



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel  
"Pacayacu" ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, provincia  
de Sucumbíos.**

**Proyecto Integrador de Grado previo a la obtención del título de Tecnóloga  
Superior en Administración**

**AUTORA:**

**Jessica Karina Bautista Landi**

**TUTOR:**

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**

**D.M. Quito, 05 de marzo de 2022**

## **DEDICATORIA**

Con todo mi corazón dedico esta tesis a mi mamá Nancy Landy por su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles, a mis hermanas Wendy Bautista y Nathali Bautista quienes tomamos la decisión de ir en busca de este gran sueño, por estar siempre presentes y darme fuerza y ánimos para no desfallecer ante las dificultades que se presentaron en el camino, por ser parte importante y fundamental de mi vida y representar el verdadero significado de la unidad familiar.

A mi Hija Isabella Merino la responsabilidad más grande de mi vida, quien sigue mis pasos y a quien busco brindarle el mejor ejemplo a seguir.

Agradezco con toda mi alma a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

**Jessica Bautista**

## **AGRADECIMIENTO**

Al finalizar el presente trabajo de investigación, dejo expresa constancia de mi sincero agradecimiento al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI y a la planta docente de la carrera de Administración por haberme impartido sus sabios conocimientos.

De igual manera quiero agradecer a la Sra. Kety Alfarina Cevallos Moreira gerente del hotel Pacayacu y sus colaboradores por brindarme todos los recursos y herramientas que fueron necesarios para llevar a cabo el proceso de investigación.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la MSc. Noemy Sandoval y al MSc. Christian Carvajal principales colaboradores durante todo este proceso, quienes con su dirección, conocimientos, enseñanzas y colaboración permitieron el desarrollo de este trabajo.

**Jessica Bautista**

## **AUTORÍA**

Yo, Jessica Karina Bautista Landi autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Jessica Karina Bautista Landi**

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

**MSc. Noemy Sandoval.**  
**Tutora de Trabajo de Titulación**

### **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Noemy Sandoval Ortiz.

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **MSc. Noemy Sandoval** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. **Jessica Karina Bautista Landi** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Sra. Jessica Karina Bautista Landi realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel “Pacayacu” ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Noemy Sandoval**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Noemy Sandoval** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Jessica Karina Bautista Landi, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel “Pacayacu” ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**MSc. Noemy Sandoval**

**Jessica Bautista**

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
RESUMEN .....	11
2. NOMBRE DEL PROYECTO.....	13
2.1 Marco contextual – antecedentes.....	13
2.2 Análisis de involucrados.....	14
2.3 Problema de investigación.....	15
2.4 Definición del problema .....	15
2.5 Idea a defender .....	15
2.6 Objetivo de estudio y plan de acción.....	16
2.7 Justificación.....	16
2.8 Objetivos.....	17
3 MARCO TEORICO.....	18
3.1 Hotel .....	18
3.2 Plan.....	24
3.2.1. Plan de mejoras .....	24
3.2.2 Análisis externo .....	28
3.2.3 Análisis PESTEC .....	28
3.2.4 Análisis interno .....	32
4. INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA .....	38
4.1 Antecedentes diagnósticos .....	38
4.2 Indicadores.....	38
4.3 Información primaria .....	39
4.3.1 Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados.....	39
4.4 Síntesis del capítulo .....	46
5. PROPUESTA.....	47
5.1 Tema .....	47
5.2 Datos informativos.....	47
5.3 Antecedentes de la propuesta.....	48

5.4 Justificación.....	49
5.5 Objetivos.....	49
5.6 Análisis de factibilidad.....	50
5.7 Metodología.....	51
5.8 Propósito de la campaña.....	51
5.9 Misión del Hotel Pacayacu.....	52
5.10 Visión del Hotel Pacayacu.....	52
5.11 Matriz FODA.....	53
5.12 Destinatarios.....	57
5.13 Cuadro de actividades.....	57
5.14 Duración de la campaña.....	59
5.15 Recursos a emplear.....	59
5.16 Evaluación de la campaña.....	62
5.17 Desarrollo del plan de mejoramiento.....	66
<b>CAPÍTULO 6.....</b>	<b>73</b>
<b>6.1. Conclusiones.....</b>	<b>73</b>
<b>6.2. Recomendaciones.....</b>	<b>74</b>
<b>7. Bibliografía.....</b>	<b>75</b>
<b>8. Anexos.....</b>	<b>76</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Análisis de involucrados .....	14
Tabla N° 2 Matriz de evaluación de factores externos .....	30
Tabla N° 3 Matriz de evaluación de factores internos .....	33
Tabla N° 4 Modelo de Plan de Acción .....	37
Tabla N° 5 Pregunta 1 .....	39
Tabla N° 6 Pregunta 2.....	40
Tabla N° 7 Pregunta 3.....	41
Tabla N° 8 Pregunta 4.....	42
Tabla N° 9 Pregunta 5.....	43
Tabla N° 10 Pregunta 6.....	44
Tabla N° 11 Pregunta 7.....	45
Tabla N° 12 Matriz FODA del Hotel Pacayacu .....	53
Tabla N° 13 Matriz de Niveles de Impacto .....	53
Tabla N° 14 Matriz de Temporalidad .....	54
Tabla N° 15 Matriz de nudos críticos .....	54
Tabla N° 16 Matriz de análisis de involucrados .....	56
Tabla N° 17 Cuadro de actividades .....	57
Tabla N° 18 Presupuesto.....	60
Tabla N° 19 Pregunta 1.....	62
Tabla N° 20 Pregunta 2.....	63
Tabla N° 21 Pregunta 3.....	64
Tabla N° 22 Pregunta 4.....	65
Tabla N° 23 Desarrollo del plan de mejoramiento .....	66
Tabla N° 24 Manual de funciones Administrador .....	68
Tabla N° 25 Manual de funciones secretaria .....	69
Tabla N° 26 Manual de funciones Contadora.....	70
Tabla N° 27 Manual de funciones Recepcionista .....	71
Tabla N° 28 Manual de funciones Mucama .....	72

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Árbol de problemas .....	15
Gráfico N°2 Pregunta 1.....	39
Gráfico N°3 Pregunta 2.....	40
Gráfico N°4 Pregunta 3.....	41
Gráfico N°5 Pregunta 4.....	42
Gráfico N°6 Pregunta 5.....	43
Gráfico N°7 Pregunta 6.....	44
Gráfico N°8 Pregunta 7.....	45
Gráfico N°9 Ubicación .....	47
Gráfico N°10 Evaluación mediante encuesta virtual .....	61
Gráfico N°11 Pregunta 1.....	62
Gráfico N°12 Pregunta 2.....	63
Gráfico N°13 Pregunta 3.....	64
Gráfico N°14 Pregunta 4.....	65
Gráfico N°15 Página de Facebook .....	67

**“Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel  
“Pacayacu” ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de  
Sucumbíos.”**

**Jessica Karina Bautista Landi**

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito 05 de marzo de 2022

**RESUMEN**

El objetivo general para el desarrollo del presente trabajo de tesis es: “Implementar un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo para el hotel Pacayacu ubicado en la parroquia de Pacayacu del cantón Lago Agrio”, herramienta muy importante para la empresa, en el logro de sus objetivos y metas empresariales que van conforme a su visión y misión, logrando el fortalecimiento de su organización, analizando los aspectos internos-externos, mediante el uso del FODA.

Para la realización de este documento se aplicó la técnica de la revisión bibliográfica en la utilización de conceptos en el marco teórico y marco referencial basados en conceptos que sirven de referencia para la investigación.

Para el desarrollo de la investigación en primer lugar se realizaron los antecedentes diagnóstico, para posteriormente realizar una investigación cualitativa y cuantitativa aplicando encuestas, en las cuales se obtuvieron buenos resultados de las 60 encuestas aplicadas, llegando a la conclusión de la factibilidad del presente proyecto al obtener varias respuestas positivas dentro de las preguntas, demostrando que a futuro con la implementación de nuevos servicios, mejorar las instalaciones y aumentar la parte administrativa se tendrá una mayor acogida y a la vez mejorar el servicio que se dará a los clientes.

Finalmente se realizó la propuesta donde se realizan los antecedentes, justificación, los objetivos, el análisis de factibilidad con los factores económicos, ambientales y tecnológicos, la metodología utilizada, el propósito del plan, la misión, visión, posteriormente se realiza el análisis FODA de los factores internos y externos, esto permitió realizar la matriz de niveles de impacto, la matriz de temporalidad, la matriz de nudos críticos, el análisis de involucrados, se determinaron los involucrados en el trabajo, para proponer el cuadro de actividades a desarrollar, la duración de la campaña para finalmente realizar la evaluación de la propuesta a los involucrados como son los dueños y copropietarios del Hotel.

## CAPÍTULO II

### **2. Nombre del proyecto**

Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel "Pacayacu" ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos.

#### **2.1 Marco contextual – antecedentes**

El Plan de este proyecto Integrador será aplicado al Hotel Pacayacu el cual está ubicado en la Provincia de Sucumbíos- Cantón Lago Agrio, zona reconocida por una gran cantidad de pozos petroleros, el establecimiento lleva brindando sus servicios desde el año 2005, siendo uno de los primeros Hoteles en la zona en brindar todos los servicios requeridos por las empresas y visitantes en un solo lugar, brindando los servicios de hospedaje, alimentación, lavandería y garaje, el hotel Pacayacu ha sido acreditado como uno de los Hoteles más completos en brindar los servicios requeridos por los clientes.

Ante el crecimiento de la parroquia a pesar de la pandemia actual, el incremento laboral ha ido recuperándose ventajosamente, aumentando en los últimos tiempos su nivel de trabajo y la necesidad de búsqueda de lugares que aporten un servicio completo y de calidad, contemplando cada una de las exigencias del cliente.

Si bien es cierto en la actualidad existen clientes cada vez más exigentes y con estándares bastante altos, a los cuales se busca brindar un servicio de calidad donde queden satisfechos por la hospitalidad brindada lo cual ayudara a mantener los clientes fijos.

## 2.2 Análisis de involucrados

Tabla 1. *Análisis de involucrados*

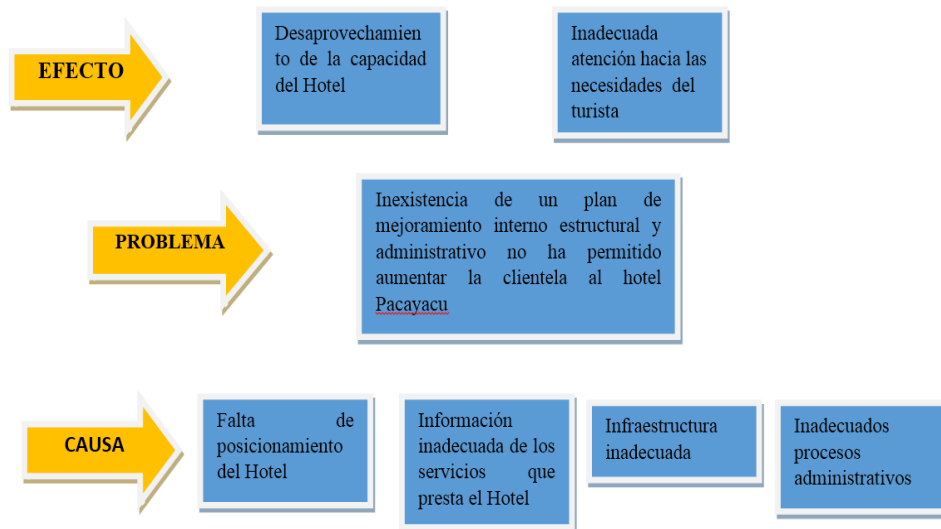
<b>Análisis de involucrados grupos</b>	<b>Intereses en la investigación</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos y mandatos (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)</b>
<b>Clientes</b>	Tener mayor cantidad de clientes satisfechos con la atención del hotel.	Falta de innovación en el sistema de reservación, debido a que actualmente llevan el registro por escrito a través de una agenda, el hotel cuenta con desabastos en los inventarios de suministros.	Uso de la tecnología para el sistema de reservación, dotación de suministros de aseo como jabón de tocador, shampoo, baño de burbuja y blancos como sábanas, toallas, protector de colchones, entre otros.
<b>Propietario</b>	Diseñar un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo que vaya dirigido al cumplimiento con los objetivos del hotel.	Falta de la implementación de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo.	A través de la creación de plan de mejoramiento interno estructural y administrativo, a través de un nuevo sistema de reservaciones, sistema estructural y administrativo, se mejorara la atención al cliente.

Bautista, J, (2022), *Análisis de involucrados*. Lago Agrio: s. ed.

### 2.3 Problema de investigación

¿Cómo aumentar los clientes del hotel Pacayacu en el cantón Lago Agrio y la implementación de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo?

Gráfico 1 *Árbol de problemas*



Bautista, J, (2022), *Árbol de problemas*. Lago Agrio

### 2.4 Definición del problema

Carencia de un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo no ha permitido aumentar la clientela al hotel Pacayacu.

### 2.5 Idea a defender

Mediante la implementación de un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo se mejorará el servicio y atención al cliente.

## **2.6 Objetivo de estudio y plan de acción**

### **Objetivo de estudio**

La implementación de un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo para obtener un mejor servicio, que ayude al hotel a poder competir con otros servicios hoteleros.

### **Campo de acción**

En el sector de la Hotelería se encuentra una gran variedad de hoteles, donde la mayoría de dos y tres estrellas. Por lo anterior, la oferta hotelera resulta llamativa para las personas del sector turístico, pero considerando la reciente entrada al mercado de dos hoteles nuevos de tres estrellas y ante la carencia de un plan de mejoramiento interno que le permita dar a conocer de forma más efectiva su oferta, se ve limitado a los servicios que ofertan otro tipo de hoteles de la localidad.

De tal manera, se busca que a través del diseño e implementación de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo se amplíe el posicionamiento del hotel y se incida positivamente en sus clientes, aprovechando las oportunidades comerciales que se ofrece en el sector Pacayacu del cantón Lago Agrio.

## **2.7 Justificación**

Lo que se pretende lograr con este proyecto para ayudar a mejorar la estructura interna porque debido al tiempo de servicio que lleva este negocio se ha producido el abandono estructural interno y externo debido a la pandemia se ha deteriorado grandemente, el objetivo es mejorarlos aportando ideas nuevas e innovadoras que se ajusten a los requerimientos actuales de cada cliente, para obtener un mejor servicio,



que ayude al hotel a poder competir con otros servicios hoteleros activos y de la misma manera.

## **2.8 Objetivos**

### **2.8.1 Objetivo General**

Implementar un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo para el hotel Pacayacu ubicado en la parroquia de Pacayacu del cantón Lago Agrio.

### **2.8.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el mercado objetivo actual y potencial hacia el cual enfocar el Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo.
- Realizar el FODA del hotel y diseñar las estrategias a seguir para incrementar los clientes del hotel.
- Crear un plan de mejoramiento estructural y administrativo con indicadores claros y medibles para su realización y seguimiento.

## CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

### 3.1 Hotel

Para Aguilar (2012) un hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento. (s.p)

Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen. En cada país pueden encontrarse las categorías siguientes:

- Estrellas (de 0 a 5)
- Letras (de E a A)
- Clases (de la cuarta a la primera)
- Diamantes y "*World Tourism*".

Estas clasificaciones son exclusivamente nacionales, el confort y el nivel de servicio pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, etc. (Aguilar, 2012)

A nivel empresarial, al hotel se le puede considerar una empresa tradicional, se utiliza a menudo el término "industria hotelera" para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costes de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones) disponibles, así como en una adecuada gestión de las tarifas, muchas veces basadas en cambios de temporada (alta, media y baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos de gente en oposición al alojamiento individual.

En los últimos años están apareciendo nuevas formas de gestionar hoteles basadas en técnicas conocidas en otros ámbitos como el condominio o el *time sharing*, pero no es, todavía, un sistema generalizado.

Hay que añadir que en muchos países se consideran hoteles a los balnearios, hoteles resort y los llamados hoteles hospital, y se les aplican las clasificaciones anteriores de calidad, confort y servicios. (Aguilar, 2012)

### **3.1.1. Servicios e instalaciones:**

Para Maya, J. A. (2010), los elementos básicos de un cuarto de hotel son una cama, un armario, una mesa pequeña con silla al lado y un lavamanos.

Otras características pueden ser un cuarto de baño, un teléfono, un despertador, un televisor, y conexión inalámbrica a Internet. Además, los mini-bares (que incluyen a menudo un refrigerador pequeño) pueden proveer de comida y bebidas, también pueden contener botanas y bebidas y lo necesario para preparar té y café.

Estos elementos básicos que un hotel debe tener pueden ser limitados (que tengan estas cosas solamente) o completos (que la habitación u hotel tengan más servicios que estas instalaciones básicas), del comedor y servir allí en los platos. (Maya, 2010)

### **3.1.2. Media: Autoservicio:**

En el auto servicio, como en el buffet, el cliente elige su comida y la lleva a la mesa. La diferencia entre ambos es que en el restaurante autoservicio hay empleados que sirven platos a los clientes, mientras que en el buffet el cliente se sirve libremente. (Maya, 2010)

### **3.1.3. Hoteles de naturaleza:**

Están situados cerca de zonas naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas. Las estancias suelen ser de varios días.

El turismo ecológico es una de las actividades que está creciendo por la variedad que la naturaleza y las costumbres que los habitantes nos brindan, aunque la naturaleza como la única y verdadera fuente de descanso y paz por lo tanto tenemos que ser muy responsables para no causar daño a la naturaleza ni a los nativos de la región. Debido a su rápido crecimiento han contribuido al desarrollo de la actividad turística. (Maya, 2010)

### **3.1.4. Albergues turísticos:**

Establecimiento que atiende al turismo durante estancias que suelen ser entre varios días y varias semanas. Suelen ser económicos y entre ellos cabe destacar los albergues juveniles. Estos frecuentemente alquilan camas en un dormitorio y comparten baño, cocina y sala de estar, aunque muchos disponen también de habitaciones privadas. (Maya, 2010)

### **3.1.5. Hoteles familiares:**

Son establecimientos de tamaño pequeño que se caracterizan por una gestión familiar para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento. (Molina, 2011)

### **3.1.6. Hoteles posada:**

Una posada es un establecimiento para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento. Algunas son muy antiguas. Donde el pago es menor a la de un hotel común. (Maya, 2010)

### **3.1.7. Hoteles-balneario:**

Alojamiento situado dentro de unas instalaciones balnearias dedicadas a los baños públicos o medicinales. Tienen un índice de estancia medio oscilando entre varios días y pocas semanas. (Molina, 2011)

### **3.1.8. Moteles:**

Son establecimientos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamiento en departamentos con garaje y entrada independiente para estancia de corta duración. Se encuentran fuera de los núcleos urbanos. (Maya, 2010)

### **3.1.9. Hotel de paso:**

Se llama *hotel de paso* al establecimiento que renta sus cuartos, generalmente, sin necesariamente esperar que sus clientes se alojen más que unas cuantas horas, especialmente por ser favorecido para encuentros sexuales. El término, es empleado sin importar la arquitectura del lugar, pues éste puede ser un edificio hotel histórico o un motel acondicionado para el tránsito con automóviles y estacionamiento. (Molina, 2011)

### **3.1.10. Hoteles deportivos:**

Se caracterizan por su orientación a la práctica de determinados deportes ya sea en sus instalaciones o en sus alrededores. Ejemplos de estos hoteles son los dedicados al submarinismo o el surf junto al mar, los dedicados a la pesca junto a vías fluviales y los complejos de golf entre otros. (Molina, 2011)

### **3.1.11. Hoteles Gastronómicos:**

Se caracterizan por ofrecer una oferta gastronómica exclusiva que se presenta como la principal del establecimiento. Poseen una cuidada cocina creativa con influencia internacional en sus restaurantes, degustación de diferentes estilos culinarios y una variada selección de vinos. (Maya, 2010)

### **3.1.12. Hoteles de montaña:**

Hotel situado en la montaña. Mantienen calidad hotelera de alojamiento, gastronómica y de entretenimiento, especialmente en centros de esquí para temporadas de nieve. Un ejemplo de estos son Valle Nevado, Farellones, La Parva, Termas de Chillán y en agosto de 2011 abrió sus puertas Puma *Lodge by Noi Hotels* en la región de O'higgins en Chile y aunque no sea un centro de esquí, el Hotel Humboldt ubicado en el cerro Ávila a una altitud de 2105 msnm (Caracas, Venezuela) es un hotel de 5 estrellas, actualmente cerrado. (Molina, 2011)

### **3.1.13. Cadenas hoteleras:**

Las cadenas Hoteleras son aquel conjunto de empresas agrupadas, en forma de concentración vertical, con distintas fórmulas de propiedad y de gestión cuya finalidad es la de obtener una mayor rentabilidad, una situación de poder, control y prestigio en el mercado nacional e internacional. (Molina, 2011)

Las principales características de las diferentes clases de cadenas son:

- Cadena formada por hoteles nacionales propios.
- Cadena internacional formada por hoteles propios situados en varios países.
- Cadena formada por hoteles propios y hoteles adheridos.
- Cadena formada por hoteles propiedad de particulares, pero gestionados y administrados bajo la firma de una cadena.
- Cadenas de hoteles gestionados a base de franquicias.

En las empresas de Alojamiento y en hoteles, coexisten grandes empresarios con pequeñas empresas. Estas pequeñas empresas si quieren conseguir una cuota de mercado deben integrarse o agruparse con el gran empresario, es el eje de la Cadena Hotelera, Las fórmulas de gestión independiente son, en grado de dependencia y pudiéndose dar varias formas de integración, las siguientes:

PROPIEDAD: dependencia absoluta o integración total.

ARRENDAMIENTO; contrato de arrendamiento de empresa. La Cadena Hotelera alquila el total de la empresa de alojamiento en pleno funcionamiento, el propietario es el arrendador y la Cadena Hotelera el arrendatario, en consecuencia, adquiere la posesión (no la propiedad) de la empresa. Contrato interempresarial con una duración de 5 a 10 años. (Maya, 2010)

#### **3.1.14. Hoteles famosos:**

La mayoría de los hoteles mundialmente famosos han ganado su renombre por tradición, por ser un lugar en donde se llevó a cabo algún evento importante o por personas que lo han frecuentado. Este es el caso del hotel y museo *Schloss Cecilienhof*, en *Potsdam*, Alemania se llevó a cabo la Conferencia de *Potsdam*, durante la Segunda Guerra Mundial entre los aliados *Winston Churchill*, *Harry Truman* y *Joseph Stalin*, en 1945. Otros establecimientos han dado origen a una comida o bebida particular, como

es el caso del hotel *Waldorf-Astoria* de la ciudad de Nueva York, conocido por la ensalada *Waldorf*, o el Hotel *Raffles* en Singapur en donde se inventó la bebida Singapur *Sling* o el Hotel *Sacher*, en Viena lugar de origen del *Sachertorte*.

Algunos hoteles se han hecho conocidos para la gente a través de la cultura popular, como el Hotel Ritz de Madrid, el Hotel Chelsea en Nueva York, objeto de varias canciones. Este tipo de hoteles también son frecuentados por celebridades. Otros establecimientos con esta característica son el *Beverly Hills Hotel* y el *Chateau Marmont Hotel* en California Estados Unidos, el Hotel Jorge V de París, el Palazzo Versace en Costa Dorada, Australia. Pero quizá el hotel más famoso es el *Watergate*, en el cual se fraguó una conspiración contra el partido demócrata en Estados Unidos. (Maya, 2010)

### **3.2. Plan**

Vásquez (1993) afirma que, un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el fin de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (p.40)

Es decir, el Plan parte desde un modelo sistemático que se elabora antes de realizar un trabajo con el objetivo de dirigirla y llevarla a cabo en un plazo determinado.

#### **3.2.1. Plan de mejoras**

Un plan de mejora es como el conjunto de acciones programadas para conseguir un incremento en la calidad y el rendimiento de los resultados de una organización.



El plan de mejora no se centra en los problemas esporádicos de una organización. En su lugar, se dirige hacia los problemas crónicos. Son estos los responsables de un insuficiente rendimiento que se manifiesta en un nivel estable de resultados, aunque insatisfactorio.

A su vez, los planes de mejora pueden ser proactivos. Es decir, dirigirse a mejorar un área de gestión, un servicio o un proceso. En todo caso, su planificación y desarrollo requiere de acciones determinadas, de forma que aseguren el éxito.

#### **3.2.1.1. Fases de un Plan de Mejora**

Tanto en el caso de responder a una carencia o dificultad, como de tener un carácter proactivo, el desarrollo de los planes de mejora se estructura en las fases siguientes:

##### **3.2.1.1.1. Comprender el problema**

Analizando los datos existentes, aplicando métodos estadísticos e identificando los aspectos clave del problema. O del objetivo a conseguir.

##### **3.2.1.1.2. Establecer objetivos**

De forma que sean ambiciosos pero realizables, en consonancia con los objetivos y estrategia de la organización. En cualquier caso, los objetivos han de ser definidos de forma precisa. De manera que no haya duda sobre qué se quiere conseguir.

#### **3.2.1.1.3. Analizar los factores relevantes**

Aquellos que inciden en el problema. Y, en su caso, las variables a considerar para obtener resultados. Para ello aplicamos un conjunto de métodos y herramientas de eficacia contrastada.

#### **3.2.1.1.4. Seleccionar las acciones de mejora**

Estableciendo la prioridad para aquellas que signifiquen un mejor equilibrio entre esfuerzo e impacto.

#### **3.2.1.1.5. Aplicar el plan de mejora**

Definiendo las acciones necesarias y los responsables de llevarlas a cabo.

#### **3.2.1.1.6. Evaluar los resultados de las mejoras**

Para ello es necesario establecer un conjunto de indicadores que permitan conocer el grado de avance con relación a los objetivos.

#### **3.2.1.1.7. Asegurar la permanencia de los resultados del Plan**

Diseñando y estableciendo los mecanismos que permitan normalizar los cambios y asegurar la mejora de los resultados, producto del plan de mejora, en el futuro.

### **3.2.1.2. Mejora estructural**

Una mejora estructural implica la transformación de la estructura original que determina el funcionamiento del proceso ya sea aplicando soluciones creativas, el sentido crítico o utilizando alguna nueva tecnología.

Este tipo de mejoras puede incluir:

- La redefinición de destinatarios.
- La redefinición de expectativas.
- La redefinición de los resultados generados por el proceso.
- La redefinición de los intervinientes.
- La redefinición de la secuencia de actividades.

Como se puede apreciar, este tipo de mejoras son netamente conceptuales y como mencionamos unas líneas arriba, éstas se logran implementando soluciones creativas, conceptuales, o mediante nuevas tecnologías de gestión tales como las Nuevas Herramientas para la Gestión de la Calidad, el Análisis de Valor, el Q&D, entre otras.

### **3.2.1.3. Análisis de la situación (diagnóstico)**

Para Vicuña J.M. (2015), el análisis de situación sirve para visualizar algunas ideas razonables acerca de lo que va a pasar en los próximos años de la empresa. De esta manera la empresa observa rápidamente el medio ambiente interno y externo de la organización para identificar las consecuencias potenciales y prácticas de la investigación. (s.p)

### 3.2.2. Análisis externo

Según D'Alessio (2008) la evaluación externa, denominada también auditoría externa de la gestión estratégica, está enfocada hacia la exploración del entorno y el análisis de la industria. Este procedimiento busca identificar y evaluar las tendencias y eventos que están más allá del control inmediato. La evaluación externa revela las oportunidades y amenazas clave, así como la situación de los competidores en el sector industrial. (s.p).

### 3.2.3. Análisis PESTEC

D'Alessio (2008) afirma que el análisis PESTEC es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas. (s.p)

Los factores externos clave se evalúan con un enfoque integral y sistémico, realizando un análisis las fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas, y competitivas, conocido como análisis PESTEC = PESTE + C-

**a) Fuerzas políticas, gubernamentales y legales:** Son las fuerzas que determinan las reglas, tanto formales como informales, bajo las cuales debe operar la organización.

En muchos casos constituyen las variables más importantes de la evaluación externa, en función al grado de influencia que tienen sobre las actividades del negocio, de sus proveedores, y de sus compradores.

**b) Análisis de las fuerzas económicas y financieras:** Son aquellas que determinan las tendencias macroeconómicas, las condiciones de financiamiento, y las decisiones de inversión. Tienen una incidencia directa en el poder adquisitivo de los clientes de la organización y son de especial

importancia para las actividades relacionadas al comercio internacional (exportación/importación).

- c) **Fuerzas sociales, culturales y demográficas:** Involucra creencias, valores, actitudes, opiniones, y estilos de vida desarrollados a partir de las condiciones sociales, culturales, demográficas, étnicas, y religiosas que existen en el entorno de la organización. Estas fuerzas definen el perfil del consumidor, determinan el tamaño de los mercados, orientan los hábitos de compra, afectan el comportamiento organizacional y crean paradigmas que influyen en las decisiones de los clientes.
- d) **Fuerzas tecnológicas y científicas:** Están caracterizadas por la velocidad del cambio, la innovación científica permanente, la aceleración del progreso tecnológico, y la amplia difusión del conocimiento, que originan una imperiosa necesidad de adaptación y evolución. Los cambios tecnológicos reducen o eliminan las barreras de costos entre la organización, crean procesos de producción más cortos, producen escasez de habilidades técnicas y modifican los valores y expectativas de los empleados y clientes; también generan nuevas ventajas competitivas, que son más eficaces que las existentes.
- e) **Fuerzas ecológicas y ambientales:** Estas fuerzas son impulsadas por instituciones que luchan por preservar el equilibrio del ecosistema del planeta, en ese sentido, afectan las decisiones de la organización en aspectos operacionales, legales, de imagen, e incluso comerciales, dependiendo del tipo de industria a la que pertenezca y de la comunidad vinculada. D'Alessio (2008) (p.)

### 3.2.3.1. Matriz de evaluación de factores externos

Según D'Alessio, (2008) la matriz EFE trata de presentar, los factores críticos de éxitos relacionados con el entorno (Oportunidades y Amenazas) y por otro, los

valores asignados a cada uno de estos factores en función de su contribución al éxito de la empresa, evalúa la información política, gubernamental y legal (P); económicas y financiera (E); social, cultural y demográfica (S); tecnológica y científicas (T) y ecológica y ambiental como resultado del análisis PESTE. (s.p)

Tabla 2. *Matriz de evaluación de factores externos*

FORMATO DE MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES			
Factores determinantes de éxito	Peso	Valor	Ponderación
1.			
2.			
3.			
AMENAZAS			
1.			
2.			
3.			
TOTAL			

Bautista, J, (2022), Libro Fernando D'Alessio. Lago Agrio: s. ed

### 3.2.3.2. Análisis competitivo

Un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto por Porter (1982) quien señala que Existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. (s.p) La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia empresarial.

### 3.2.3.2.1. Fuerzas competitivas de Porter

- a) **Poder de negociación con los clientes:** Cuando los clientes están concentrados en un lugar, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Las empresas rivales ofrecen garantías prolongadas o servicios especiales para ganar la lealtad de los clientes, siempre y cuando el poder de negociación de los consumidores sea significativo.
- b) **Poder de negociación de los proveedores:** Afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando existen muchos proveedores, cuando sólo hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o cuando el costo de cambiar las materias primas es demasiado alto. Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, desarrollo de nuevos servicios, entregas a tiempo y costos de inventario reducidos para mejorar la rentabilidad a largo plazo en beneficios de todos.
- c) **Ingreso potencial de nuevos consumidores:** Amenaza con aumentar la capacidad de la industria y bajar los precios y los márgenes, intensificar la lucha por la participación de mercado y trastocar el equilibrio entre la oferta y la demanda.
- d) **Desarrollo potencial de servicios sustitutivos:** Amenazan a la mayoría de las industrias y les fijan un techo a los precios y a la rentabilidad.
- e) **Rivalidad entre empresas competidoras:** La rivalidad entre empresas competidoras es por lo general la más poderosa de las cinco fuerzas competitivas. Las estrategias que sigue una empresa tienen éxito sólo en la medida que proporcionen una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales.

### **3.2.3.2.2. Matriz del perfil competitivo**

Para D'Alessio (2008) La matriz de perfil competitivo MPC identifica a los principales competidores de la organización, sus fortalezas y debilidades con relación a la posición estratégica de una organización modelo, y a una organización determinada como muestra. El propósito de esta matriz es señalar como esta una organización respecto del resto de competidores asociados al mismo sector, para que a partir de esta información la organización pueda inferir sus posibles estrategias basadas en el posicionamiento de los competidores en el sector industrial.

### **3.2.4. Análisis interno**

Según D'Alessio (2008) refiere que la evaluación interna está enfocada en encontrar estrategias para capitalizar las fortalezas y neutralizar las debilidades. En consecuencia, lo más importante para una organización es identificar sus competencias distintivas, las cuales son las fortalezas de una compañía, que no pueden fácilmente igualarse o ser imitadas por la competencia. Construir ventajas competitivas involucra sacar ventaja de las competencias distintivas para diseñar estrategias que sirvan para mejorar las debilidades de las compañías y transformarlas en fortalezas.

La principal área que se va a investigar a través del análisis interno es: área de servicio al cliente.

#### **3.2.3.1. Matriz de evaluación de factores internos**

D'Alessio (2008) argumenta que “La Matriz EFI o Matriz de Evaluación de Factores Internos resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de un negocio, además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre esas áreas”. (s.p)



Tabla 3. *Matriz de evaluación de factores internos*

FORMATO DE MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS			
Factores determinantes de éxito	Peso	Valor	Ponderación
4.			
5.			
6.			
DEBILIDADES			
4.			
5.			
6.			
TOTAL			

Bautista, J, (2022), Libro Fernando D'Alessio. Lago Agrio: s. ed

### 3.2.4. Diagnóstico de la situación actual

#### 3.2.4.1. Análisis FODA

Consiste en identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que tiene o puede tener una organización en su entorno. Es de vital importancia desarrollarla para tener una mejor orientación en el momento de plasmar sus objetivos y planes de acción, para que estos sean lo más cercano a la realidad de la empresa.

Los factores externos de una organización presentan las oportunidades y las amenazas que, bajo una acertada perspectiva crean un atractivo, mientras que los internos, fuerzas y debilidades, crean competitividad en el mercado. Más que una evaluación cuantitativa se busca entender los cambios en el entorno y medir nuestra capacidad de competir contra las mejores organizaciones.

En el proceso de planeación estratégica, la institución debe realizar el análisis de cuáles son las fuerzas con que cuenta y cuáles las debilidades que obstaculizan el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

- **Debilidades.** También llamadas puntos débiles. Son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas.
- **Fortalezas.** También llamadas puntos fuertes. Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.
- **Amenazas.** Se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.
- **Oportunidades.** Es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios. D'Alessio (2008)

#### 3.2.4.1.1. Matriz FODA

D'Alessio (2008) define que la matriz FODA, es una de las más interesantes por las cualidades intuitivas que exige a los analistas y es posiblemente la más importante y conocida. Exige un exacto pensamiento para generar estrategias en los cuatro cuadrantes de la matriz, estos son los de: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA) y debilidades y amenazas (DA). (s.p)

La matriz FODA conduce al desarrollo de 4 tipos de estrategias:

- **La estrategia FO:** Se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de

estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.

- **La estrategia DO:** Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.
- **La estrategia FA:** Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.
- **La estrategia DA:** Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

### **3.2.5. Filosofía empresarial**

**3.2.5.1. Visión:** D'Alessio, (2008) menciona que la visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser? Implica un enfoque de largo plazo basado en una precisa evaluación de la situación actual y futura de la industria, así como del estado actual y futuro de la organización bajo análisis. (s.p)

**3.2.5.2. Misión:** D'Alessio, (2008) refiere que la misión, es el impulsor de la organización hacia la situación futura deseada. Es el catalizador que permite que esta trayectoria de cambio sea alcanzada por la organización. La misión responde a la

interrogante ¿Cuál es tu negocio? Y es lo que debe hacer bien la organización para tener éxito. (s.p)

**3.2.5.3. Valores:** D'Alessio (2008) manifiesta que los valores de una organización pueden ser considerados como las políticas directrices más importantes: norman, encausan el desempeño de sus funcionarios y constituyen el patrón de actuación que guía el proceso de toma de decisiones. Los valores establecen la filosofía de la organización al representar claramente sus creencias, actitudes, tradiciones y su personalidad. (s.p)

**3.2.5.4. Código de ética:** Según D'Alessio (2008) “Cada organización tiene la responsabilidad de crear un ambiente que fomenta la correcta toma de decisiones mediante la institucionalidad de la ética. Esto implica aplicar e integrar los conceptos éticos a las acciones diarias”. “(s.p)

#### **3.2.5.5. Planes de acción**

Según González (2010) “El plan de acción es un instrumento para la evaluación continua de un programa. Es a su vez la representación real de las tareas que se deben realizar, asignando responsables, tiempo y recursos para lograr un objetivo”. (s.p)

El plan de acción es un trabajo en equipo, por ello es importante reunir a los demás trabajadores comunitarios y a los miembros de la comunidad y formalizar el grupo llamándolo “Comité de planeamiento” u otra denominación. El plan lleva los siguientes elementos.

- Que se quiere alcanzar (objetivo).
- Cuánto se quiere lograr (cantidad y calidad).
- Cuando se quiere lograr (en cuánto tiempo).
- En dónde se quiere realizar el programa (lugar).
- Con quién y con qué se desea lograrlo (personal, recursos financieros).

- Cómo saber si se está alcanzando el objetivo (evaluando el proceso).
- Cómo determinar si se logró el objetivo (evaluación de resultados).

Tabla 4. *Modelo de Plan de Acción*

<b>PLAN DE ACCIÓN</b>				
<b>Estrategia</b>	<b>Acción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Presupuesto</b>

Bautista, J, (2022), Gonzáles, RM Planes de acción. Lago Agrio: s. ed

### **3.2.5.6. Presupuesto**

Para Hoyos B.R., (2013) es un documento que recoge de manera consolidada los presupuestos de cada una de las actividades o programas diseñados en el plan de acción, se presenta los ingresos y la inversión total que se va a realizar para cumplir con los objetivos planteados. (s.p)

## **CAPÍTULO IV - INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA**

### **4.1 Antecedentes diagnósticos**

El hotel Pacayacu tiene una experiencia de más de 17 años en Lago Agrio como empresa hotelera y posicionada en el Ecuador. El hotel fue creado en el año 2005 con su propietaria Sra. Kety Alfarina Cevallos Moreira quien con el paso de los años lo ha manejado de acuerdo a las necesidades y exigencias de los turistas que pernoctan en la ciudad de Lago Agrio. Actualmente quien maneja la Administración del hotel como Gerente es ella mismo. Es una empresa hotelera de gran infraestructura atractiva, compuesta por 3 pisos con 35 habitaciones totalmente equipadas: música ambiental, teléfono con discado directo, nacional e internacional, internet, televisión por cable, baño privado con ducha de agua caliente.

Ofrece el servicio de salón de eventos, para reuniones ya sea sociales, corporativas o de educación, un sitio ideal para celebrar una comida o eventos empresariales, una reunión familiar importante o un momento destacado en la vida del ser humano.

En la actualidad la empresa hotelera cuenta con el siguiente personal, un administrador, una secretaria de administración, una contadora, una recepcionista y dos mucamas.

### **4.2 Indicadores**

Para la validación del presente proyecto se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa aplicando encuestas, en las cuales se obtuvieron buenos resultados, tomando en cuenta la presente pandemia, se optó por realizar las encuestas por medio digital, brindando la debida seguridad a los clientes; en total se realizaron 60 encuestas, las cuales nos permitieron realizar el análisis debido para obtener información de cómo aumentar los clientes en el Hotel.

### 4.3 Información primaria

#### 4.3.1 Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados.

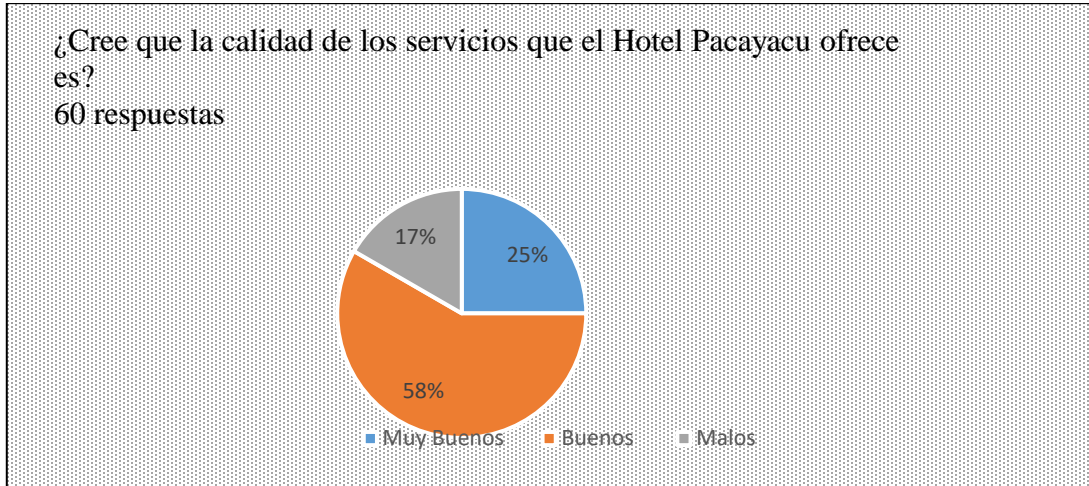


Gráfico 2 Google. (2022). Pregunta 1. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 5

<b>Pregunta 1 ¿Cree que la calidad de los servicios que el Hotel Pacayacu ofrece es?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Muy Buenos	15	25,00%
Buenos	35	58,00%
Malos	10	17,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 5 Bautista, J, (2022). Pregunta 1, ¿Cree que la calidad de los servicios que el Hotel Pacayacu ofrece es? Lago Agrio: s. ed.

#### **Análisis de resultados:**

Como se observa en el gráfico, el 58,00% de los 27 clientes a los que se ha realizado la encuesta constatan que los servicios que ofrece el Hotel Pacayacu son buenos, por otra parte, el 25,00% de los clientes lo consideran Muy Bueno y únicamente el 17,00% consideran que son malos los servicios, todo esto determina que los clientes no están del todo satisfechos con los servicios del Hotel

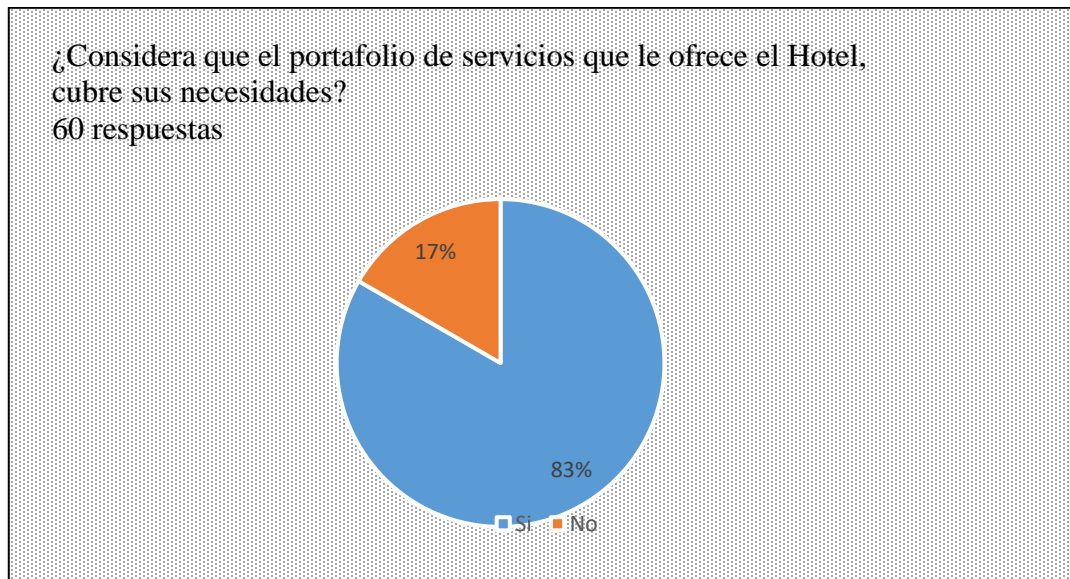


Gráfico 3 Google. (2022). *Pregunta 2*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 6

<b>Pregunta 2 ¿Considera que el portafolio de servicios que le ofrece el Hotel, cubre sus necesidades?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	50	83,00%
No	10	17,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 6 Bautista, J, (2022). *Pregunta 2, ¿Considera que el portafolio de servicios que le ofrece el Hotel, cubre sus necesidades?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

Dentro de la presente gráfica se puede observar que el 83,00% de los clientes consideran que el portafolio de servicios que ofrece el Hotel Pacayacu cubre sus necesidades, mientras que el 17,00% consideran que no que le hace falta incrementar algunos servicios que cubran sus necesidades de alojamiento y diversión.



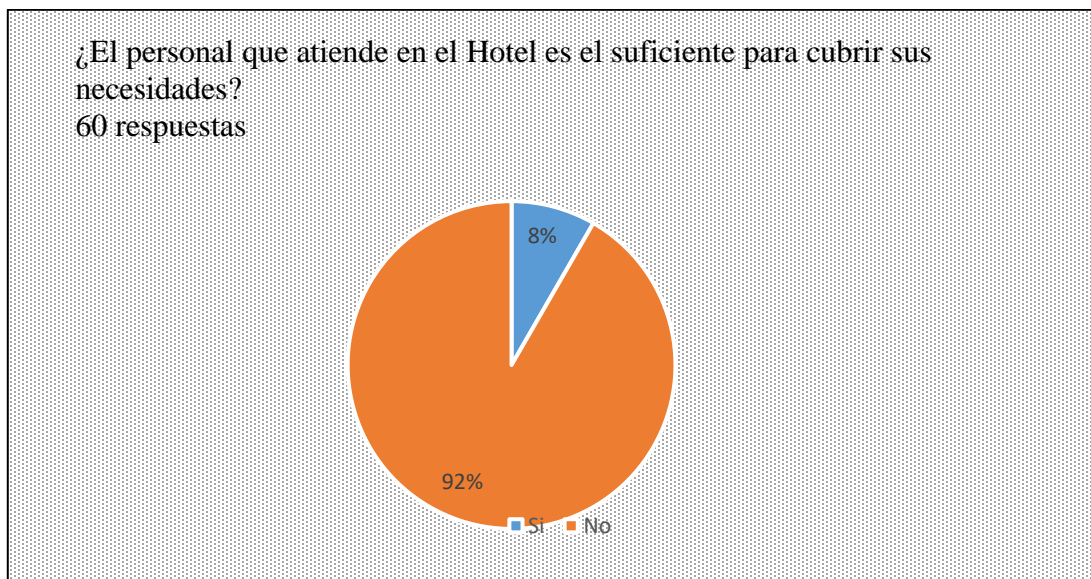


Gráfico 4 Google. (2021). *Pregunta 3*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 7

<b>Pregunta 3 ¿El personal que atiende en el Hotel es el suficiente para cubrir sus necesidades?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	5	8,00%
No	55	92,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 7 Bautista, J, (2022). *Pregunta 3, ¿El personal que atiende en el Hotel es el suficiente para cubrir sus necesidades?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

Se puede apreciar en el gráfico que el 92,00% de los clientes no están satisfechos con la cantidad de personal con que cuenta el Hotel ya que manifiestan que una sola persona hace demasiadas tareas lo que no permite que sea ágil y oportuno el servicio.

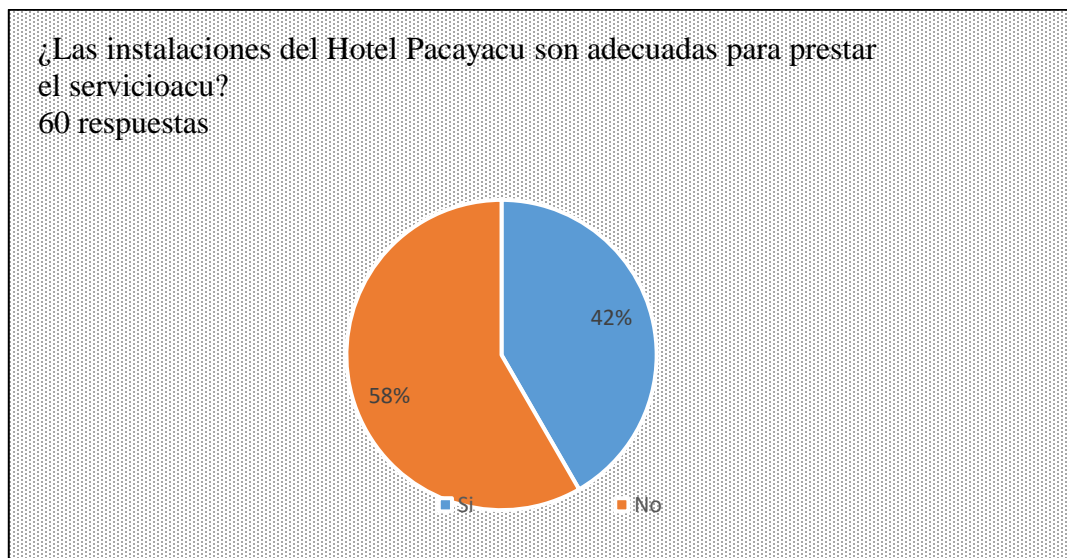


Gráfico 5 Google. (2021). *Pregunta 4*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 8

<b>Pregunta 4 ¿Las instalaciones del Hotel Pacayacu son adecuadas para prestar el servicio?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	25	42,00%
No	35	58,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 8 Bautista, J, (2022). *Pregunta 4, ¿Las instalaciones del Hotel Pacayacu son adecuadas para prestar el servicio?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

En la presente gráfica se observa que el 58% de los encuestados consideran que las instalaciones del Hotel Pacayacu deben ser remodeladas, específicamente en lo que concierne a las habitaciones, ya que algunas de ellas están destruidas y necesitan ser adecuadas de una mejor manera a fin de garantizar un servicio de calidad.

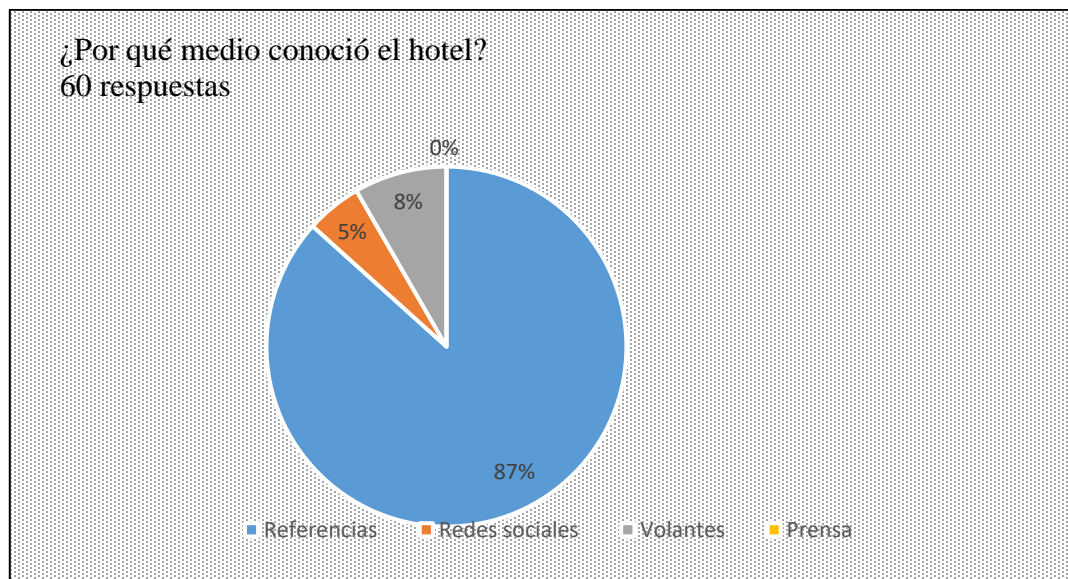


Gráfico 6 Google. (2021). *Pregunta 5*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 9

<b>Pregunta 5 ¿Por qué medio conoció el hotel?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Referencias	52	87,00%
Redes sociales	3	5,00%
Volantes	5	8,00%
Prensa	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 9 Bautista, J, (2022). *Pregunta 5, ¿Por qué medio conoció el hotel?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultado**

En el gráfico se observa que el 87,00% de los clientes han conocido el Hotel Pacayacu por referencias de amigos o conocidos, algunos manifiestan que es muy poca la información en redes sociales del Hotel motivo por el cual no han visto este tipo de medio para informarse del Hotel.

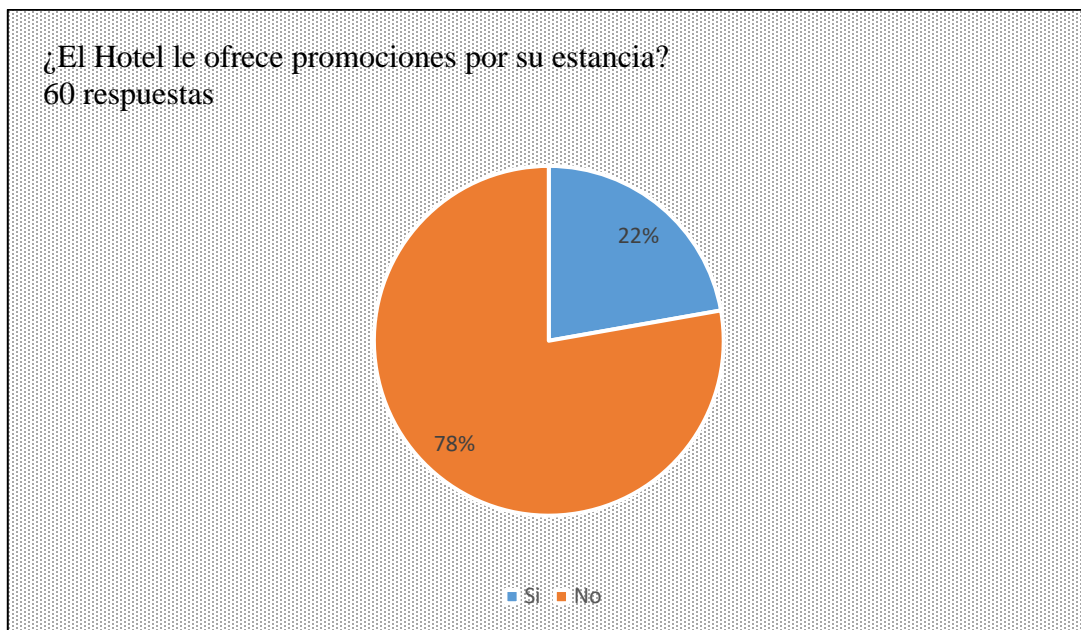


Gráfico 7 Google. (2021). *Pregunta 6*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 10

<b>Pregunta 6 ¿El Hotel le ofrece promociones por su estancia?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	13	22,00%
No	47	78,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 10 Bautista, J, (2022). *Pregunta 6, ¿El Hotel le ofrece promociones por su estancia?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

En la presente gráfica se observa que el 78,00% de los clientes no han recibido promociones por su estancia, siendo una debilidad por que esto permite que se eleve el margen de clientes en el Hotel.

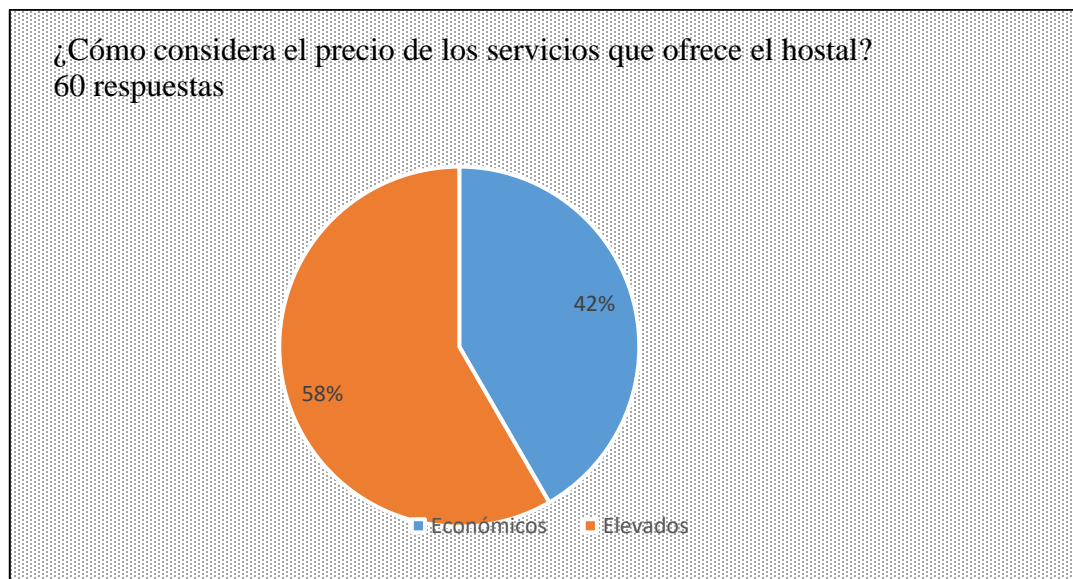


Gráfico 8 Google. (2021). *Pregunta 7*. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 11

<b>Pregunta 7 ¿Cómo considera el precio de los servicios que ofrece el hostel?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Económicos	25	42,00%
Elevados	35	58,00%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

Tabla 11 Bautista, J, (2022). *Pregunta 4, ¿Cómo considera el precio de los servicios que ofrece el hotel?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

Tras la gráfica realizada, se observa que el 58,00% de los clientes consideran que los precios del Hotel son elevados, a pesar de que el 42,00% los consideran económicos, permitiendo tener el conocimiento de cómo enfocar los precios hacia los clientes.

#### **4.4 Síntesis del capítulo**

En el presente capítulo se ha realizado el análisis de los antecedentes del Hotel dando la pauta para la realización del presente proyecto para beneficio de los propietarios del Hotel Pacayacu, que se enfoca en las necesidades que tienen los clientes que acuden al Hotel, ayudando a los propietarios a satisfacerlas, a la vez generando un aumento en los clientes.

Al tener que estar con restricciones por la pandemia, se opta por realizar las encuestas uno de los días donde se recibe más clientes, tras la realización de las encuestas se pudo identificar las necesidades que tienen estos al acudir o solicitar los servicios del Hospedaje.

Por último, se realizaron los gráficos y el análisis de las preguntas, llegado a la conclusión de la factibilidad del presente proyecto al obtener varias respuestas positivas dentro de las preguntas, demostrando que, a futuro con la implementación de nuevos servicios, mejorar las instalaciones y aumentar la parte administrativa se tendrá una mayor acogida y a la vez mejorar con el servicio que se dará a los clientes.

## CAPÍTULO V PROPUESTA

### 5.1 Tema

Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel “Pacayacu” ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

### 5.2 Datos informativos

- Beneficiarios: Kety Alfarina Cevallos Moreira E hijos Cristian Paul Morales Cevallos, José Pinargote Cevallos y Yadira Herrera Cevallos
- Ubicación: Provincia: Sucumbíos, Cantón: Lago Agrio, Parroquia: Pacayacu, Vía Tarapoa km 42.
- Tiempo estimado de ejecución: 20 días.
- Inicio: 27 de diciembre del 2022 Fin: 17 de enero del 2022

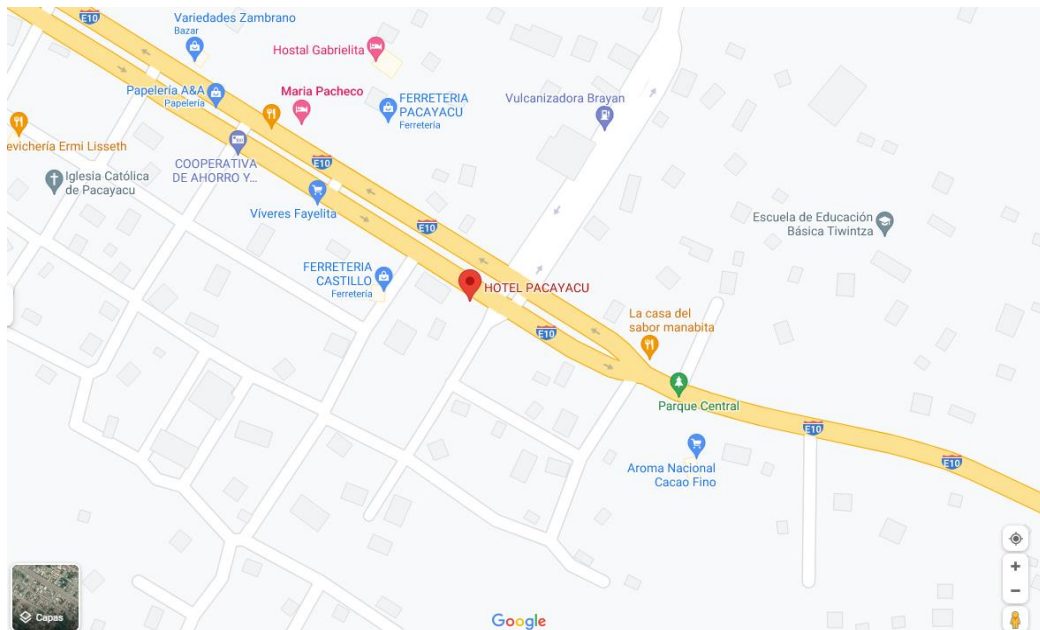


Ilustración 9 Google Earth. Vía Tarapoa km 42. [Ilustración]. Recuperado de:

<https://www.google.com/maps/place/>

- **Macro localización:** se encuentra ubicado en el cantón Lago Agrio.
- **Micro localización:** Parroquia Pacayacu, vía Tarapoa km 42 frente al jardín de infantes Modesto Chávez.

### **5.3 Antecedentes de la propuesta**

El bajo conocimiento sobre la importancia de realizar un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo en hoteles ha limitado el sostenimiento de varios de ellos, con la crisis actual que viene atravesando el mundo, la reinversión y mejora de las empresas ya no es una opción, si no que se convierte en una necesidad para lograr obtener resultados favorables. Es así que, implementar un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo se convierte en una herramienta valiosísima que permitirá la búsqueda de la innovación.

A raíz de la crisis sanitaria del COVID 19 el sector hotelero experimentó una disminución en los ingresos, siendo Lago Agrio una de las ciudades con mayor impacto especialmente en el sector hotelero, para poder determinar las alternativas de reactivación para este sector, hay que considerar el que este sector realice un mejoramiento interno estructural como administrativo a fin de poder garantizar servicios de calidad y que este sea una de las claves para atraer los clientes.

El Hotel Pacayacu a partir de la pandemia ha reducido considerablemente sus flujos de clientes, a partir del año 2022 se trata de reactivar el turismo esa misma reactivación permitirá que el Hotel pueda lograr posicionarse en el mercado local, pero para ello tiene que realizar un mejoramiento estructural y administrativo a fin de poder competir con la competencia.



## **5.4 Justificación**

Considerando las diversas problemáticas que el sector hotelero y particularmente el Hotel Pacayacu enfrenta bajo el mencionado estado de crisis sanitaria, resulta pertinente e importante desarrollar estrategias que contribuyan a la sostenibilidad y el crecimiento económico del negocio.

En la presente propuesta, se propone el diseño e implementación de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo que permita mejorar la atención al cliente, por medio de las oportunidades que actualmente ofrecen los diversos sistemas administrativos, de los cuales se debe analizar y seleccionar los que mayor ventaja representen para el Hotel.

Esto implica sensibilizar a los dueños del hotel sobre la comprensión y la importancia del diseño de un plan de mejoramiento, orientándolos hacia la parte estructural y administrativa para su implementación.

Con la puesta en marcha del plan de mejoramiento interno estructural y administrativo, se espera a corto plazo un crecimiento notable de los ingresos que fortalezca la continuidad del hotel generando su posicionamiento en el mercado, confiando en que estos resultados, incentiven en sus propietarios una apuesta a mediano y largo plazo dentro del avance administrativo, más allá de los alcances del presente proyecto académico.

## **5.5 Objetivos**

### **Objetivo General**

Implementar un Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo orientado al aumento de los ingresos en el Hotel Pacayacu.

## Objetivos Específicos

- Posicionar al Hotel Pacayacu en el mercado mediante una mejor atención.
- Dar a conocer al cliente los servicios y promociones que ofrece el hotel para incrementando sus ingresos.

## 5.6 Análisis de factibilidad

A continuación, se discriminan los puntos para el desarrollo del análisis de la factibilidad para la propuesta:

- **Viabilidad:** tras el análisis de las encuestas realizadas, se ha podido observar la aceptación del mercado hacia los servicios que ofrece el Hotel, esto permite identificar cuáles son las preferencias de los encuestados y el modo en que desean ver satisfechas sus necesidades a través de los productos y servicios que ofrece el hotel.

Otra clave dentro de la viabilidad de la propuesta es la disposición de los dueños al reconocer la importancia del tema del proyecto, permitiendo desarrollar el proyecto en el establecimiento.

Factores: dentro de la realización de la propuesta podemos observar tres tipos de factores.

- **Factor Económico:** tras la implementación de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo se busca levantar los ingresos del hotel, donde se buscará presentar los servicios que brinda el hotel al cliente, el cual podrá recibir un servicio de calidad a precios competitivos.
- **Factor Ambiental:** las actividades turísticas dependen del medio ambiente para la prestación de sus servicios, por eso este sector incluyendo el hotelero deben de dar cumplimiento a los instrumentos de política ambiental que tratan de regular y de disminuir su impacto en el entorno, dentro del hotel se toma muy en cuenta el impacto ambiental que se tiene en la actualidad, considerando la polución generada por el uso de empaques para los alimentos, por lo cual se decide usar envases y cajas hechas de materiales 100% biodegradables,

ayudando al medio ambiente, otra forma en la que se busca ayudar el medio ambiente es generar basura, es por eso que se opta por el uso de recipientes de colores que sirvan para reciclar la basura y desperdicios que se dan por la actividad misma del hotel, buscando tener un impacto positivo con el medio ambiente.

- **Factor Tecnológico:** con el uso de la parte tecnológica las aplicaciones para reservaciones, se han convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial hotelero, en este entorno, se han diversificado las formas en que los turistas y clientes interactúan con los servicios en línea, y la manera en que las agencias de viajes y tour operadores gestionan la información, en la industria turística los productos informáticos, de telecomunicaciones y el Internet se han complementado para facilitar información, reservaciones, mapas de las ciudades a visitarse, etc. Existen además aplicaciones de telefonía celular a través de las cuales se les brinda información importante a los usuarios y se facilitan reservaciones.

## **5.7 Metodología**

La metodología aplicada dentro de esta investigación es directa, ya que va directamente relacionado al negocio con puente a los clientes.

## **5.8 Propósito del plan**

El desarrollo de un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo para el Hostal Pacayacu tiene como finalidad aumentar los ingresos ofreciendo servicios de calidad, a la vez se busca el posicionamiento del Hotel dentro del mercado turístico con la finalidad de obtener una mayor acogida por parte de los clientes.

## **5.9 Misión del Hotel Pacayacu**

Ofrecer servicios hoteleros de excelencia, creando clientes leales y satisfechos que regresen al hotel por su calidad y servicio, ya que estos constituyen la clave del éxito. Preocupándonos por la valorización de nuestros empleados y beneficio de la sociedad.

## **5.10 Visión del Hotel Pacayacu**

En un plazo de cinco años, el Hotel Pacayacu será una empresa con sólido prestigio hotelero a nivel local y nacional, fomentando el desarrollo turístico de la Ciudad de Nueva Loja; ofreciendo servicios personalizados que permitan el bienestar de nuestros clientes. Siempre comprometidos a través de la mejora continua dentro de un marco de cultura y hospitalidad.

## **5.11 Matriz FODA**

Como se observa en el siguiente cuadro, la matriz de análisis de factores internos y externos FODA o DAFO como se la conoce, permite conocer cuál es la situación real en la que se encuentra el Hotel, a raíz de esto se procede a la realización de la presente propuesta, buscando cumplir la misión y visión que tiene el Hotel.

A continuación, se presentan los tipos de matrices que nos permitirán avanzar con la presente propuesta:

- Matriz de Niveles de impacto.
- Matriz de Temporalización.
- Matriz de Nudos Críticos
- Matriz de Análisis de Involucramiento.

<b>Matriz FODA del Hotel Pacayacu</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente ubicación del Hotel.</li> <li>• Precios competitivos.</li> <li>• El personal se encuentra comprometido en trabajar para brindar el mejor servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento turismo Interno</li> <li>• Avances tecnológicos (plataformas de reservas)</li> <li>• Incremento en hospedaje por regulación de feriados.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura física ha cumplido su ciclo de vida.</li> <li>• No posee publicidad en los medios de comunicación.</li> <li>• No posee una estructura administrativa definida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento índice de desempleo</li> <li>• Alta rivalidad entre competidores.</li> <li>• Servicios sustitutos a precios bajos.</li> </ul>

Tabla 12 Bautista, J. (2022). *Matriz FODA del Hotel Pacayacu*. Lago Agrio: s.ed.

<b>Matriz de Niveles de Impacto</b>					
<b>Problemas personales</b>		<b>Niveles de Impacto</b>			
<b>Debilidades</b>		<b>Muy Alto</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Baja</b>
<b>1</b>	Estructura física ha cumplido su ciclo de vida.		X		
<b>2</b>	No posee publicidad en los medios de comunicación.			X	
<b>3</b>	No posee una estructura administrativa definida.		X		
<b>Amenazas</b>					
<b>1</b>	Aumento índice de desempleo	X			
<b>2</b>	Alta rivalidad entre competidores.		X		
<b>3</b>	Servicios sustitutos a precios bajos.			X	

Tabla 13 Bautista, J. (2022). *Matriz de Niveles de Impacto*. Lago Agrio: s. ed.

<b>Matriz de Temporalidad</b>			
<b>Problemas personales</b>		<b>Tiempo de implementación</b>	
<b>Debilidades</b>		<b>Año 2022</b>	
		<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>
		<b>Abril</b>	
1	Estructura física ha cumplido su ciclo de vida.		X
2	No posee publicidad en los medios de comunicación.		X
3	No posee una estructura administrativa definida.	X	
<b>Amenazas</b>		<b>Año 2022</b>	
		<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>
		<b>Abril</b>	
1	Aumento índice de desempleo.	X	
2	Alta rivalidad entre competidores.		X
3	Servicios sustitutos a precios bajos.		X

Tabla 14 Bautista, J. (2022). *Matriz de Temporalidad*. Lago Agrio: s. ed.

<b>Matriz de nudos críticos</b>				
<b>Problemas</b>		<b>Causa</b>	<b>Consecuencia</b>	<b>Alternativa solución</b>
<b>Debilidades</b>				
1	Estructura física ha cumplido su ciclo de vida.	Clientes insatisfechos.	Baja concurrencia de clientes.	Remodelar la infraestructura del hotel, como recepción y habitaciones.
2	No posee publicidad en los medios de comunicación.	El hotel no es conocido por el sector turístico.	Descenso en el flujo de clientes.	Elaborar un plan publicitario digital para el hotel Pacayacu en la ciudad de Nueva Loja.

<b>3</b>	No posee una estructura administrativa definida.	Falta de servicios de calidad.	Baja de ingresos por el nivel de servicios.	Elaborar la Estructura organizativa y administrativa, para distribuir y estructurar el trabajo y cumplir con los objetivos del Hotel Pacayacu.
<b>Problemas</b>		<b>Causa</b>	<b>Consecuencia</b>	<b>Alternativa de solución</b>
<b>Amenazas</b>				
<b>1</b>	Aumento índice de desempleo	Poco circulante de dinero para el turismo.	Poca clientela por falta de dinero.	Buscar generar promociones de temporada.
<b>2</b>	Alta rivalidad entre competidores.	Reducción de clientela.	Baja el poder de negociación.	Tener un sistema de publicidad mediante un sistema digital el cual dé a conocer sus promociones en fechas festivas.
<b>3</b>	Servicios sustitutos a precios bajos.	Competencia en el sector.	Pérdida de clientela.	Establecer la marca dentro del mercado.

Tabla 1 Bautista, J. (2022). *Matriz de nudos críticos*. Lago Agrio: s. ed.

<b>Matriz de análisis de involucrados</b>					
<b>Problemas</b>		<b>Problemas</b>	<b>Interés</b>	<b>Personas</b>	<b>Mandatos y recursos</b>
<b>Debilidades</b>		<b>percibidos</b>		<b>o grupos</b>	
<b>1</b>	Estructura física ha cumplido su ciclo de vida.	No permite fidelizar a clientes e incursionar en nuevos mercados para captar clientes.	Ofrecer servicios de calidad.	Kety Alfarina Cevallos	Ofertar una nueva imagen del hotel con una estructura remodelada.
<b>2</b>	No posee publicidad en los medios de comunicación.	Falta de información al cliente.	Informar a los clientes sobre el servicio y su alcance.	Kety Alfarina Cevallos	Establecer dentro de la información en los medios digitales la oferta del Hotel.
<b>3</b>	No posee una estructura administrativa definida.	Bajo impulso de la oferta.	Ofrecer un mejor servicio a los clientes.	Kety Alfarina Cevallos	Diseñar e implementar una estructura administrativa sólida.
<b>Problemas</b>		<b>Problemas</b>	<b>Interés</b>	<b>Personas</b>	<b>Mandatos y recursos</b>
<b>Amenazas</b>		<b>percibidos</b>		<b>o grupos</b>	
<b>1</b>	Aumento índice de desempleo	Clientes poseen poco circulante de dinero.	Buscar métodos de venta en medio de la crisis.	Kety Alfarina Cevallos	Aplicación de promociones, como descuentos del 15% sobre el precio de la habitación a grupos, 20% de descuento a packs turísticos.
<b>2</b>	Alta rivalidad entre competidores.	Competencia desleal.	Tener en cuenta las ofertas de la competencia.	Kety Alfarina Cevallos	Ofrecer los servicios del Hotel mediante medios digitales como el Facebook.



<b>3</b>	Servicios sustitutos a precios bajos.	Una nueva competencia para el hotel dentro del sector.	Establecerse dentro del sector.	Kety Alfarina Cevallos	Posicionamiento de la marca dentro del mercado.
----------	---------------------------------------	--	---------------------------------	------------------------	---

Tabla 2 Bautista, J. (2022). *Matriz de análisis de involucrados*. Lago Agrio: s. ed.

### 5.11 Destinatarios

La presente propuesta tiene como destinatarios a los dueños del Hotel Pacayacu, ya que, tras la ejecución del plan de mejoramiento estructural y administrativo, se buscará incrementar la clientela del Hotel ofreciendo servicios de calidad.

### 5.12 Cuadro de actividades

Fecha	Denominación	Descripción	Contenidos	Evaluación
<b>17 de febrero</b>	Realización del FODA o DAFO.	Análisis sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el Hotel.	Este análisis se hará para tener una idea clara de cómo está interna y externamente el Hotel Pacayacu.	Desarrollo de una encuesta a los propietarios del Hotel Pacayacu.
<b>14 de marzo</b>	Diseño de la nueva imagen e implementación de nueva información.	Se revisarán los bocetos	Se determinarán los colores y el diseño de la	
<b>15 de marzo</b>		entregados por los diseñadores.	nueva imagen, incluyendo información sobre el hotel	
<b>16 de marzo</b>			y los servicios que ofrece.	

<b>16 de marzo</b>	Sesión fotográfica.	Realización de una sesión fotográfica a los servicios que presta el Hotel.	Se realizará una sesión fotográfica de los servicios que presta el Hotel.	Desarrollo de una encuesta a los propietarios
<b>17 de marzo</b>	Recepción de las fotografías editadas.	Se observó la edición de las fotografías.	Observación de los colores y brillo que presentan las fotografías.	
<b>19 de marzo</b>	Recepción del diseño de la página de Facebook.	Observación de las imágenes promocionando los servicios que se oferta.	La página de Facebook determinará una nueva imagen del Hotel	
<b>11 de abril</b>	Desarrollar una nueva imagen estructural.	Reestructurar la parte física del hotel	Remodelar la parte de recepción, remodelar las habitaciones, ofreciendo un cambio de camas, aire acondicionado y nuevos closets, lo cual será ejecutado por cuenta del propietario.	
<b>12 de abril</b>	Diseñar una nueva estructura administrativa.	Se determinarán las funciones de cada uno de los trabajadores del hotel.	Se realizará un manual de funciones para el Hotel.	

<b>13 de abril</b>	Presentar la nueva imagen del hotel en las redes sociales.	Se implementará una nueva imagen del hotel en redes sociales	Se implementará una nueva imagen que incluye nueva información sobre el hotel.	del Hotel Pacayacu.
<b>24 de abril</b>	Evaluación	Los propietarios de hoteles serán evaluados.	Se realizará una valoración de 4 preguntas en las que se observará el progreso del hotel tras la implantación de la propuesta	Desarrollo de una encuesta a los propietarios del Hotel Pacayacu.

Tabla 3 Bautista, J. (2022). *Cuadro de actividades*. Lago Agrio: s.ed.

### 5.13 Duración de la campaña

La implementación del plan de mejoramiento interno estructural y administrativo para el Hotel Pacayacu, se enfocará en aumentar sus ingresos por medio de una nueva imagen, tendrá un tiempo de 60 días para su aplicación, tomando inicio la aprobación del presente trabajo investigativo.

### 5.14 Recursos a emplear

#### Talento humano

- Estudiante: Jesica Bautista
- Director de trabajo de grado: MSc. Noemy Sandoval
- Encuestados:
  - 2 Propietarios
  - 2 copropietarios
- Otros:
  - Fotógrafo: Pablo Cazar
  - Diseñadora Gráfica: Mariela Rueda

## Presupuesto

<b>Materiales:</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Laptop</b>	1	1	520,00	520,00
<b>Fotógrafo</b>	1	1	200,00	200,00
<b>Diseñadora gráfica</b>	1	1	100,00	100,00
<b>Derecho de grado</b>	1	1	300,00	300,00
<b>Smart TV 35"</b>	1	4	430,00	1.720,00
<b>Closets</b>	1	4	260,00	1.040,00
<b>Mueble para recepción</b>	1	1	380,00	380,00
<b>Sillón de espera</b>	1	1	190,00	190,00
<b>Aire acondicionado</b>	1	4	210,00	840,00
<b>Total</b>	1	1	<b>2.590,00</b>	<b>5.290,00</b>

Tabla 18 Bautista, J. (2022). *Presupuesto*. Lago Agrio: s. ed.

## Evaluación del Plan de Plan de mejoramiento interno estructural y administrativo del hotel "Pacayacu"

\* Obligatorio

Dirección de correo electrónico \*

[kety1974cevallos@hotmail.com](mailto:kety1974cevallos@hotmail.com)

1 ¿Ha visto un aumento de clientes tras la implementación del Plan de mejoramiento?

2 ¿Ha notado un aumento evidente a partir de la reestructuración física de recepción y habitaciones dentro del plan de mejoramiento?

3 ¿Han aumentado las reservaciones en el Hotel a través de los canales digitales de la marca?

4 ¿Ha reconocido la importancia del plan de mejoramiento para el aumento de la competitividad de su Hotel?

Ilustración 10 Bautista, J. (2022). *Evaluación mediante encuesta virtual*. Lago Agrio.

## 5.16 Evaluación de la campaña

Para la evaluación de la presente campaña se realizará una encuesta de 4 preguntas a los propietarios y copropietarios del Hotel Pacayacu.

### 5.16.1 Presentación gráfica de resultados y análisis de resultados.

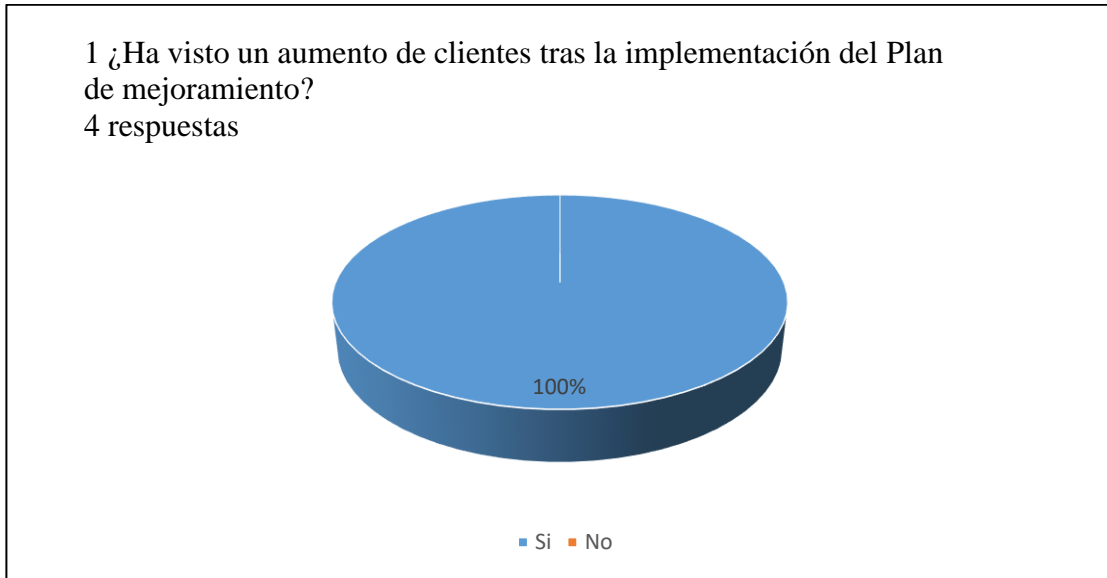


Gráfico 11 Google. (2022). Pregunta 1. <https://docs.google.com/>. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 19

<b>Pregunta 1 ¿Ha visto un aumento de clientes tras la implementación del Plan de mejoramiento?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	4	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	

Tabla 49 Bautista, J. (2022). Pregunta 1 *¿Ha visto un aumento de clientes tras la implementación del Plan de mejoramiento?* Lago Agrio: s. ed.

## Análisis de resultados

Dentro de la presente gráfica se observa que el 100% de los propietarios han notado un aumento de los clientes tras la implementación del Plan de mejoramiento, demostrando que las estrategias aplicadas han dado fruto dentro del Hotel.

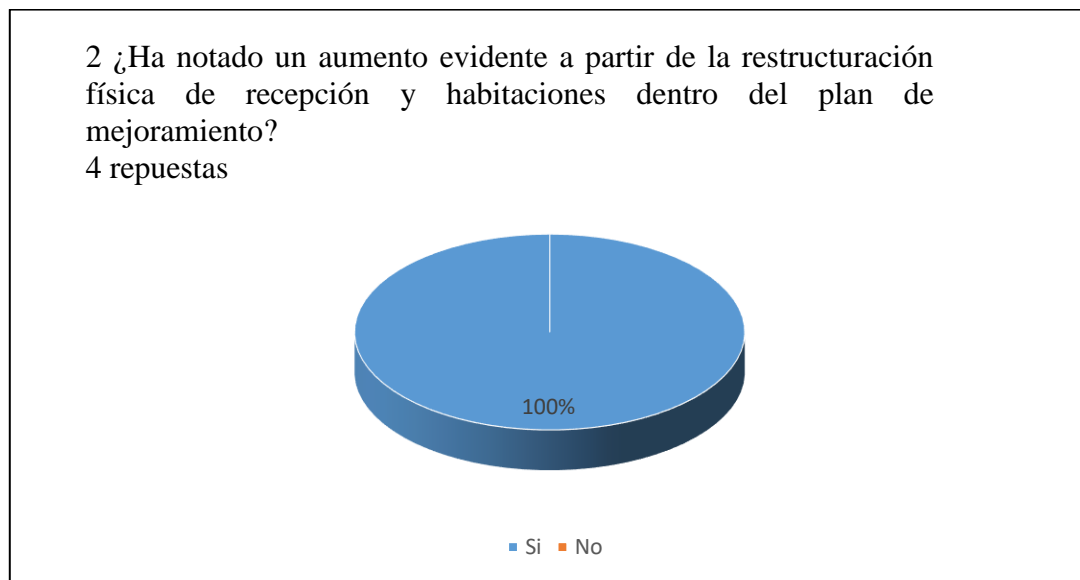


Gráfico 12 Google. (2021). Pregunta 2. <https://docs.google.com/>. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 20

<b>Pregunta 2 ¿Ha notado un aumento evidente a partir de la restructuración física de recepción y habitaciones dentro del plan de mejoramiento?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Sí	4	100
No	0	0
TOTAL	4	

Tabla 20 Bautista, J. (2022). Pregunta 2 *¿Ha notado un aumento evidente a partir de la restructuración física de recepción y habitaciones dentro del plan de mejoramiento?* Lago Agrio: s. ed.

## Análisis de resultados

Se puede apreciar en el gráfico que el 100% de los propietarios han notado un aumento evidente tras la restructuración de la recepción y habitaciones, demostrando que las estrategias aplicadas han sido positivas para el Hotel.

3 ¿Han aumentado las reservaciones en el Hotel a través de los canales digitales de la marca?

4 respuestas

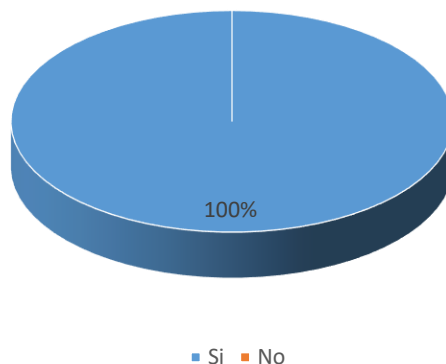


Gráfico 13 Google. (2021). Pregunta 3. <https://docs.google.com/>. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 21

<b>Pregunta 3 ¿Han aumentado las reservaciones en el Hotel a través de los canales digitales de la marca?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	4	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	

Tabla 21 Bautista, J. (2022). Pregunta 3 *¿Han aumentado las reservaciones en el Hotel a través de los canales digitales de la marca?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados.**

En el gráfico se observa que el 100% de los encuestados han observado un aumento de ventas por los canales digitales, tomando en cuenta que anteriormente el Hotel no tenía este tipo de servicio, permitiendo que el cliente pueda acceder a las reservaciones por medio digital.



4 ¿Ha reconocido la importancia del plan de mejoramiento para el aumento de la competitividad de su Hotel?  
4 respuestas

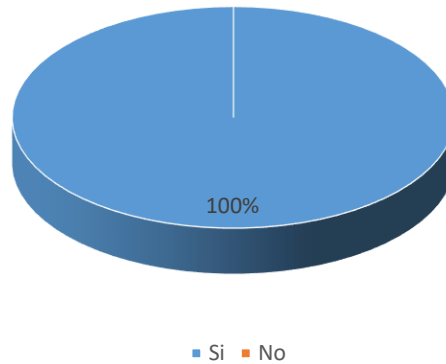


Gráfico 14 Google. (2021). Pregunta 4. <https://docs.google.com/>. Lago Agrio. s. ed.

Tabla 22

<b>Pregunta 4 ¿Ha reconocido la importancia del plan de mejoramiento para el aumento de la competitividad de su Hotel?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	4	100%
No	0	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	

Tabla 22 Bautista, J. (2022). Pregunta 4 *¿Ha reconocido la importancia del plan de mejoramiento para el aumento de la competitividad de su Hotel?* Lago Agrio: s. ed.

### **Análisis de resultados**

Dentro del presente gráfico se puede observar que el 100% de los encuestados han reconocido la importancia de haber implementado un plan de mejoramiento interno estructural y administrativo en el Hotel para poder crecer y entrar dentro del mercado.

### 5.17 Desarrollo del plan de mejoramiento

Estrategia	Modo de aplicar	Vigencia o periodo de prueba
<b>Posicionamiento de marca</b>	Dentro del sector se han dado muestras promocionando la oferta del Hotel Pacayacu.	Mes de febrero.
<b>Alianzas estratégicas</b>	Se ha realizado alianzas estratégicas con Henry Eco Tours y Mishi Yaku, las cuales permiten promocionar nuestros servicios.	Desde el mes de enero.
<b>Activaciones de marca</b>	Se realiza descuentos del 15% sobre el precio de la habitación a grupos, a fechas especiales como semana santa u otras festividades y 20% de descuento a packs turísticos, ya sea para aventureros, o temas románticos en los que se deje botellas, rosas y otros detalles en la habitación del huésped.	Todos los días del año.
<b>Low cost</b>	Se ofrecerá el servicio de transporte del hotel al terminal.	Desde el mes de febrero.
<b>Diversificación de mercado</b>	Se ha realizado una reestructuración estructural del hotel a fin de ofrecer un servicio más cómodo y eficiente.	Desde el mes de febrero del presente año.
<b>Medición de servicio</b>	Se realizará una evaluación al cliente, buscando conocer si el servicio brindado es satisfactorio, a la vez permitiendo conocer a los dueños en que aspectos deben mejorar.	Se lo realizara 3 veces durante el presente año.
<b>Penetración de mercado</b>	Se promocionará el Hotel en los medios digitales sobre los cambios realizados.	Todos los días del año
<b>Sesión fotográfica a los servicios del Hotel.</b>	Se realizará en un estudio fotográfico sobre los servicios que oferta el Hotel, para implementarlo en los diversos contenidos de las redes sociales, buscando atraer al cliente de una manera más sugestiva a los clientes.	Se lo realizará el 16 de marzo del presente año.

Tabla 23 Bautista, J. (2022). *Desarrollo del plan de mejoramiento*. Lago Agrio: s. ed.

- **Red social:**

- Facebook: se implementaron fotografías (de alta calidad) de los servicios que brinda el Hotel, introducción de datos con referencia al servicio que presta el establecimiento, de igual manera se subieron 1 video presentando la oferta que da el Hotel.

Tomando en cuenta que ahora todos usan los medios digitales, dentro de las redes sociales se busca promocionar el Hotel por este medio, presentando al cliente los servicios que el Hotel presenta, a la vez se buscara generar reservaciones por internet.



Ilustración 15 Bautista, J. (2022). *Página de Facebook*. Lago Agrio: s. ed.

✚ Manual de funciones: este documento permitirá cumplir las normas y tareas que deben realizar todos quienes conforman el hotel y que actividades desarrollan específicas.

- **Realización del manual de funciones:** Para poder crear una estructura definida en el Hotel se plantea realizar un manual de funciones que le permita definir las funciones y tareas a realizar por cada uno de los integrantes del Hotel.


<b>MANUAL DE FUNCIONES HOTEL PACAYACU</b>	
<b>NIVEL:</b>	EJECUTIVO
<b>PUESTO:</b>	ADMINISTRADOR
<b>REQUISITOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Profesional o Tecnólogo en Administración
<b>EXPERIENCIA:</b>	Dos años en funciones similares
<b>CAPACITACIÓN:</b>	Relaciones Humanas, Hotelería y Turismo
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Ser el representante legal del Hotel, en lo jurídico y extrajurídico	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades del Hotel.</li> <li>• Celebrar los contratos del personal</li> <li>• Velar por la correcta administración del Hotel</li> <li>• Celebrar todas las operaciones comprendidas en el objeto de la entidad.</li> </ul>	

Tabla 24 Bautista, J. (2022). *Manual de Funciones Administrador*. Lago Agrio: s. ed


<b>MANUAL DE FUNCIONES HOTEL PACAYACU</b>	
<b>NIVEL:</b>	AUXILIAR
<b>PUESTO:</b>	SECRETARIA
<b>REQUISITOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Secretariado
<b>EXPERIENCIA:</b>	Un año en funciones similares
<b>CAPACITACIÓN:</b>	Relaciones Humanas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Atención al cliente	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender el teléfono</li> <li>• Responder las inquietudes de los clientes en las plataformas virtuales</li> <li>• Recibir las visitas</li> <li>• Archivar documentos</li> <li>• Coordinar los pagos y cobros</li> <li>• Realizar el apoyo administrativo del administrador del Hotel.</li> <li>• Llevar el registro de ingresos y egresos</li> <li>• Las demás que le designen</li> </ul>	

Tabla 25 Bautista, J. (2022). *Manual de Funciones secretaria*. Lago Agrio: s. ed


<b>MANUAL DE FUNCIONES HOTEL PACAYACU</b>	
<b>NIVEL:</b>	OPERATIVO
<b>PUESTO:</b>	CONTADORA
<b>REQUISITOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Contadora Pública Auditora
<b>EXPERIENCIA:</b>	Un año en funciones similares
<b>CAPACITACIÓN:</b>	Contabilidad de Costos
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Llevar la contabilidad del Hotel	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro mensual de documentos y compras</li> <li>• Preparar los balances de pérdidas y ganancias</li> <li>• Realizar los pagos a los empleados</li> <li>• Codificar las cuentas de acuerdo con la información y a los lineamientos establecidos</li> <li>• Elaborar los informes periódicos de las actividades del Hotel</li> <li>• Las demás que le designen</li> </ul>	

Tabla 26 Bautista, J. (2022). *Manual de Funciones Contadora*. Lago Agrio: s. ed


<b>MANUAL DE FUNCIONES HOTEL PACAYACU</b>	
<b>NIVEL:</b>	OPERATIVO
<b>PUESTO:</b>	RECEPCIONISTA
<b>REQUISITOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Estudios de Hotelería y Turismo
<b>EXPERIENCIA:</b>	Un año en funciones similares
<b>CAPACITACIÓN:</b>	Relaciones Humanas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Realizar las labores de ingreso y egreso de los clientes	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar <i>check in</i> y <i>check out</i> de los clientes</li> <li>• Ofrecer información turística a los clientes</li> <li>• Promover las instalaciones y servicios del Hotel</li> <li>• Incidencias quejas y reclamos</li> <li>• Sostener una conversación con el huésped</li> <li>• Registro y control de ingresos y salidas del huésped</li> <li>• Mantener una fluida conversación con los clientes</li> <li>• Las demás que le designen</li> </ul>	

Tabla 27 Bautista, J. (2022). *Manual de Funciones Recepcionista*. Lago Agrio: s. ed


<b>MANUAL DE FUNCIONES HOTEL PACAYACU</b>	
<b>NIVEL:</b>	OPERATIVO
<b>PUESTO:</b>	MUCAMA
<b>REQUISITOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Relaciones Humanas
<b>EXPERIENCIA:</b>	Un año en funciones similares
<b>CAPACITACIÓN:</b>	Relaciones Humanas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Realizar las labores de limpieza y arreglo	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar y asear las habitaciones</li> <li>• Dejar las habitaciones en buen estado</li> <li>• Limpiar los pasillos y demás del hotel</li> <li>• Anotar en su reporte el estado de la habitación</li> <li>• Colocar los suministros en las habitaciones</li> <li>• Llevar la ropa, sábanas, cobertores y más a lavar</li> <li>• Las demás que le designen</li> </ul>	

Tabla 28 Bautista, J. (2022). *Manual de Funciones Mucama*. Lago Agrio: s. ed



## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 CONCLUSIONES**

Con el trabajo de investigación finalizado, se presentan las siguientes conclusiones:

- El diseño de una propuesta de mejoramiento interno estructural y administrativo comienza a partir de una idea, la cual debe ser conceptualizada y desarrollada para representar íntegramente los valores que la empresa, en este caso el estudio gráfico, desea transmitir a sus clientes, también un punto clave para desarrollarla es analizar a la clientela, y tratar de ofrecer un servicio de calidad.
- No existe una adecuada infraestructura física del hotel ya que la existente ha cumplido su ciclo de vida.
- Es primordial conocer todas las características de los clientes del hotel Pacayacu como, cuáles son sus necesidades y cuanto están dispuestos a pagar por ello, en base a esto se desarrollan planes que cumplan con sus requerimientos.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Es importante que se realicen cambios significativos en la parte estructural, como la recepción, equipamiento de habitaciones como televisión, aire acondicionado y closets.
- Siempre es importante realizar un pequeño estudio de mercado, para de esta manera poder obtener la información necesaria que ayude tanto en la segmentación, y así el producto o servicio sea dado a conocer de una mejor manera.
- Realizar una reestructuración de la infraestructura física del hotel a fin de ofrecer un mejor servicio a los clientes.
- Proponer a los dueños del Hotel Pacayacu poner en práctica la presente propuesta de mejoramiento estructural y administrativa.

## 7. REFERENCIAS

- Aguilar, M. (2012). *Propuesta para el manejo de hoteles*. México: San Juan.
- Best, R. J. (2007). *Marketing Estratégico*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- D'Alessio, I. (2008). *El proceso estratégico: un enfoque de gerencia*. Primera edición. Editorial Pearson. México.
- Esteban, Á. (2008). *Principios del Marketing*. México: Pearson.
- Fischer, L., & C, J. A. (2010). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- Hoyos Ballesteros R. (2013). *Plan de marketing, diseño, implementación y control*. ECOE ediciones. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá, Colombia
- Maya, J. A. (2010). *Hotel sus beneficios y características*. Caracas: Bonilla.
- MÍGUEZ Mónica; GONZALEZ Domínguez; BASTOS Ana. “*Conocimiento del Producto. Su presentación al Cliente*”. Editorial Vértice. España 2008
- Molina, R. (2011). *Hotelería y Turismo*. Caracas: Bonilla.
- Porter M. (1982). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Trigésima octava reimpresión. Grupo editorial Patria. México D.F., México.
- Vera C. (2019). INEC. *Índice de precios al consumidor. Estadísticas económicas*. Quito, Ecuador.
- Vicuña J.M. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Cuarta edición. Editorial HESIC. Madrid, España.
- VIDAL A. Elizabeth. “*Diagnóstico Organizacional*” *Evaluación Sistemática del desempeño empresarial en la era digital*. ECOE Ediciones. Segunda Edición. Bogotá 2004
- Zamarreño Gorka. (2014). *Logística y operaciones en e-commerce*. Primera edición. Editorial Elearning S.L. España.
- Zambrano A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control, de la gestión pública*. Universidad Católica Andrés Bello. Primera edición. Editorial Texto, CA. Caracas, Venezuela.

## 8. ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### MODELO DE ENCUESTA

**Pregunta 1 ¿Cree que la calidad de los servicios que el Hotel Pacayacu ofrece es?**

Muy Buenos	(    )
Buenos	(    )
Malos	(    )

**Pregunta 2 ¿Considera que el portafolio de servicios que le ofrece el Hotel, cubre sus necesidades?**

Si	(    )
No	(    )

**Pregunta 3 ¿El personal que atiende en el Hotel es el suficiente para cubrir sus necesidades?**

Si	(    )
No	(    )

**Pregunta 4 ¿Las instalaciones del Hotel Pacayacu son adecuadas para prestar el servicio?**

Si	(    )
No	(    )

**Pregunta 5 ¿Por qué medio conoció el hotel?**

Referencias	(    )
Redes sociales	(    )
Volantes	(    )
Prensa	(    )

**Pregunta 6 ¿El Hotel le ofrece promociones por su estancia?**

Si	(    )
No	(    )

**Pregunta 7 ¿Cómo considera el precio de los servicios que ofrece el hostel?**

Económicos	(    )
Elevados	(    )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**ANEXO N° 2**  
**FOTOGRAFÍAS**  
**ANTES**



**DESPUÉS**



**ANTES**



**DESPUÉS**



**ANTES**



**DESPUÉS**



**ANTES**



**DESPUÉS**





**ANTES**



**DESPUÉS**



## FOTOGRAFÍAS ENCUESTAS

