



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

ESTUDIO DE LOS PROCESOS ORGANIZACIONALES DEL
HOTEL RESTAURANTE JADE PARA MEJORAR SU
COMPETITIVIDAD EN EL CANTÓN QUEVEDO DE LA
PROVINCIA DE LOS RÍOS

AUTORAS

KARLA CAROLINA CARBO CAAMAÑO
DORIS DIOCELINA CARBO ALCÍVAR

DIRECTOR

ING.EDUARDO JIMENEZ RENDON, MS

LECTOR

ING. DARIO ARELLANO VALENCIA, MAE

BABHOYO-LOS RIOS-ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS

Declaramos que la siguiente investigación es inédita y que todos los contenidos son responsabilidad de las autoras y queda a disposición de la Universidad Técnica de Babahoyo la presente tesis de investigación.

Karla Carolina Carbo Caamaño

Doris Diocelina Carbo Alcívar

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quien en todo momento ha sabido guiarme por el buen camino, darme las fuerzas necesarias para siempre seguir adelante y no desmayar en aquellos problemas que se me presentaban, a enfrentar las adversidades sin perder nunca la postura y desmayar en el intento.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

A mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, brindándome su ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, principios, empeño, perseverancia, coraje para conseguir mis objetivos.

Con todo mi cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre en mi corazón y más sinceros agradecimientos.

Papá Y Mamá

Luis Carbo y Mariana Caamaño

Karla Carolina Carbo Caamaño

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios ser maravilloso quien me dio fuerza y fe para creer lo que parecía imposible terminar.

A mi padre Luis por su incondicional apoyo, tanto al inicio como al final de mi carrera; por estar pendiente de mí en cada momento.

A mi mamá Mariana por cada día haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, Porque si hay alguien que está detrás de todo este trabajo, eres tú mamita, que has sido, eres y serás el pilar de mi vida.

A mis hermanos porque crecimos como cómplices día a día y somos amigos incondicionales de toda la vida con ellos compartimos triunfos y fracasos.

Agradezco a todas las personas que de una u otra forma estuvieron siempre conmigo, porque cada uno apporto con un granito de arena; y es por ello que a cada uno le dedico mi esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregue en esta tesis.

A mi compañera de tesis Doris por haber compartido esa proyecto conmigo

Karla Carolina Carbo Caamaño

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado principalmente a Dios por darme vida y guiarme por el buen camino, dándome fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer para el logro de mis metas.

A toda mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A todos en general que de una u otra manera me ayudaron a realizarme profesional.

Dedicada a mis padres Olmedo Carbo y Carmen Alcívar

Doris Diocelina Carbo Alcívar

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios ser maravilloso que me diera las fuerzas y fe para creer lo que parecía imposible.

A mi familia por el apoyo que me brindaron, a mis padres Olmedo y Carmen a mis hermanos, mi sobrina, mis cuñados y tío que me apoyaron mucho en mi carrera universitaria.

A mis compañeros de clase por tantos momentos divertidos que pasamos en las aulas de clase

A todos los ingenieros que durante toda la carrera me brindaron sus conocimientos y muchos de ellos con grandes consejos.

A mi compañera de tesis Karla por haber compartido esa proyecto conmigo

Doris Diocelina Carbo Alcívar

ÍNDICE

Portada	
Contraportada	
Declaración de autoría de tesis	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	5
Índice	7
Resumen ejecutivo	10
Introducción	11
I. Objetivos.	13
1.1. Objetivo general	13
1.2. Objetivos específicos	13
II. Marco referencial.	14
2.1. Antecedentes.	14
2.2. Marco Conceptual	17
2.3. Marco Teórico	22
2.4. Postura Teórica	36
2.5. Hipótesis. (o idea a defender)	35
2.5.1. Hipótesis General.	35
2.5.2. Hipótesis Específicas.	35
2.6. Variables	36
2.6.1. Variable Independiente	36
2.6.2. Variables Dependiente.	36
III. Resultados de la investigación.	37
3.1 Descripción de resultados	37
3.2. Interpretación y discusión de resultados.	47
IV. Conclusiones	49
V. Recomendaciones	50

VI. Propuesta de intervención.	51
6.1. Título	51
6.2. Objetivos de la propuesta	51
6.2.1. General.	51
6.2.2. Específicos.	51
6.3. Justificación	52
6.4. Factibilidad de la propuesta.	53
6.5. Actividades.	53
6.6. Evaluación de la propuesta	65
VII Bibliografía	66
VIII Anexos	67

RESUMEN EJECUTIVO.

El Hotel Restaurant Jade del Cantón Quevedo cuenta con disponibilidad de 28 habitaciones, 1 salón de eventos y cuenta con 20 personas para que presten la atención de los clientes, es un lugar reconocido y con gran afluencia de personas pero presenta algunos problemas internos en la gestión de sus procesos organizacionales debido a que no cuenta con un organigrama funcional que promuevan el desarrollo de sus actividades conociendo cada uno de ellos sus respectivas funciones y niveles de autoridad.

La propuesta de intervención está encaminada a realizar un plan estratégico que brinde una herramienta importante para la toma de decisiones efectiva en el Hotel Restaurante jade del cantón Quevedo.

En capítulo I se abordan los objetivos de la investigación de esta tesis. En el capítulo II se abordara el desarrollo del marco referencial donde se encuentra los antecedentes de investigación, marco teórico, hipótesis.

En el capítulo III se aborda lo concerniente a los resultados de la investigación fase que se demuestra mediante las encuestas. En el capítulo IV y V se desarrollaran las conclusiones y recomendaciones. Y el capítulo VI se abordará la propuesta de intervención.

ABSTRACT

The Hotel Restaurant Jade Canton Quevedo has availability of 28 rooms, 1 ballroom and has 20 people to pay attention to customers , is a recognized place with great influx of people but has some internal management problems their organizational processes because it lacks a functional organization to promote the development of their activities knowing each respective roles and levels of authority.

The proposed intervention aims to make a strategic plan that provides an important tool for effective decision making in the Hotel Restaurant Canton jade Quevedo.

In Chapter I the research objectives of this thesis are discussed . In Chapter II the development of the framework where the research background , theoretical framework, hypothesis is be addressed .

Chapter III addresses concerning the results of the research phase is demonstrated by the surveys. In chapter IV and V the conclusions and recommendations were developed. And Chapter VI the proposed intervention will be addressed .

INTRODUCCIÓN.

En la actualidad, las empresas que cuenta con una estructura interna bien definida podrán cumplir todos los procesos y de esta manera equilibrar el control para que cada departamento, pueda afianzar con entusiasmo las metas organizacionales y al mismo tiempo, desarrollar un diálogo interno en procurar brindar un servicio de excelente calidad.

Las empresas hoteleras privadas intervienen de una manera acelerada en el desarrollo de las actividades turísticas en el país, por lo que sus administradores buscan que su personal cuente con la debida capacitación y conozca totalmente cada una de las labores que debe desempeñar para lograr un servicio de calidad hacia los clientes.

La inadecuada administración de sus procesos provoca inconvenientes como: Deficiencia en la formulación de estrategias de atracción al cliente las cuales provocarían menos concurrencia de usuarios , así como también un déficit en las capacitaciones en el área de atención a los clientes, otro factor que influye es la no existencia de procesos organizacionales que permitan el desarrollo del Hotel, generando malestar interno por parte de los empleados por no conocer cuáles son los objetivos a lograr.

De no aplicarse una solución a los problemas que se manifiestan en el Hotel provocaría que este disminuya su rentabilidad al no poder cumplir con los objetivos organizacionales.

I. OBJETIVOS.

1.1. Objetivo General.

Determinar los procesos organizacionales que inciden en la competitividad del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo Provincia de los Ríos

1.2. Objetivos Específicos.

Analizar la fundamentación teórica de los procesos organizacionales que influyen en la competitividad.

Determinar los factores interno y externos que influyen en la competitividad del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo.

Proponer un manual de procesos que mejore el funcionamiento de Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo.

II. MARCO REFERENCIAL.

2.1. Antecedentes.

La tesis de Candy Elizabeth Soledispa Saltos denominada “Procesos de calidad total para el mejoramiento operativo del departamento contable de talleres Nissan – Renault s.a., manta” presenta la siguiente información:

Debido al desarrollo de las empresas tanto a nivel nacional como local han aumentado las necesidades de los clientes y proveedores, por este motivo la empresa está en la obligación de mejorar el servicio que brinda a ellos, por eso es importante saber entender y servir las necesidades y deseos cambiantes de los consumidores, ya que por ellos se sostiene el negocio. La calidad total es una herramienta para el desarrollo organizacional de las empresas, es así que varias de estas ya han obtenido sus certificados de normas de calidad ISO 9001, por tal razón Talleres Nissan-Renault S.A. ha iniciado los primeros pasos hacia la obtención de la calidad total de todos sus procesos organizacionales y de servicios.

El departamento contable de Talleres Nissan-Renault, a pesar de que trabaja con un sistema contable, en el análisis de sus operaciones presenta deficiencia, desorganización en sus procesos y funciones, y falta de capacitación del personal, lo que conlleva a la impuntualidad en la entrega de los informes financieros, falta de apoyo a la gerencia, deficiente control interno del departamento, falta de coordinación e instrucción al personal de

lo que se debe realizar con el manejo de la información contable y carencia de concientización del personal acerca del cumplimiento de sus funciones.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a la empresa a no tomar las mejores decisiones financieras, debido a la falta oportuna de información financiera, así como a no tener control interno sobre los ingresos y egresos de la compañía, lo que puede ocasionar robos, malversación de fondos, gastos indebidos, pérdida de competitividad y disminución de rentabilidad. Esta investigación tiene como punto central conocer los problemas que existen en el departamento contable de esta empresa para mejorarlos a través de los procesos de calidad total.

Mediante la investigación se obtendrá información necesaria para seleccionar, analizar y perfeccionar los procesos de este departamento, para llegar a cumplir con las expectativas de la gerencia que son alcanzar la calidad total de los procesos.

Para llevar a cabo la investigación se conocerá el proceso contable de Talleres Nissan-Renault S.A. de la sucursal Manta, se estudiará minuciosamente si este cumple con los objetivos organizacionales de la empresa. La muestra principal serán las funciones, los procesos, tareas, informes y las personas a quienes se les entreguen el trabajo final contable, tales como gerente y jefes del departamento

La tesis de Ortega Bone Alexis Sandino denominada “Análisis y mejora de los procesos operativos y administrativos del centro de producción confecciones de la fundación benéfica acción solidaria” presenta la siguiente información:

El presente estudio se debe a los resultados obtenidos por el crecimiento de las Ventas del Centro de Producción Confecciones; estas comparadas con la Producción actual, no llegan a satisfacer en su totalidad a los Clientes; lo cual conlleva a optimizar todos los procesos que se llevan a cabo en la empresa. El objetivo planteado presenta varias propuestas de soluciones, realizando una mejora en los procesos administrativos y operativos del Centro de Producción Confecciones, reduciendo al máximo todos los problemas que afectan al rendimiento del mismo.

La metodología aplicada fue por método científico basado en estudio de campo utilizando técnicas, herramientas y estrategias de Ingeniería Industrial entre las cuales tenemos: Para el Análisis de la Empresa, Interno: La Cadena de Valor, Externo: Las 5 Fuerzas de Porter y Análisis FODA; para el Diagnóstico: Diagrama Causa-Efecto y Diagrama de Pareto; Estudio de Movimientos y Tiempos: Diagrama de Flujo de Procesos, Flujograma de Proceso; Evaluación Económica: Flujo de Caja, Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Coeficiente Beneficio/Costo (B/C), Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

2.2. Marco Conceptual

Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)

Su objetivo consiste en ayudar a una empresa a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.

Análisis del entorno de la empresa

El análisis que incluye la exploración de los factores, que forman el entorno en el cual actúa la empresa.

Competencia.

La información sobre la competencia que tiene mayor interés para la empresa es el número de competidores, su cuota de mercado, su tamaño, sus precios, los productos que ofrece, etc.

Control.

Proceso de observación y medida, consistente en comparar los resultados que se han obtenido con los objetivos que se querían alcanzar. De esta manera se ven las diferencias, es decir, las desviaciones, y se estudia por qué han existido y cómo se pueden solucionar.

Cultura organizacional

Un sistema de significado compartido entre sus miembros, que ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización. Es también la interacción de valores, actitudes y conductas compartidas por todos los miembros de una organización.

Debilidades (también llamadas puntos débiles)

Son factores que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la empresa y deben, por tanto, ser controladas y superadas.

Eficiencia

Es la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado o programado utilizar.

Eficacia

Valora el impacto de lo que hacemos, del producto que entregamos o del servicio que prestamos. No es suficiente producir con 100% de efectividad, sino que los productos o servicios deben ser los adecuados para satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto, la eficacia es un criterio relacionado con la calidad (adecuación al uso, satisfacción del cliente).

Ejes estratégicos

Son las áreas, campos, procesos claves o dimensiones prioritarias que encontramos en la visión y en las que debemos trabajar sistemáticamente para alcanzar el desarrollo organizacional.

Estrategia de la empresa

Un programa de actuación a largo plazo, que determina los objetivos estratégicos de desarrollo de la empresa y que muestra cómo lograrlos en forma de objetivos operacionales y tareas a realizar específicas.

Estructura orgánica

Es la distribución, la disposición o el orden según el cual están organizados los individuos que forman parte de una empresa.

Formulación de la estrategia

Es el diseño de un método o camino para alcanzar la visión y la misión de la empresa.

Gestión empresarial

Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

Gestión estratégica

El proceso permanentemente orientado hacia la construcción, implementación y monitorización de una estrategia para garantizar la supervivencia y el desarrollo de la empresa a largo plazo.

Gestión Organizacional:

La gestión organizacional tiene en cuenta el aprovechamiento de los recursos para la obtención de beneficios y el incremento del mercado interno y externo.

Misión

Es el propósito genérico o razón que justifica la existencia de la organización. La misión ordena y aclara “la idea de una organización”.

Objetivos estratégicos

Denominados también objetivos generales son aquellos que se pretenden lograr a largo plazo. Son los resultados globales que esperamos lograr para hacer real la visión, la misión y la estrategia.

Organigrama

Es la representación gráfica y esquematizada de la estructura de una empresa con el objeto de identificar las relaciones entre los diferentes elementos.

Planes de acción

Conjuntos de programas y proyectos propuestos los cuales pueden ser tanto de un horizonte a corto plazo como una formulación a largo plazo. El propósito de estos planes es garantizar que el plan estratégico se llegue a poner en la práctica.

Plan táctico.

Conjunto de decisiones que desarrollan las operaciones de cada día. Es posterior a la estrategia.

Valores corporativos

Conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos, o pensamientos que la organización asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento y/o de sus variables competitivas.

Visión

Representa el futuro perfecto de la iniciativa empresarial. Es la declaración que señala a donde se quiere llegar como organización en un plazo determinado.

2.3. Marco Teórico.

Administración

Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. (Harold Koontz, 2012, pag 32)

La importancia de la administración es tal que es asignatura básica en muchas licenciaturas y posgrados, debido a que en el ámbito laboral y durante el desempeño profesional la aplicación del conocimiento administrativo es indispensable.

Según Hitt (2006) la administración “es un término que tiene varias acepciones distintas. En cuanto al propósito de este libro, su principal significado es como una actividad o un proceso. De manera más específica, definimos administración como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.”

Por su parte, esta definición se subdivide en cuatro partes fundamentales:

- a. Administración es un proceso: consiste en una serie de actividades y operaciones, como planear, decidir y evaluar.

- b. Administración implica estructurar y utilizar conjuntos de recursos: Es el proceso que reúne y pone en funcionamiento una variedad de tipos de recursos: humanos, financieros, materiales y de información.

- c. Administración significa actuar en dirección hacia el logro de una meta para realizar las tareas: Por consiguiente, no efectúa actividades elegidas al azar, sino actividades con un propósito y una dirección bien definidos. Este propósito y dirección podrían ser los del individuo, la organización o, lo más usual, una combinación de los de ambos. Comprende los esfuerzos necesarios para completar las actividades propuestas y para que los resultados correspondan a los niveles deseados. (Amat Oriol. 2010)

- d. Administración implica llevar a cabo actividades en un entorno organizacional: Es un proceso que tiene lugar en las organizaciones y que realizan personas con funciones diferentes intencionalmente estructuradas y coordinadas para lograr propósitos comunes.

Así como el agua es el medio indispensable para los peces, o el aire para el avión, las organizaciones son el ambiente necesario para que los administradores realicen su trabajo. De hecho, "la administración no existiría

sin las organizaciones". (Bateman Thomas S. 2009)

La administración es, por su naturaleza misma, una actividad basada en la gente. Los gerentes, sin importar lo talentosos que fuesen, no serían capaces de hacer todo por sí solos. Si quieren ser eficaces, necesitan emplear las habilidades y la energía de otras personas, además de las propias.

La importancia relativa de estas habilidades puede ser distinta en los diferentes niveles de la jerarquía organizacional. Estas son las habilidades técnicas son de máxima importancia para los supervisores; por su parte, las habilidades humanas son útiles en las interacciones frecuentes con subordinados; a su vez, las habilidades conceptuales y de diseño casi nunca son decisivas para estos últimos.

Las habilidades técnicas son menos necesarias en los mandos medios, las humanas son aún esenciales y las conceptuales son más importantes.

En la alta gerencia las habilidades conceptuales, de diseño y humanas son especialmente valiosas, mientras que las técnicas son relativamente poco necesarias. Se supone, sobre todo en compañías grandes, que los directores ejecutivos (Chair Executive Officer, CEO)

pueden utilizar las habilidades técnicas de sus subordinados; sin embargo, en empresas más chicas la experiencia técnica es la más importante. (Harold Koontz, 2012)

Robert L. Katz (1955) identificó tres tipos de habilidades de los administradores, a las que puede agregarse una cuarta: la de diseñar soluciones.

Visión y misión

Los grupos de interés (aquellos que, como se explica más adelante en este mismo capítulo, afectan el desempeño de la empresa o se ven afectados por él) obtienen abundante información acerca de una empresa con sólo estudiar su visión y misión. (Hellriegel Don y Slocum, Jr. John W. 2009)

Visión

La visión es una panorámica de todo lo que, en un sentido amplio, quiere ser una empresa y de aquello que quiere lograr en última instancia. Por consiguiente, el enunciado de una misión articula la descripción ideal de una organización y plantea la configuración del futuro que busca. (Robbins, Stephen p. y Coulter, Mary. 2005)

Misión

La visión es el fundamento de la misión de la empresa. Una misión específica la o las líneas de negocios en las cuales pretende competir la

empresa, así como cuáles son los clientes a los que quiere atender.
(Bateman Thomas S. 2009)

La visión y la misión juntas sientan las bases que la empresa necesita para elegir e implementar una o varias estrategias. La probabilidad de dar forma a una misión efectiva se incrementa cuando los empleados sienten que existe un sólido conjunto de normas éticas que guiarán su comportamiento cuando trabajen para contribuir a que la empresa realice su visión.

Procesos

En medio de las dificultades actuales, me tranquiliza recordar que la palabra china para decir “crisis” está formada por dos ideogramas. El primero quiere decir peligro, pero el segundo significa oportunidad oculta.
(Carlzon 1998)

La visión de procesos es una forma integradora de acercamiento a la organización, es una forma de comprender la compleja interacción entre acciones y personas distantes en el tiempo y el espacio.

Una primera definición la provee el concepto de síntesis de la visión sistémica, en el sentido de ubicar en su contexto: Proceso es una totalidad que cumple un objetivo completo, útil a la organización y que agrega valor para el cliente. Entendiendo por totalidad una secuencia de principio a fin de

un flujo. (Hammer 2006)

También desde el concepto de síntesis se puede definir que: Un proceso es una competencia que tiene la organización.

Otra definición, complementaria, viene desde la aplicación del análisis, a través de observar componentes: Proceso es un conjunto de actividades e interacciones que transforma entradas en salidas que agregan valor a los clientes, la finalidad común. El proceso es realizado por personas organizadas según una cierta estructura, tienen tecnología de apoyo y manejan información. (Hammer 2006)

El proceso es un sistema de creación de riqueza que inicia y termina transacciones con los clientes en un determinado período de tiempo. Cada activación del proceso corresponde al procesamiento de una transacción, en forma irreversible, por eso se emplean los conceptos de temporalidad y de "flecha del tiempo". El período de tiempo es hoy el punto crítico de trabajo para incrementar la productividad. (Bravo 2009)

Desde el punto de vista de los componentes, dice Philippe Lorino (1996, pp. 36-37): "En el seno de una empresa no hay ninguna actividad aislada: las actividades se combinan en cadenas o en redes de actividades dotadas de un objetivo común (desarrollar un nuevo producto, introducir una

modificación técnica, realizar una campaña de promoción, fabricar un producto, son «macrotareas» que exigen el cumplimiento secuencial o simultáneo de un cierto número de actividades distintas). Se llamarán procesos a los conjuntos de actividades destinadas a la consecución de un objetivo global, a una salida global, tanto material como inmaterial”.

Identificación de los procesos

De acuerdo a Bravo 2009 los procesos se clasifican así:

a. Procesos estratégicos

Los procesos estratégicos son aquellos relacionados con la estrategia de la organización, considera:

- La forma como se establece la visión, misión, valores, directrices funcionales, objetivos corporativos, departamentales y personales y el programa de acción entre otros componentes.
- La forma como se monitorea el cumplimiento de los objetivos, la definición de indicadores y como se mantienen actualizados.
- La forma de mantener actualizadas las definiciones estratégicas.
- La forma como se comunica la estrategia y la forma de motivar a

todos los integrantes de la organización en lograr sus definiciones, entre otros temas relacionados.

b. Procesos del negocio

Los procesos del negocio atienden directamente la misión del negocio y satisfacen necesidades concretas de los clientes. En empresas pequeñas se

estima razonable identificar entre 1 y 3 de estos macroprocesos; en empresas grandes este número puede llegar a 8. Estas cantidades también tienen relación con el grado de focalización de la organización, mientras más focalizada se encuentre, menor es el número de procesos del negocio.

c. Procesos de apoyo

Los procesos de apoyo son servicios internos necesarios para realizar los procesos del negocio. También se les llama procesos secundarios. En empresas pequeñas es fácil identificar hasta unos 20 procesos de apoyo, los que pueden llegar hasta 400 en grandes organizaciones, sin considerar las diferentes versiones de cada uno.

Describir los procesos

Un objetivo deseable es tener procesos documentados, actualizados y consistentes que capitalicen el conocimiento de la organización. (Bravo 2009)

Algunas características de la descripción de procesos son:

- Un proceso bien descrito puede ser comunicado y enseñado, reforzando las posibilidades de la capacitación y de la inducción.
- En la misma línea, cuando los procesos están descritos se puede confeccionar un plan de capacitación más rico y consistente.
- Se tiene la visión de conjunto de las actividades, en lugar de “compartimentos estancos”, o visión en “feudos”.
- Se puede llevar un mejor control de costos.
- Es una oportunidad de reforzar la comunicación y la participación, ya que la descripción de procesos requiere del aporte de todos.
- Se logra mejor control con el conocimiento de cómo se hacen las cosas, se refuerza el trabajo de la auditoría de procedimientos.

Gestión de procesos

De acuerdo a Bravo (2009):

La gestión de procesos es una forma sistémica de identificar, comprender y aumentar el valor agregado de los procesos de la empresa para cumplir con la estrategia del negocio y elevar el nivel de satisfacción de los clientes.

La gestión de procesos con base en la visión sistémica apoya el aumento de la productividad y el control de gestión para mejorar en las variables clave, por ejemplo, tiempo, calidad y costo.

Aporta conceptos y técnicas, tales como integralidad, compensadores de complejidad, teoría del caos y mejoramiento continuo, destinados a concebir formas novedosas de cómo hacer los procesos. Ayuda a identificar, medir, describir y relacionar los procesos, luego abre un abanico de posibilidades de acción sobre ellos: describir, mejorar, comparar o rediseñar, entre otras.

Considera vital la administración del cambio, la responsabilidad social, el análisis de riesgos y un enfoque integrador entre estrategia, personas, procesos, estructura y tecnología.

Mejorar los procesos

La idea es perfeccionar lo que se está haciendo. En muchas organizaciones esta es una opción relativamente fácil de implementar cuando existe una cultura de participación. (Bravo 2009)

Mejorar los procesos incluye practicar benchmarking, es decir, comparar nuestros procesos con las mejores prácticas del medio y así aprender y mejorar. (Hammer 2006)

Aunque, en estricto rigor, el benchmarking está a medio camino entre mejorar y rediseñar, porque los cambios que se proponen a veces son tan grandes que pueden transformar totalmente un proceso.

La mejora de procesos exige la descripción previa de los procesos, por lo tanto, es una línea de trabajo que se complementa con la anterior (describir los procesos).

Rediseñar los procesos

Se hacen rediseño de procesos para obtener un beneficio mayor, con la probable consecuencia de que el cambio en el proceso también sea grande. Por lo tanto, es preferible no entrar demasiado al detalle del funcionamiento previo del proceso, es suficiente con una descripción general.

De acuerdo a Hammer y Champy (1994, p. 136): “Antes de proceder a rediseñar, el equipo necesita saber ciertas cosas acerca del proceso existente: qué es lo que hace, cómo lo hace (bien o mal), y las cuestiones críticas que gobiernan su desempeño. Como la meta del equipo no es mejorar el proceso existente, no necesita analizarlo y documentarlo para exponerlo en todos sus detalles.

Lo que necesita es más bien una visión de alto nivel, apenas lo suficiente para obtener la intuición y la penetración necesarias para crear un diseño totalmente nuevo y superior. Uno de los errores más frecuentes que se cometen en esta etapa de reingeniería es que los equipos tratan de analizar un proceso en sus más mínimos detalles en lugar de tratar de entenderlo”

Alguna forma de unidad de gestión de procesos sería una opción permanente que estaría inserta en la estructura y tendría a su cargo algunas líneas de trabajo: velar por que se realice el levantamiento de los procesos, llevar registro de mapas y flujos, definir y comunicar los métodos de hacer gestión de procesos, facilitar el mejoramiento continuo y cooperar en el rediseño de procesos.

El móvil de la creatividad parece ser la misma tendencia que en la psicoterapia se revela como la fuerza curativa más profunda: la tendencia del hombre a realizarse, a llegar a ser sus potencialidades. Con esto me refiero al impulso a expandirse, crecer, desarrollarse y madurar que se manifiesta en toda vida orgánica y humana. Rogers (1992, p. 304)

Planeación

La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios, la secuencia de operaciones y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización. (Ponce Reyes 2008)

Sistema que comienza con los objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos y cuenta con un método de retroalimentación de información para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias. (Scanlan 2007)

En la etapa de la planeación siempre se debe fijar unas metas y unos objetivos claros, no se debe descuidar el entorno, la competencia y se debe saber el gusto de los clientes a los que se les ofrecerá el producto o el servicio, al igual que hay que prever otras alternativas porque si una no funciona estará la otra para llegar a ser el plan de apoyo a la idea principal, porque se planea a corto, mediano y largo plazo.

Después de ya haber planeado o haber realizado un pronóstico de lo que se quiere conseguir se debe organizar las ideas, y con este se empieza el segundo paso del proceso administrativo, Construir tanto el organismo material como el social de la empresa.

Organizar una empresa es proveerla de todo lo que es útil para su funcionamiento: materias, herramientas, capitales y personal. (Dávila C. 1996).

2.4. Postura Teórica

La postura teórica de esta investigación está basada en las teorías de Munch Lourdes sobre la administración estratégica y los procesos, como propuesta de intervención se realizara un plan Estratégico tomando como base el modelo de Munch que especifica lo que debe contener un plan estratégico para una empresa.

2.5. Hipótesis.

2.5.1. Hipótesis General.

Determinando los procesos organizacionales que inciden en la competitividad del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo Provincia de los Ríos se lograría adecuar estrategias eficientes.

2.5.2. Hipótesis Específicas.

Analizando la teoría de los procesos organizacionales que influyen en

la competitividad del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo se lograría fundamentar la investigación.

Determinando los factores interno y externos que influyen en la competitividad del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo se lograría proponer mejoras administrativas.

Aplicando un Plan Estratégico se lograría mejorar el funcionamiento de Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo.

2.6 Variables

2.6.1. Variable Independiente

Procesos Organizacionales.- Conjunto de pasos parcialmente ordenados para alcanzar un objetivo dentro de la organización. La transformación desde un estado hacia otro, por medio de agentes coordinados, con el propósito certero de lograr estos objetivos, son derivados de la responsabilidad del encargado del proceso.

2.6.2. Variable Dependiente

Competitividad.- La competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad. Concebida de esta

manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan.

III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 Descripción de resultados

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

1. ¿Conoce usted los objetivos del hotel?

Detalle	Frecuencia	%
Mucho	4	20%
poco	9	45%
Nada	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 1



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 45% de los encuestados expresan que conocen poco los objetivos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, un 35% no conocen nada y un 20% conocen mucho los objetivos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

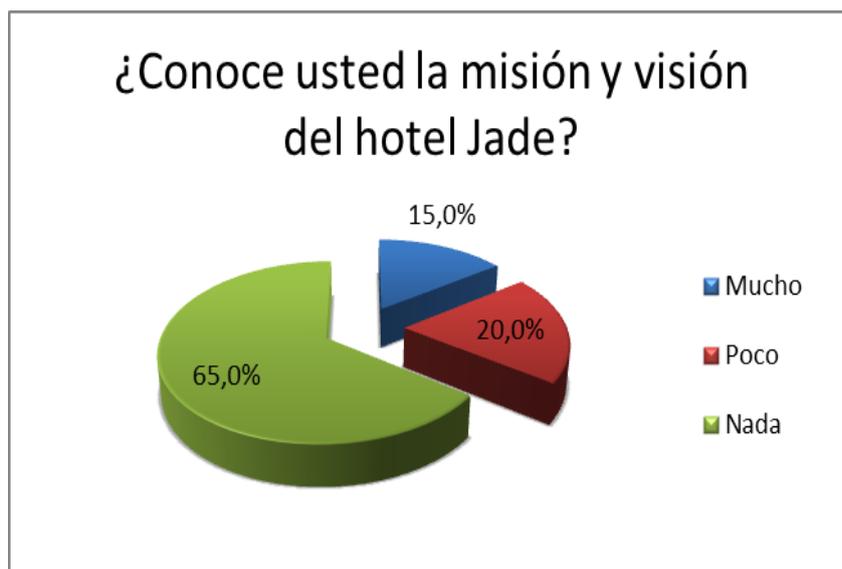
Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

2. ¿Conoce usted la misión y visión del hotel Jade?

Detalle	Frecuencia	%
Mucho	3	15,0%
Poco	4	20,0%
Nada	13	65,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 2



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 65% de los encuestados expresan que conocen nada acerca de la Misión y Visión del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, un 20% conocen poco y un 15% conocen mucho la Misión y visión del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

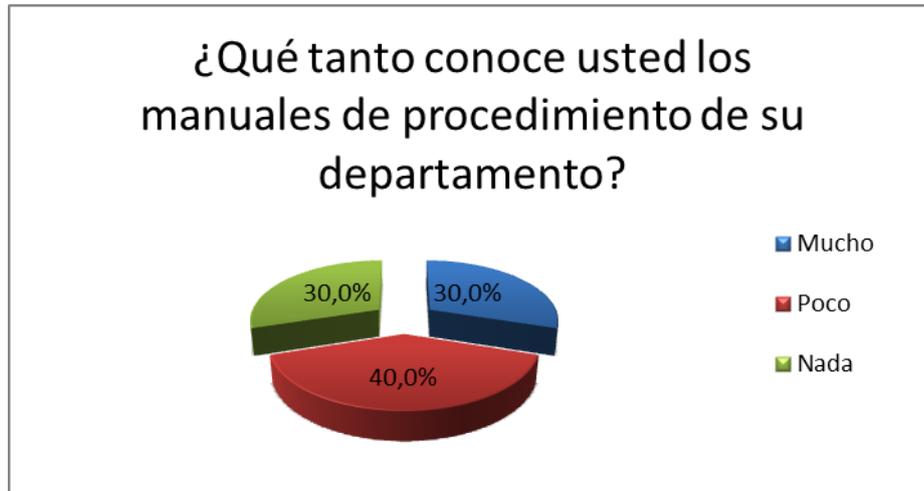
Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

3. ¿Qué tanto conoce usted los manuales de procedimiento de su departamento?

Detalle	Frecuencia	%
Mucho	6	30,0%
Poco	8	40,0%
Nada	6	30,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 3



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 40% de los encuestados expresan conocen poco los procedimientos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, un 30% conoce mucho, mientras que a un 30% opina que no conoce nada acerca de los procedimientos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

4. ¿En el hotel se exalta la buena labor de los empleados?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	2	10,0%
Casi siempre	2	10,0%
A veces	8	40,0%
Casi nunca	4	20,0%
Nunca	4	20,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 4



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 40% de los encuestados expresan que a veces se exalta la labor de los empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, un 20% opina que casi nunca, un 20% nunca, un 10% siempre y otro 10% opinan que se exalta la labor de los empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo casi siempre.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

5. ¿Participa usted de la creación de los objetivos de su departamento?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	1	5,0%
Casi siempre	2	10,0%
A veces	7	35,0%
Casi nunca	4	20,0%
Nunca	6	30,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 5



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 35% de los encuestados expresan que solo participa de la creación de los objetivos de su departamento a veces, un 30% nunca, un 20% casi nunca, un 10% casi siempre y un 5% opina que participa de la creación de los objetivos de su departamento siempre.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

6. ¿El hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	1	5,0%
Casi siempre	4	20,0%
A veces	8	40,0%
Casi nunca	5	25,0%
Nunca	2	10,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 6



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 40% de los encuestados expresan que el hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación solo a veces, un 25% casi nunca, un 20% casi siempre, un 10% nunca y tan solo un 5% opina que el hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación siempre.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel

Restaurante Jade del Cantón Quevedo

7. ¿Está informado de las actividades que desarrollan sus compañeros?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	6	30,0%
Casi siempre	2	10,0%
A veces	8	40,0%
Casi nunca	2	10,0%
Nunca	2	10,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 7



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 40% de los encuestados opina que está informado de las actividades que desarrollan sus compañeros solo a veces, un 30% siempre, un 10% casi siempre, un 10% casi nunca y un 10% opina que nunca está informado de las actividades que desarrollan sus compañeros.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

8. En realidad, ¿su opinión se valora en el hotel?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	3	15,0%
Casi siempre	3	15,0%
A veces	7	35,0%
Casi nunca	5	25,0%
Nunca	2	10,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 8



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 35% cree que su opinión es valorada en el hotel solo a veces, un 25% casi nunca, un 15% casi siempre, un 15% siempre y un 10% opina que nunca su opinión es valorada en el hotel.

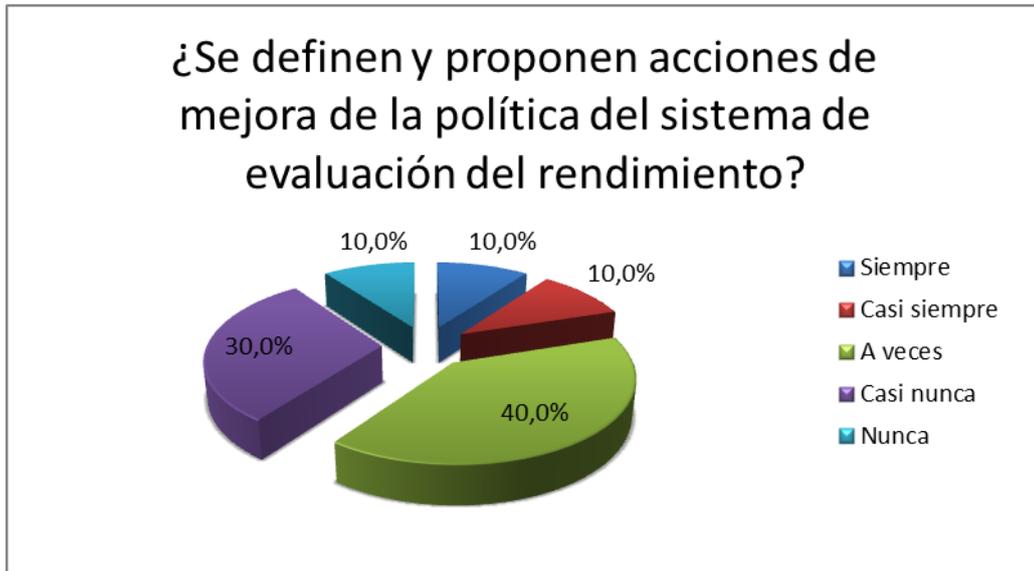
Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

9. ¿Se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	2	10,0%
Casi siempre	2	10,0%
A veces	8	40,0%
Casi nunca	6	30,0%
Nunca	2	10,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 9



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 40% de los encuestados opinan que a veces se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento, un 30% casi nunca, un 10% casi siempre, un 10% siempre y un 10% opinan que nunca se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento.

Encuestas realizadas a los Empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo

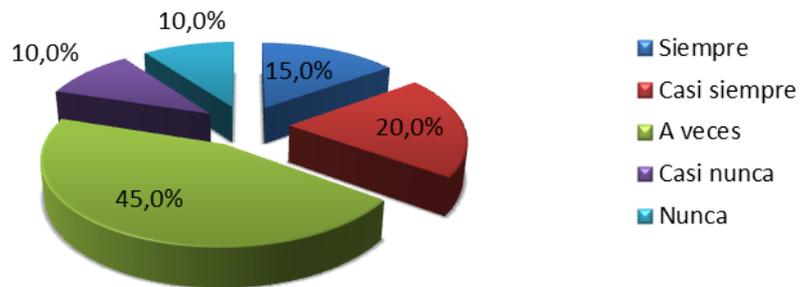
10. ¿Se reconocen las contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación?

Detalle	Frecuencia	%
Siempre	3	15,0%
Casi siempre	4	20,0%
A veces	9	45,0%
Casi nunca	2	10,0%
Nunca	2	10,0%
Total	20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Grafico 10

¿Se reconocen las contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación?



Fuente: Realizado por las autoras

Análisis:

El 45% de los encuestados opinan que a veces se reconocen las contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación, un 20% casi siempre, un 15% siempre, un 10% casi nunca y un 10% opinan que nunca se reconocen las contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación.

3.2. Interpretación y discusión de resultados.

De los resultados obtenidos en la investigación se desprende la siguiente interpretación de los resultados.

El 45% de los encuestados expresan que conocen poco los objetivos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, el 65% de los encuestados expresan que conocen nada acerca de la Misión y Visión del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, el 40% de los encuestados expresan

conocen poco los procedimientos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, un 30% conoce mucho, mientras que a un 30% opina que no conoce nada acerca de los procedimientos del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

El 40% de los encuestados expresan que a veces se exalta la labor de los empleados del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo, el 35% de los encuestados expresan que solo participa de la creación de los objetivos de su departamento a veces, el 40% de los encuestados expresan que el hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación solo a veces, un 25% casi nunca, un 20% casi siempre, un 10% nunca y tan solo un 5% opina que el hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación siempre.

El 40% de los encuestados opina que está informado de las actividades que desarrollan sus compañeros solo a veces, el 35% cree que su opinión es valorada en el hotel solo a veces, el 40% de los encuestados opinan que a veces se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento, un 30% casi nunca, un 10% casi siempre, un 10% siempre y un 10% opinan que nunca se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento.

El 45% de los encuestados opinan que a veces se reconocen las

contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación.

IV. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos indican que los clientes requieren de servicios con mayor valor agregado para hospedarse en el Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo los principales factores que determinan la utilización del hotel son el precio y la calidad del servicio.

El Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo actualmente carece de estrategias lo que impide alcanzar mejores resultados en cuanto a

satisfacción de clientes, posicionamiento de la marca en el mercado y la obtención de mayores ingresos.

Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo no posee Plan Estratégico que sirva como herramienta y estrategias administrativas, para la toma de decisiones lo que provoca poca efectividad administrativa.

V. RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos de las encuestas se puede recomendar en lo siguiente:

Aprovechar las oportunidades que se presentan en el sector hotelero a través del turismo con el propósito de mantener un posicionamiento en el mercado y captar potenciales clientes para Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

Incorporar nuevos servicios para la consecución de la satisfacción del cliente y al mismo tiempo capacitar al Talento Humano, con la finalidad de que exista pleno conocimiento y se pueda difundir de manera científica y técnica sobre las bondades de los productos y servicios que brinda el Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

Implementar estrategias para mejorar el servicio hotelero mediante una retroalimentación de sus procesos, considerando las sugerencias de los clientes y talento humano del Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo.

VI. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.

6.1. Título

Plan Estratégico para Hotel Restaurante Jade del Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos.

6.2. Objetivos de la propuesta

6.2.1. General.

Proporcionar al Hotel Restaurante Jade un Plan Estratégico que les

ayude ser más competitivos en el mercado hotelero en la ciudad Quevedo Provincia de Los Ríos.

6.2.2. Específicos.

Otorgar al gerente del Hotel Restaurante Jade un documento que les facilite la toma de decisiones, logro de objetivos y metas propuestas.

Mejorar la calidad de la atención y servicio que se ofrece a los clientes del Hotel Restaurante Jade mediante la aplicación de las estrategias propuestas.

6.3. Justificación

La planeación estratégica es un factor determinante para cualquier empresa en función de mejorar sus procesos y de implementar estrategias que le sirvan para ser más competitivos en el mercado de hoy cada vez más cambiante.

Mediante la aplicación de estrategias se pretende lograr que el Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo sea más competitivo y de esta manera pueda tener más clientes pero sobre todo satisfechos para que de esta manera puedan volver a utilizar los servicios.

6.4. Factibilidad de la propuesta.

Factibilidad económica.

La realización del plan Estratégico para el Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo es factible económicamente ya que se cuenta con el apoyo del gerente en cuanto a presupuesto para su aplicación.

Factibilidad social.

La propuesta de investigación es factible socialmente porque la mejora del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo traerá consigo un mejor servicio para la sociedad y la creación de nuevas fuentes de trabajo.

6.5. Actividades.

Análisis de la realidad actual Interna

Lo primero que se realiza es la medición de las fortalezas y debilidades del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo factores internos que luego de ser determinados permitirá formular las estrategias para su mejora.

Debilidades:

- Actualización tecnológica.
- Desconocen que es planeación estratégica.
- Manuales operativos.

- Promociones.
- Carencia de políticas claras
- Ausencia de procesos en el servicio.

Fortalezas:

- Los precios accesibles.
- Calidad de servicios.
- Diversidad de servicios.
- Instalaciones.
- Conocimiento del negocio actual.
- Recurso Humano calificado.
- Ubicación estratégica.
- Atención al cliente

Análisis de la realidad actual Externa

Lo segundo que se realiza es la medición de las Oportunidades y amenazas del Hotel restaurante Jade del Cantón Quevedo factores externos que luego de ser determinados permitirá formular las estrategias para su aprovechamiento.

Oportunidades:

- Expansión.
- Obtención de nuevos clientes.
- Tendencias demográficas.

- Nuevos mercados potenciales.
- Nuevos servicios.
- Alianzas estratégicas

Amenazas:

- Alta competencia.
- Delincuencia.
- Servicios sustitutos.
- Nuevos competidores.
- Variación en los precios que ofrecen los proveedores.
- Costos de servicios básicos elevados.

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los precios accesibles. • Calidad de servicios. • Diversidad de servicios. • Instalaciones. • Conocimiento del negocio actual. • Recurso Humano calificado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización tecnológica. • Desconocen que es planeación estratégica. • Manuales operativos. • Promociones. • Carencia de políticas claras • Ausencia de procesos en el

<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica. • Atención al cliente 	servicio.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Expansión. • Obtención de nuevos clientes. • Tendencias demográficas. • Nuevos mercados potenciales. • Nuevos servicios. • Alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia. • Delincuencia. • Servicios sustitutos. • Nuevos competidores. • Variación en los precios que ofrecen los proveedores. • Costos de servicios básicos elevados.

Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer;

Es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los

propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir" (Thompson y Strickland 2001).

“Brindar servicios hoteleros y de alimentación de calidad, creando clientes leales y satisfechos que regresen al hotel por su excelente servicio, ya que estos componen la clave del éxito. Preocupándonos por la revalorización de nuestros empleados y beneficio de la sociedad”.

Visión

Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

Hay un imperativo administrativo mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de

mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc... Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir. (Thompson y Strickland 2001).

“Llegar a ser una empresa con sólido prestigio hotelero a nivel local, nacional e internacional, apoyando el desarrollo turístico del cantón Quevedo; ofreciendo servicios personalizados que permitan el bienestar de nuestros clientes”.

Valores

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.

Proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan intereses, sentimientos y convicciones más

importantes. (García 2008)

Hospitalidad

Nuestra pasión es brindarles la mejor atención a nuestros huéspedes.

Integridad

Hacemos lo correcto, siempre.

Liderazgo

Somos líderes en nuestra industria y en nuestras comunidades.

Trabajo en equipo

Trabajamos en equipo en todo lo que hacemos.

Pertenencia

Somos responsables de nuestros actos y decisiones.

Futuro

Trabajamos con un gran sentido de urgencia y disciplina.

Vocación de servicio

Porque el huésped es nuestra razón de ser

Excelencia

Porque hacemos las cosas bien, con profesionalidad, agilidad y eficiencia

Innovación

Porque evolucionamos anticipándonos para ser cada día mejores

Proximidad

Porque nos apasiona compartir, escuchar... sentir

Coherencia

Porque hacemos lo que decimos

Estrategias para el Hotel Jade

- a. Aplicar la planeación estratégica para el desarrollo de nuevas tecnologías logrando nuevos servicios en el hotel restaurante Jade.
- b. Contar con personal calificado para innovar en el servicio del hotel restaurante Jade.
- c. Promocionar de manera consecutiva al hotel restaurante Jade para abarcar nuevos mercados potenciales.

- d. Mejorar los servicios ofrecidos pues el hotel restaurante Jade se encuentra en una excelente tendencia demográfica.
- e. Establecer nuevas Políticas en el hotel restaurante Jade para luego pactar alianzas estratégicas.
- f. Emplear estrategias de promociones y publicidad para obtener nuevos clientes en el hotel restaurante Jade.
- g. Buscar asesoría para mejorar la gestión administrativa del hotel restaurante Jade y reaccionar frente a la tecnología de la competencia.
- h. Mantenerse organizados para acceder al producto a costos más bajos por cantidades grandes.
- i. Diseñar estrategias de marketing y publicidad para darse a conocer al hotel restaurante Jade en el mercado y atraer clientes
- j. Contar con personas capacitadas para acceder a nuevas tecnologías en el hotel restaurante Jade

Metas Administrativas

- Controlar en un 100% las actividades que se realizan en el interior del hotel restaurante Jade, teniendo un respaldo eficiente de los trámites desarrollados.
- Dar a conocer a todos los empleados del hotel restaurante Jade de manera sencilla, ágil y oportuna el avance del hotel y los costos que estos ocasionan.
- Facilidad para archivar el documento de respaldo en el hotel restaurante Jade

Metas de Talento Humano

- Lograr que el 98% de los empleados respeten y cumplan con las reglas y políticas internas del hotel restaurante Jade.
- Conseguir que el 90% de los empleados se comprometan con el hotel restaurante Jade y se esfuercen por buscar el desarrollo del mismo.
- Mejorar en un 89% las relaciones entre empleados del hotel restaurante Jade generando compañerismo.

Metas de Capacitación General

- Mejorar las relaciones entre compañero de labores.

- Que el 90% de los empleados conozcan acerca del uso de las Tics, teniendo así acceso a nuevas formas de comercializar el producto y/o servicio, innovando y estando a la par con la tecnología.

Temas de capacitación

- Atención al cliente, para ofrecer una buena imagen.
- Módulo de computación nivel I, manejo de Microsoft Word,
- Módulo de computación nivel II, Microsoft
- Excel y PowerPoint
- Módulo de computación nivel III, navegación en internet
- Relaciones Interpersonales para crear un clima laboral armonioso.
- Manipulación de alimentos, formas de manipular los productos cuidando la calidad

- Administración de Pymes, como administrar su propio negocio, pautas de desarrollo.
- Métodos de Mercadeo, estrategias, métodos y técnicas de comercialización
- Planeación Estratégica, direccionamiento del negocio mediante una planificación eficiente y desarrollo de estrategias

Establecimiento de áreas estratégicas.

Ventas.

El hotel restaurante Jade proporciona servicio de estadía y restaurante, logrando satisfacer las necesidades básicas del huésped, siendo esta área fundamental del hotel.

Compras.

Parte fundamental de las operaciones del hotel restaurante Jade son sus compras, pues de ello depende la calidad del servicio que le ofrece al público.

Recursos Humanos.

Los recursos humanos son la parte principal del hotel restaurante Jade en la organización el personal se involucra directamente en las diversas actividades de la empresa, se identifica toda una participación, lo que contribuye al logro de los objetivos y metas establecidas.

Finanzas.

El hotel restaurante Jade en la actualidad cuenta con los fondos adecuados para el funcionamiento de la empresa, por lo cual ha logrado sus objetivos en cuanto a utilidades de los accionistas, mantener un flujo de efectivo y mantener una excelente imagen.

Actividades de cadena de valor

- El hotel restaurante Jade la técnica en el servicio van focalizado en bajos costos para ser competitivos en los diferentes mercados.

- Se maximizará el servicio utilizando los insumos necesarios de acuerdo a las proyecciones de ventas de hotel restaurante Jade.
- Los servicios de hotel restaurante Jade se coordinarán sobre la base del gerente de ventas, esto permitirá reducir los costos.
- La innovación en los servicios de hotel restaurante Jade se basará en el estudio de campo, sobre la base de servicios existentes y necesidades del mercado.
- La publicidad acompañada de una alta creatividad seguida por los incentivos dirigidos al consumidor final, generará una alta alternativa de consumo en el hotel restaurante Jade.

6.6. Evaluación de la propuesta

La propuesta de intervención específicamente en sus estrategias se podrá medir una vez que se aplique el plan Estratégico y se puedan obtener resultados para esto los indicadores de la efectividad de las estrategias estará dada por:

- a. Incremento del número de clientes
- b. Mejor manejo de alimentos y otros
- c. Menos quejas en cuanto al servicio (Lo ideal Cero Quejas)
- d. Mejor imagen del hotel restaurante Jade
- e. Nuevos servicios ofrecidos

Con todos estos indicadores se podrá medir la efectividad de la propuesta.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Prieto Herrera José Eliécer. 2011. Gestión estratégica organizacional.

Tercera edición. Ecoe ediciones.

D'Alessio Ipinza Fernando. 2008. El proceso estratégico un enfoque de

gerencia. Primera edición. Pearson.

Van Den Bergher Edgar 2010. Gestión y gerencial empresarial. Aplicada al siglo 21. Segunda edición. Ecoe ediciones.

Pérez Fernández De Velasco José Antonio. 2010. Gestión por procesos. Cuarta edición. Alfa omega.

Munch Lourdes. 2010. Administración gestión organizacional enfoque y proceso administrativo. Primera edición. Pearson.

Amat Oriol. 2010. Análisis integral de la empresa. Primera edición. Alfa omega.

Bateman Thomas S. 2009. Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. Primera edición. Mc Graw Hill.

VIII. ANEXOS.

Anexo 1
Cuestionario

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y GESTION EMPRESARIAL

Marque con una "X" la respuesta que considere más adecuada a la pregunta.

1. ¿Conoce usted los objetivos del hotel?

Mucho

Poco

Nada

2. ¿Conoce usted la misión y visión del hotel Jade?

Mucho

Poco

Nada

3. ¿Qué tanto conoce usted los manuales de procedimiento de su departamento?

Mucho

Poco

Nada

4. ¿En el hotel se exalta la buena labor de los empleados?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

5. ¿Participa usted de la creación de los objetivos de su departamento?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y GESTION EMPRESARIAL

Marque con una "X" la respuesta que considere más adecuada a la pregunta.

6. ¿El hotel cuenta con suficientes herramientas para la comunicación?
- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
7. ¿Está informado de las actividades que desarrollan sus compañeros?
- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
8. En realidad, ¿su opinión se valora en el hotel?
- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
9. ¿Se definen y proponen acciones de mejora de la política del sistema de evaluación del rendimiento?
- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
10. ¿Se reconocen las contribuciones del personal con incentivos con el fin de aumentar el grado de motivación?
- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Anexo 2

Fotos





