



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de turismo

**“IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA
AUMENTAR LAS VENTAS EN EL DORADO HOTEL”**

**TRABAJO DE GRADUACION
PREVIOS A LA
OBTENCION
DEL TITULO DE LICENCIADO
EN TURISMO**

AUTOR: Andrea Fernanda Sarmiento Jaramillo

DIRECTOR: Mstr. Heriberto López

Cuenca – Ecuador

2007

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta monografía a mi familia por su constante apoyo, por ellos por la fuerza e incentivo que me impulsó a terminar esta carrera

RESPONSABILIDAD

Las ideas expuestas en este trabajo son de responsabilidad del autor Andrea Fernanda Sarmiento Jaramillo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron con la elaboración del presente trabajo.

INDICE

Capítulo 1

1.1 Introducción -----	6
1.2 Antecedentes -----	7

Capítulo 2

2.1 Análisis del contexto externo -----	9
2.2 Datos Generales del Hotel -----	11
2.3 Análisis Interno del Hotel -----	12

Capítulo 3

3.1 Visión -----	13
3.2 Misión -----	13

3.3 Objetivo General -----	13
3.3.1 Objetivos Específicos -----	13
3.4 Estrategias -----	13
3.5 Análisis FODA -----	14
Fortalezas -----	14
Debilidades -----	14
Amenazas -----	15
Oportunidades -----	15

Capítulo 4

Plan Marketing

4.1 Descripción del negocio, marca y nombre comercial -----	16
4.2 Metas -----	16
4.3 Cliente o consumidor -----	16
4.4 El Mercado -----	16
4.5 Aspectos Legales -----	16
De las actividades turísticas de quienes los ejercen	
4.6 Posicionamiento del servicio -----	24
4.7 Comercialización -----	24
4.8 Proporción -----	24
4.9 Precio -----	24

Capítulo 5

Plan de acción y control (programación)

5.1 Estrategia para el plan de acción ----- 25

5.1.1 Efectividad en el manejo de quejas ----- 25

Capítulo 6

Técnicas de Ventas ----- 29

Anexos ----- 35

Conclusiones ----- 40

RESUMEN

El Dorado hotel esta estratégicamente localizado y muy bien equipado para hacer buenos negocios. Nuestros variados paquetes turísticos hacen una perfecta opción para una vacación en Cuenca.

En el Dorado Hotel nuestras habitaciones y suites de lujo, usted encontrara un ambiente de serenidad y hogar. Diseñadas por ejecutivos con los mejores servicios en hotelería como internet de alta velocidad por cable o inalámbrico, cajas fuertes tipo laptop, minibares, elegantes baños con mármol y duchas masajeadoras.

Goda Restaurante & Bar así como el Goda Delicatesen ofrece al publico nuestra especialidad en comida fusión, así como también la gran variedad de pan y pasta.

ABSTRACT

El Dorado Hotel is strategically located and well - equipped to suit businessmen needs. Our variety of tourist packages is the perfect option for a holiday in Cuenca.

In our hotel rooms and luxury suits the visitor can find a comfortable and homely atmosphere. They are designed by professionals and provide the best service, such as LAN and WI-FI internet service, electronic safes, minibar, elegant bathrooms with massage shower heads. Goda Restaurant and Bar as well as Goda Delicatessen offer to the public our specialty in fusion food in addition to a great variety of breads and pastries.

IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA AUMENTAR LAS VENTAS EN EL DORADO HOTEL

CAPITULO 1: INTRODUCCION

El tema de esta monografía es Implementación de un plan de negocios para aumentar las ventas de El Dorado Hotel en la ciudad de Cuenca, he escogido este tema ya que me permitirá conocer diferentes opciones para aumentar las ventas en el hotel.

En esta monografía conoceremos también un poco de la historia del hotel, así como también su transformación a través del tiempo hasta convertirse en el hotel de renombre como lo es ahora, con todos los servicios que el hotel proporcionan a su distinguida clientela.

Se realizara un estudio de mercado en la ciudad de Cuenca para poder analizar las posibles alternativas de ventas para el Dorado Hotel, con este estudio lograremos establecer puntos importantes para lograr una mayor demanda de nuestros servicios, sin descuidar la calidad de los mismos, tratando siempre de superar las expectativas de nuestros huéspedes.

El estudio de mercado a ser realizado en nuestra ciudad es de suma importancia ya que nos permitirá conocer falencias de servicios de otros hoteles, falencias de servicios en nuestro hotel, así como también nos permitirá conocer que necesita la demanda para satisfacer sus necesidades, conoceremos capacidad de compra de nuestros huéspedes, así como también nos permitirá establecer el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Se realizara un estudio FODA del hotel para poder ver cuales son nuestras oportunidades, fortaleza debilidades y amenazas. Con la realización y estudio del FODA realizaremos un plan de marketing, el que nos permitirá tener planes de acción competentes con nuestro desarrollo de actividades en el hotel, lo que nos permitirá mejorar y aumentar las ventas en el hotel.

1.2 ANTECEDENTES

El Dorado Hotel es un hotel de 5 estrellas, que tiene 36 años de vida en la ciudad de Cuenca, a principios era considerado como el hotel de Cuenca, a través de los años y con distintas administraciones el hotel fue administrado de acuerdo a cada mentalidad de sus administradores por lo que se perdió un poco la visión del hotel, ahora con la administración de la familia Vázquez el hotel busca cumplir con la misión y todos los objetivos propuestos para la administración de este hotel.

Se ha implementado un nuevo concepto en hotelería con el espíritu innovador que nos ha caracterizado siempre, velando por la comodidad y seguridad de nuestros huéspedes. Totalmente remodelado, **diseñado por ejecutivos para ejecutivos**, cumpliendo con todas las demandas y requerimientos que un hotel de nivel internacional tiene que brindar. Somos el aliado estratégico para sus negocios.

El hotel está estratégicamente localizado y equipado para hacer buenos negocios. Nuestros variados paquetes turísticos hacen una perfecta opción para una vacación en Cuenca. Así que cualquiera que sea el propósito de su visita.

Goda Restaurant & Bar y Goda Delicatessen abren sus puertas e invitan a disfrutar de nuestra especialidad en comida fusión, más una gran variedad de panes, pastas y diferentes tipos de cafés en un ambiente moderno y acogedor.

Nuestra variada cocina es una mezcla de sabores Ecuatorianos con toques asiáticos y de la costa del mediterraneo. Una decoración moderna, el magnífico balance entre piedra, madera, vidrio y agua hacen de Goda un lugar especial. Una vez que su comida sea servida, estamos seguros que su atención será atraída por nuestros variados platos como la paella valenciana, pollo al curry, chateaubriand o langosta de la costa ecuatoriana.

Contamos con una variada carta de vinos y licores para acompañar y realzar su comida.

El Dorado hotel esta localizado en la zona céntrica de la ciudad por lo que permite acceso a los principales centros de atracción, centros culturales, centros de información turística, etc., además de eso al estar en el centro tenemos un parqueadero privado con servicio de valet, que

esta a la disponibilidad de nuestro huéspedes para tener su automóvil a disposición cuando lo necesite.

Su cercanía al aeropuerto lo hace muy accesible ya que estamos localizados a solo 10 minutos del aeropuerto, y contamos con servicio de transfer desde el aeropuerto al hotel y del hotel al aeropuerto, sin ningún cargo a la tarifa del huésped.

Así mismo contamos con diferentes convenios con Agencias de Viajes, Guías de Turismo, Servicio de transporte, lo que nos permite presentar todas las comodidades y facilidades al huésped

Entre los servicios del hotel podemos distinguir los siguientes:

Restaurante

Bar

Delicatesen

Salones para Convenciones

Garaje

Gimnasio

Turco

Sauna

CAPITULO 2

2.1 ANALIS DEL CONTEXTO EXTERNO

"Cuenca" es una ciudad del Ecuador, Patrimonio de la Humanidad ubicada en la provincia del Azuay. Situada alrededor de 2.500 metros sobre el nivel del mar en la parte sur de la Cordillera de los Andes. Es la tercera ciudad de mayor importancia en el Ecuador. Fue la antigua segunda capital del Imperio Inca llamada Tumipamba y fue conquistada en 1533 por los españoles y fundada con el nombre de "Santa Ana de los Ríos de Cuenca" su fundador el Virrey de Lima Andrés Hurtado de Mendoza quien encargó la fundación a Don Gil Ramírez Dávalos lo cual tomo lugar el 12 de abril de 1557

Con una población de 450.000 habitantes, Cuenca es la tercera ciudad más importante de la nación.

También es considerada como la ciudad más atractiva del Ecuador, por propios y extraños, por mantener la tranquilidad y hermosura de una ciudad pacífica.

Importancia Cultural

En su centro histórico se ubican importantes vestigios históricos: museos y antiguas iglesias (como la Catedral de la Inmaculada Concepción, una de la más grandes y hermosas de América, y otras más que datan de la época de los siglos XVI y XVII), calles adoquinadas y casas con fachadas de estilo republicano que hacen notar las diferentes influencias europeas con nobles balcones y cielorosos tallados artísticamente.

La ciudad es además conocida como la ""Atenas de los Andes"" o ""Atenas del Ecuador"" por ser cuna de poetas y hombres ilustres que han dejado en alto el nombre de esta ciudad, como son Abdón Calderón Garaicoa, el Santo Hermano Miguel, Honorato Vázquez, Remigio Crespo Toral entre otros.

En Cuenca tienen su sede cuatro universidades: la Universidad Politécnica Salesiana, la Universidad de Cuenca, la Universidad del Azuay y la Universidad Católica de Cuenca, además de numerosas organizaciones culturales.

Cuenca es conocida por su actividad cultural, tanto por su pasado histórico como por la gran cantidad de actividades que realiza como "El Pase del Niño", "El Festival de Artes Escénicas", etc. La ciudad fue declarada "Patrimonio Cultural de la Humanidad" por la

UNESCO el 1 de diciembre del 1999, y es sede del único evento de artes plásticas oficial del país la "Bienal Internacional de Cuenca", que se realiza cada dos años aproximadamente.

También goza de una extensa variedad de programas culturales y tradicionales a lo largo del año como la fiesta del Corpus Christi que es celebrada en junio, también el pase del niño viajero celebrada el 25 de diciembre de cada año. Cuenca es también es un importante centro industrial productor de artesanías, como por ejemplo los famosos sombreros jipijapa o también conocidos en inglés como "Panama hats"; también se produce gran cantidad de cerámica, cuero, y una extensa variedad de joyas en oro y plata

Cuenca también goza de un clima privilegiado por ubicarse dentro de un extenso valle en medio de la columna andina con una temperatura de entre 7°C a 15°C en invierno y 12°C a 25°C en verano de lo cual se podría decir que se goza de un clima primaveral todo el año y es ideal para la siembra de flores y orquídeas que se exportan internacionalmente.

La ciudad está dividida en dos partes por el río Tomebamba, demarcando el centro histórico al norte con sus hermosas casas del barranco dando la bienvenida y la moderna al sur con barrios residenciales, edificios, centros comerciales y amplias avenidas, dicho río tiene como afluente las lagunas de origen glacial del Parque Nacional El Cajas, ubicado a 30 km al oeste de la ciudad y es conocido como un importante centro natural, arqueológico y de biodiversidad del Ecuador.

En la actualidad, esta urbe es una de las ciudades que tiene las más altas coberturas de servicios básicos tanto en los sectores rural y urbano, en relación con el resto del Ecuador y de otras ciudades de la región. Por ejemplo, el agua potable y el alcantarillado llegan al 80 por ciento de la población urbana.

2.2 DATOS GENERALES DEL HOTEL

En 1965 un grupo de distinguidos cuencanos formado por los Señores Guillermo Vázquez Astudillo, Henry Kuperman, César Vázquez Astudillo, Miguel Malo González, Cornelio Vintimilla Muñoz (padre), Cornelio Vintimilla Muñoz (hijo), Vicente Coronel Sarmiento, Ariolfo Vázquez Moreno, Eduardo Vázquez Carrión y José Román Cabrera se reúnen para formar una ambiciosa empresa, un hotel cinco estrellas ubicado en el centro histórico y comercial de Cuenca, que contribuya al desarrollo turístico y económico de la ciudad y del país.

En este mismo año el Señor Miguel Malo González y el Señor Guillermo Vázquez Astudillo, en calidad de Presidente y Gerente respectivamente de la ya formada EMPRESA HOTELERA CUENCA C.A. Hotel El Dorado, dan el primer paso buscando el terreno con la mejor ubicación, donde se construiría dicho hotel.

La oportunidad se presenta en el momento en que los Padres de la Compañía de Jesús, obligados por la estreches del inmueble, donde habían fundado el Colegio Rafael Borja, situado en las calles Santander y Carabobo hoy denominadas Luis Cordero y Gran Colombia, deciden venderlo y trasladarse a un lugar más amplio.

El día 12 de Agosto de 1965 el Señor Henry Kuperman, eleva una solicitud a la Corporación Ecuatoriana de Turismo, en la cual da a conocer los planos y los objetivos de HOTEL EL DORADO, que será en un principio la calidad de hospedaje y servicio para sus clientes, obteniendo la calificación de Hotel Cinco Estrellas categoría "A".

El proyecto sigue su curso y el 10 de agosto de 1970, se inaugura, contando con 48 amplias habitaciones, finamente decoradas de acuerdo al gusto de la época, con servicios adicionales de lavandería, Cafetería Chordeleg, Restaurante Intisumag, Samana Bar, discoteca La Tasca y el primer Salón para conferencias llamado Huayna Cápac, ganándose de esta manera, el derecho a ser el primer Hotel de Lujo de la ciudad.

2.2 ANALISIS INTERNO DEL HOTEL

El Dorado Hotel, se encuentra situado en el corazón comercial y cultural de la ciudad de Cuenca.

Nuestro hotel ofrece los siguientes servicios:

- 40 habitaciones ejecutivas.
- 1 Júnior Suite.
- 1 Suite Presidencial.
- Capacidad máxima de alojamiento para 80 huéspedes.
- Internet inalámbrico de alta velocidad complementario en todas las instalaciones.
- Caja de Seguridad tipo LapTop en cada habitación.
- Mini Bar en cada habitación.
- Discado Directo nacional e internacional.
- Alarmas y Sistemas contra incendios y gases tóxicos.
- El Dorado Spa & Fitness Center.
- 3 Salones para eventos con una ocupación máxima de 250 personas.
- Business Center abierto las 24 horas.
- Sala Ejecutiva.
- Parqueadero Privado.
- Seguridad las 24 horas y vigilancia bajo circuito cerrado en áreas publicas.

En todas las habitaciones encontrara un ambiente de serenidad y hogar. Diseñadas por ejecutivos con los mejores servicios en hotelera como internet por cable o inalámbrico, cajas fuertes tipo laptop, minibares, elegantes baños con mármol y duchas masajeadoras, que harán d la estadía una experiencia de relajación

CAPITULO 3

3.1 VISION

Nuestra visión es posesionarnos como el mejor hotel corporativo de la ciudad brindando productos y servicios personalizados e innovadores a nuestros huéspedes cuidando siempre de nuestros asociados y teniendo siempre presente nuestra responsabilidad social.

3.2 MISION

Nuestra Misión es ser reconocidos y convertirnos en un hotel corporativo de renombre que brinda productos servicios de lujo para complacer necesidades y expectativas de nuestros huéspedes preferido por todos los huéspedes en un plazo no mayor a 2 años

3.3 OBJETIVOS GENERAL

Convertirnos en la primera opción del mercado corporativo de alojamiento a nivel nacional de la ciudad de Cuenca.

3.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mejoramiento constante de nuestros servicios
- Capacitación a los asociados
- Innovación de nuestros productos

3.4 ESTRATEGIAS

- Realizar encuestas a nuestros huéspedes acerca de nuestro servicio
- Analizar servicios de la competencia
- Estar siempre al día con la ultimas tendencias de la hotelería

3.5 ANALISIS FODA

Creo que se debe aprovechar el análisis FODA y este debe enfocarse hacia los todos los factores. En el caso de las fortalezas y oportunidades se debe aprovecharlas al máximo y compararlas de manera objetiva y realista con la competencia, el caso de las debilidades disminuirlas al punto en que se conviertan en mínimas, así cumplidas con nuestras expectativas, las amenazas se convertirán en un factor no tan importante para el desenvolvimiento de nuestras actividades y mejoramiento en nuestro servicio y para el éxito del hotel, y por lo cual a continuación detallo un análisis FODA del hotel

FORTALEZAS

- Su Ubicación Céntrica
- El Dorado Hotel es un establecimiento de renombre
- Hotel remodelado con alta tecnología
- Nueva administración con ideas nuevas que se están adoptando
- Somos el único hotel de lujo localizado en el centro de la ciudad que presta servicios que otros hoteles no lo hacen.
- Imagen del hotel conocida.
- El mercado al que estamos dirigidos es el corporativo, el cual tiene mucha aceptación.

DEBILIDADES

- El haber pasado por algunas administraciones ha hecho que con cada una se maneje de manera diferente, especialmente al momento de tratar con un tipo de mercado el cual no estaba especificado.
- El estar siempre con asociados nuevos por diferentes motivos, perjudica el desenvolvimiento normal en el departamento, y hasta se podría decirse que daña la calidad del servicio que se va a ofrecer hasta que el nuevo asociado conozca el movimiento el área.
- Competencia de hoteles en la ciudad de Cuenca

AMENAZAS

- Existe sobreoferta de hoteles en la ciudad de Cuenca, especialmente en el área céntrica de la ciudad y la demanda en la ciudad no es tan alta, solo en algunas fechas especiales y feriados.
- La inestabilidad política y económica que vive el país ha hecho que se convierta en un país no seguro para visitarlo
- Con la inseguridad social, de la ciudad y del país han ido en aumento los robos y asaltos para los turistas que nos visitan.
- Falta de actividades nocturnas complementarias,
- Escasa frecuencia aérea y falta de un aeropuerto internacional.

OPORTUNIDADES

- El hecho de que Cuenca haya sido declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- En nuestra ciudad se están realizando mejoras para que la ciudad luzca más atractiva para los turistas.
- Se está captando mercado internacional, por la situación que otros países están afrontando como: guerras, desastres naturales, atentados terroristas.
- Contamos con centros de información en la ciudad y portales en Internet.
- Sede de la Bienal de Pintura y otros eventos culturales
- Sede de la Bolsa Internacional de Turismo con la cual nos dimos a conocer internacionalmente.
- Es una ciudad pequeña, tranquila, que cuenta con muchos lugares culturales.

CAPITULO 4 PLAN DE MARKETING

4.1 DESCRIPCION DEL NEGOCIO. MARCA Y NOMBRE COMERCIAL

El Dorado Hotel es el nuevo nombre de nuestro hotel, anteriormente era llamado Hotel El Dorado, es un hotel de 5 estrellas localizado en el centro de la ciudad.

4.2 METAS

- Cumplir con los presupuestos previstos en ventas para cada mes
- Aumentar la ocupación del hotel
- Promocionarnos a nivel internacional

4.3 CLIENTE O CONUSMIDOR

El Dorado hotel esta dirigido al mercado corporativo, en función de que contamos con todas las facilidades para los ejecutivos que se hospedan en el hotel tales como: Internet, Transfer desde el aeropuerto al hotel y del hotel al aeropuerto, telefonía, etc.

4.4 EL MERCADO

Nuestro principal mercado es el de la ciudades de Quito y Guayaquil, sin descuidar a las ciudades cercanas a nuestra ciudad como Loja y Machala, etc.

4.5 ASPECTOS LEGALES

A continuación un extracto de la ley de turismo

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

DE LOS ALOJAMIENTOS

Sección I

Disposiciones Generales

Art. 1.-Alojamientos.-Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de

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

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetos a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario, instalación o establecimiento

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor, a falta de otra

e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

DE LAS CATEGORÍAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

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

Art. 3.-Clasificación.-Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.-Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Ministerio de Turismo

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.-Alojamientos Extrahoteleros.

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

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

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

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Art. 4.-Nomenclatura.-La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente:

ACTIVIDAD NOMENCLATURA

Hotel H

Hotel Residencia HR

Hotel Apartamento HA

Hostal HS

Hostal Residencia HSR

Pensión P

Hostería HT

Motel M

Refugio RF

Complejo Vacacional CV

Campamento Turístico o Silueta

Frontal de "carpa"

Camping con indicativo de categoría

Apartamento AP

Cabaña C

Art. 5.-Placas distintivas.-Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.-Uso de denominaciones.-

Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos

distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.-Modificaciones en los establecimientos.-Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

Art. 8.-Hotel.-Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes: Ministerio de Turismo

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

Art. 9.-Hoteles de cinco y cuatro estrellas.-Los hoteles de cinco y cuatro estrellas deberán además cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes;
- b) Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos;
- c) Sin perjuicio de lo previsto en el artículo 59, deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas, a razón de una por cada veinte habitaciones, salvo que se encuentren instaladas en éstas. De los

efectos introducidos en dichas cajas fuertes, no será responsable el alojamiento salvo que hubiere dolo por parte de éste o de sus empleados;

d) Poseer instalaciones y maquinaria propias para el lavado y secado de ropa

e) Cambiar ropa de cama y toallas diariamente y revisar las habitaciones a última hora de la tarde a fin de que estén listas para la noche.

Art. 10.-Servicios en los hoteles de cinco estrellas.-Los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

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

El Jefe de Recepción y el Primer Conserje conocerán, además del español, dos idiomas de los cuales uno deberá ser el inglés; los demás recepcionistas y conserjes, incluso los que presten servicio durante la noche, hablarán el idioma inglés además del español.

El portero del exterior, los ascensoristas, los mozos de equipajes, botones y mensajeros, dependerán de la Conserjería.

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

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

El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido por un Mayordomo, auxiliado por los camareros y ayudantes necesarios.

El Mayordomo o Jefe del Servicio de Habitaciones deberá conocer, además del español, el idioma inglés;

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

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

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

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

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

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

Esta dependencia deberá contar con lavadoras automáticas con capacidad mínima de una libra por habitación.

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

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

4.6 POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO

Gracias a la remodelación del hotel y a los nuevos servicios, el Dorado Hotel se ha convertido en la primera opción entre muchos ejecutivos que llegan a la ciudad, esperamos convertirnos en el primer hotel ejecutivo de la ciudad con estándares súper altos de calidad.

4.7 COMERCIALIZACION

Para comercializar nuestro producto utilizaremos varios métodos como la propaganda escrita, anuncios en revistas, televisión, etc.

4.8 PROMOCION

Tv

Radio

Prensa Escrita

Mismos Huéspedes

4.9 PRECIO

El valor que se le asigna a nuestro servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, es un conjunto de percepciones y voluntades a cambios de ciertos beneficios reales o percibidos como tales. Muchas veces los beneficios pueden cambiar o dejar de serlo, esto lo vemos en la moda o productos que transmiten status en una sociedad. En el mercado libre, el precio se fija mediante la ley de la oferta y la demanda que maximiza el beneficio de nuestra empresa en función de los costos de producción. El servicio que se intercambia tiene valor para el huésped en la medida que es capaz de brindarle un beneficio, resolverle un problema, satisfacerle una necesidad o cumplirle un deseo esto permite identificar la estrategia de precio que a largo plazo puede resultar exitosa para una compañía. El precio puede estudiarse desde dos perspectivas. La del cliente, que lo utiliza como una referencia de valor, y la de la empresa, para la cual significa una herramienta por la que convierte su volumen de ventas en ingresos.

CAPITULO 5 PLAN DE ACCION Y CONTROL (PROGRAMACION)

Para poder aumentar las ventas en el Dorado Hotel es necesario un control en todos los departamentos del hotel, en el caso de recepción mejoramiento continuo del servicio, medición de tiempos para Check in, Check Out, en el departamento de ventas revisar que la información sea la correcta, que se estandarice la información que se da a los huéspedes, que sea rápido el envío de cotizaciones, etc.

5.1 ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE ACCION

5.1.1 EFECTIVIDAD EN EL MANEJO DE QUEJAS.

A continuación una síntesis de un documento a ser pasado a las aéreas operativas del hotel:

Resolver adecuadamente la queja del cliente permite fidelizar clientes. No dejar ir molesto al cliente, debemos detectar al cliente insatisfecho y no esperar a que se queje.

Eje:

Arreglo de frutas + lamentamos las molestias causadas. Invitar un trago con una nota que diga le invitamos a tomar un cocktail luego de su exitoso día de trabajo

Nunca decir no.

Cambios que impactan la gestión del Servicio del Cliente

- Incrementan la competencia
- Diferenciación de Servicio (buena atención marca diferencia en el mercado). El cliente debe tenernos como su primera opción
- Demostrar al cliente excelente disposición en la recepción
- Decir siempre **con el mayor gusto**

Comprometerse con el servicio y con el cliente no porque me lo pide la empresa sino porque me beneficia como persona en el ámbito laboral

Disposición de Servicio

- Cliente difícil o VIP – reservar habitación + orden de frutas

- No perder el control de la situación
- No sentirse afectado personalmente con los huéspedes problemáticos
- Controlar las emociones
- Mostrar interés por el huésped

Calidad en el Servicio

Es una expectativa que tiene el cliente. Debemos saber interpretar la expectativa del cliente y superar la misma.

La calidad no basta porque otros la pueden tener: debemos superar la necesidad y las expectativas + un adicional, llamado también **plus** (detalle del servicio que emocionan al cliente, tiene que ser personalizada)

Cuando se genera una queja es porque la expectativa no se cumplió.

Conocer al cliente y ponernos en el puesto de ello

Mostrar personalización para cada huésped, para esto debemos conocer al huésped y tener una buena base de datos.

Para tener excelencia en el servicio debemos tener estandarización, de la información que damos, como los recibimos, etc.

Lo que no debemos olvidar

Información previa a los huéspedes, de servicios, tarifas, etc.

Sonrisa es el primer impacto.

Trabajar en equipo, dando el mismo estándar de calidad

Competencia Leal

Alternativas al No, decirlo de manera convincente, explicar el porque del No y dar algunas alternativas.

Dar un valor agregado, algo adicional, pero tiene que ser valorado por el huésped.

Donde se generan las quejas

Para esto debemos revisar el todos los momentos en lo que el huésped tiene acceso al servicio.

- Reserva
- Transfer
- Check In
- Habitación
- Televisión
- Disponibilidad de aguas en el transfer y en la habitación
- Comida
- Descanso

Diferencia entre insatisfacción y Queja

La insatisfacción es una expectativa no cubierta, o una promesa no cumplida, aspecto del servicio que molesta u ofende.

Esta genera: desconfianza, dudas, malestar, incomodidad. Se expresa a través de la actitud y no hay reacción evidente. Daña la reputación de la empresa.

La queja es una manifestación explícita de la insatisfacción, se queja cuando hay algo que lo liga a la empresa. Debemos cuidar a los clientes que se quejan ya que tienen una relación que les une a la empresa y nos permite mejorar.

QUEJA COMO REGALO

- Es una herramienta estratégica del marketing.
- Fuente de información del huésped.
- Oportunidad de saber o aprender algo de nuestro servicio.
- Oportunidad de construir lealtad
- Oportunidad de mejorar el servicio

- Fuente de renovación e innovación

Expectativas y Necesidades del Cliente

Expectativas

Ser entendido

No adivinar, No inventar

No dejar esperando

Dependo de sus conocimientos

Seguridad de ser atendido

Necesidades

Ser escuchado

Servicio confiable

Atención fluida

Trato Profesional

Servicio cordial

Lo que no quieren los clientes

- Excusas nada mas
- Rechazo
- Promesas incumplidas
- No recibir respuesta
- Trato brusco
- Hacerlo ir de un lugar a otro
- Que nadie asumas la responsabilidad
- Interrogaciones
- Si pide información y no le dan
- Incomodidad.

Lo que si quieren los clientes

- Servicio amable y con esmero
- Flexibilidad
- Solución de problemas
- Reivindicación
- Disculparse por inconvenientes
- Arreglar posibles problemas
- Dar un paso extra con un plus
- Dar seguimiento

Principio para un servicio esmerado

- Cliente siempre tiene la razón
- Clientes que protestan son los mas leales
- No sospeche del cliente, aplique el principio de la confianza
- Cliente TIENE DERECHO A QUEJARSE
- No hay culpa sino responsabilidad
- No es algo personal.

Sistema 4 pasos para un cliente que se queja

- Respirar
- Dar la gracias por su tiempo y por comentar el problema suscitado
- Dar la razón y estar de acuerdo con la queja
- Actuar rápido para solucionar

Cientes escolarizados

- Dejarlo estallar
- No perder la calma
- No bajar la vista
- Mostrar que se le esta escuchando
- Dar la razón
- Actuar rápido

Frases a evitar

- Cálmesese
- Tranquilícese
- No me suba la vos

Así mismo se ha preparado un documento de Técnicas en Ventas:

1. **Planeación:** Que queremos hacer durante este año. Diariamente se debe hacer una lista de importancia, las mejores horas de vista son 9-11-15-17 horas. Para concertar una cita lo debemos hacer el día lunes.
2. **Organización Comercial:** Organizar una base de datos de empresas y huéspedes

3. **Preparación:** Conocimiento de las herramientas de trabajo. Conocimiento de la empresa, de los servicios, no hablar de la competencia, conocer el mercado hotelero. Conocer al cliente. Tener una hoja en blanco para anotar todo lo que me dice.
Debo tener para mis citas: calculadora, brochures, agenda, formato solicitud de crédito, tarifas, tarjetas de presentación, Dvd, hojas en blanco.
4. **Segmentación y Prospección:** Listado de empresas con posibilidades de venta, seguimiento de huéspedes
5. **Concertación Telefónica:** Ayudar al cliente a tomar decisiones con guiones de alto impacto
6. **Entrevista:** Motivar al cliente para que venga al hotel
7. **Cierre Efectivo de venta**
8. **Servicio Post Compra:** Mimar al cliente, llamar a los huéspedes, Enviar al mail.
9. **Evaluación**
 - Trabajar en la parte auditiva y visual de todos nuestros huéspedes.
 - Estadísticas a huéspedes nuevos, donde oyó el nombre del hotel
 - Manejar bases de datos masivas
 - Alianzas estratégicas
 - Enviar correos con Gracias por Contar con nosotros – Gracias por preferirnos

Concertación y Uso Eficaz del Teléfono

- Disminuir sus gastos
- Excelente servicio
- Dar opciones de hora para visita
- Nombre
- Cargo
- Que quiero
- Beneficios
- Cuando

Ejemplo:

Sr. Vargas buenos días usted es el gerente de recursos humanos habla con Andrea Sarmiento Jefe de Recepción y Reservas de el Dorado Hotel en Cuenca, le estamos llamando porque estamos muy interesados en tener una breve reunión , ya que tenemos un interesante

propuesta de alojamiento para sus ejecutivos. Le parece bien que estemos el día martes a las 10 am. Es usted muy amable y muchas gracias.

Entrevista

Sentarme a la izquierda de la persona que se va a entrevista

Trabaja con hoteles

Frecuencia

Para que

Ha tenido problemas, inconvenientes en cuanto a servicios, alimentación

Tipo de Presupuesto que manejan

Breve presentación del hotel

Es muy amable por haberme recibido

Salones para Eventos en el Hotel

EVENTOS EN EL HOTEL

Manejar negocios fuera de la oficina no es siempre fácil, pero en El Dorado Hotel, estamos dedicados a hacerlo lo más fácil posible. Es por esta razón que brindamos varios tipos de facilidades para sus conferencias, incluyendo internet de alta velocidad, amplificación, salas multiuso y centro de negocios abierto las 24 horas. No importa el tipo de evento, podemos proporcionarle desde una sala de directorio con la última tecnología para 10 huéspedes en una reunión estratégica hasta eventos con capacidad para 250 personas en nuestros salones. También contamos con nuestro renombrado servicio de Catering a domicilio. En cada caso, nuestro compromiso a la calidad y profesionalidad asegurará que tanto usted como sus invitados disfruten de un momento para recordar.

Si usted está preparando una cena íntima, un cóctel o planeando una gran conferencia, nuestra variedad de salones funcionales cumplirá con sus expectativas.

Escoja desde nuestro gran salón hasta nuestra íntima sala ejecutiva.

**MESA
U**

LARGO(mts) ANCHO(mts) ALTO(mts) BANQUETES COCTEL ESCUELA TEATRO

Salón 1	9	7	2,50	50	70	30	60	25
Salón 2	8,50	8,60	2,50	50	70	30	70	30
Salón 3	10,20	9,50	2,50	50	70	30	60	25
Gran Salón	27,70	9,50	2,50	220	280	280	280	50
Sala Ejecutiva	4,60	4,30	2,50			10		10

Conocimiento Superior del Producto:

Nuestros asociados están capacitados para ser creativos, asegurando que su evento sea todo un éxito.

Inspecciones del Local Personalizadas:

Cuando usted nos visite para una inspección de nuestros locales, usted será siempre acompañado por un ejecutivo de la administración.

Entendimiento de su Programa:

Escucharemos atentamente todos sus requerimientos, para asegurar que su visión se vuelva una realidad.

Sensibilidad a sus Necesidades:

Nosotros manejaremos cualquier situación con mucha sensibilidad.

Comunicación de su Evento:

Queremos que todo salga como reloj, por esta razón tenemos implementado un sistema de comunicación eficaz entre nuestros departamentos.

Manejo de Reservas de Grupo:

Un dedicado gerente de ventas será su punto de contacto durante todo el evento.

Participación de la alta Gerencia:

Su evento es de vital importancia para nosotros, es por eso que habrá siempre un ejecutivo de la alta gerencia pendiente de cada uno de las etapas de su evento.

Soporte Técnico:

Estamos dedicados a proporcionarle soporte técnico de inmediato.

Asociados de Eventos Dedicados:

Todos nuestros asociados estarán totalmente informados de su evento para estar siempre atentos de sus expectativas.

Soluciones Efectivas:

Nuestros asociados están entrenados para buscar soluciones inmediatas y efectivas a imprevistos.

Servicios:

Internet de alta velocidad, amplificación, fotocopiado, fax, computadoras y servicios audiovisuales.

Se ha preparado un formato para la realización de eventos en el hotel

Formato de Eventos

Nombre

Empresa

Fecha

Pax

Tipo de evento

Horario

Materiales de apoyo

Tipo de servicio

Tipo de salón

Alojamiento

Teléfono

Correo

Atención

ANEXOS

HABITACIONES

PRIMER PISO

110 Suite presidencial: Habitación matrimonial, cama de tres plazas., en el baño hay jacuzzi y una ducha, una sala de estar con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio Vista a la Gran Colombia.

111 Habitación matrimonial: cama de tres plazas **con vista a la Gran Colombia**, y una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

114 Habitación matrimonial se puede poner una cama adicional cuando el huésped solicite. Tiene una ventana que da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

115 Habitación matrimonial con vista a la Gran Colombia, cama de tres plazas. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

116 Habitación matrimonial tiene cama de tres plazas. Es una habitación interna, su ventana da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

117 Habitación Twin con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

118 Habitación matrimonial. cama de tres plazas **con vista a la Gran Colombia**, y una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

119 Habitación Twin con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

120 Habitación para minusválidos, puerta cortadiza en el baño, es una habitación triple que tiene una habitación matrimonial + 1 camas de 1 plaza y media y se puede poner una cama adicional. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

1

2

3 **SEGUNDO PISO**

211 Habitación Twin: con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

212 Habitación matrimonial se puede poner una cama adicional cuando el huésped solicite. Tiene una ventana que da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

214 Habitación matrimonial Habitación interna cama de tres plazas. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

215 Habitación Twin con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

216 Habitación matrimonial. cama de tres plazas interna, y una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

218 Habitación matrimonial tiene cama de tres plazas. Es una habitación interna, su ventana da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

220 Habitación triple, es una habitación que tiene una habitación matrimonial + 1 camas de 1 plaza y media y se puede poner una cama adicional. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

4

5

6 **TERCERO PISO**

311 Habitación Twin: con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

312 Habitación matrimonial se puede poner una cama adicional cuando el huésped solicite. Tiene una ventana que da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

314 Habitación matrimonial Habitación interna cama de tres plazas. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

315 Habitación Twin con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

316 Habitación matrimonial. cama de tres plazas interna, y una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

318 Habitación matrimonial tiene cama de tres plazas. Es una habitación interna, su ventana da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

320 Habitación triple, es una habitación que tiene una habitación matrimonial + 1 camas de 1 plaza y media y se puede poner una cama adicional. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

CUARTO PISO

411 Habitación Twin: con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

412 Habitación matrimonial se puede poner una cama adicional cuando el huésped solicite. Tiene una ventana que da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

414 Habitación matrimonial Habitación interna cama de tres plazas. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

415 Habitación Twin con 2 camas de 1 plaza y media. Con vista a la Gran Colombia. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

416 Habitación matrimonial. cama de tres plazas interna, y una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

418 Habitación matrimonial tiene cama de tres plazas. Es una habitación interna, su ventana da a la parte interna del hotel. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

420 Habitación triple, es una habitación que tiene una habitación matrimonial + 1 camas de 1 plaza y media y se puede poner una cama adicional. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

6.1

6.2

6.3

6.4

6.5

6.6

6.7

6.8

6.9 QUINTO PISO

511 Habitación matrimonial, cama de tres plazas interna, Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

512 Habitación matrimonial + 1 cama adicional cuando el huésped solicite con vista a la Catedral. Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

514 Habitación matrimonial, Habitación con cama de tres plazas interna, Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

515 Habitación matrimonial Habitación con cama de tres plazas interna, Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

516 Habitación Twin: Habitación con cama de tres plazas interna, Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

6.10 **517 Suite Junior** habitación matrimonial, cama de tres plazas en la sala tiene un Sofá cama.

Tiene una ducha, con televisión por cable, escritorio, minibar, cajas fuertes tipo laptop, internet ilimitado, calefacción, escritorio

CONCLUSIONES

Con la implementación del plan de negocio para aumentar las ventas en el Dorado Hotel, esperamos posesionarnos con el mejor hotel corporativo de la ciudad, así como también tener el mejor nivel en ventas y ocupación, para esto como se ha descrito anteriormente se piensa en estandarizar nuestro servicio ya que nos parece súper importante brindar la misma información a todos los huéspedes.

Así mismo se pasará a todos los asociados del hotel el manual de manejo de quejas lo que nos permitirá mejorar la calidad de nuestro servicio y no perder a nuestros clientes por no saber solucionar una de ellas, también se está pasando un manual muy sencillo de técnicas en ventas lo que nos permitirá mejorar la calidad de las ventas ya sean a través del teléfono o las entrevistas realizadas a las empresas.

Esta monografía nos permitirá analizar posibles falencias en nuestros servicios y poder atacar directamente el problema, así como también nos permitirá acapar el mercado corporativo del país.