</p> <p>Sin embargo las tarifas varían de acuerdo a la devaluación del real.</p>	<p>por temporada baja ya que los precios van de acuerdo a la disponibilidad del hotel, sin embargo la tarifa mas alta que manejan es de \$ 150 más impuestos la habitación estándar.</p>
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	100 % DE OCUPACIÓN CASI TODO EL AÑO	DE 85% A 100% DE OCUPACIÓN DURANTE TODO EL AÑO

ELABORADO POR: Fabián Tapia

4.1. ANÁLISIS DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS

CARACTERÍSTICAS	PARQUE BALNEARIO HOTEL-SANTOS	HOTEL MERCURE ALAMEDA- QUITO
UBICACIÓN		
INFRAESTRUCTURA		
SERVICIOS		
TECNOLOGÍA		
GASTRONOMÍA		
TALENTO HUMANO		
CALIDAD DEL SERVICIO		
PROMOCION		
PRECIOS		
% DE OCUPACIÓN		
TOTAL DE PUNTOS	37/40	37/40

4		VENTAJA
3		BUENO
2		REGULAR
1		DESVENTAJA

ELABORADO POR: Fabián Tapia

5. CONCLUSIONES

a) Las Actividades Turísticas están relacionadas con el desplazamiento de las personas hacia otro lugar que no sea el de su residencia. Por lo tanto estas demandan de alojamiento para lo cual los hoteles, quienes a cambio de un precio están dispuestos a prestar sus servicios, los mismos que deben ofrecer altos estándares de calidad, especialmente en los hoteles de 5 estrellas. En los hoteles, la diferencia se encuentran en la calidad de la prestación de servicios, es decir, depende de la gente “hacer la diferencia”.

b) Brasil es un país enorme, el más grande de Sudamérica con un gran potencial turístico, que tiene bastante que ofrecer a sus turistas. Dueño de inmensas y majestuosas playas; variedad de culturas; atractivos naturales; deporte y eventos de negocios, cuya gente se caracteriza por brindar a los turistas el calor, la cortesía, atención y una hermosa sonrisa en su cara, “la manera especial que los brasileños tienen de recibir al turista” y sobre todo un buen servicio.

c) Ecuador es uno de los países más pequeños de Sudamérica, pero con una magna biodiversidad. Donde se puede disfrutar de playas y sol, montañas andinas y de la selva amazónica en un solo día; además cuenta con un parque nacional único en el mundo como son las Islas Galápagos; Un país multicultural, que ofrece a sus visitantes mucha variedad turística y esta dispuesto a brindar un buen servicio. En el Ecuador está madurando la tesis del turismo y la hotelería como política de Estado; pero han pasado muchas décadas para que esta actividad tome la importancia que se merece.

d) Santos es un municipio del estado de Sao Paulo localizado en la región sur-este de Brasil, de clima tropical que cuenta con el puerto más grande de Latinoamérica, (principal actividad económica) y con el jardín de playa más grande del mundo. Una ciudad donde se puede practicar variedad de deportes. Aquí se encuentra el estadio Villa Belmiro del Santos Fútbol Club donde jugó la leyenda “Pele”, el mejor jugador de todos los tiempos. Posee un sinnúmero de actividades turísticas junto a la ciudad más antigua del mundo “San Vicente” y es sin duda un lugar que no se puede dejar de visitar si viaja a Brasil.

e) Quito es la capital del Ecuador, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco. Se encuentra localizada al norte de la Región Sierra a 2800 msnm, de clima sumamente frío. Tiene como símbolo la ciudad “Mitad del Mundo”, además una gran riqueza gastronómica. Es el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país.

f) El Parque Balneario, es un hotel de 5 estrellas que se encuentra ubicado en la ciudad de Santos, Estado de Sao Paulo-Brasil sobre la calle Ana da costa junto a la playa de Gonzaga, un lugar importante del comercio de la ciudad de Santos. Cuenta con numerosos servicios de primera, entre otros, posee una piscina en la terraza del hotel con una espectacular vista de la ciudad y de la playa; junto al hotel se encuentra un centro comercial de lujo con el nombre del hotel. Ofrece lujosas habitaciones bien equipadas para todas las comodidades y preferencias.

g) El Mercure Alameda, es un hotel de 5 estrellas localizado sobre la calle Ramón Roca y Av. Amazonas en un parte importante de la ciudad de Quito capital del Ecuador. Cuenta con un prestigio internacional e infraestructura de primera para satisfacer las necesidades de lo huéspedes. Entre otros servicios el hotel cuenta con florista, sala de belleza y un casino de primera “Monte Carlo”, en la parte baja del edificio donde se puede disfrutar de todo tipo de juego de azar. Ofrece habitaciones de lujo bien equipadas con todas las comodidades para un huésped exigente.

h) En conclusión, los dos hoteles suman ventajas por las cualidades que tienen, y ninguno es superior al otro, tal vez pareciera que el Parque Balneario Hotel está por encima del Hotel Mercure Alameda, la diferencia está en los servicios, debido a que el hotel de Quito no cuenta con piscina, sin embargo ambos tienen un valor agregado: el uno tienen un casino de primera, y el otro un centro comercial de lujo. La infraestructura, tecnología, talento humano y la calidad del servicio de los dos hoteles son excelentes.

6. RECOMENDACIONES

a) Recomendaría a todas las personas que trabajan en la rama turística y hotelera, independientemente si es un establecimiento de primera o no, que brinden un servicio de calidad cordialidad, amabilidad y siempre con una sonrisa en el rostro, así los huéspedes se sentirán felices y satisfechos. Y que siempre recuerden que la gente hace la diferencia.

b) Me gustaría recomendar a todos los hoteleros que aprendan de las costumbres de Brasil, que siempre esté al pendiente de satisfacer al turista y que hagamos del turismo y la hotelería una cultura, que estemos dispuestos a entregar al turista bienestar y satisfacción que el trabajo no sea una obligación sino que lo hagamos con amor propio porque eso nos satisface.

c) Recomiendo a todos los ecuatorianos que nos sumemos a la lucha por mejorar el turismo y la hotelería en nuestro país, porque no solo está en las autoridades, el realizar los cambios, tenemos que empezar por nosotros mismos, cambiando nuestra forma de ser para que nuestra imagen ante nuestros visitantes sea impecable, y así todo el mundo quiera venir a visitar nuestro pequeño pero hermoso país. No tienen idea lo grandioso que es el Ecuador. Somos nada más y nada menos que la mitad del mundo y deberíamos demostrar que en el centro de la tierra esta lo más maravilloso.

d) Recomiendo a todos los ecuatorianos que algún día visiten la hermosa ciudad de Santos, que está llena de mucha alegría, jovialidad y turismo con el encanto mismo de sus playas y la fiesta del futbol, con su famoso equipo el Santos Futbol Club donde jugó el mismísimo “Pele”. Una ciudad pacífica y encantadora, una ciudad para no olvidarla.

e) Deberíamos todos los quiteños aprender a valorar nuestras costumbres y cultura étnica para que nos favorezca en el ámbito turístico y hotelero, pues poseemos una rica cultura por algo fue la capital de Ecuador nombrada patrimonio cultural por la Unesco en 1978. Demostremos que somos capaces y que la gente debería venir a Quito y disfrutar nuestra cultura y de una riqueza gastronómica que poseemos.

f) Debo señalar que el parque balneario hotel parece perfecto, pero por no ser una cadena internacional, sino más bien algo propio de su nación, no cuenta con un marketing internacional adecuado, como otros hoteles de cadenas internacionales, pienso que debería promocionarse un poco más, pero al parecer no le hace falta porque cuenta con un porcentaje de ocupación del 100 por ciento la mayor parte del tiempo.

g) El hotel ofrece un servicio de 5 estrellas lo cual está perfecto, pero debería implementar en su lista de servicios una piscina para ofrecer una gama completa de servicios para satisfacción del cliente. Es muy importante al momento de relajación y ocio el poder contar con esta alternativa yo pienso que le daría un poco más de categoría al hotel.

h) Yo recomendaría a los dos hoteles crear un espacio de diversión para los que gustan del cine, en un pequeño anfiteatro para que de esta forma, los huéspedes puedan entretenerse mirando películas de estreno compartiendo el momento con otros turistas. Podría ser en horario nocturno ya que, es a esa hora que los huéspedes retornan al hotel luego de salir, ya sea por turismo, negocios o por capacitación que muchas de las veces es en el mismo hotel donde se hospedan. Sería una interesante alternativa ya que muchas de las veces (en especial de lunes a viernes), los huéspedes no hallan que hacer para entretenerse.

BIBLIOGRAFÍA

Ley de turismo

Reglamento general de las actividades turísticas

Material recibido en Brasil

<http://es.wikipedia.org/wiki/Brasil>

<http://www.brasil.org.sv/Paginas/simbonac.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Santos>

Guías Turísticas de Santos obtenidas en Brasil

http://www.tripadvisor.es/Hotels-g303625-Santos_State_of_Sao_Paulo-Hotels.html

<http://www.despegar.com.pa/hoteles/hl-ssz-i1/hoteles-en-santos>

<http://www.parquebalneario.com.br/br/hotel/>

Información conseguida en el Parque Balneario Hotel

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

<http://www.codeso.com/Turismo01.html>

<http://www.tenteraste.com/ecuador/actividades.html>

<http://www.tenteraste.com/ecuador/actividades.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Quito>

<http://www.arecetas.com/gastronomia-america-sudamerica-ecuador-quito.html>

<http://catalogue.horse21.com.es/ecuador+hotels/quito+hotels/hotels5/best>

<http://www.accorhotels.com/es/hotel-5111-mercure-grand-hotel-alameda-quito/index.shtml>

Información conseguida en el Hotel Mercure Alameda

ANEXOS

ANEXO Nº 1

FOLLETO DEL PARQUE BALNEARIO HOTEL



Momentos Únicos

Bem-estar, conforto e tranquilidade são as prioridades do Parque Balneário Hotel, tornando sua estadia única e inesquecível.

Suítes agradavelmente decoradas com localização privilegiada a poucos metros da praia, o Parque Balneário é a opção perfeita para momentos de lazer e descontração em Santos para você e sua família.

Negócios

Para viagens de negócios o hotel oferece o Personalitê Floor, andar com cinco diferentes tipos de suite e com estrutura completa para a concretização de seus negócios em um ambiente exclusivo.

Para eventos corporativos contamos com 9 salas para realização de eventos (área de 900 m²) que comportam até 1.000 pessoas. Serviços diferenciados como: welcome drink, welcome coffee, brunch, coffee breaks normais e temáticos, buffets internacionais e temáticos, café da manhã, coquetel, cooking show especial e Internet wi-fi.



ANEXO Nº 2

TARJETA DEL PARQUE BALNEARIO HOTEL



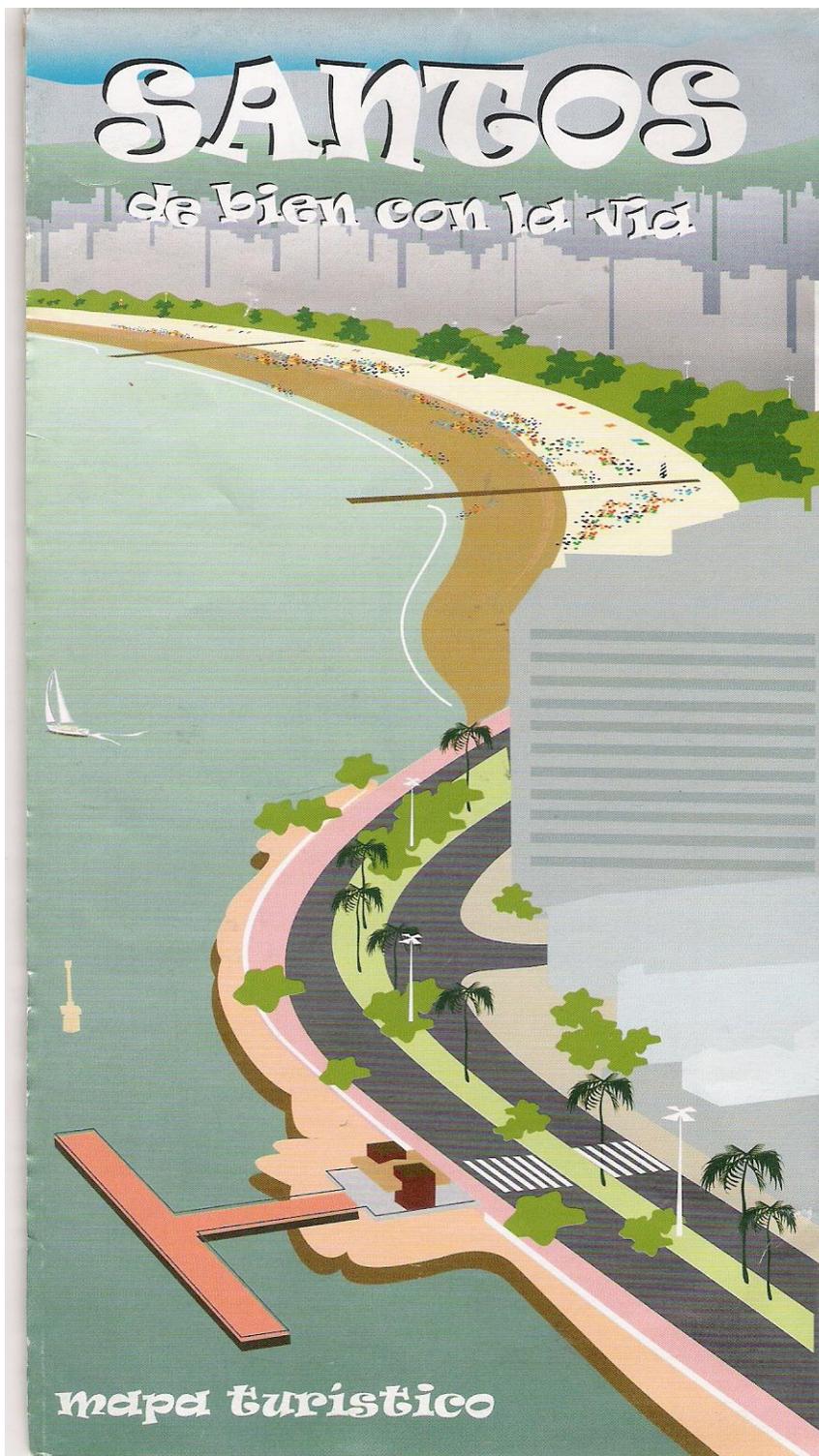
ANEXO Nº 3

FOLLETO CON INFORMACION DE SANTOS



ANEXO N° 4

GUIA TURISTICA DE LA CIUDAD DE SANTOS



ANEXO N° 5

FOLLETO DEL HOTEL MERCURE ALAMEDA



ANEXO N° 6

TARJETA DEL HOTEL MERCURE ALAMEDA



Mercure Grand Hotel
ALAMEDA QUITO

Ramón Roca E4-122 y Av. Amazonas
1703358 - Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 2 99 40 00
Fax: (593-2) 2 56 57 59 • E-mail: ventas@mercurequito.com.ec
www.mercurequito.com.ec • www.accorhotels.com

ANEXO N° 7

FOLLETO DEL CASINO MONTECARLO DEL HOTEL MERCURE ALAMEDA



FOLLETO DE LA UNIVERSIDAD PAULISTA DE SANTOS



Ciências Humanas



LEFANTE	MACACO	VA
ACA	AVIO	ICARA
ALINHA	VELHA	EBRA
OSPITAL	ATO	



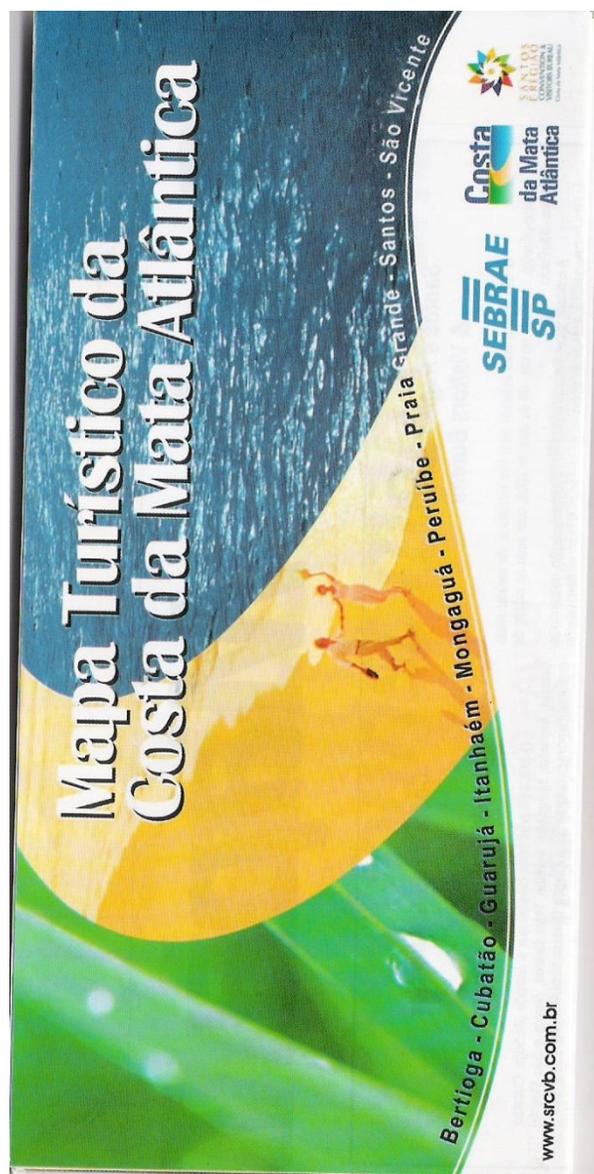
ANEXO Nº 9

ENTRADA AL CRISTO DE CORCOVADO AMBOS LADOS



ANEXO Nº 10

MAPA TURÍSTICO DE LA COSTA DE MATA ATLANTICA QUE SE TRATA DE 9 CIUDADES INCLUYENDO SANTOS.



FOLLETO DE TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE SOCORRO



**Sua maior
aventura está
mais próxima
do que você
imagina!**

SOCORRO
CAMINHOS DA NATUREZA

Cidade Aventura

ANEXO N° 12

FOLLETO CON INFORMACION DE SAN VICENTE, LA PRIMERA CIUDAD DE BRASIL QUE ESTA JUNTO A LA CIUDAD DE SANTOS

