



**INFORME PASANTÍA INTERNACIONAL  
LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN EL  
ÁREA DE RESERVAS Y RECEPCIÓN**

**PROPONENTE**

**JAEL VANESSA SALTOS BUITRÓN**

**QUITO-ECUADOR**

**ABRIL, 2014**

# **ESCUELA DE HOTELERÍA**

## **LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN EL ÀREA DE RESERVAS Y RECEPCIÓN**

**Trabajo de grado para la obtención del Título Profesional de Ingeniera  
en Hotelería.**

**PROPONENTE**

**Jael VANESSA SALTOS BUITRÓN**

**TUTORA**

**ING. MARÍA FERNANDA CHÁVEZ**

**QUITO-ECUADOR**

**ABRIL, 2014**

# LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN EL ÀREA DE RESERVAS Y RECEPCIÓN

PROPONENTE  
Jael VANESSA SALTOS BUITRÓN

APROBADO POR:

FIRMA: \_\_\_\_\_  
Nombre Asesora

FIRMA: \_\_\_\_\_  
Magister Diana Balladares

FIRMA: \_\_\_\_\_  
Nombre lectora o lector 1

FIRMA: \_\_\_\_\_  
María de Lourdes Jarrín

FIRMA: \_\_\_\_\_  
Nombre lectora o lector 2

## AGRADECIMIENTO

Mediante este trabajo quiero dar las gracias y mi gratitud infinita a las personas que han hecho posible el poder cumplir mis metas, a mis padres por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida y mi carrera, por enseñarme que con esfuerzo, constancia y amor se pueden cumplir los sueños que uno se proponga, agradezco la dedicación con la que me educaron para hacerme una persona de bien y demostrarme que no existe mayor miedo que el que no se vence. Con cada logro obtenido me he dado cuenta que el querer es poder y que todo sacrificio valió la pena, llevándome a culminar una etapa más en mi vida profesional. Doy las gracias también a mi hermano quien ha sido más que un apoyo un amigo, ha estado conmigo siempre y me ha ayudado a levantar en momentos duros, con su ejemplo me ha demostrado que no siempre se gana una carrera, pero el sentimiento de haber llegado a la meta nos hace sentir ganadores. Agradezco a Dios por todas sus bendiciones y por la fuerza que me ha dado para seguir paso a paso y culminar mi objetivo.

Quiero agradecer a todos mis maestros por inculcarme sus conocimientos durante estos años, de manera especial a mi tutora María Fernanda Chávez por la ayuda brindada para poder terminar esta última etapa.

Jael Saltos B.

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, a mi hermano y a todos quienes han estado a mi lado apoyándome durante todo este tiempo, dándome siempre ánimo para no rendirme nunca ante ninguna adversidad, y por demostrarme que aún en las peores circunstancias puedo contar con ellos.

Jael Saltos B.

## RESUMEN EJECUTIVO

La elaboración de esta propuesta se basa en el análisis realizado al departamento de reservas y recepción del hotel Pegasus ubicado en la isla de Key West Florida en el extremo sur de Estados Unidos, el propósito de dicho análisis fue para ver de cerca las fortalezas con las que cuenta el hotel, sus debilidades y cómo formar estrategias que ayuden al mejoramiento de los procesos obteniendo mejores resultados. Una vez que se finalizó dicho análisis se llegó a la conclusión de proponer la elaboración de un manual de procedimientos para el departamento de Reservas y Recepción, esto ayudaría mucho tanto a la gerencia como a los empleados, puesto que el trabajo se facilitaría, ayudando a la persona de recepción a ganar confianza por la agilidad con la que se haría su labor, la gerencia se sentiría más conforme en cuanto a los resultados y la atención al cliente sería mucho mejor. También se observó que el hotel Pegasus no tiene una filosofía empresarial establecida, lo cual formó parte de la propuesta ya que el tener una misión, visión y objetivos planteados ayudan a una organización a saber en qué dirección está encaminada, cuáles son los servicios exactos que va a brindar y cómo se ve desarrollada en un futuro. Durante toda la estadía se pudo recopilar información tanto del país, como de la isla en donde se ubica el hotel, y se pudo aprender acerca de sus diferentes costumbres, gastronomía, su gente, la diversidad de naciones que han llegado a establecerse en un país tan grande como lo es Estados Unidos. La razón por la cual se eligió hacer la pasantía en este país, fue por la cantidad de turistas con que cuenta, en especial la isla de Key West cuya atracción por la gente llama mucho la atención en el sentido en que es mayor la cantidad de turista nacional el que visita dicha isla que turista extranjero.

## ÍNDICE

|        |                                  |    |
|--------|----------------------------------|----|
|        | <b>CAPÍTULO I ESTADOS UNIDOS</b> |    |
|        | Estados Unidos                   |    |
| 1.1    | Antecedentes                     | 1  |
| 1.2    | Geografía General                | 2  |
| 1.2.1  | Límites                          | 2  |
| 1.2.2  | División Geográfica              | 2  |
| 1.3    | Población                        | 3  |
| 1.4    | Clima                            | 3  |
| 1.5    | Cultura                          | 3  |
| 1.6    | Gastronomía                      | 4  |
| 1.7    | Religión                         | 5  |
| 1.8    | Economía                         | 5  |
| 1.9    | Turismo                          | 7  |
| 1.10   | Gobierno                         | 9  |
| 1.11   | Moneda                           | 10 |
| 1.12   | Florida                          | 11 |
| 1.12.1 | Población                        | 11 |
| 1.12.2 | Clima                            | 11 |
| 1.12.3 | Economía                         | 12 |
| 1.12.4 | Turismo                          | 12 |
| 1.13   | Key West                         | 13 |
| 1.13.1 | Historia                         | 13 |
| 1.13.2 | Población                        | 15 |
| 1.13.3 | Clima                            | 15 |
| 1.13.4 | Ubicación                        | 15 |
| 1.13.5 | Turismo                          | 17 |
| 1.13.6 | Festividades                     | 19 |
|        | <b>CAPÍTULO II HOTEL PEGASUS</b> |    |
| 2.1    | Hotel Pegasus                    | 22 |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 2.2  | Descripción General   | 23 |
| 2.3  | Organigrama   | 24 |
| 2.4  | Funciones Departamentales   | 24 |
| 2.4.1  | Gerente General   | 24 |
| 2.4.2  | Departamento de Reservas y Recepción  | 25 |
| 2.4.3  | Departamento de Mantenimiento   | 27 |
| 2.4.4  | Departamento de Housekeeping  | 27 |
| 2.5  | Análisis FODA   | 28 |
| 2.5.1  | Análisis estrategia de ofensa   | 31 |
| 2.5.2  | Análisis estrategia de defensa  | 33 |
| CAPÍTULO III PROPUESTA DE LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN EL ÀREA DE RESERVAS Y RECEPCIÓN |   |    |
| 3.1  | Objetivo General  | 34 |
| 3.2  | Objetivos Específicos   | 34 |
| 3.3  | Propuesta   | 35 |
| 3.4  | Filosofía Corporativa   | 35 |
| 3.4.1  | Misión  | 36 |
| 3.4.2  | Visión  | 36 |
| 3.4.3  | Valores Corporativos  | 36 |
| 3.5  | Levantamiento de procesos y elaboración del manual de procedimientos en el departamento de reservas y recepción | 37 |
| 3.5.1  | Introducción  | 37 |
| 3.5.1.1  | Funciones principales para los integrantes del departamento de reservas y recepción                             | 38 |
| 3.5.1.2  | Perfil del agente de reservas y recepcionista   | 38 |
| 3.5.1.3  | Políticas en el departamento de reservas y recepción  | 41 |
| 3.5.1.4  | Procedimientos a seguir en el área de reservas y recepción  | 43 |
| 3.5.1.4.1  | Turno de la mañana  | 44 |



|           |                            |    |
|-----------|----------------------------|----|
| 3.5.1.4.2 | Turno de la tarde          | 60 |
| 3.5.1.4.3 | Turno de la noche          | 65 |
| 3.6       | Análisis Costo - Beneficio | 66 |
| 3.7       | Conclusiones               | 69 |
| 3.8       | Recomendaciones            | 71 |
|           | Anexos                     | 73 |

## ÍNDICE DE CUADROS, DIAGRAMAS, FOTOS MAPAS, ORGANIGRAMA Y TABLAS

|                       |   |    |
|-----------------------|---|----|
|                       |   |    |
| Cuadro N.1            | Matriz FODA   | 31 |
| Cuadro N.2            | Evaluación de relación entre Fortalezas y Oportunidades | 32 |
| Cuadro N.3            | Evaluación de relación entre Amenazas y Debilidades     | 34 |
| Cuadro N.4            | Horarios de turnos                                      | 45 |
| Cuadro N.5            | Libro de novedades                                      | 47 |
| Cuadro N.6            | Formato de reservaciones (slip de reservas)             | 60 |
| Cuadro N.7            | Propuesta de formato para cierre de caja                | 62 |
| Cuadro N.8            | Ventas Hotel Pegasus                                    | 66 |
| Cuadro N.9            | Costo - Beneficio                                       | 67 |
| Diagrama de flujo N.1 | Elaboración del informe de ventas                       | 49 |
| Diagrama de flujo N.2 | Propuesta de elaboración del Informe de ventas          | 50 |
| Diagrama de flujo N.3 | Proceso de check in con el cliente                      | 53 |
| Diagrama de flujo N.4 | Proceso de check in de grupos                           | 54 |
| Diagrama de flujo N.5 | Propuesta para check in de grupos                       | 55 |
| Diagrama de flujo N.6 | Cargo de tarjeta por NO SHOW                            | 59 |
| Diagrama de flujo N.7 | Cuadre y cierre de caja chica                           | 63 |
| Diagrama de flujo N.8 | Propuesta de cuadre y cierre de caja chica              | 64 |
| Foto N.1              | Puesta del sol (Mallory Square)                         | 18 |

|                 |  |    |
|-----------------|--|----|
| Foto N.2        | Acróbata (Mallory Square)                        | 18 |
| Foto N.3        | Poker Run  | 20 |
| Foto N.4        | Motocicleta Harley Davidson                      | 20 |
| Foto N.5        | Fantasy Fest                                     | 21 |
| Foto N.6        | Fantasy Fest                                     | 21 |
| Mapa N.1        | Los Cayos  | 16 |
| Mapa N.2        | Key West   | 17 |
| Organigrama N.1 | División por departamentos                       | 24 |
| Tabla N. 1      | Repartición de la actividad económica por sector | 6  |
| Tabla N. 2      | Libro de reservas                                | 51 |
| Tabla N. 3      | Formato digital para reservas                    | 52 |

# **CAPÍTULO I**

## **ESTADOS UNIDOS**

### **1.1 Antecedentes**

Estados Unidos<sup>1</sup> es el segundo país más grande de América del Norte, después de Canadá, hablando de extensión territorial, puesto que tiene más de 9.363.520 de kilómetros cuadrados, mientras que Canadá tiene más de 10 millones de kilómetros cuadrados.

Este país está conformado por 50 estados y el Distrito Federal de Columbia en donde se encuentra la ciudad de Washington DC, la misma que es capital federal. Todos los estados se encuentran ubicados en el continente de Norte América a excepción de Hawái que está ubicado en Oceanía.

El 4 de Julio<sup>2</sup> se celebra el día de la independencia de Estados Unidos, pues en el año de 1776, cuando 13 colonias decidieron no pertenecer más a la corona inglesa, para lo cual se firmó un acta de independencia elaborada por Thomas Jefferson, donde se decretaba la libertad humana y el nacimiento de una nueva nación. Las 13 colonias fueron: New Hampshire, Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, New York, New Jersey, Pensilvania, Maryland, Delaware, Virginia, North Carolina, South Carolina y Georgia, las cuales no estaban de acuerdo en ser explotadas por un país extranjero, ya que para esos años Inglaterra atravesaba por crisis económicas perjudicando a estas colonias a través de

<sup>1</sup> Fuente: <http://www.caribeinsider.com/es/geografia/104>

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.historiacultural.com/2010/11/independencia-de-estados-unidos.html>

nuevos impuestos que se comenzaron a cobrar. Pero no fue sino hasta el año de 1787 en que se creó una República Federal, nombrando a George Washington como el primer presidente y unificando a toda una nación como los Estados Unidos de América.

## **1.2 Geografía general**

### **1.2.1 Límites**

Sus límites<sup>3</sup> son: al norte Canadá, al sur México, el Golfo de México y el océano Atlántico, al este con el océano Atlántico y al oeste con el Pacífico. Tiene una extensión territorial<sup>4</sup> de 9,826,675 kilómetros cuadrados en total, contando sus lagos.

### **1.2.2 División geográfica**

Estados Unidos se encuentra dividido<sup>5</sup> en 50 estados y un distrito general; 48 contiguos en América del Norte, dos creados y agregados en el año de 1959, los cuales son Alaska en el noreste y las islas Hawái en el Océano Pacífico. La ciudad más grande dentro del país es Nueva York con una extensión de 17,400 km<sup>2</sup>. Además de ser una de las ciudades más pobladas junto con San Francisco, Chicago y Miami.

<sup>3</sup> Fuente: <http://neuroc99.sld.cu/usa.htm>

<sup>4</sup> Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

<sup>5</sup> Fuente: <http://www.caribeinsider.com/es/geografia/104>

### **1.3 Población**

Basándose en los resultados del último censo<sup>6</sup> realizado en el año 2012, el Banco Mundial indica que Estados Unidos tiene una población de 313.914.040 millones de habitantes.

### **1.4 Clima**

Al ser un país extenso, el clima<sup>7</sup> de Estados Unidos varía según sus sectores. Este generalmente es templado, pero tropical en Hawái y Florida; en Alaska es ártico, es decir helado; semiárido en las grandes llanuras al oeste del río Mississippi y árido en la Gran Cuenca del sudoeste. Las bajas temperaturas que se presentan en el noreste se mejoran en ocasiones en los meses de enero y febrero debido a los cálidos vientos de las laderas orientales de las Montañas Rocosas.

### **1.5 Cultura**

Al ser Estados Unidos un país tan grande, la diversidad cultural<sup>8</sup> es muy amplia; esto se debe a la cantidad de extranjeros que viven en este país, y también a las diferentes razas que ingresaron en tiempos de las colonizaciones, como ejemplo se tiene la raza afroamericana. El permanente ingreso de gente de otros países, ha permitido el asentamiento de comunidades. Una de las más extensas es la comunidad latina, la cual acoge a gente de Cuba, México y muchos otros países latinoamericanos.

<sup>6</sup> Fuente: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

<sup>7</sup> Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

<sup>8</sup> Fuente: <http://www.lifexpandusa.com/index.php/es/vivir-en-estados-unidos/16-vivir-en-usa>

Todo esto hace que Estados Unidos sea un país multicultural y lleno de diferentes costumbres.

## **1.6 Gastronomía**

La gastronomía estadounidense<sup>9</sup> es muy variada debido a las diferentes costumbres y la variedad de gente de otros países que se asentaron en este territorio. Se considera que la comida tradicional de Estados Unidos es la originaria de los indios nativos, puesto que a lo largo de los años cada país trajo consigo costumbres diferentes, por lo tanto su comida se fue fusionando dándole un toque americano, lo cual hizo que se la considere comida estadounidense. Dentro de la gastronomía nativa se puede encontrar el pavo, el cual es muy común para el día de acción de gracias, el maíz, las habas, papas, el girasol, pimientos y diversas variedades de pepino. Actualmente se conoce la comida rápida como algo típico en Estados Unidos, sin embargo platos como las hamburguesas y los hot dogs tienen su origen en Alemania, ya que muchos inmigrantes llegaron a territorio americano con su propia cultura. Con el paso del tiempo se han ido creando diferentes platos que actualmente son considerados típicos de este país como son: el pollo frito, costillas en salsa barbacoa, cole slaw (una ensalada muy famosa a base de repollo verde, zanahoria y aderezo), el pie de cereza que es muy típico en las celebraciones del 4 de julio.

Muchos estados también han ido adaptando su comida dependiendo de la abundancia de ingredientes que tengan, por ejemplo en el estado de Florida los cocodrilos forman ya parte de su gastronomía, en California se preparan las tartas de pasas debido a su gran variedad. Es así que la gastronomía en Estados Unidos es muy diversa, pero su característica principal es el ser muy sencilla.

<sup>9</sup> Fuente: <http://turismo.org/gastronomia-de-estados-unidos/>

## **1.7 Religión**

Estados Unidos, además de ser un país con una gran variedad de culturas por la diversidad de habitantes que tiene, es también un país sin una religión<sup>10</sup> preestablecida, a diferencia de muchos otros países puede decirse que la religión católica es la predominante. Esto último se debe a que fueron colonizados por españoles quienes tienen como dogma el catolicismo y por ello se realizaban muchas persecuciones a la gente, ya que no siempre tenían las mismas creencias, por lo tanto eran considerados herejes y debían ser castigados. Sin embargo esto no se dio en Estados Unidos debido a las colonizaciones de varias naciones lo cual hizo que sus religiones sean muy diferentes. Dentro de las religiones que se pueden encontrar en este país, están el judaísmo, el budismo, islam, el catolicismo, el cristianismo y también la gente hereje. Las únicas celebraciones religiosas que se realizan en este país son el Día de acción de gracias y la Navidad, las cuales son consideradas fiestas de reunión familiar en todo el país.

## **1.8 Economía**

Al hablar de la economía estadounidense<sup>11</sup> se establece que es la más importante y potente a nivel mundial, sin embargo esto no ha sido excepción para sufrir crisis financieras como la que se dio en el año 2009, la cual se originó en este país debido al alza de los precios de la materia prima, la crisis alimentaria y energética trayendo consigo muchos problemas

<sup>10</sup> Fuente: <http://culturasreligionescreencias.blogspot.com/2012/03/historia-cultura-religio-estados-unidos.html>

<sup>11</sup> Fuente: <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/estados-unidos/economia>



que hicieron que Estados Unidos tuviese una contracción (representación de una disminución en la actividad económica) económica del 2,6% en el año 2009. Sin embargo gracias al plan de estímulo fiscal que permitió el incremento del consumo de los hogares, la economía estadounidense logró levantarse para el año 2010, pero no ha logrado hacerlo del todo. Esta crisis ha traído consigo un alto nivel de desempleo, el mismo que presenta rasgos de disminución descendiendo a un 8% para el año 2012.

Dentro de uno de los principales sectores económicos de Estados Unidos, se puede encontrar el sector agrícola, considerado el más alto nivel en el mundo, caracterizado por el uso de las más modernas tecnologías. Además y por otra parte su sector industrial representa casi la cuarta parte del Producto Nacional Bruto (PNB), el mismo que incluye diferentes actividades como son la fabricación de maquinaria, tanto eléctrica como electrónica, sector agroalimentario, fabricación de químicos. Adicionalmente, Estados Unidos es un líder mundial en el sector aeroespacial. La abundancia que este país tiene en recursos naturales, le ha permitido de la misma manera ser líder mundial en la producción de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, siendo también el tercer productor mundial de petróleo.

Tabla N.1 Repartición de la actividad económica por sector

| <b>Repartición de la actividad económica por sector</b> | <b>Agricultura</b> | <b>Industria</b> | <b>Servicios (Turismo)</b> |
|---|--------------------|------------------|----------------------------|
| Empleo por sector (en % del empleo total)               | 1,6                | 16,7             | 81,2                       |
| Valor añadido (en % del PIB)                            | 1,2                | 2,0              | 78,8                       |
| Valor añadido (crecimiento anual en %)                  | -3,6               | 6,1              | 2,4                        |

Fuente: World Bank – (últimos datos disponibles 17/09/13)

## **1.9 Turismo**

Estados Unidos es un país con una gran variedad de destinos turísticos<sup>12</sup>. Existen varias ciudades en las cuales los turistas pueden disfrutar de fiestas y diversión, por otro lado también están las ciudades tranquilas para aquellos que desean retirarse a descansar. Además de ser un país muy turístico, también es uno de los mayores centros para los negocios a nivel mundial. Se tiene como ejemplo en primer lugar la ciudad de Nueva York, la misma que encabeza la lista de las 10 ciudades<sup>13</sup> más visitadas de todo el país, a pesar de ser conocida como una de las más costosas para vivir. El salario básico de una persona en este estado es de \$7,25 por hora, trabajando 40 horas semanales, lo cual le da un ingreso de aproximadamente \$1160 mensualmente. Sin embargo esto no es suficiente para que una persona pueda vivir bien en esta ciudad, ya que el costo de vida es alto, el arriendo de una vivienda esta aproximadamente en \$3900 sin contar la alimentación y el estudio, por esta razón mucha gente ha optado por ir a vivir en sectores no tan cercanos del centro. Algo que también la hace muy cotizada para el turismo es la variedad de restaurantes cuyos chefs tienen fama a nivel mundial.

Como segundo lugar se encuentra la ciudad de Los Ángeles, en el estado de California, la misma que es conocida como la ciudad de las estrellas, esto se debe a que aquí se encuentra Hollywood, casa de las más famosas películas y donde se puede percibir un gran ambiente de lujo y fama.

El tercer lugar de la ciudad más visitada se lo lleva San Francisco, estado de California, donde la gente puede disfrutar de tours en los tranvías por toda la ciudad, disfrutando de la belleza arquitectónica que la

<sup>12</sup> Fuente: <http://turismo.org/estados-unidos/>

<sup>13</sup> Fuente: <http://turismoonline.com/ciudades/destinos-turisticos-estados-unidos>

caracteriza. Un ejemplo de ello son las famosas casas llamadas “The painted ladies” las cuales fueron diseñadas con un estilo victoriano<sup>14</sup> y su característica principal son los diferentes colores que cada una lleva adornando la ciudad en sus calles más empinadas.

Miami ocupa el cuarto lugar, pero es la isla de Miami Beach, ubicada al este de la ciudad la parte más conocida en la cual se encontrará un ambiente muy diferente al de las demás ciudades, debido a su clima caribeño y a la gran cantidad de cultura hispana que habita en el lugar. Las noches en Miami están llenas de luces y fiestas, lo cual es muy característico para los turistas que quieran disfrutar de música, buena comida y baile. Tiene además de tener otras atracciones entre las cuales está: la avenida Ocean Drive, donde se ubican hoteles, restaurantes y todos muy bien decorados dando un toque elegante y entretenimiento

Pasando Miami se puede hablar de Orlando, ciudad que ocupa el quinto puesto como punto turístico, lugar en donde la imaginación vuela además de ser el lugar perfecto para poder escapar del estrés, sus parques temáticos hacen que este lugar sea un espacio apto tanto para niños como para grandes, sin límite de edad y perfecto para disfrutarlo en familia o con amigos.

Las Vegas, ocupa el sexto lugar, es un punto donde dormir no es la prioridad en la mente de ninguno de los turistas que la visita, esto es gracias a la cantidad de fiesta que se ofrece y a todas las diferentes actividades que se pueden realizar; entre ellas están los juegos de azar, los shows nocturnos y los grandes espectáculos que se realizan, además de un paseo por la ciudad observando sus coloridas decoraciones.

<sup>14</sup>**Estilo Victoriano:** Una característica es la abundancia de extensiones de la vivienda como porches, galerías, figuras geométricas en la construcción.

Honolulu es otro de los destinos más visitados, y ocupa el séptimo lugar en la lista. Esta ciudad forma parte de las islas de Hawái y es muy reconocida por las actividades playeras que se ofrecen en ellas como las clases de surf, o disfrutar de las hermosas playas y bellos paisajes.

Washington que se encuentra en el octavo puesto, por otro lado es un lugar atractivo y constituye todo el símbolo patrio de los Estados Unidos. Debido a que es la capital y en ella se encuentran los más grandes museos de historia, galerías de arte y espacios también. Para quienes gustan aprender, es el lugar perfecto para conocer un poco acerca de todo; ciencia, arte y cultura.

Chicago y Boston ocupan el noveno y décimo lugar en la lista de los 10 lugares más visitados en Estados Unidos. Siendo Chicago la ciudad conocida como la ciudad de los equipos deportivos, y un lugar perfecto para ir de compras por su famosa calle “Milla Magnífica” donde se puede encontrar una gran variedad de ropa de diseñadores. Por otro lado Boston es una de las ciudades más antiguas de Estados Unidos. Las mencionadas ciudades basan su economía en la tecnología, biotecnología, estudios superiores, salud y finanzas. Además de abarcar una gran riqueza cultural en sus museos, monumentos y tradiciones, son lugares más para disfrutarlos en familia y poder tener descanso y relajación.

## **1.10 Gobierno**

La Constitución de Estados Unidos<sup>15</sup> define las tres ramas de su gobierno, el mismo que no tuvo inicios sino hasta 1783 cuando el país se declaró como república constitucional federal.

Es así que las ramas de gobierno de este país son:

<sup>15</sup> Fuente: <http://www.theusaonline.net/spanish/gobierno.htm>

- **Poder legislativo:** El mismo que está conformado por el Congreso, el Senado y la Cámara de Representantes.
- **Poder ejecutivo:** Este se encuentra representado por el Presidente, Vicepresidente y el Gabinete.
- **Poder judicial:** La última rama se encuentra representada por La Corte Suprema y otras Cortes Federales.

Lo que se logra con estas ramas, es que se respeten, se impartan y se hagan cumplir las leyes.

Dentro de lo que es el Senado se encuentran dos representantes por cada estado, quienes serán los encargados por un período de seis años consecutivos de hacer que las leyes establecidas previamente sean cumplidas.

## **1.11 Moneda**

La moneda oficial<sup>16</sup> de Estados Unidos es el dólar norteamericano, siendo el Treasury Department (Departamento de Tesoro) quien elabora las monedas y los billetes. Las monedas se dividen en 100 centavos, monedas que van desde 1, 5, 10 y 25 centavos. Los billetes se dividen en 1, 2, 5, 10, 20, 50 y 100. Todos ellos son del mismo color y tamaño, al igual que todas las monedas son del mismo color a excepción de las de 1 centavo las cuales son de color bronce. Existen también monedas de 50 centavos y 1 dólar, pero no son muy utilizadas a nivel del país.

<sup>16</sup> Fuente: <http://turismo.org/moneda-de-estados-unidos/>

## **1.12 Florida**

### **1.12.1 Población**

El estado de Florida es el cuarto estado más poblado del país con 17 millones de habitantes<sup>17</sup>, según una investigación realizada por la embajada española en Miami a lo largo del año 2012. Además de ser uno de los estados con mayor población hispana, quienes se encuentran habitando en su gran mayoría la ciudad de Miami. Las culturas en este estado son tan variadas, que los idiomas que se hablan son varios, no solo el español y el inglés, sino también el hindú, ruso, mandarín, alemán, italiano, entre otros.

### **1.12.2 Clima**

El clima<sup>18</sup> que se aprecia en este estado es muy variado durante diferentes épocas del año. Durante el verano el calor es más intenso y eso provoca que se generen tormentas eléctricas. Mientras que los inviernos tienen un clima más templado, esto se da en los meses de noviembre y diciembre. La gente busca lugares cálidos donde pasar vacaciones. La temperatura varía de 16° C a 28° C. En el sur de Florida llueve diariamente en los meses de junio a septiembre. Es un buen destino para poder pasar los inviernos y tener diversión.

<sup>17</sup>Fuente:<http://www.mecd.gob.es/dctm/ministerio/educacion/actividadinternacional/convocatorias-de-trabajo-y-formacion/paraespanoles/visitanteseeuacan/2011/2011florida.pdf?documentId=0901e72b81102032>

<sup>18</sup> Fuente: [http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/usa/miami/miami\\_clima.php](http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/usa/miami/miami_clima.php)

### **1.12.3 Economía**

La economía del estado de Florida<sup>19</sup> se basa en la agricultura, cultivos de hortalizas y frutas, la industria, refiriéndose a la aeroespacial y aeronáutica, derivados de la madera y alimentos procesados. La minería, se basa en lo que son gases naturales, fósiles y áridos.

Este estado también es considerado como un destino turístico a nivel internacional, es por eso que el turismo es una de las principales fuentes de ingreso, debido a la cantidad de atractivos turísticos que tiene, contando los parques temáticos, los equipos de la NFL, (National Football League), que es la liga mayor de fútbol americano, además del clima que posee, lo vuelve muy atractivo.

### **1.12.4 Turismo**

El estado de Florida<sup>20</sup> no solo es muy visitado por Orlando, ciudad en la cual se encuentra Disney World, junto con Estudios Universales, Mundo Marino y muchos otros que forman en conjunto el parque de diversiones más grande del mundo, sino por las playas y cálidas aguas alrededor de todo el estado. Florida además de ser un lugar ideal para ser visitado, también es perfecto para las personas jubiladas, gracias a su cálido clima, y las actividades que se presentan durante todo el año. Una de las ciudades más visitadas de este estado es Miami, destacada por su ambiente latino. Sus playas en South Beach y su famosa calle Ocean Drive, hacen un ambiente perfecto para fiestas, buena comida y divertidos paseos al ver sus

<sup>19</sup>Fuente:<http://www.mecd.gob.es/dctm/ministerio/educacion/actividadinternacional/convocatorias-de-trabajo-y-formacion/paraespanoles/visitanteseeuucan/2011/2011florida.pdf?documentId=0901e72b81102032>

<sup>20</sup> Fuente: <http://www.usatourist.com/espanol/destinations/florida/florida-main.html>

increíbles construcciones e iluminación; grandes hoteles se pueden encontrar en esta ciudad, además de diversas actividades para realizar.

El archipiélago de las islas que se extiende a lo largo del extremo sur del estado llamado Florida Keys también es muy conocido, los turistas disfrutan mucho de estos lugares por la diversidad de paisajes y actividades culturales y deportivas durante todo el año. De todas las pequeñas islas, la más famosa es Key West, también conocida como Cayo Hueso donde se encuentra el único arrecife de coral de toda América del Norte, la misma que es un paraíso tanto por sus actividades como para los amantes del buceo y de la pesca.

## **1.13 Key West**

### ***1.13.1 Historia***

Durante la época precolombina, las islas conocidas actualmente como Florida Keys, principalmente la de Key West<sup>21</sup> estuvieron habitadas por gente del pueblo Calusa, un grupo de indios quienes se dedicaban a la pesca y a las artesanías. Este pueblo habitaba toda la parte sur del estado de La Florida. Para el año 1521, las islas fueron colonizadas por los españoles. El primero en llegar a Cayo Hueso fue Juan Ponce de León. La isla desde entonces toma el nombre de Cayo Hueso por la cantidad de restos óseos encontrados en ella, debido a que no solo el pueblo Calusa habitaba el lugar, sino piratas también que llegaban a estos territorios para esconder tesoros.

<sup>21</sup> Fuente: <http://www.keywestparanormal.com/Historia.html>



Fue para el año 1763 que los británicos tomaron el control del estado de Florida, mientras que las comunidades españolas se trasladaron a Cuba; 20 años más tarde Cayo Hueso volvió a poder de los españoles ya que nadie ejercía ninguna ley sobre la isla y es para 1815 que el gobernador español en la Habana le cedió el poder al señor Juan Pablo Salas, un oficial de la Artillería Real Armada Española, un hombre cuya ambición por el dinero era tan grande que decidió vender la isla a Juan W. Simonton por \$2000 sin darse cuenta del gran potencial que esta isla tendría posteriormente. Simonton junto a otros amigos decidieron invertir en este lugar para poder sacarle provecho a futuro en el ámbito comercial y turístico. Es así que para el año 1822 la bandera de los Estados Unidos fue plantada en este lugar.

Un dato interesante cuenta<sup>22</sup> que el 20 de abril de 1982, las patrullas de Estados Unidos decidieron bloquear todo el paso que ingresaba directamente al estado de Florida desde todos Los Cayos, ya que las islas se conectan con tierra mediante un puente. El motivo para este bloqueo fue que la gente debía probar su ciudadanía estadounidense, y ser registrados de no portar armas ni drogas para poder ingresar. Para la gente de Key West esto fue una ofensa, ya que sintieron que fueron tratados como criminales, es por esto que tres días después, las autoridades de Key West proclamaron a la isla como una república independiente, levantando una bandera que declaraba la independencia de Key West. Pases y visas comenzaron a repartirse con el sello de la nueva República de la Concha. Años más tarde la rebelde nación decidió ceder y volver a formar parte del estado y del país en sí, antes de que se generara una guerra que muy probablemente no acabaría en buenos términos.

<sup>22</sup> Fuente: Revista "The National Geographic Traveler Miami and the Keys, pág 65

### **1.13.2 Población**

Key West tiene una población<sup>23</sup> de 24,649 habitantes, según los datos del último censo realizado en el año 2010 los cuales han sido tanto de origen cubano por los asentamientos realizados en el pasado, como de la gente estadounidense.

### **1.13.3 Clima**

El clima de la isla de Key West es templado, debido a las corrientes del Golfo de México. Según los centros del tiempo en el Estado de Florida, la temperatura anual en esta isla es de 27.5°C. Esto hace un paraíso para turistas nacionales y extranjeros, ya que no solo pueden disfrutar de los hermosos paisajes, sino que también el clima favorece mucho para las distintas actividades que se deseen realizar. Las lluvias son abundantes en los meses de junio a octubre, y en ocasiones se las llama lluvias de tormenta, pero esto no es motivo de alarma para la gente puesto que es muy normal en esa temporada del año. Generalmente durante los días de mucha lluvia, el clima se pone un poco más frío. Los meses de diciembre y enero son los más fríos de Key West, donde la temperatura desciende hasta 15 C°.

### **1.13.4 Ubicación**

Los Cayos<sup>24</sup> son una cadena de islas ubicadas al sur del estado de La Florida, las mismas que son conectadas entre sí por 22 puentes. Entre ellas

<sup>23</sup> Fuente: [http://databases.sunsentinel.com/Orlando/esoscensus2010/flacensus2010\\_view.php?editid1=559](http://databases.sunsentinel.com/Orlando/esoscensus2010/flacensus2010_view.php?editid1=559)

<sup>24</sup> Fuente: <http://www.disfrutamiami.com/cayo-hueso>

se encuentra Key West la isla más al sur de todo el país, y la cual está ubicada a 150 km de Cuba.

Los límites de la isla son los siguientes: Al norte, limita con el golfo de México y Flemming Key (pequeña isla que forma parte de Los Cayos). Al sur limita con el océano Atlántico, al este con Stock Island, y al oeste con el Golfo de México y Marquesas Keys.

Mapa N. 1 Los Cayos (Florida/Estados Unidos)



Fuente: <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/namerica/usstates/flk>

Mapa N. 2 Key West (Florida/Estados Unidos)



Fuente: <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/namerica/usstates/flkeywest>.

### 1.13.5 Turismo

Según la Cámara de Comercio de Key West, el turismo es su principal industria ya que posee una gran gama de actividades por realizar, dentro de ellas están la variedad de deportes acuáticos que se pueden efectuar como son, parasailing<sup>25</sup>, jet skis<sup>26</sup>, snorkel<sup>27</sup>, kayak<sup>28</sup>, buceo<sup>29</sup>. Además de las actividades mencionadas, existen varias empresas que permiten al turista comprar boletos para mini cruceros alrededor de la isla

<sup>25</sup> **Parasailing.**- Actividad donde la persona va atada a una embarcación a través de un arnés sujeto a un parapente o paracaídas conocido como parasail.

<sup>26</sup> **Jet Ski.**- Moto acuática en la que el piloto debe manejar parado.

<sup>27</sup> **Snorkel.**- Práctica de buceo en la superficie, donde el practicante utiliza una máscara y un tubo llamado snorkel.

<sup>28</sup> **Kayak.**- Deporte en el cual se navega en una canoa de hasta 4 tripulantes.

<sup>29</sup> **Buceo:** Deporte acuático que permite al practicante respirar bajo el agua, a través de un equipo especial y poder observar la vida submarina.

durante la tarde, en los cuales pueden observar la hermosa puesta del sol. Estos paseos son muy completos ya que ofrecen un servicio de bebidas y comida si lo desean, incluyendo una banda dentro del bote, lo cual hace una fiesta para los turistas.

Otro atractivo muy común en la isla es la reunión de cada tarde en el Mallory Square, lugar donde varios artistas, acróbatas, artesanos y malabaristas se reúnen a realizar sus shows, esperando la caída del sol. Son espectáculos realmente únicos.

Foto N. 1 Puesta del sol (Mallory Square)



SALTOS, Jael. 2013.

Foto N. 2 Acróbata (Mallory Square)



SALTOS, Jael. 2013.

Además de los turistas que llegan a quedarse en Key West, también existen otros ingresos por parte de los cruceros que viajan por todo el Golfo y hacen una parada en la isla, para poder realizar compras o pequeñas visitas a los restaurantes y museos.

Uno de los museos más visitados es la casa de Ernst Hemingway, reconocido escritor estadounidense ganador de un premio Nobel en literatura en el año de 1954 por su obra “El viejo y el mar”, una obra clave

dentro de la novela contemporánea. Dado que el famoso escritor vivió 5 años de su vida en Key West, su casa fue convertida en un museo, el cual aún guarda muebles propios de la época y mucha historia de sus obras.

Dentro de los impuestos que se cobran, están el impuesto estatal, el cual es del 7,5% para todo servicio y el impuesto de turista que es del 12,5% y solo compete a hoteles.

### **1.13.6 Festividades**

Dentro de las atracciones de Key West, no solo están los hermosos paisajes y los deportes acuáticos, sino que también las fiestas<sup>30</sup> que se realizan anualmente son espectáculos dignos de verse y es por esta razón que la gente desea asistir y no perderse. Esto se debe a los tipos de fiestas que se ofrecen, como son los desfiles de disfraces y las competencias.

Una de las fiestas mencionadas es el famoso “Poker Run” realizado siempre a finales del mes de septiembre, esta es una carrera que se dio inicio en el año 2009, cuando Phil Peterson, uno de los dueños de Harley Davidson decidió hacer algo no solo para promocionar la marca, sino que también fue una manera de llamar la atención de los turistas a la isla ya que en este mes la temporada es baja. Es así que los concursantes viajan desde Miami a Key West haciendo 5 paradas en las diferentes islas, donde el objetivo es ir dibujando el mejor juego de cartas, para ganar un juego de póker, y el ganador se menciona a su llegada final en Key West. Inicialmente esta carrera comenzó con 46 motociclistas, quienes realizaban todo su trayecto en moto. Hoy en día más de 10.000 motociclistas de todo el

<sup>30</sup> Fuente: <http://www.petersonsharley.com/custompage.asp?pg=history>

país que participan en este juego de azar. Siendo así que a su llegada la gente puede ver y admirar el desfile de motocicletas que son parqueadas en la calle principal donde el tomar fotos y ver los diferentes estilos, colores y diseños son lo más llamativo de esta carrera.

Foto N. 3 Poker Run (Semana de las motos)



SALTOS, Jael. 2013.

Foto N. 4 Motocicleta Harley Davidson



SALTOS, Jael. 2013.

Otra de las fiestas que hacen de Key West el lugar perfecto para divertirse es el famoso “Fantasy Fest”<sup>31</sup>, una fiesta de disfraces con la cual se cierra el Halloween, ésta se lleva a cabo en el mes de octubre en las fechas del 24 al 26. Este desfile se inició en el año de 1979, surgiendo de una idea, en la cual se quería llamar la atención de turistas ya que las calles estaban vacías y ninguno de los negocios producía ingresos durante semanas. Es así que uno de los actuales directivos de este festival Joe Liszka pensó en crear algo llamativo, que encendiera una fiesta y que agradara a la gente, y una de las razones principales fue que durante los

<sup>31</sup> Fuente: <http://www.fantasyfest.com/about-the-fest.cfm>



meses más vacíos en la isla, el clima era el ideal para un día de playa y fiesta en las noches.

El primer desfile fue en el año 1979 cuando se dio la gran idea, y es desde esa fecha hasta el día que hoy que el Fantasy Fest se lleva a cabo sin falta cada año, el mismo que tiene una temática diferente para que la gente pueda disfrutar de preparar un disfraz y dar rienda suelta a su imaginación.

Foto N. 5 Fantasy Fest



MARINO, Marco, 2013

Foto N. 6 Fantasy Fest



MARINO, Marco. 2013



## **CAPÍTULO II**

### **HOTEL PEGASUS**

#### **2.1 Hotel Pegasus**

Este es un hotel antiguo de estilo Art Deco<sup>32</sup>, lo que significa que tiene como características principales el manejo de figuras geométricas, una representación faunística en su interior, utilización de fuentes además de plantas, cactus y palmeras. Cuenta con 32 habitaciones en total, las cuales se encuentran divididas en: 9 dobles con capacidad para 4 personas cada una, 10 sencillas para 2 personas en cada habitación, 4 kings con capacidad para 2 personas en cada una, 4 suites de las cuales 2 tienen capacidad máxima para 4 y las otras 2 para 6 personas en cada habitación y 6 habitaciones mensuales las mismas que son más pequeñas pero con capacidad para 2 personas, dándonos un total de 92 personas en todo el hotel.

Los servicios con los que cuentan todas las habitaciones son: aire acondicionado, un televisor, baño privado en cada cuarto, servicio de limpieza, un mini refrigerador y un microondas. El hotel cuenta también con un bar pequeño en el área de la piscina, el mismo que ofrece snacks de tipo hindú y bebidas.

<sup>32</sup> **Art Deco:** Estilo propio de las artes decorativas desarrollado en el periodo de entreguerras, entre 1920 y 1939 en Europa y América. Se caracteriza por la profusión ornamental, el lujo de los materiales y el frecuente recurso a motivos geométricos y vegetales.

Los horarios de atención en el área de recepción son las 24 horas del día, el área de ama de llaves trabaja de 8 de la mañana a 6 de la tarde y el área de mantenimiento trabaja de 7 de la mañana a 6 de la tarde.

El hotel cuenta con el servicio de desayuno continental, el cual ya está incluido en la tarifa, también cuenta con el servicio de transporte tanto al aeropuerto como al puerto llamado Ferry, los cuales deben ser cancelados aparte. También cuenta con parqueadero, el cual funciona las 24 horas y tiene un precio extra, este está a disposición para clientes del hotel y para el público en general.

## **2.2 Descripción general**

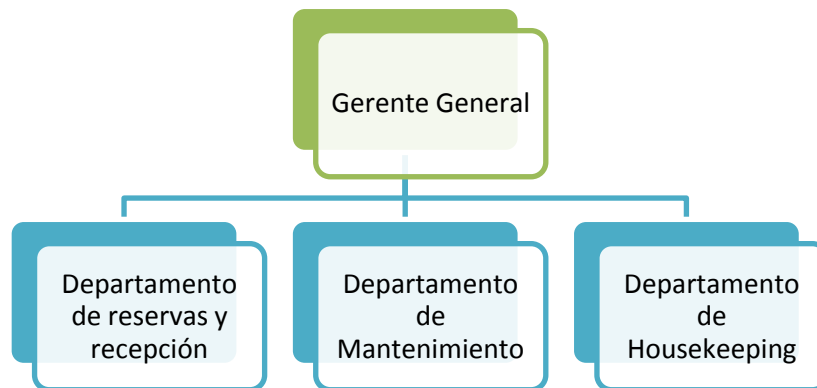
El Hotel Pegasus donde se realizó la pasantía y será estudiado es un hotel antiguo de estilo Art Deco, el cual ha tenido algunos cambios y mejoras para la comodidad y confort de los clientes. Su localización es en pleno centro del viejo Key West, lo cual es muy llamativo para la gente, puesto que hay la posibilidad de caminar para llegar a cualquier museo, restaurantes, incluso a la playa, además de su cercanía al Mallory Square (lugar de reunión para ver la puesta del sol). Sus interiores son muy acogedores y genera un ambiente de relajación.

En cuanto a tarifas, estas son muy accesibles, ya que al encontrarse en el centro del viejo pueblo, los precios son elevados cuando de habitaciones se habla. Una habitación sencilla en el hotel Pegasus para dos personas esta en \$149 por noche más impuestos, mientras que en otros hoteles como Pier House y Pier Sunset que se encuentran en el mismo sector tienen tarifas de \$300 en adelante por una noche. Una habitación doble tiene un precio de \$159 por una noche, en caso de que se registren más de dos personas se cobrara \$20 por la tercera y la cuarta tomando en cuenta que a todos los precios se les sumara impuestos.

## **2.3 Organigrama**

Es importante tomar en cuenta que no existe un organigrama previamente establecido, pero basándose en la entrevista realizada al señor Sandeep Sighn Gerente General del hotel se pudo concluir el siguiente ordenador gráfico en donde se observa la estructuración jerárquica del hotel.

Organigrama N. 1 División por departamentos



Elaborado por: SALTOS, Jael

## **2.4 Funciones departamentales**

### **2.4.1 Gerente General**

El gerente general es quien se encarga de revisar que todo se maneje de manera correcta y que los procesos realizados sean los previamente establecidos. Dentro de sus funciones en el hotel están las siguientes:

- Verifica continuamente las reservas que son ingresadas por el canal de la página web del hotel.
- Autoriza las órdenes de compra a proveedores tanto de bebidas para el bar de la piscina como de “amenities” para las habitaciones.
- Chequea que todo esté bajo control en todos los departamentos, mediante supervisiones físicas que realiza una vez a la semana de forma aleatoria.
- Designa actividades que sean necesarias al personal semanalmente, ya que cada departamento sabe lo que tiene que hacer.
- Provee a los departamentos del material que necesiten, como suministros de oficina, implementos de limpieza para habitaciones, o herramientas para mantenimiento respaldados en el e-mail que previamente debe ser notificado.
- Realiza actualizaciones de datos como tarifas y descripción del hotel en la página web. Además de informar sobre estas actualizaciones en los canales de distribución de reservas con los que se trabaja como son Booking.com, Expedia.com, entre otros.
- Una vez al mes revisa todos los ingresos realizados al hotel mediante las tarjetas de registro de los clientes y por parte del bar también, para hacer el cierre de período.

#### ***2.4.2 Departamento de reservas y recepción***

Este departamento se encarga de la atención directa al cliente en cuanto a las reservaciones y procesos relacionados a la estadía del huésped que también incluye el tratamiento a las quejas de los clientes. Sus funciones son las siguientes:

- En la mañana realiza el informe de las ventas del día anterior. El mismo en el que debe constar el detalle de los ingresos realizados. (Ver Anexo 1)
- Atiende las reservas por teléfono.
- Realiza las reservas que vienen a través del internet llenando el documento de slip de reservaciones.
- Verifica constantemente la disponibilidad de habitaciones después de haber hecho una reserva y actualiza la disponibilidad de habitaciones en los canales de distribución en internet para que no exista sobreventa.
- Realiza el pedido de materiales de lavandería y la lista para el desayuno.
- Organiza los horarios de la Van, (servicio que brinda el hotel) para recoger e ir a dejar a los clientes tanto del aeropuerto como del puerto llega cada día un barco llamado Ferry con pasajeros desde dos ciudades más.
- Realiza el ingreso (check in) y las salidas (check out) de los huéspedes. (Ver Anexo 2)
- Mantiene buenas relaciones y a su vez directas con el departamento de housekeeping para cualquier novedad con las habitaciones. Además de otros departamentos por estar vinculada con todas las áreas.
- Registra las horas laboradas de los trabajadores en cualquier turno en un formato escrito que se maneja en la recepción.
- Brinda información acerca del hotel, los principales atractivos de la isla, restaurantes, entre otros.

### **2.4.3 Departamento de Mantenimiento**

La función principal de este departamento es el mantener en orden y en buen funcionamiento el equipo perteneciente al hotel, incluyendo las habitaciones. Sus principales funciones son:

- Verifica que todos los equipos electrónicos en las habitaciones funcionen correctamente, es decir los aires acondicionados, las televisiones, refrigeradoras y microondas.
- Revisa los desperfectos del hotel para poder corregirlos, y dar previa notificación tanto al departamento de “Housekeepers” como a la recepción.
- Recoge y deja a los huéspedes en el aeropuerto y en el puerto.
- Realiza la limpieza de los filtros de la piscina una vez a la semana.
- Controla el PH y que la cantidad de cloro en la piscina sea la necesaria diariamente.
- Hace la limpieza de las áreas públicas del hotel, como son la entrada, los pasillos y el área de la piscina.
- Chequea las instalaciones eléctricas para que en caso de haber un apagón de luz, la planta pueda proveer energía al hotel.

### **2.4.4 Departamento de Housekeeping**

La función principal de este departamento es realizar la limpieza de todas las habitaciones, y mantenerlas listas y adecuadas para la estadía del huésped. Sus funciones son las siguientes:

- Limpieza de todas las habitaciones, iniciando por las que están vendidas para ese día. (Ver Anexo 3)
- Lava lencería de habitaciones.
- Hace requisición de “amenities” y suministros de lavandería.
- Reporta cualquier novedad de la habitación a recepción.

## **2.5 Análisis FODA**

Mediante el análisis FODA se determinarán las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del hotel, de manera tal, que se pueda proponer mejoras en caso de ser necesarias, mediante estrategias que permitan optimizar el servicio y atención a los clientes.

Para establecer estas estrategias, ya sean ofensivas o defensivas, se realizará la ponderación o determinación de la relación entre fortalezas y oportunidades, amenazas y debilidades, mediante la siguiente escala:

- a. Nada de relación = 0
- b. Poco de relación = 1
- c. Algo de relación = 2
- d. Regular de relación = 3
- e. Mucho de relación = 4

Cuadro N.1 Matriz FODA

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ambiente e infraestructura acogedoras que agradan al turista.</li> <li>2. Cuenta con parqueadero privado, abierto para huéspedes y público en general.</li> <li>3. Precios asequibles para el sector turístico en el que se encuentra.</li> <li>4. Clientes fidelizados que visitan el hotel por lo menos una vez al año.</li> <li>5. Ventaja competitiva por puntuación en Trip Advisor de 4 sobre 5 puntos, debido a buenos comentarios. (Ver anexo 4)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clima agradable para el turista todo el año.</li> <li>2. Ubicación estratégica dentro del centro turístico de la ciudad.</li> <li>3. Normativa exige mantener el diseño arquitectónico en cuanto a fachadas evitando gastos en redecoración.</li> <li>4. Popularidad a nivel nacional e internacional de la isla como destino turístico en constante crecimiento.</li> <li>5. Normativa turística en la isla que apoya a promocionar turísticamente el destino.</li> </ol>   |
| DEBILIDADES   | AMENAZAS   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inexistencia de filosofía empresarial formal.</li> <li>2. Falta de sistematización para realizar las reservas y manejo de reservaciones.</li> <li>3. Inexistencia de procesos definidos para la gestión en el área de reservas y recepción.</li> <li>4. Deficiente control de calidad en la entrega de habitaciones a los huéspedes.</li> <li>5. Desconocimiento de la parte gerencial sobre técnicas de calidad del servicio.</li> </ol>                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aparición de plagas en las habitaciones, generando malestar al cliente debido al clima.</li> <li>2. Formación de posibles huracanes por cambios climáticos, generando cancelaciones de reservas y pérdidas para el hotel.</li> <li>3. Incremento de estafas por parte de clientes con tarjetas de crédito inválidas.</li> <li>4. Oferta amplia de personal ilegal que trabaja sin conocimiento sobre turismos y aceptan sueldos bajos.</li> <li>5. Incremento de competidores debido a la alta demanda turística.</li> </ol> |

Elaborado por: SALTOS, Jael



Cuadro N.2 Evaluación de relación entre Fortalezas y Oportunidades

|                      |   | FORTALEZAS   |   |  |   |   | RESULTADO |
|----------------------|---|--|---|--|---|---|-----------|
|                      |   | 1. Ambiente e infraestructura acogedoras que agradan al turista. | 2. Cuenta con parqueadero privado, abierto para huéspedes y público en general. | 3. Precios asequibles para el sector turístico en el que se encuentra. | 4. Clientes fidelizados que visitan el hotel por lo menos una vez al año. | 5. Ventaja competitiva por puntuación en Trip Advisor de 4 sobre 5 puntos, debido a buenos comentarios. |           |
| <b>OPORTUNIDADES</b> | 1. Clima agradable para el turista todo el año.   | 4  | 0   | 1  | 4   | 2   | <b>11</b> |
|                      | 2. Ubicación estratégica dentro del centro turístico de la ciudad.  | 2  | 1   | 4  | 4   | 4   | <b>15</b> |
|                      | 3. Normativa exige mantener el diseño arquitectónico en cuanto a fachadas evitando gastos en redecoración.  | 4  | 1   | 4  | 3   | 4   | <b>16</b> |
|                      | 4. Popularidad a nivel nacional e internacional de la isla como destino turístico en constante crecimiento. | 4  | 2   | 3  | 4   | 4   | <b>17</b> |
|                      | 5. Normativa turística en la isla que apoya a promocionar turísticamente el destino.                        | 1  | 0   | 3  | 4   | 4   | <b>12</b> |
|                      | <b>RESULTADO</b>  | <b>15</b>  | <b>4</b>  | <b>15</b>  | <b>19</b>   | <b>18</b>   |           |

Elaborado por: SALTOS, Jael

### **2.5.1 Análisis estrategia de ofensa**

El alto índice de flujo turístico con el que cuenta la isla de Key West genera impulsos de desarrollo para todos los establecimientos de la localidad, los cuales buscan constantemente el progreso, fundamentalmente inspirados en lograr esa tan anhelada fidelización del cliente. Es por ello que el hotel aprovechará su ubicación estratégica, y la apertura al cambio que existe por parte de la gerencia frente a propuestas de mejora para perfeccionar la organización interna, el servicio y la imagen física de sus instalaciones, haciendo de ello una motivación para lograr impacto en los clientes, creando cadenas de promoción y difusión. Es importante recalcar que tanto el turismo local como nacional ayudan a fomentar el interés por visitar el hotel.

Cuadro N.3 Evaluación de relación entre Amenazas y Debilidades.

|                    |   | AMENAZAS   |  |   |   |   | RESULTADO |
|--------------------|---|--|--|---|---|---|-----------|
|                    |   | 1. Aparición de plagas en las habitaciones, que deterioran la prestación del servicio. | 2. Formación de posibles huracanes por cambios climáticos. | 3. Incremento de estafas por parte de clientes con tarjetas de crédito inválidas. | 4. Oferta amplia de personal ilegal que trabaja sin conocimiento sobre turismo y aceptan sueldos bajos. | 5. Incremento de competidores debido al alta demanda turística. |           |
| <b>DEBILIDADES</b> | 1. Inexistencia de filosofía empresarial.   | 2  | 2  | 3   | 4   | 3   | <b>14</b> |
|                    | 2. Falta de sistematización para realizar las reservas y manejo de reservaciones.         | 0  | 2  | 4   | 2   | 4   | <b>12</b> |
|                    | 3. Inexistencia de procesos definidos para la gestión en el área de reservas y recepción. | 2  | 4  | 4   | 4   | 4   | <b>18</b> |
|                    | 4. Deficiente control de calidad en la entrega de habitaciones a los huéspedes.           | 4  | 0  | 0   | 3   | 4   | <b>11</b> |
|                    | 5. Desconocimiento de la parte gerencial sobre técnicas de calidad del servicio.          | 3  | 0  | 2   | 3   | 4   | <b>12</b> |
| <b>RESULTADO</b>   |   | <b>11</b>  | <b>7</b>   | <b>13</b>   | <b>16</b>   | <b>19</b>   |           |

### **2.5.2 Análisis estrategia de defensa**

En los últimos tiempos la industria hotelera ha venido disfrutando de un constante desarrollo y con ello el crecimiento de la necesidad de diferenciación entre establecimientos hoteleros. Es ahí donde la calidad en la prestación del servicio requiere cada vez de mayor énfasis, puesto que la valoración de los aspectos tangibles no son los más importantes, sino más bien son un complemento de los intangibles, por ende, la aplicación de estándares, normalización de procesos, tienen un alineamiento a todos los aspectos que se expresan en la filosofía empresarial, y a su vez permitirán prestar servicios de excelencia impulsados por las exigencias actuales del cliente. La identificación de procesos e implementación de estándares resumidos dentro de un manual puede contribuir a marcar las pautas de los requerimientos administrativos internos, y a su vez constituirse como elemento diferenciador que permita optimizar recursos con perspectiva hacia la fidelización de clientes.

Con este antecedente, una vez finalizada la ponderación fue factible definir los puntos más fuertes y débiles de la empresa, facilitando el planteamiento de estrategias que se enfocarán en maximizar tanto fortalezas como oportunidades y a su vez minimizar las debilidades y amenazas. Gracias a este análisis también se pudo identificar la propuesta a realizar para el hotel.

## **CAPÍTULO III**

# **PROPUESTA DE LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN EL ÀREA DE RESERVAS Y RECEPCIÓN**

### **3.1 Objetivo General**

Elaborar un manual de procedimientos, que ayude a agilizar el trabajo y los procesos en el departamento de reservas y recepción, facilitando el desempeño de los trabajadores, además de mejorar el servicio y brindar una buena atención al cliente.

### **3.2 Objetivos Específicos**

- Elaborar e implementar la filosofía empresarial, la cual ayudará a definir y establecer una meta clara para el establecimiento, además de una mejor organización dentro de cada departamento.
- Brindar capacitación al personal del departamento de reservas y recepción una vez establecido el manual de procedimientos, para designar los nuevos procesos.
- Evaluar los resultados obtenidos una vez implementado el manual de procedimientos.

### **3.3 Propuesta**

De acuerdo al análisis FODA, y con la observación directa en el hotel se vuelve necesaria la implementación de un manual de operaciones y procedimientos para el departamento de reservas y recepción, el cual ayudará a minimizar durante su ejecución las deficiencias reconocidas por desconocimiento en procesos, garantizando la entrega de un servicio de calidad.

Se vuelve importante y necesaria la elaboración de dicho documento puesto que la persona en la recepción es la primera cara que un cliente observa al ingresar al hotel. En caso de necesitar algún requerimiento es el primer departamento al cual acuden, es por ello que se debe trabajar con profesionalismo, ya que eso destaca la categoría del hotel, y sobre todo refuerza la imagen que se quiere proyectar.

El tener un departamento de reservas y recepción bien organizado ayuda a que el resto de funciones interdepartamentales fluya con más facilidad, lo cual favorece de igual manera a la buena comunicación y facilita el trabajo con todos los departamentos del hotel.

En el manual que se presenta a continuación, se definieron aquellos procesos elementales que servirán de guía para desarrollar las diferentes actividades que comprende el manual, así como los beneficios que se pueden lograr con su ejecución.

### **3.4 Filosofía corporativa**

Si bien no existe un conocimiento por parte del personal, conjuntamente con el propietario se puede concluir que la filosofía de la empresa es misión, visión y valores corporativos. Esta información no solo

debe ser difundida con los trabajadores, sino que debe estar a la vista de los clientes, proveedores, y público en general.

Con la elaboración e implemento de la filosofía empresarial se establece una buena base para todo lo que el hotel quiera brindar, cómo se quiera proyectar a futuro y cuál va a ser su oferta principal tanto al cliente como al entorno en el que se desenvuelve.

Es así que gracias a la entrevista realizada al gerente se pudo determinar la siguiente filosofía:

### **3.4.1 Misión**

La misión del Hotel Internacional Pegasus es brindar un servicio hospitalario de calidad y excelencia a sus huéspedes durante toda su estadía, a través de un trabajo en equipo eficiente, y garantizando el retorno del turista.

### **3.4.2 Visión**

Para el 2019 el Hotel Pegasus desea convertirse en uno de los hoteles más reconocidos de Key West no solo por su localización, sino también por brindar un excelente servicio y mantener un buen ambiente de trabajo.

### **3.4.3 Valores corporativos**

- **Compromiso.-** Es tener la predisposición de hacer bien las cosas y tener gusto por el trabajo que uno realiza.
- **Respeto.-** Es ser impecable en todo lo que se dice y tener consideración tanto con el prójimo como con uno mismo.
- **Excelencia.-** Es dar lo mejor de uno en cada actividad que se realice en cualquier lugar.

- **Vocación de servicio.-** Es estar siempre dispuestos a ayudar a los demás, y hacerlo con la mejor actitud.
- **Espíritu de equipo.-** Es cooperar con todos, ayudándose unos a otros disfrutando del ambiente.
- **Alegría.-** Es la capacidad que se tiene de disfrutar de lo que se hace, transmitiendo buena energía, gozo y dinamismo.
- **Honestidad.-** Es el ser transparentes ante cualquier circunstancia.

### **3.5 Levantamiento de procesos y elaboración del manual de procedimientos en el departamento de Reservas y Recepción.**

#### **3.5.1 Introducción**

La recepción de un hotel es la imagen principal del mismo. También es el único departamento que brinda sus servicios las 24 horas del día. Es por esta razón que es importante vigilar los procesos que se realicen y mantener un control temporal para que tanto las reservas como el chequeo de los clientes, la disponibilidad de habitaciones y las cuentas de huéspedes estén siempre al día.

Dentro del manual se encontrarán las funciones principales del departamento de reservas y recepción, el perfil que se busca en un recepcionista, las funciones específicas para cada turno de trabajo y dentro de cada una se especificará el proceso correcto a realizar.



### **3.5.1.1 Funciones principales para los integrantes del departamento de reservas y recepción.**

Estas son las funciones que se deben cumplir dentro del departamento de reservas y recepción:

- Programa la entrada y la salida de los huéspedes.
- Registra y controla el check in de los huéspedes y el check out de los mismos.
- Atiende las llamadas de los clientes.
- Brinda información acerca de tarifas, disponibilidad de habitaciones, información turística.
- Autoriza la prolongación de estadías de huéspedes.
- Actualiza la información sobre estado de habitaciones proporcionada por ama de llaves, que le facilitarán la venta de las mismas.
- Presenta informes a los superiores acerca de las ventas realizadas.
- Actualiza la disponibilidad de habitaciones en los medios de reserva.
- Se asegura que las reservaciones sean contestadas y confirmadas el mismo día en que son recibidas.

### **3.5.1.2 Perfil del agente de reservas y recepcionista**

La presencia personal del empleado que esté en la recepción debe ser impecable, es decir un uniforme bien llevado, cabello arreglado, postura, y aseo.

El recepcionista debe mantener un contacto directo con el cliente, demostrando cortesía, atender con amabilidad sus solicitudes y mirarlo siempre a los ojos.

La excelencia en la atención hará sentir al cliente la persona más importante para el hotel, es por ello que la persona que ocupe este puesto de trabajo debe cumplir con: ser respetuoso, cortés, amable, brindar una sonrisa y tener buena disposición.

### **Presencia personal**

- El aseo personal es muy importante, no se deben usar perfumes muy fuertes,
- El personal debe estar con el cabello bien arreglado tanto hombres como mujeres. para el caso de caballeros no se les permite llevar cabello largo así sea recogido.
- Un uniforme intacto, es decir bien planchado, siempre limpio y también debe llevar el nombre de la persona que está de turno “name tag” en la parte superior izquierda del uniforme.
- No se permiten posturas indolentes que demuestren cansancio o una mala actitud.
- Para las mujeres los accesorios como aretes, anillos, pulseras collares, sujetadores para el cabello deben ser de lo más sencillo.
- No les es permitido el uso de “piercings” durante su turno y los tatuajes tanto en hombres como en mujeres deben ser discretos o en lo posible no estar a la vista.
- No comer durante el turno de trabajo.

### **Personalidad**

- El recepcionista debe tener personalidad carismática y siempre ser atento.

- Iniciativa para cualquier solicitud sea por parte del cliente, otros departamentos o por parte de los superiores.
- Buena disposición para todas las actividades que le sean designadas.
- Predisposición de asistir al cliente en todo lo que necesite y le sea posible.
- Sentido de cooperación, (trabajo en equipo).
- Confianza en sí mismo.

### **Conocimientos**

- Dominio del idioma inglés por ser un hotel ubicado en Estados Unidos y conocimientos de español.
- Manejo de buen vocabulario con los clientes.
- Manejo de herramientas útiles para el registro de reservas en la recepción, como es el internet, conocer los canales de reservas y manejo de sistemas como Ópera, Zeus, entre otros.
- Información turística y general del área y la región en la que se encuentra.

### **Habilidades**

- Debe ser una persona rápida en la solución de problemas que se presenten, es decir innovador.
- Tener buena memoria a corto y a largo plazo para reconocer a los clientes.
- Facilidad numérica.
- Saber trabajar en equipo.

- Mantener buena comunicación tanto con el cliente como con los demás trabajadores y superiores.

### **Actitudes**

- Relacionarse con los valores corporativos.
- Puntual.- Cada persona debe cumplir con el horario que se la ha designado. Es decir asistir al puesto de trabajo en el horario exacto.
- Innovador.- Brindar nuevas ideas que ayuden al mejoramiento del establecimiento.
- Servicial.- Siempre atender de la mejor manera al cliente, con una sonrisa y tratando en lo posible de darle una solución.
- Ser responsable.- Cumplir con las tareas designadas de forma correcta y en el tiempo establecido.

#### ***3.5.1.3 Políticas en el departamento de reservas y recepción.***

Para garantizar el correcto funcionamiento del departamento se vuelve necesario el publicar políticas departamentales, entre las que se pueden citar:

Dentro de las políticas de cancelación de reservas, se establece que:

- El cliente tiene hasta 7 días antes de su arribo para cancelar su reserva sin ningún cargo, caso contrario si la reserva se cancela dentro de esos 7 días se cobrará la primera noche de estadía más impuestos.

Es importante dar a conocer que se han presentado ocasiones en que el cliente ha cancelado la reserva dentro de estos días, por políticas

establecidas se ha intentado cargar la tarjeta de crédito pero esta ha sido denegada sin que se pueda realizar la transacción generando una pérdida para el hotel. Por esta razón se propone cobrar la primera noche el momento en que se define la reserva para garantizar dicha reservación, y en caso de que se desee cancelar se hará un reembolso, y se enviará una factura de la transacción al cliente.

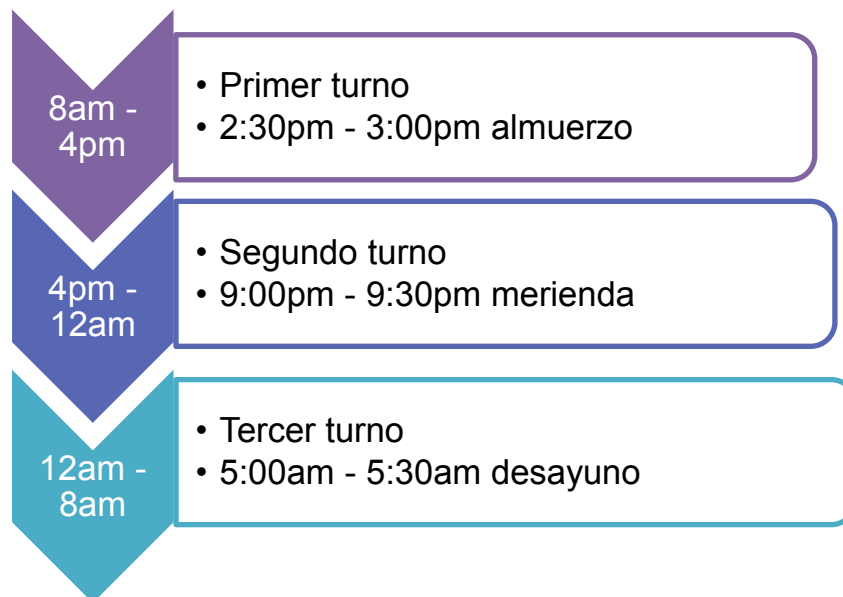
- En fechas de temporada alta como lo es el Fantasy Fest, el hotel estipula que las reservaciones deben ser para un mínimo de 4 noches, el cliente deberá garantizar su reserva pagando por adelantado la primera noche, y dicho valor no es reembolsable.
- Esperar que el teléfono suene dos veces para atender.
- La persona que esté de turno deberá contestar el teléfono de la siguiente forma: “Hotel Internacional Pegasus (nombre) ¿en qué le puedo ayudar?”
- Una vez que el cliente ha terminado de hablar se le debe responder de la siguiente manera: “Ha sido un gusto atenderle ¿Hay algo más en lo que le pueda ayudar?” si dice no: “Que tenga un/a buen/a día, tarde o noche, hasta luego.”

El hotel cuenta con servicio de transporte, el mismo que debe ser reservado con un mínimo de 24 horas de antelación y en el mismo tiempo cualquier cambio o modificación deberá ser informado. Este servicio de transporte es únicamente válido para el aeropuerto o para el Ferry donde llegan los barcos grandes. De igual manera si el cliente desea disponer de este servicio finalizando su estadía, debe dar aviso a recepción con un día de anticipación mínimo.

### 3.5.1.4 Procedimientos a seguir en el área de recepción.

Los horarios que se manejan en el departamento de reservas y recepción son de 7:30 horas cada uno con derecho a 30 minutos para comer.

Cuadro N.4. Horarios de turnos.



Elaborado por: SALTOS, Jael.

Es importante que cada persona que esté de turno brinde un servicio de excelencia al cliente, es decir que cumpla con los requisitos mencionados en la primera parte.

A continuación en base a los procesos que se manejan actualmente, los mismos que no están registrados ni estandarizados se reformulan para obtener mayor grado de eficiencia en los mismos, así tenemos:

#### **3.5.1.4.1 Turno de la mañana**

La persona que se encuentra en este horario debe revisar las notas en hojas dejadas por los turnos anteriores en la tabla que se encuentra sobre la mesa en recepción para informarse de todo lo que haya sucedido durante los turnos de la tarde y noche anteriores. La información es brindada por los integrantes del departamento durante sus respectivos turnos, así estarán al tanto de cualquier inconveniente que se haya presentado.

Se propone la implementación para la recepción de un libro de novedades que reemplace las hojas de notas para evitar la pérdida de las mismas, el cual se deberá llenar manualmente conforme se presenten los sucesos, como se muestra en el siguiente grafico:

Cuadro N 5: Libro de Novedades

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>HOTEL INTERNACIONAL PEGASUS</b> |
| Libro de novedades                 |
| Fecha:                             |
| Turno:<br>Responsable:             |
| Hora:                              |
| Novedades:                         |
| FIRMA                              |

Elaborado por: SALTOS, Jael

En él se deberán anotar todos los acontecimientos importantes que se han presentado a lo largo del día, para que las personas que entren en los siguientes turnos puedan tener conocimiento de cualquier novedad que se haya presentado, y no se corra el riesgo de perder información por llevarla en la tabla mencionada anteriormente.

El recepcionista debe realizar el informe de ventas, el mismo que debe ser elaborado únicamente en la mañana. En este libro se detallan todos los ingresos del día anterior, especificando las habitaciones que fueron vendidas, en cantidad y en dólares, y los nombres de los huéspedes que las ocuparon.

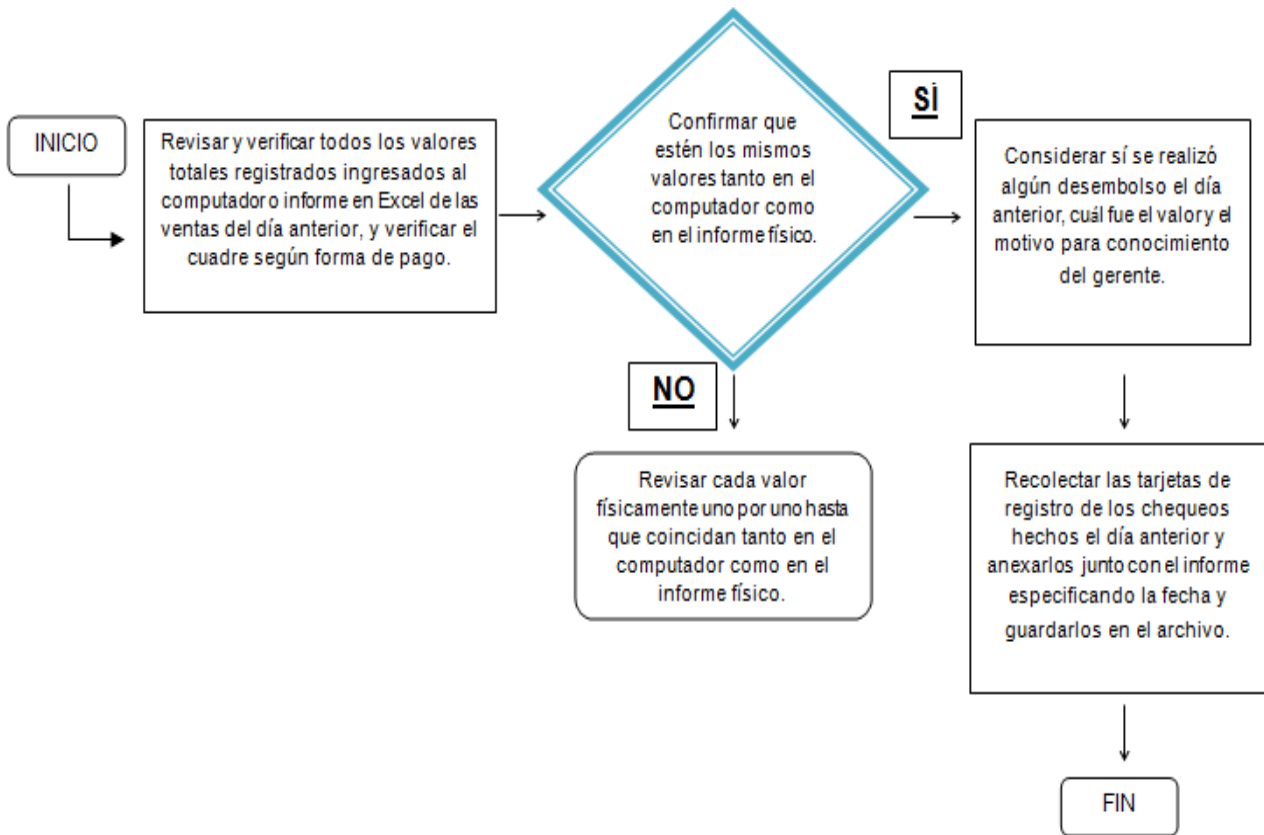


De igual forma también se deberá especificar si hubo NO SHOW<sup>33</sup> el día anterior. En caso de que se haya hecho alguna devolución de dinero se deberá llenar el formato pre impreso así como también digital donde no deberá olvidar especificar la razón por la cual se realizó la devolución así como también la firma y la fecha. (Ver Anexo 5).

A continuación se presenta el diagrama de procesos que se realiza actualmente para la elaboración del informe de ventas.

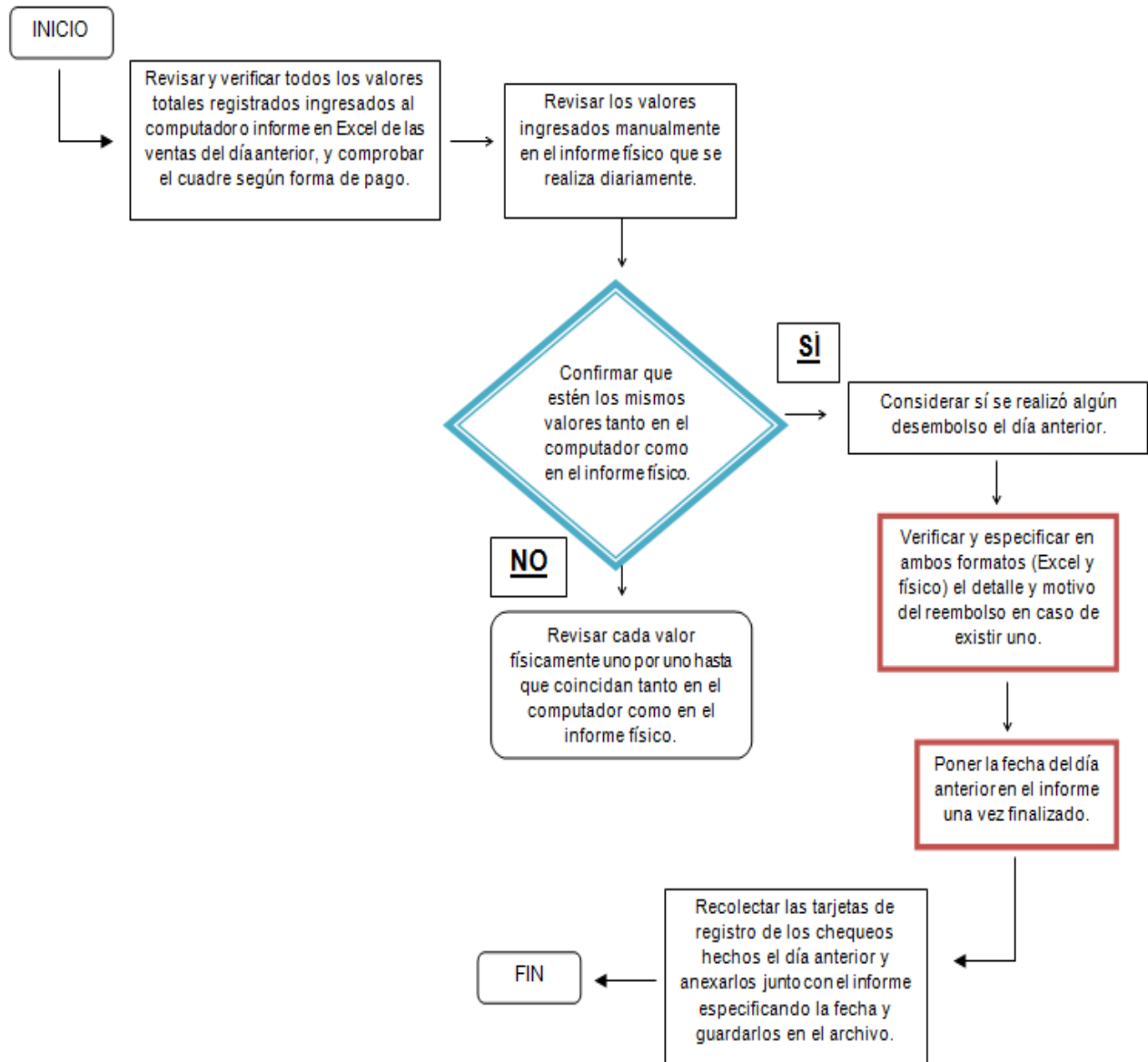
<sup>33</sup>**NO SHOW:** Cuando un cliente realiza una reserva y no se presenta y no ha sido cancelada.

Diagrama de flujo N.1 Elaboración del informe de ventas



Elaborado por: SALTOS, Jael

## Diagrama de flujo N.2 Propuesta para la elaboración del informe de ventas



Elaborado por: SALTOS, Jael

Durante el turno de la mañana siempre se realizan reservaciones las mismas que deben anotarse en el libro de reservas que se muestra a continuación:

Tabla N. 2 Libro de reservas

Pegasus International Hotel  
DAILY CASH RECEIPTS

DATE: \_\_\_\_\_

| PAYMENT<br>CC/CASH | NAME OF GUEST | ROOM    | KD    | OCCUPANCY DATE | TOTAL |
|--------------------|---------------|---------|-------|----------------|-------|
|                    |               | 108     |       |                |       |
|                    |               | 111     |       |                |       |
|                    |               | 200     |       |                |       |
|                    |               | 201     |       |                |       |
|                    |               | 202     |       |                |       |
|                    |               | 203     |       |                |       |
|                    |               | 204     |       |                |       |
|                    |               | 205     |       |                |       |
|                    |               | 206     |       |                |       |
|                    |               | 207     |       |                |       |
|                    |               | 208     |       |                |       |
|                    |               | 209     |       |                |       |
|                    |               | 210     |       |                |       |
|                    |               | 211     |       |                |       |
|                    |               | 212     |       |                |       |
|                    |               | 214     |       |                |       |
|                    |               | 215     |       |                |       |
|                    |               | 216     |       |                |       |
|                    |               | 217     |       |                |       |
|                    |               | 218     |       |                |       |
|                    |               | 300     |       |                |       |
|                    |               | 301     |       |                |       |
|                    |               | 302     |       |                |       |
|                    |               | 303     |       |                |       |
|                    |               | 304     |       |                |       |
|                    |               | 305     |       |                |       |
|                    |               | 306     |       |                |       |
|                    |               | 307     |       |                |       |
|                    |               | 308     |       |                |       |
|                    |               | 309     |       |                |       |
|                    |               | 310     |       |                |       |
|                    |               | ATTIC   |       |                |       |
| REFNDS/LATE C/INS: |               | GR: pd: | date: |                |       |

Fuente: Hotel Pegasus

Sin embargo para poder llevar un mejor control de ellas, se propone realizar un formato digital en el cual se especifique el número de habitación, el tipo, fecha de llegada, fecha de salida, nombre de la persona que realiza la reserva, número de personas y el valor a cobrar.

Tabla N.3: Formato digital para reservas

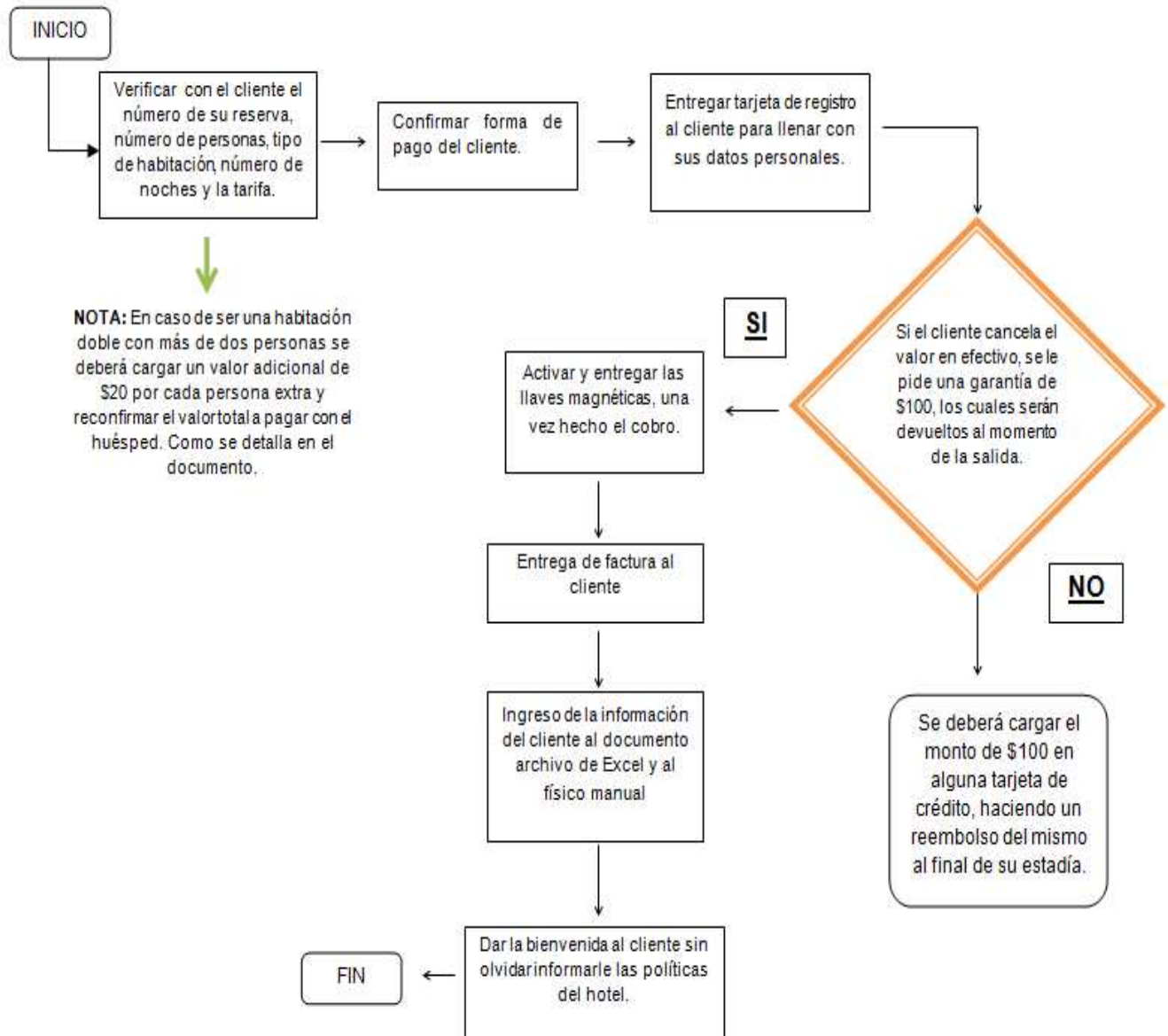
| <b>HOTEL INTERNACIONAL PEGASUS</b>       |       |          |                               |                             |            |                |  |
|--|-------|----------|-------------------------------|-----------------------------|------------|----------------|--|
| Reservas desde: dd/mm/aa hasta: dd/mm/aa |       |          |                               |                             |            |                |  |
| Fecha de la reserva del día              | # HAB | Tipo HAB | FECHA LLEGADA<br>HORA LLEGADA | FECHA SALIDA<br>HORA SALIDA | # personas | Tarifa SIN IMP | Nombre Cliente<br>Teléfono o contacto<br>Estado de reserva |
|  |       |          |                               |                             |            |                |  |
|  |       |          |                               |                             |            |                |  |
|  |       |          |                               |                             |            |                |  |
|  |       |          |                               |                             |            |                |  |

Elaborado por: SALTOS, Jael.

Ya que todos los cargos son cobrados el momento del chequeo, se vuelve necesario tener una garantía para poder hacer la reserva, en este caso un número de tarjeta de crédito.

El proceso de “check in” se puede realizar durante cualquier turno, pero generalmente es la persona de la mañana quien registra la mayor cantidad de huéspedes. Es por ello que se recomienda seguir el siguiente proceso:

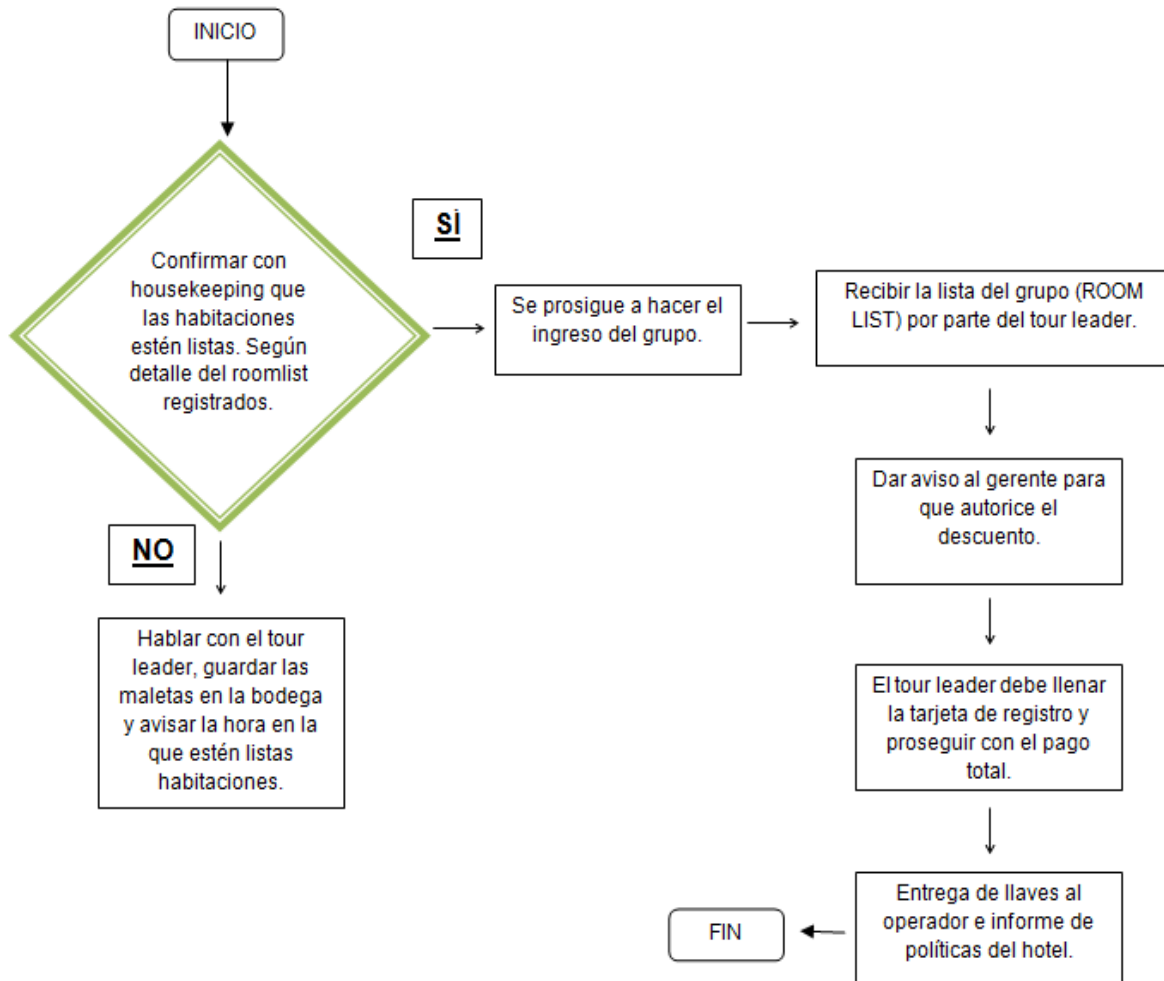
Diagrama de flujo N.3 Proceso actual de “check in” con el cliente



Elaborado por: SALTOS, Jael

Cuando se tiene una reserva para grupos grandes, se verifica con el tour líder que desea hacer la reservación de cuántas personas es el grupo, qué tipos de habitación van a necesitar y las fechas de estadía. Se prosigue a dar aviso al gerente ya que en estos casos se realizan descuentos pero es él quien da previa autorización evaluando la temporada, rentabilidad del grupo y disponibilidad en el hotel, posterior a eso se definen las tarifas con el operador y se toman sus datos tal como en una reserva individual con algunos datos adicionales como nombre completo, número de teléfono, fechas de estadía, número de personas, tipo de habitación y el número de su tarjeta de crédito para poder confirmar dicha reserva.

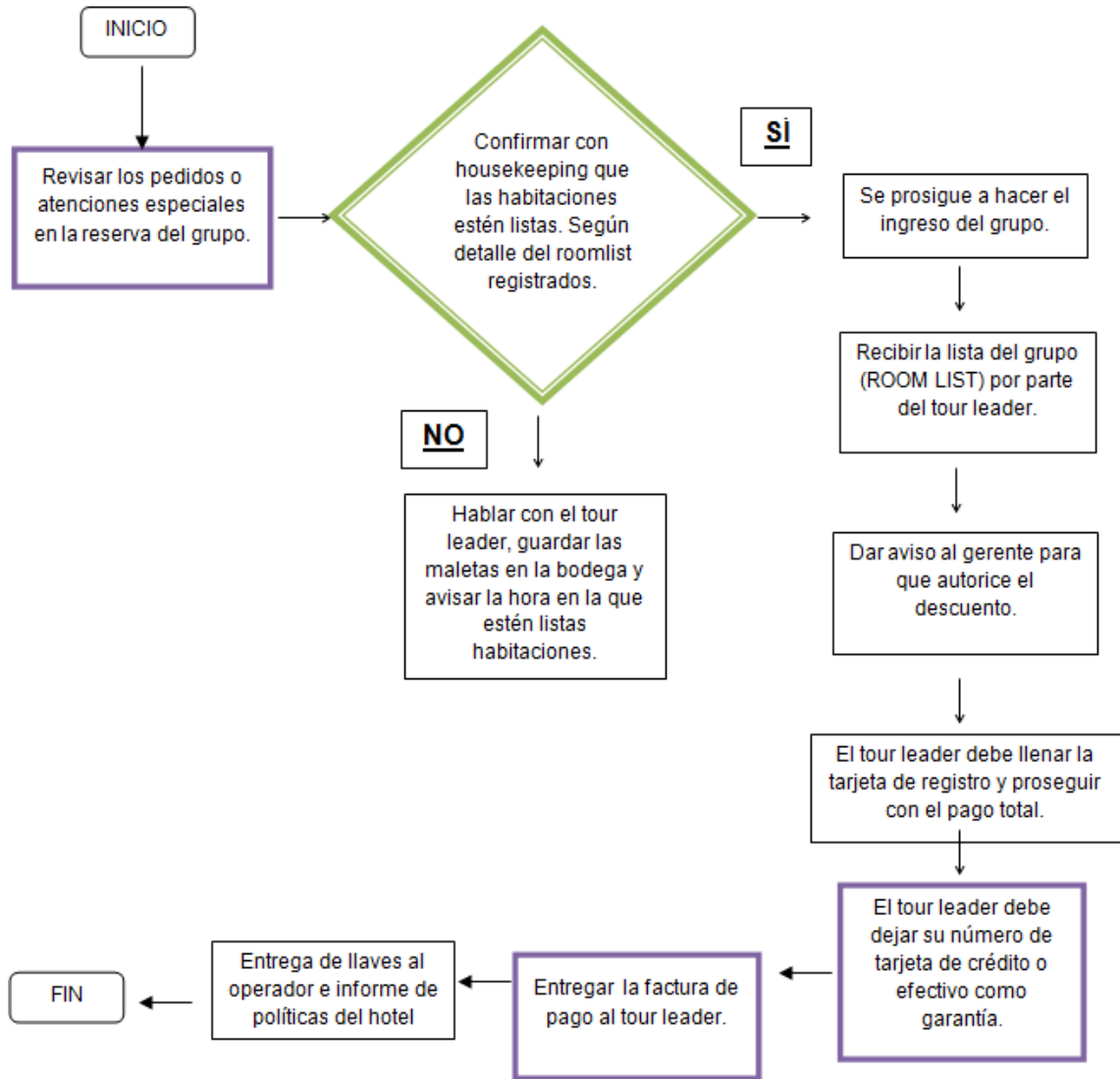
Diagrama de flujo N.4 Proceso actual de “check in” de grupos



Elaborado por: SALTOS, Jael



Diagrama de flujo N.5 Propuesta para check in de grupos



Elaborado por: SALTOS, Jael.

Para hacer el ingreso de un cliente VIP se debe informar al gerente sobre la llegada del huésped una vez que haya sido realizada su reserva, ya que es él quien dará la bienvenida. El proceso de “check in” es el mismo con la diferencia que será el gerente quien entregara el servicio desde la bienvenida hasta dirigirle a la habitación.

Todos los “check out” se realizan hasta las 12 del mediodía, caso contrario se debe cargar una noche adicional a menos que sea autorizado un late “check out” por parte del gerente. El huésped debe dejar las llaves de la habitación con el recepcionista puesto que todo se cancela el momento del ingreso.

Una vez que la habitación ha sido revisada por el encargado de mantenimiento y este dé el visto bueno el cliente podrá salir sin ningún inconveniente. En caso de pérdida de una llave se le deberá cargar el valor de \$5, y esta información se comunica el momento del “check in”. Este tipo de “check out” es aplicado para las personas que entregaron una garantía de tarjeta de crédito, las personas que lo realizan en efectivo deben dejar un depósito de \$100 el momento en el que hacen su “check in” y cuando van a salir se debe llamar a la persona de mantenimiento para que revise la habitación, si ésta se encuentra en buenas condiciones se le hace la entrega del dinero al cliente, caso contrario se debe facturar el valor que cubra los daños dando aviso al cliente de las averías que se encontraron en la habitación.

De la misma manera cuando un cliente ha cancelado con tarjeta de crédito y se han encontrado averías en la habitación se debe facturar el valor que cubra los daños informando al cliente acerca de dicho cargo en su tarjeta.

Se propone revisar las habitaciones una vez que los clientes realizan su “check out”, sea que cancelaron en efectivo o con tarjeta de crédito de manera que se les pueda hacer entrega de la factura en ese instante dando previo aviso en caso de haber encontrado daños en la habitación.

Recepción entrega el reporte de llegadas del día a “housekeeping”, para que tengan conocimiento de las habitaciones que deben preparar, y posterior a eso deberán informar cuando estén listas para la venta.

Es importante que el departamento de reservas y recepción lleve un control de las habitaciones vendidas para poder evitar sobreventa en el hotel, este control se obtiene con la elaboración de un chart de ocupación<sup>34</sup> y para ello se puede implementar un pizarrón en el cual se anoten las fechas a lo largo del mes y las habitaciones que han sido vendidas (ver anexo 6), así se puede observar los porcentajes de ocupación futura. El chart de ocupación no solo ayudará a ver la disponibilidad del hotel, también brindará una mejor idea de cómo distribuir las actividades de los trabajadores en épocas de temporada baja y alta. Con la información que se obtenga de dicho informe el gerente tendrá un mejor concepto a la hora de tomar decisiones y de la misma manera el momento de realizar presupuestos.

## **CAMBIO DE HABITACIÓN**

Si se da el caso en que un cliente desea cambiarse de habitación, es importante confirmar disponibilidad y verificar diferencias de tarifa en caso de existir. Una vez realizado el cobro, se da aviso a “housekeeping” para que tenga lista la habitación y se deja informando tanto en el formato como en el libro de novedades. El cliente debe dejar listas sus pertenencias para

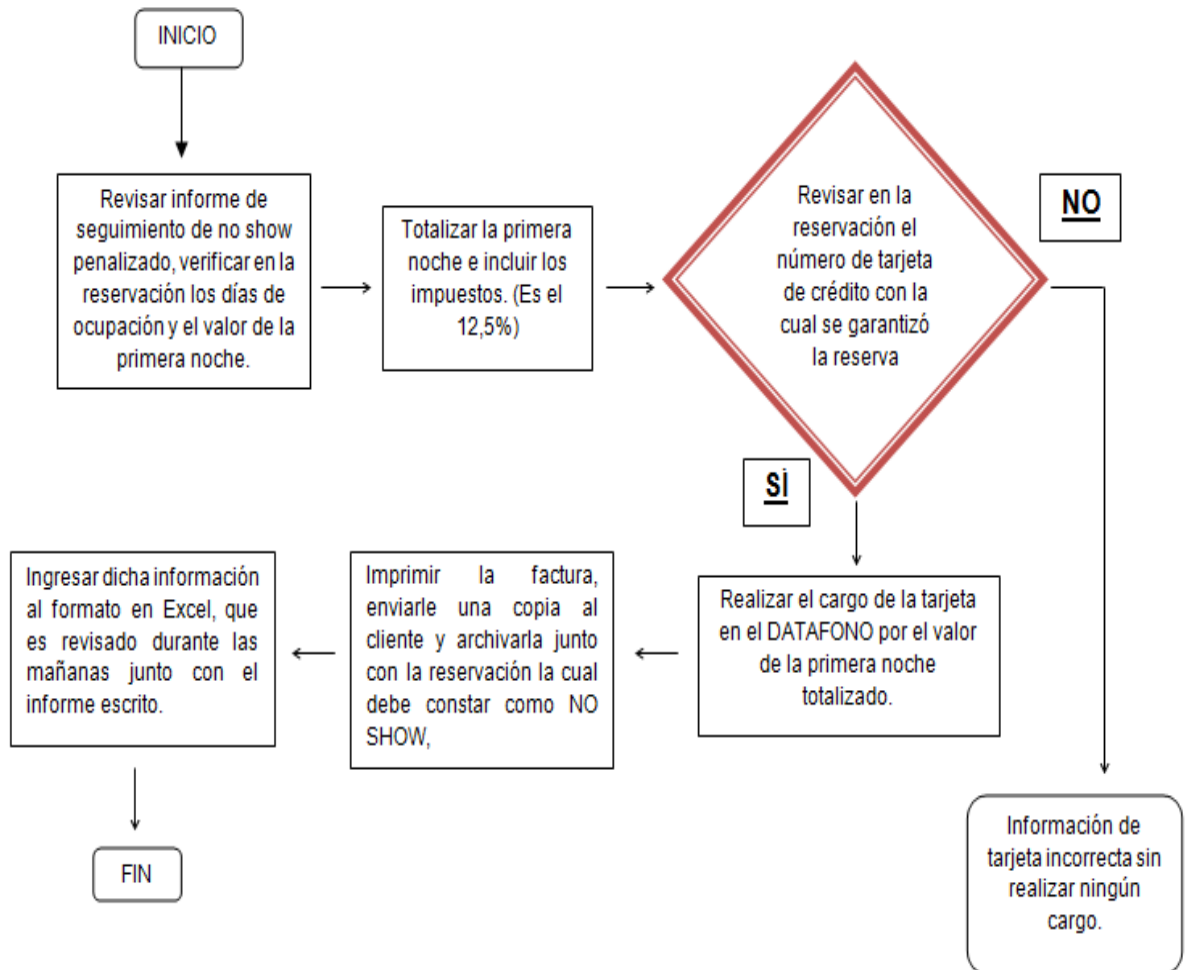
<sup>34</sup>**Chart de ocupación.**- Tabla en la cual se estipulan las habitaciones vendidas y el estado de cada una de ellas.

que “housekeeping” haga el cambio una vez que todo esté listo, también es importante asegurarse que se retorne la llave para hacer entrega de una nueva. Sin embargo es preferible que cada cambio de habitación se lo haga en conjunto con el cliente para evitar que se pierda algo.

Cuando se tiene un cliente que llega sin reserva (walk in), se prosigue a verificar cuántas personas van a hospedarse y cuántas noches para revisar la disponibilidad en la pizarra y poder vender una habitación.

En el caso de existir un, NO SHOW el recepcionista deberá proceder a realizar el cargo de la tarjeta por el valor de la primera noche. Previo a esto el cliente debe ser informado acerca de la política y estar de acuerdo para proceder con la reservación. Una vez que se ha realizado el cobro se deberá enviar una copia de la factura al cliente por el valor total.

Diagrama de flujo N.6 Cargo de tarjeta por NO SHOW



Elaborado por: SALTOS, Jael.

### 3.5.1.4.2 Turno de la tarde

La persona de este turno también realiza el ingreso de los huéspedes, puesto que a partir de las 3 de la tarde se realiza el “check in”.

Únicamente las personas que trabajan en la mañana y en la tarde son quienes hacen reservaciones, por ello es importante que cada reserva que se realice sea anotada en los formatos de reservaciones como el que se muestra a continuación:

Cuadro N.6: Formato de reservaciones (Slip de reservas)

| <u>PEGASUS INTERNATIONAL HOTEL RESERVATION FORM</u>  |   |
|--|---|
| DATE OF ARRIVAL: _____   | #OF NIGHTS: _____   |
| #ROOMS _____ ROOM TYPE: _____  | RATE: _____ FUTON/ROLLAWAY? _____ (let the maids know!!!) |
| NAME: _____  | #ADULTS: _____ CHILDREN: _____                            |
| TELEPHONE: _____   | ETA: _____  |
| WHERE DID YOU HEAR ABOUT US? _____   | REQUIRE SHUTTLE? date: _____ time _____                   |
| Telephone _____ Walk-in _____ Classic _____  | flight# _____ Airport: PRIVATE or NORMAL                  |
| CREDIT CARD: VS AX MC DC CB DISC   | exp date: _____   |
| CARD #: _____  |   |
| -Guest advised of 7 day cancellation policy _____  | ROOM #:   |
| -Guest advised of amount _____ non-refundable deposit  |   |
| -Guest advised of _____ minimum nights required  |   |
| -Guest sent letter of authorization? _____ Yes _____ No  |   |
| CONFIRMATION#: _____   | TAKEN BY: _____ TODAY'S DATE: _____ TIME: _____           |
| Please let guest know: “we cannot guarantee a specif room type, we will do our best based on availability” |   |

Fuente: Hotel Pegasus

También deben ser ingresadas en el libro en el cual se tiene un formato de Excel donde las habitaciones están enumeradas, con la fecha y el mes, también en el pizarrón que se recomendó implementar para poder observar la ocupación del hotel, actualizar el chart de ocupación y la información en los canales de reservas.

Al finalizar este turno, el recepcionista debe cerrar caja chica<sup>35</sup>, la cual según políticas del hotel siempre debe estar fijada en \$120. Para realizar el cierre de caja se debe ingresar la cantidad de billetes, y monedas en la calculadora, la misma que imprime un recibo final. Sin embargo se propone el realizar el cuadro de caja chica en cada turno, de manera que cada persona se haga responsable por el dinero que se entrega. También se propone realizar un formato (ver anexo 6) en el que se especifique el dinero que se deja durante cada turno, hora, fecha del cierre y el nombre de la persona responsable con su respectiva firma, solo así se llevará un mejor control evitando cualquier tipo de pérdida o inconveniente.

<sup>35</sup> **Caja chica.**- Cantidad pequeña que se asigna a los trabajadores para realizar desembolsos mínimos.

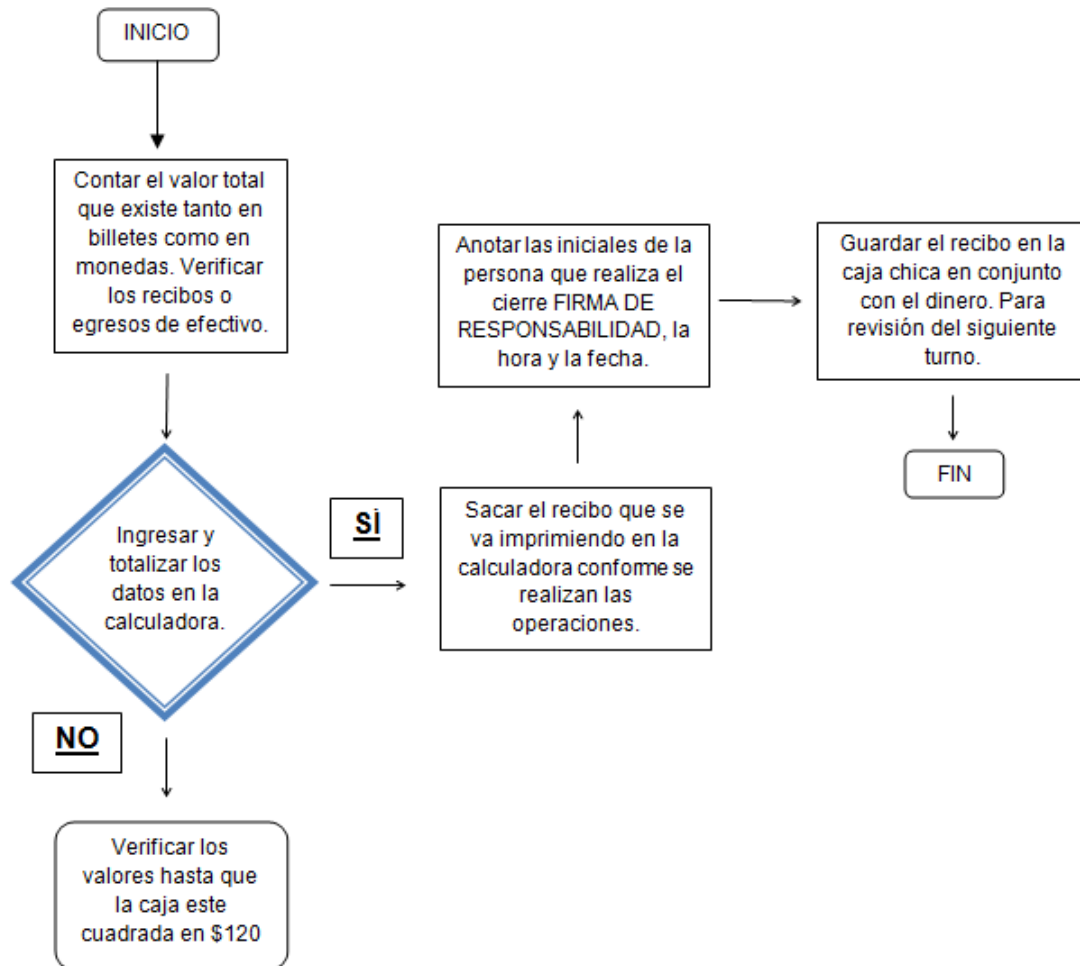
Cuadro N.7 Propuesta de formato para cierre de caja

| <b>HOTEL INTERNACIONAL PEGASUS</b> |                    |       |  |          |          |       |  |                    |       |
|------------------------------------|--------------------|-------|--|----------|----------|-------|--|--------------------|-------|
| Cuadre de caja                     |                    |       |  |          |          |       |  |                    |       |
| Turno:                             |                    |       |  |          |          |       |  |                    |       |
| Responsable:                       |                    |       |  |          | FECHA:   |       |  |                    |       |
|                                    |                    |       |  |          |          |       |  |                    |       |
| Monedas                            | Cantidad           | Total |  | Billetes | Cantidad | Total |  | Tarjeta de crédito | Total |
| 0,01 ctv.                          |                    |       |  | \$ 1,00  |          |       |  | VS                 |       |
| 0,05 ctvs.                         |                    |       |  | \$ 5,00  |          |       |  | DISC               |       |
| 0,10 ctvs.                         |                    |       |  | \$10,00  |          |       |  | AX                 |       |
| 0,25 ctvs.                         |                    |       |  | \$ 20,00 |          |       |  | MC                 |       |
| TOTAL                              |                    |       |  | TOTAL    |          |       |  | TOTAL              |       |
|                                    | Firma Responsable: |       |  |          |          |       |  |                    |       |

Elaborado por: Saltos, Jael

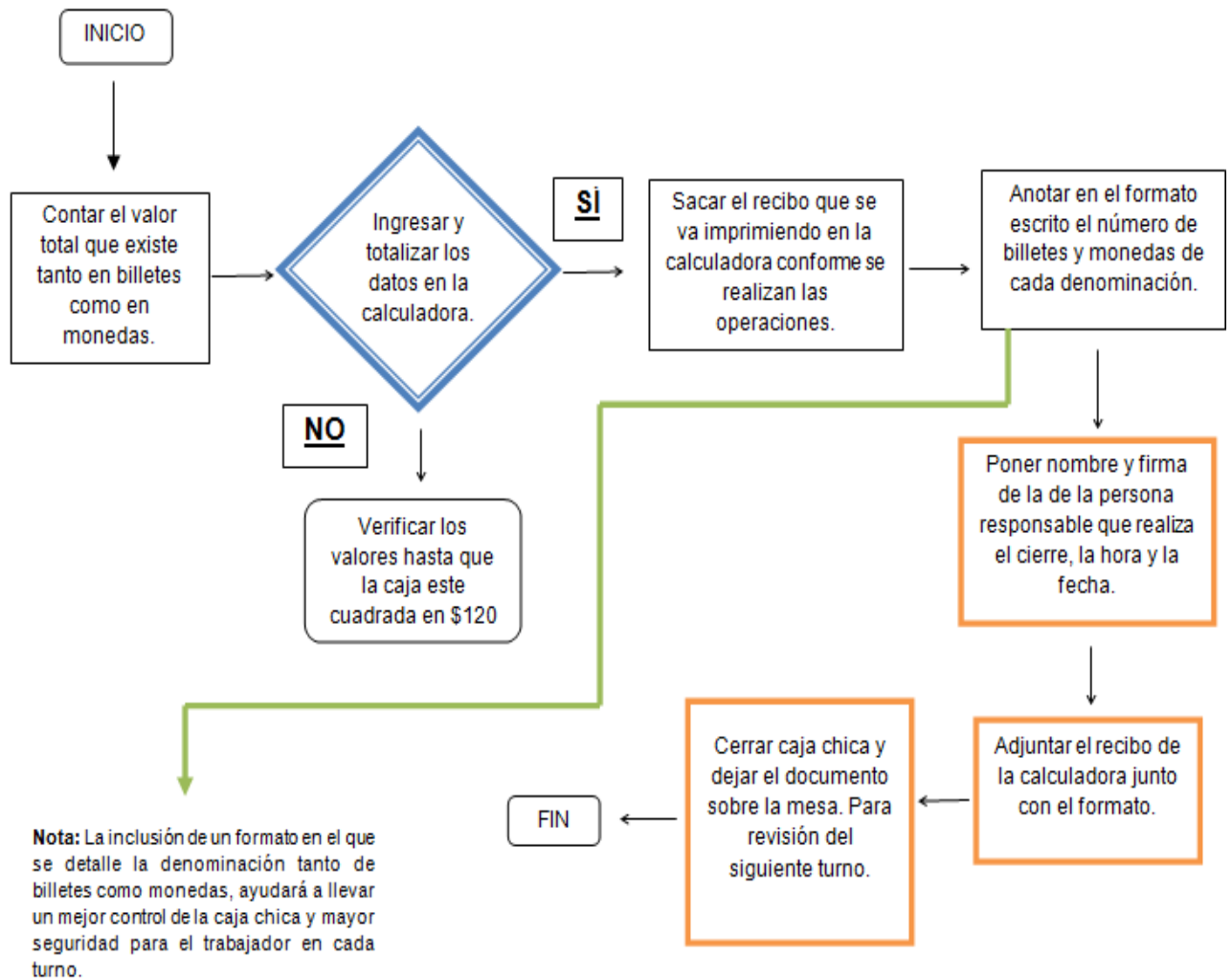


### Diagrama de flujo N.7 Cuadre y cierre de caja chica



Elaborado por: SALTOS. Jael

Diagrama de flujo N.8 Propuesta del cuadro y cierre de caja



Elaborado por: SALTOS. Jael

### **3.5.1.4.3 Turno de la noche**

La persona que trabaja en este horario tiene que preocuparse principalmente por la seguridad del hotel, por esta razón siempre se contratan hombres, ya que durante las noches se pueden presentar situaciones como peleas o personas en estado de embriaguez.

Las actividades que se realizan son más de control dentro del hotel, sin embargo el recepcionista de este turno debe imprimir el informe final del datáfono, en el cual se detallan todos los ingresos del día que fueron realizados con tarjetas de crédito y dejarlo sobre la mesa para que la persona de la mañana lo pueda revisar. Es importante que se detalle cada tipo de tarjeta de crédito con cada valor totalizándolos y así tener la información detallada y más organizada.

Se propone dividir las actividades de la mañana para evitar una sobre carga de actividades puesto que la persona de la noche tiene menos trabajo, es así que la persona de la noche puede verificar que todas las facturas estén correctas, que los cuadros de lo vendido concuerden tanto en el formato escrito como en el digital de manera que la persona de la mañana encuentre todo correcto y en orden para poder realizar una última verificación y pasar el informe a gerencia. De esta forma se aligera el trabajo para la persona de la mañana y las actividades a lo largo del día pueden fluir con más facilidad.

### **3.6 Análisis Costo – Beneficio**

La elaboración del análisis Costo – Beneficio es importante para las acciones y decisiones que se tomarán a futuro ya que indica los beneficios que se pueden obtener, cuál será su costo y si es viable la implementación del manual y el levantamiento de procesos. Para realizar dicha propuesta se han tomado en cuenta los tres turnos que se manejan en el departamento de Reservas y Recepción y la estructura administrativa y organizativa del hotel.

Para realizar el análisis se hizo un promedio previo de las ventas en el hotel tomando en cuenta los meses de temporada alta que van desde Diciembre a Mayo, el cuadro que se presenta a continuación fue elaborado con información de las ventas vistas durante los meses en los que se realizó la pasantía.

Cuadro N8. Ventas Hotel Pegasus

| <b>VENTAS HOTEL PEGASUS</b> |         |            |          |           |           |          |          |          |          |          | <b>Promedio</b> |
|-----------------------------|---------|------------|----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|
| Julio                       | Agosto  | Septiembre | Octubre  | Noviembre | Diciembre | Enero    | Febrero  | Marzo    | Abril    | Mayo     |                 |
| \$62000                     | \$77500 | \$75000    | \$217000 | \$300000  | \$325500  | \$620000 | \$565600 | \$620000 | \$606000 | \$606000 | \$557183        |

Elaborado por: SALTOS, Jael

Cuadro N9: Costo - Beneficio

| COSTOS                                |                        |                |             | BENEFICIOS  |     |
|---------------------------------------|------------------------|----------------|-------------|---|-----|
| Descripción                           | Cantidad               | Valor unitario | Valor total |   |     |
| Reproducción del manual.              | 3 unidades             | \$15           | \$45        | Procesos específicos del puesto de trabajo bien definidos.                                    |     |
| 1 Experto que brinde la capacitación. | 5 horas durante un día | \$50 por hora  | \$250       | Mejora la organización dentro del departamento y facilita la comunicación interdepartamental. |     |
| Esferos                               | 4 unidades             | \$0,50         | \$2,00      | Estandarización durante la prestación del servicio  |     |
| Libretas de notas                     | 4                      | \$1,00         | \$4,00      | Mejora la presentación del personal (todos bien uniformados)                                  |     |
| Alquiler de infocus                   | 1 unidad               | \$100          | \$100       | Menor presión sobre la persona del turno de la mañana.  |     |
| Box lunch                             |                        |                | \$30        | Mayor promoción para el hotel   |     |
|                                       |                        |                |             | Calidad en atención y servicio garantizada  |     |
| <b>COSTOS TOTALES</b>                 |                        |                | \$425       | <b>BENEFICIOS TOTALES</b>   | \$0 |

Elaborado por: SALTOS, Jael

Es importante tomar en cuenta que dentro del análisis se pueden obtener beneficios subjetivos ya que la elaboración del manual ayudará a mejorar la calidad en cuanto a la atención y el servicio así como también mejorar procesos internos, sin embargo el planteamiento y estandarización de procesos permitirá generar varios cambios en el personal ya que además de facilitar el trabajo, disminuirá la presión laboral la persona que ejerza el turno de la mañana debido a que todo el trabajo recaía sobre la misma, apoyando de esta forma un ambiente de trabajo en equipo y un clima laboral saludable.

Esto también motivará al personal ya que ganará más confianza en sí mismo dando mejores resultados en su desenvolvimiento individual, lo cual se verá reflejado en la atención que brinden al turista.

Por último se debe tomar en cuenta que todo este resultado ayudará a que el hotel se promoció solo, haciendo uso de recursos tecnológicos, es decir con el boca a boca descritos en los comentarios que los turistas realizan en Trip Advisor que si bien es cierto no es una fuente en la cual se obtengan datos estadísticos precisos, esta es muy utilizada en Estados Unidos y en la isla de Key West la gran mayoría de hoteles y hostales se promocionan a través de esta red social.

### **3.7 Conclusiones**

Gracias a la pasantía realizada en el Hotel Pegasus se pudo determinar una pequeña desorganización en cuanto a procesos, por ello se propuso la elaboración del manual de procedimientos, en el cual las actividades quedan establecidas, logrando crear con esto un estándar en el departamento de reservas y recepción.

La filosofía corporativa es el origen de todo en una organización, establece el propósito de la misma, su visión a futuro, metas y objetivos a cumplirse, sin ella el equipo de trabajo no está completo, ya que no existe sinergia, los procesos pueden no estar bien instaurados e incluso el ambiente puede no ser el más óptimo, por ello se vio necesaria la implementación de la misma.

Se puede concluir que los beneficios a obtener con la propuesta no sólo se verán en la agilidad de trabajo, sino también en la motivación del personal, desempeño y en la calidad que se brindará tanto en servicio como en atención.

Los mejores resultados se verán reflejados en los comentarios de los huéspedes, ya que son ellos quienes describen todas sus experiencias durante sus vacaciones. Sus estadías, lugares donde comieron, atractivos que visitaron, entre otros. Y es ahí donde se podrá observar el mayor beneficio ya que no solo se promocionará el hotel, sino que las ventas aumentarán.

Gracias a todo el análisis realizado se puede concluir que un hotel debe tener bien claras todas sus funciones, departamentos bien

organizados y un buen ambiente establecido. Se debe tomar mucho en cuenta al personal de trabajo ya que se los considera un cliente interno y parte de ellos harán que el funcionamiento de la empresa progrese. Maximizando la calidad, los recursos y los buenos resultados.

Se debe tomar en cuenta que el levantamiento de procesos en el departamento de reservas y recepción, ha sido únicamente un primer paso para estandarizar pasos y dejarlos implementados tanto en el departamento como en el personal. Si bien es cierto la implementación de herramientas es de gran ayuda y facilita el trabajo, esta no será de gran ayuda si el personal no tiene bien establecido lo que debe hacer y los procesos que le corresponden a cada uno.



### **3.8 Recomendaciones**

Una vez realizado el manual de procedimientos para el departamento de reservas y recepción, se recomienda al Hotel Internacional Pegasus, brindar una capacitación al personal, para dejar funciones y procesos establecidos y aclarar cualquier tipo de duda entre las personas involucradas en el proceso. También se recomienda realizar auditorías a los procesos que se realicen una vez entregado el manual, de esa manera se podrá verificar si están siendo cumplidos los mismos, el efecto que ha tenido y prevenir problemas o en caso de que se hayan generado darles una solución.

Es muy importante dar a conocer al personal el contenido de la filosofía corporativa una vez que haya sido realizada, ya que cada miembro de la organización debe saber lo que hace y el motivo por el cual es importante su trabajo. Esta también deberá estar en un lugar a la vista de todos, en donde trabajadores, clientes, proveedores y mandos superiores puedan leer cual es la razón de ser de la empresa, y hacia dónde quiere llegar.

La implementación de nuevas herramientas en el departamento de reservas y recepción agilizarán el trabajo en cuanto a actualización de datos, toma de reservas y pronósticos para las ventas de habitaciones, lo cual no solo ayudará a mejorar la atención, sino también a que el trabajador adquiera más confianza y gusto por lo que está haciendo.

Es primordial que se manejen procesos muy claros para que en un futuro con los avances tecnológicos se pueda implementar un software para que el hotel optimice mucho más los recursos humanos, el tiempo, y el dinero.

Es recomendable dar motivación al personal, ya que está visto que una vez que tengan establecida una meta u objetivo personal, su desempeño mejorará dando buenos resultados en su desempeño laboral.

# ANEXOS

## Anexo 1: Informe de ventas

**DAILY SHEET**

DATE: 10/05/13 CLERK: RA OPENING BANK: \$120.00

| ROOM # | KEY DEPOSIT | CASH/ TRV.CHK | CREDIT CARD | NOTES            |
|--------|-------------|---------------|-------------|------------------|
| 206    | -           |               | 402.75      | VS/Late Check In |
| 210    | -           |               | 246.38      | VS               |
| 203    | -           |               | 212.63      | AX               |
| 215    | -           |               | 257.63      | VS               |
| 216    | -           |               | 291.38      | MC               |
| 214    | -           |               | 212.63      | AX               |
| 301    | -           |               | 190.13      | VS               |
| 211    | -           |               | 190.13      | VS               |
| 310    | -           |               | 178.88      | MC               |
| 304    | -           |               | 201.38      | VS               |
| -      |             | 27.00         |             | cash/internet    |
| -      |             | 383.00        |             | cash/Bar         |
| 300    | -           |               | 659.25      | AX               |
|        |             |               |             |                  |
|        |             |               |             |                  |
|        |             |               |             |                  |

SALTOS, Jael, 2013

Este informe se divide en 5 columnas, la primera indica el número de la habitación rentada, la segunda columna indica el depósito que se realiza cuando se hace el pago en efectivo, y en caso de ser así en la tercera columna se especifica la cantidad monetaria a cancelar, en la cuarta columna se ingresa el total cuando se hace el pago con tarjeta de crédito y

finalmente la última columna especifica el tipo de tarjeta de crédito, o cualquier otro ingreso que se ha realizado como es el caso de internet o del mini bar que se encuentra en la recepción. Cuando se da el caso de un reembolso, se debe exponer la razón del mismo y la cantidad en la parte inferior de dicho informe.



Anexo 3: Formato de ocupación de habitaciones para Housekeeping

**Pegasus International Hotel**  
HOUSKEEPING

DATE: \_\_\_\_\_

| ROOM  | C/O | Occupd | Vacant/ready | Reservd | Remarks(TV, Toilet, Orkin, Vacuum, Pillows, A/C) |
|-------|-----|--------|--------------|---------|--|
| 108   |     |        |              |         |  |
| 111   |     |        |              |         |  |
| 200   |     |        |              |         |  |
| 201   |     |        |              |         |  |
| 202   |     |        |              |         |  |
| 203   |     |        |              |         |  |
| 204   |     |        |              |         |  |
| 205   |     |        |              |         |  |
| 206   |     |        |              |         |  |
| 207   |     |        |              |         |  |
| 208   |     |        |              |         |  |
| 209   |     |        |              |         |  |
| 210   |     |        |              |         |  |
| 211   |     |        |              |         |  |
| 212   |     |        |              |         |  |
| 214   |     |        |              |         |  |
| 215   |     |        |              |         |  |
| 216   |     |        |              |         |  |
| 217   |     |        |              |         |  |
| 218   |     |        |              |         |  |
| 300   |     |        |              |         |  |
| 301   |     |        |              |         |  |
| 302   |     |        |              |         |  |
| 303   |     |        |              |         |  |
| 304   |     |        |              |         |  |
| 305   |     |        |              |         |  |
| 306   |     |        |              |         |  |
| 307   |     |        |              |         |  |
| 308   |     |        |              |         |  |
| 309   |     |        |              |         |  |
| 310   |     |        |              |         |  |
| ATTIC |     |        |              |         |  |
| GR    |     |        |              |         |  |

Fuente: Hotel Pegasus

Anexo 4: Calificación del hotel en Trip Advisor por parte de los turistas

## Pegasus International Hotel

501 Southard Street, Key West, FL 33040  Servicios del hotel



**Fotos profesionales**



**61 fotos de viajeros**

Ingresá fechas para obtener los mejores precios

Llegada  Salida

Febrero de 2014

| L  | M  | X  | J  | V  | S  | D  |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    |    | 1  | 2  |
| 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |    |    |

Marzo de 2014

| L  | M  | X  | J  | V  | S  | D   |
|----|----|----|----|----|----|-----|
|    |    |    |    |    |    | 1 2 |
| 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9   |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16  |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23  |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30  |
|    |    |    |    |    |    | 31  |

404 personas escribieron una opinión sobre este hotel

[Escribí tu opinión](#)

Calificación de viajeros

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Excelente | <div style="width: 80%; background-color: #4caf50;"></div> | 209 |
| Muy bueno | <div style="width: 25%; background-color: #4caf50;"></div> | 96  |
| Normal    | <div style="width: 10%; background-color: #4caf50;"></div> | 54  |
| Malo      | <div style="width: 5%; background-color: #4caf50;"></div>  | 21  |
| Horrible  | <div style="width: 2%; background-color: #4caf50;"></div>  | 24  |

Consultá opiniones sobre

|  |    |
|--|----|
|  Familias     | 23 |
|  En pareja    | 77 |
|  En solitario | 8  |
|  De negocios  | 4  |

Resumen de calificaciones:

|                      |   |
|----------------------|---|
| Ubicación            | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |
| Calidad del descanso | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |
| Habitaciones         | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |
| Servicio             | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |
| Calidad-precio       | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |
| Limpieza             | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span><span>●</span></div> |

Fuente: [http://www.tripadvisor.com.ar/Hotel\\_Review-g34345-d268991-Reviews-Pegasus\\_International\\_Hotel-Key\\_West\\_Florida\\_Keys\\_Florida.html#REVIEWS](http://www.tripadvisor.com.ar/Hotel_Review-g34345-d268991-Reviews-Pegasus_International_Hotel-Key_West_Florida_Keys_Florida.html#REVIEWS)

76

### Anexo 5: Formato digital de ingreso de ventas de habitaciones

Daily Revenue Search Reports

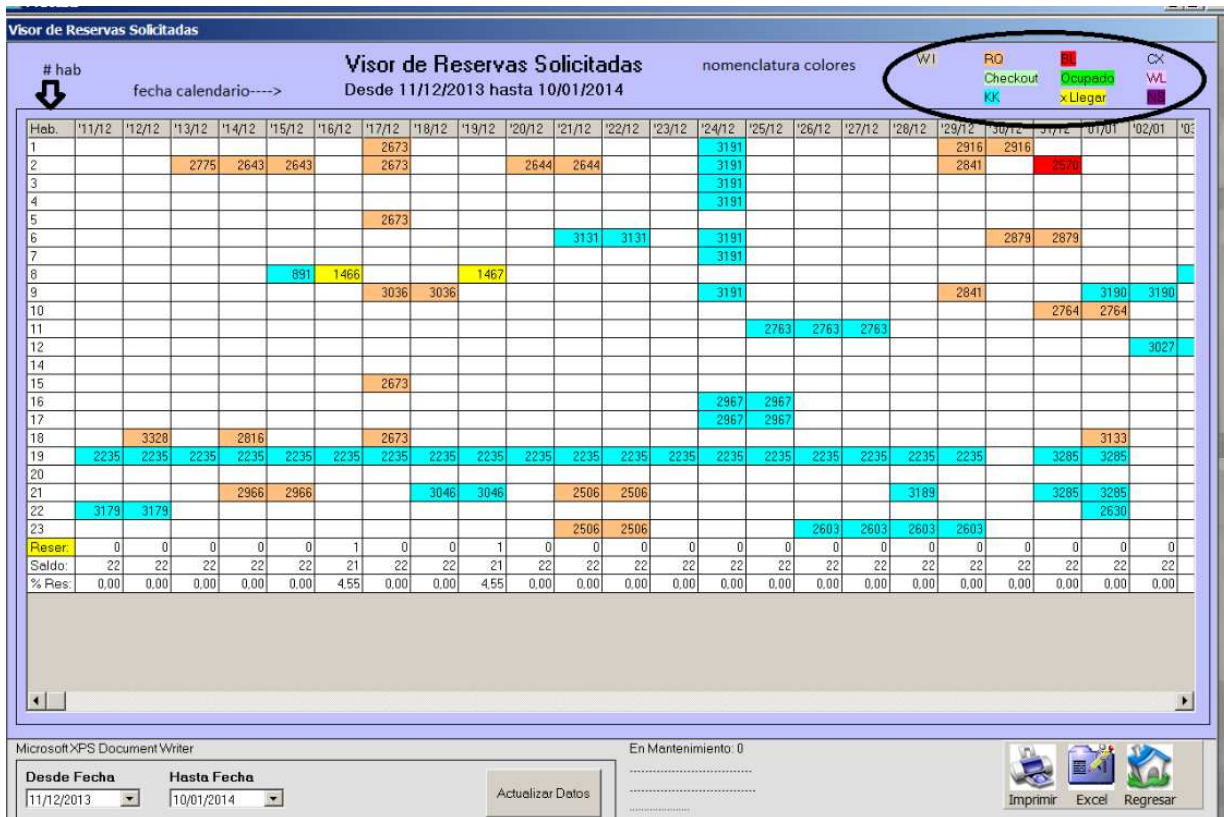
Print 10/ 5/2013

| Payment CC/CASH | Name of Guest         | Room       | Deposit  | Room Description | Occupancy Date         | Parking | Misc | Misc Description     | Notes             | Total        | invoice               | emovi                  |
|-----------------|-----------------------|------------|----------|------------------|------------------------|---------|------|----------------------|-------------------|--------------|-----------------------|------------------------|
|                 |                       | <b>108</b> |          |                  |                        |         |      |                      |                   |              |                       |                        |
| CASH            | NATALIJA STRASNER     | <b>111</b> |          |                  | 9/28/2013 - 10/27/2013 |         |      | MONEY ON 09/29       |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| MC              | THOMAS ANDERSON       | <b>200</b> |          |                  | 10/3/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | KENNETH KNOX          | <b>201</b> |          |                  | 10/3/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| CASH            | THOMAS MARTIN         | <b>202</b> |          |                  | 9/13/2013 - 10/12/2013 |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| AMEX            | MARY DONNA            | <b>203</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   | \$212.63     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| MC              | GREGORY FORD/ROB...   | <b>204</b> |          |                  | 10/4/2013 - 10/5/2013  |         |      | MC=201.38, MC=201.38 |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | JOHN GEIGER/CRAIG ... | <b>205</b> |          |                  | 10/4/2013 - 10/5/2013  |         |      | MC=201.38, VS=201.38 |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | KATHERINE GARCIA      | <b>206</b> |          |                  | 10/4/2013 - 10/5/2013  |         |      | MONEY ON 10/05       | LATE C/IN         |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | SUSAN BARBER          | <b>207</b> |          |                  | 10/4/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| CASH            | ROBERT ANDREW JOH...  | <b>208</b> |          |                  | 9/12/2013 - 10/11/2013 |         |      | RENT S/O             | MONEY ON 09/04/13 |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
|                 |                       | <b>209</b> |          |                  |                        |         |      |                      |                   |              |                       |                        |
| VISA            | SCOTT AMIGH           | <b>210</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   | \$246.38     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | JEFFREY NOVAK         | <b>211</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   | \$190.13     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| CASH            | SCOTT AMIGH           | <b>212</b> | \$100.00 |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      | MOVED FROM #210 A... |                   | \$0.00       | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| AMEX            | JUNE SOLANES          | <b>214</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   | \$212.63     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | JOSEPH PAOLINO        | <b>215</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  | \$10.00 |      |                      |                   | \$257.63     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| MC              | JENNIFER MCINTOSH     | <b>216</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  |         |      |                      |                   | \$291.38     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
|                 |                       | <b>217</b> |          |                  |                        |         |      |                      |                   |              |                       |                        |
|                 |                       | <b>218</b> |          |                  |                        |         |      |                      |                   |              |                       |                        |
| AMEX            | THOMAS EMMONS         | <b>300</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/8/2013  | \$40.00 |      |                      |                   | \$659.25     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | JOHN FASSERT          | <b>301</b> |          |                  | 10/5/2013 - 10/5/2013  | \$10.00 |      |                      |                   | \$190.13     | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | KENNETH BRIAN HYDE    | <b>302</b> |          |                  | 10/3/2013 - 10/6/2013  |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| VISA            | JACOB DARREN          | <b>303</b> |          |                  | 10/3/2013 - 10/6/2013  |         |      |                      |                   |              | <a href="#">Print</a> | <a href="#">remove</a> |
| <b>Save</b>     |                       |            |          |                  |                        |         |      |                      |                   | <b>Total</b> | <b>\$3,453.17</b>     |                        |

Fuente: Hotel Pegasus



Anexo 6: Ejemplo de cuadro de chart de ocupación



Fuente: Ing. CHÁVEZ, María Fernanda.

## **WEBGRAFÍA**

### **Historia Estados Unidos**

[http://www.salonhogar.com/est\\_soc/usa/](http://www.salonhogar.com/est_soc/usa/)

<http://www.historiacultural.com/2010/11/independencia-de-estados-unidos.html>

### **Economía de Estados Unidos**

<http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/estados-unidos/economia>

### **Información turística de Estados Unidos**

<http://turismo.org/estados-unidos/>

<http://turismoonline.com/ciudades/destinos-turisticos-estados-unidos>

### **Geografía de Estados Unidos**

<http://www.caribeinsider.com/es/geografia/104>

<http://mundodeturismo.com/turismo-canada-informacion-interes/>

### **Población de Estados Unidos**

<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

## **Salario básico en Nueva York**

[http://www.dol.gov/whd/minwage/america\\_sp.htm#NewYork](http://www.dol.gov/whd/minwage/america_sp.htm#NewYork)

<http://fortunaweb.com.ar/2013-01-22-115619-el-alto-precio-de-vivir-en-nueva-york/>

<http://www.eldiariony.com/camara-aprueba-aumento-9-salario-minimo-NY>

## **Población de Florida**

<http://www.mecd.gob.es/dctm/ministerio/educacion/actividad-internacional/convocatorias-de-trabajo-y-formacion/paraespanoles/visitanteseeuucan/2011/2011-florida.pdf?documentId=0901e72b81102032>

## **Clima de Miami**

[http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/usa/miami/miami\\_clima.php](http://www.losmejoresdestinos.com/destinos/usa/miami/miami_clima.php)

## **Historia de Cayo Hueso**

<http://www.keywestparanormal.com/Historia.html>

<http://www.miami.com/key-west-un-tesoro-para-los-turistas>

## **Porcentajes de turismo en los últimos años**

<http://www.keywestchamber.org/PDF/trends.PDF>

## **Población de Key West**

[http://databases.sunsentinel.com/Orlando/esoscensus2010/flacensus2010\\_view.php?editid1=559](http://databases.sunsentinel.com/Orlando/esoscensus2010/flacensus2010_view.php?editid1=559)

### **Ernest Hemingway**

<http://www.lecturalia.com/autor/695/ernest-hemingway>

### **Economía de Key West**

<http://www.keywestchamber.org/PDF/demographics.pdf>

[http://www.bestplaces.net/economy/city/florida/key\\_west](http://www.bestplaces.net/economy/city/florida/key_west)

### **Deportes en Key West**

[http://www.nautics.cat/index.php?option=com\\_content&view=article&id=92:parasailing&catid=47:activitats-nautiques&Itemid=85&lang=es](http://www.nautics.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=92:parasailing&catid=47:activitats-nautiques&Itemid=85&lang=es)

<http://edant.clarin.com/suplementos/nautica/2001-11-05/n-333498.htm>

<http://deportesacuaticos.info/snorkel-2>

<http://definicion.de/kayak/>

### **Fiestas de Key West, poker run, fantasy fest, etc**

<http://www.petersonsharley.com/custompage.asp?pg=history>

<http://www.fantasyfest.com/about-the-fest.cfm>

### **Contracción Económica**

<http://es.mimi.hu/economia/contraccion.html>

### **Estilo victoriano**

<http://www.proyectoobra.com/arqvictoriana.asp>

### **Definición de Art Deco**

<http://www.todacultura.com/movimientosartisticos/artdeco.htm>

### **Matriz FODA**

[http://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP\\_12-1/Ponce\\_Talancon.pdf](http://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf)

<http://www.matrizfoda.com/>

<http://iso9001calidadparatodos.com/como-hacer-un-analisis-foda.html>

### **Modelos de manuales de procedimientos**

[http://www.correosdemexico.gob.mx/AcercaCorreos/NormatecaInterna/Documents/RecursosMateriales/mp\\_almacen\\_central\\_y\\_depositos\\_temporales\\_a1.pdf](http://www.correosdemexico.gob.mx/AcercaCorreos/NormatecaInterna/Documents/RecursosMateriales/mp_almacen_central_y_depositos_temporales_a1.pdf)

<http://blogsdelagente.com/hotelerianet/2008/11/18/manual-procedimientos-recepcion/>

## **BIBLIOGRAFÍA**

Revista “The National Geographic Traveler Miami and the Keys, pág 65