



UNIVERSIDAD POPULAR AUTONOMA DEL ESTADO DE PUEBLA

ESCUELA DE ADMINISTRACION
DE INSTITUCIONES

Manual Administrativo para Determinar la Calidad en los Servicios que Brindan las Casas de Huéspedes, en la Ciudad de Puebla

Tesis Profesional

Que para obtener el título de:

Licenciado en Administración de Instituciones

Presenta

Mariana del Carmen Olvera Zevadúa

H. Puebla de Zaragoza, Pue.

Septiembre de 1996



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.


Puebla de los Angeles, a 30 de Septiembre de 1996.

LIC. MARIA ELBA AMEZCUA DE NECOECHEA
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES
U.P.A.E.P
PRESENTE

La presente hace constar que se llevó a cabo la asesoría, revisión y evaluación del trabajo recepcional que la alumna **MARIANA DEL CARMEN OLVERA ZEBADUA** con número de matrícula 220032 desarrolló como requisito para realizar su examen profesional.

Se extiende la presente para los fines que se juzguen convenientes.

ATENTAMENTE



L.A.E PATRICIA CARPINTEYRO GOMEZ

Puebla de Zaragoza, a 11 de Septiembre de 1996.

A Quien Corresponda

Por medio de la presente hago constar que la alumna **MARIANA DEL CARMEN OLVERA ZEBADUA** con número de matrícula **220032** ha cumplido con todos los requisitos para realizar su examen profesional.

Se extiende la presente para los fines que se juzguen convenientes.


ATENTAMENTE

LIC. MARÍA ELBA AMEZCUA DE NECOECHEA
ADMINISTRACIÓN
DE INSTITUCIONES
DIR. DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE INSTITUCIONES
U.P.A.E.P

DEDICATORIAS

A Dios, por darme la oportunidad de cumplir con mis objetivos a pesar de los obstáculos que hay que afrontar.

A mis Padres, por el apoyo y sobre todo por la paciencia y amor que han tenido.

A mis hermanas, tíos y primos, por su preocupación y ánimos para seguir adelante.

A mis abuelitas, por estar siempre presente en mis proyectos.

A Don Ricardo y Doña Maru. Mil gracias por apoyarme y brindarme una mano amiga siempre.

A Ivette, Claudia y Miry. Por el cariño y comprensión incondicional.

A Merche, Cecy, Karol, Betty C. y Rochy por compartir conmigo momentos buenos y malos.

A Lilia Márquez, Corro, Zombi, Gustavo, Armando, Luis, Pablo, José Luis, Fersi, Carlos Louvier, Rafa, Manolo y en especial a José Valerio (q.p.d)

Y sobre todo a ti Alexis por el amor, la paciencia y la comprensión que me has tenido.

AGRADECIMIENTOS

A Mayte Alcántara por darme todo el apoyo que necesite, por tú cariño y amistad siempre incondicional.

A la Sra. Beba por su experiencia y tiempo.

A Paty Carpinteyro por tú ayuda profesional y creer en mí.

A todas aquellas personas que no mencioné pero que sé que estuvieron conmigo.

**“SER VISIONARIO ES UN SIGNO
COMUN DE TODOS LOS LIDERES ES EL
PUENTE ENTRE EL PRESENTE Y EL FUTURO,
ENTRE EL SER Y EL DEBER SER; SON LOS
HOMBRES Y MUJERES QUE CREAN EN SU
IMAGINACION LAS POSIBILIDADES QUE LOS
DEMAS NO VEN, O NO TIENEN LA
SUFICIENTE FE DE REALIZACION.”**

**Alfonso Siliceo Aguilar
“Liderazgo para la
Productividad en México”**

INDICE

PRIMERA PARTE

OBJETIVO

JUSTIFICACION

INTRODUCCION

Pag. 15

CAPITULO I: SERVICIO DE HOSPEDAJE

1.1	INICIO DEL HOSPEDAJE EN MEXICO	18
1.1.1	Primeros Establecimientos de Hospedaje en México	19
1.1.2	Primer Reglamento de Hospedaje Conocido en México	21
1.2	TIPOS DE HOSPEDAJE	22
1.3	CONCEPTUALIZACION DE CASA DE HUESPEDES	23
1.4	ORGANIZACION	24
1.4.1	Servicio de Alimentos y Bebidas	24
1.4.2	Servicio de Limpieza	27
1.4.3	Servicio de Hospedaje	29
1.4.4	Servicio de Ropa	30

CAPITULO II: SERVICIO

2.1	CONCEPTUALIZACION	35
2.2	ANTECEDENTES DE SERVICIO	37
2.3	IMPORTANCIA DE SERVICIO	38
2.4	SERVICIO A CLIENTES	39
2.4.1	Momentos de la Verdad	41
2.5	CALIDAD EN EL SERVICIO	42
2.5.1	Conceptualización	42
2.5.2	Importancia de la Calidad en el Servicio	43

CAPITULO III: CALIDAD

3.1	CONCEPTUALIZACION	45
3.2	ANTECEDENTES DE CALIDAD	49
3.3	IMPORTANCIA DE CALIDAD	51
3.4	TIPOS DE CALIDAD	52
3.4.1	Diseño / Cambio de Diseño	53
3.4.2	Calidad de Conformidad	54
3.4.3	Calidad de Ejecución	55
3.5	HERRAMIENTAS DE CALIDAD	56
3.5.1	Diagramas de Flujo	56
3.5.2	Hoja de Datos	57
3.5.3	Gráfica de Pareto	58
3.5.4	Diagrama de Causa y Efecto (Pescado)	59
3.5.5	Gráfica Corrida	60
3.5.6	Histograma	61
3.5.7	Diagrama de Dispersión	62

CAPITULO IV: INVESTIGACION DE MERCADO

4.1	CONCEPTUALIZACION DE INVESTIGACION DE MERCADO	64
4.2	OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	64
4.3	HIPOTESIS	65
4.4	OBJETIVO DEL ESTUDIO	65
4.5	MERCADO META	65
4.6	INVESTIGACION DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS	65
4.7	METODO DE MUESTREO	65
4.8	MUESTRA	67
4.9	MARCO CONTEXTUAL CASAS DE HUESPEDES	67
4.10	RESULTADOS	75

SEGUNDA PARTE

MANUAL ADMINISTRATIVO PARA UNA CASA DE HUESPEDES

OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL	Pag. 80
OBJETIVOS ESPECIFICOS	81
INTRODUCCION DEL MANUAL	83
PLANEACION	
1	SERVICIO DE HOSPEDAJE Y RECEPCION
1.1	SERVICIO DE RECEPCION 86
1.2	REGLAS Y POLITICAS PARA EL HUESPED DE NUEVO INGRESO 86
1.3	AREAS DE RECEPCION DE LA CASA DE HUESPEDES 88
2	SERVICIO DE ALIMENTOS
2.1	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 90
2.2	PLANEACION DEL MENU 91
2.3	MENU CICLICO 94
2.4	LAYOUT DE LA COCINA 96
2.5	DISTRIBUCION DEL COMEDOR 97
2.6	OBJETIVO, REGLAS Y POLITICAS 97
2.7	LAYOUT DEL COMEDOR 99
2.8	DIAGRAMAS DE FLUJO DE LOS SERVICIOS 100
2.9	COMPRAS 104
2.10	HIGIENE Y SANIDAD 107
2.11	RECEPCION Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS Y ALIMENTOS 111
2.12	LAYOUT DEL ALMACEN 117
2.13	INVENTARIO DE PLATILLOS PROPUESTO 117
2.14	MENU CICLICO PROPUESTO 120
2.15	COSTEO DEL MENU 122

3	SERVICIO DE LIMPIEZA	
3.1	SERVICIO DE LIMPIEZA	126
3.2	MATERIALES Y METODOS DE LIMPIEZA	128
3.3	CALENDARIO DE ACTIVIDADES DE LIMPIEZA	129
3.4	DIAGRAMAS DE FLUJO DE LAS ACTIVIDADES DE LIMPIEZA	130
4	MANTENIMIENTO	
4.1	MANTENIMIENTO	139
4.2	TIPOS Y METODOS DE MANTENIMIENTO	140
4.3	METODOS Y PERIODICIDAD DEL MANTENIMIENTO DE INTERIORES	141
5	SERVICIO DE ROPA	
5.1	SERVICIO DE ROPA	144
5.2	EQUIPO Y PRODUCTOS DE LAVADO	145
	ORGANIZACION	
1	PERSONAL	
1.1	ORGANIGRAMA DE FUNCIONES DE LA CASA DE HUESPEDES	148
1.2	PERSONAL DE SERVICIO	149
1.3	REGLAS PARA LA CONTRATACION DEL PERSONAL DE LA CASA DE HUESPEDES	151
1.4	PERFIL DE PUESTOS	152
1.5	ANALISIS Y DESCRIPCION DE PUESTOS	153
1.6	ROLES DEL PERSONAL DE SERVICIO	156
	DIRECCION	
1.1	SUPERVISION	159
1.2	COMUNICACION	160
1.3	LIDERAZGO	163
1.4	MOTIVACION	166
1.5	CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO	168

CONTROL

1.1	CONCEPTO E IMPORTANCIA	172
1.2	FORMATOS DE CONTROL	172

	CONCLUSIONES	182
--	---------------------	-----

ANEXOS

ANEXO I ENCUESTA

ANEXO II GRAFICAS

BIBLIOGRAFIA

PRIMERA

PARTE

OBJETIVO DE LA TESIS

La finalidad que se persigue en este proyecto de Investigación es identificar, como y de que manera se brindan los servicios en las casas de huéspedes de la ciudad de Puebla.

De ahí surge la necesidad de desarrollar un manual administrativo el cual proporcione a las personas que manejan las casas de huéspedes, herramientas básicas para optimizar los servicios actuales o sugerir otros.

Cabe mencionar que el manual se puede adaptar a las necesidades de cualquier casa de huéspedes.

La utilización de este manual no garantiza el éxito de ninguna casa de huéspedes solamente se intenta sugerir un método ordenado y disciplinado, para llevar a cabo la administración del lugar.

JUSTIFICACION

Puebla es una de las ciudades con mas afluencia de estudiantes de la República. Debido a que son numerosas las Universidades e Institutos los que se encuentran reconocidos.

Es por ello que surge la imperante necesidad de vivienda entre los estudiantes, solicitando servicios de calidad atendiendo los requerimientos indispensables de los huéspedes como son: alimentos, limpieza, lavado de ropa y hospedaje.

La Calidad en los servicios juega un papel muy importante, ya que ésta se determina de acuerdo a la satisfacción del huésped, procurando su bienestar y comodidad dentro del lugar.

Este trabajo tiene por objetivo proporcionar una guía para dar solución a los problemas administrativos de la casa de huéspedes Leonor.

La casa de huéspedes Leonor, se eligió con la finalidad de llevar a cabo las reglas, políticas, procedimientos, conceptos y métodos administrativos que se sugieren en el presente manual, para aprovechar correctamente los servicios que brinda.

INTRODUCCION

La presente investigación tiene por objetivo optimizar los servicios que ofrecen las casas de huéspedes, tales como: alimentación, limpieza y hospedaje, ésto con la finalidad de atender mejor a las personas que requieren de este servicio.

Se tratará en el primer capítulo: los antecedentes del servicio de hospedaje, la creación de los primeros establecimientos de alojamiento, la evolución que ha tenido y los tipos de hospedaje que actualmente existen. También se mencionará el concepto de casa de huéspedes y de que manera está organizado, es decir, los requerimientos básicos que necesita el huésped para su bienestar, como son: el servicio de alimentos, servicio de limpieza, servicio de hospedaje.

En el segundo capítulo se analizará el tema de servicio y la importancia que ha tenido desde la antigüedad hasta la actualidad, otros puntos importantes por mencionar son: el concepto, la importancia, y el servicio que se le da al cliente y la calidad en el servicio.

El servicio va más allá de lo que ofrece, ya que el cliente espera algo más, intangible, como una palabra amable o una sonrisa.

Por el tema a tratar en este proyecto, la buena atención y el trato, serán aspectos importantes para una buen servicio al huésped.

En el tercer capítulo se abordará el tema de Calidad, desde sus antecedentes, concepto e importancia, hasta los tipos de calidad y las herramientas básicas que son de vital importancia para detectar si un servicio se califica como bueno o malo. El fin es identificar si los servicios

que se brindan en las casas de huéspedes elegidas para esta investigación, cubren los requerimientos de las personas que se hospedan en ellas. De no ser así, proponer mejoras orientadas hacia la calidad, para que los huéspedes obtengan los satisfactores requeridos.

La investigación de mercado será el tema a desarrollar en el cuarto capítulo. Se explicará el objetivo, la hipótesis, el mercado meta, investigación de las fuentes primarias y secundarias, la muestra y el método de muestreo que se determinó para la investigación del presente proyecto.

La investigación antes mencionada servirá como Marco Teórico para las propuestas que se desarrollarán en el Capítulo siguiente.

Se tomará como objeto de estudio una de las seis casas de huéspedes investigadas, del cual se presentará un manual administrativo, sugiriendo métodos y procedimientos para llevar a cabo el manejo correcto de este establecimiento de hospedaje.

Cabe mencionar que este manual no sólo servirá para optimizar los servicios de una casa de huéspedes, sino llevarlo a la práctica en todas las casas de huéspedes que lo soliciten.

CAPITULO I

SERVICIO DE HOSPEDAJE

- 1.1 INICIO DEL HOSPEDAJE EN MÉXICO
 - 1.1.1 Primeros establecimientos de hospedaje en México
 - 1.1.2 Primer reglamento de hospedaje en México
- 1.2 TIPOS DE HOSPEDAJE
- 1.3 CONCEPTO DE CASA DE HUESPEDES
- 1.4 ORGANIZACION

1.1 INICIO DEL HOSPEDAJE EN MEXICO

Antiguamente en México como en otros pueblos primitivos no existían establecimientos públicos de alojamiento. Debido a que el dar hospitalidad era un deber sagrado, prevalecía un temor supersticioso hacia los extranjeros, quienes los consideraban dioses peregrinos que repartían el bien o el mal; según como fueran considerados, con ésto, se explica el recibimiento, de la llegada a la Gran Tenochtitlan, de Hernán Cortés. Como consecuencia en 1500 D. de J.C. con la gran cantidad de viajeros que se dirigían a la ciudad con el fin de asistir a las ceremonias religiosas o intercambios comerciales, surgieron los Coacallis, denominados así por los aztecas; éstos fueron los primeros establecimientos de hospedaje en México; los cuales eran una especie de posadas con construcciones de un solo piso en donde se hospedaban los pochtecas (indígenas establecidos en Tenochtitlan).

Los coacallis se situaban cerca de los mercados o en la entrada de las poblaciones, tenían acceso a través de un embarcadero privado, o directamente desde la calle; en el patio central se encontraba un altar dedicado a Yacatecutli, “Señor que guía”,¹ alrededor se encontraban las habitaciones y crujías donde guardaban sus mercancías y pertenencias los viajeros que llegaban a este lugar. También estaban distribuidas las oficinas

¹ “Enciclopedia de Hotelería y Turismo”, Editorial Continental, pag. 19. Tomo VIII

administrativas y del intendente, la cocina, el comedor, los baños, y un lugar destinado a la venta del pulque. Había Coacallis para alojar al pueblo en general y otros reservados para las clases superiores; la diferencia era el tipo de construcción, decoración y acabados. Los baños llamados Temascallis o baños de vapor se disponían para la clase superior, el pueblo utilizaba los baños de agua fría.

Los coacallis pertenecían al Estado y se brindaba alojamiento gratuito, pero la alimentación corría por parte del viajero. Los encargados de la administración eran estudiantes egresados de los Tepochcalli o escuelas especializadas en la enseñanza para la administración de estos establecimientos.

En Tenochtitlan se encontraba un palacio con habitaciones para más de cien invitados de las ciudades-estados aliadas, propiedad de Moctezuma que en esa época gobernaba.

1.1.1 Primeros Establecimientos de Hospedaje en México

En 1521 cuando cae Tenochtitlan y Cortés es nombrado capitán y gobernador general de la Nueva España, empieza a realizar cambios. Después de la conquista la ruta que más se frecuentaba fue la que unía a Villa Rica, Veracruz con la ciudad de México, el cabildo de la Nueva España da autorización para abrir el primer mesón en la llamada Pinavizapa, posiblemente la actual Orizaba el 20 de junio de 1525 siendo su propietario Francisco de Aguilar, y así pasó a la historia como el primer mesonero de la Nueva España. El 26 de julio de éste mismo año se autoriza al señor Juan de la Torre el establecimiento de una venta, en el camino de Michoacán, entre Taximaroa e Ixtalavaca, concediéndose además una caballería de tierra para maizales y cría de puercos, con tal de que obedeciese el arancel,

cerca de Jalapa un soldado llamado Lencero fundó una venta de su nombre que aún subsiste, sobre esto dice, Bernal Díaz del Castillo:

“E pasó otro soldado, que decía por sobre nombre Lencero, cuya fue la venta que ahora se dice Lencero, que está entre Veracruz e la Puebla, que fue buen soldado, y se metió fraile mercenario.”²

El primero de Diciembre de 1525, Pedro Hernández Paniagua solicita licencia para instalar el primer mesón dentro de la ciudad de México en la que se llamaría “Calle de Mesones”. Durante este acto asistieron Diego de Ordáz, Alcalde mayor; Leonel de Cervantes, Alcalde ordinario; Antonio de Carvajal, Gonzalo Mejía y Juan de la Torre, Regidores; ante el escribano público Pedro del Castillo.

Con la fundación de nuevas poblaciones y la construcción de caminos transitables, se fue cubriendo de albergues el territorio de la Nueva España, como el de San José de Perote que existe todavía, nombre que se le dio por el apodo de su propietario Pedro Anzures.

Otro de los lugares donde paraban a descansar los viajeros eran las ventas, debido a que la situación de los albergues no mejoró durante la época colonial. Durante esta época, cuando en la Nueva España viajaba gente de la nobleza, altos dignatarios o eclesiásticos, acostumbraban alojarse en casas de parientes, amigos o en conventos, donde solían disfrutar de comodidades propias de ese tiempo; sin embargo no sucedía lo mismo con los mercaderes con muleros y carreteros ya que se alojaban en mesones. Tanto nobles como plebeyos se quedaban en las ventas, cuyos servicios eran superiores a los de los mesones, sólo que en las habitaciones, había de 3 a 10 personas.

² Obregón González, Luis. “*México Viejo*”. Editorial Offset, pag. 17

Los clásicos mesones y ventas ostentaban la imagen del santo patrono, y llevaban su nombre. Durante aproximadamente 350 años, las ventas y mesones eran los único establecimientos de hospedaje de que disponían en México los viajeros.

Las líneas de diligencia vinculadas al transporte fueron las que suscitaron el establecimiento de paradores formales, ventas o mesones, actualmente quedan algunos en los pueblos, y en la misma ciudad de México; pero empezaron a ser olvidados desde que se establecieron ferrocarriles, las casas de huéspedes y hoteles en nuestra República. Ahora parecen casas antiguas solariegas abandonadas por sus nobles señores. Pero quedaran plasmados por Cervantes en el “Quijote”.

1.1.2 Primer Reglamento de Hospedaje Conocido en México

En un acta de Cabildo de la ciudad de México, fechada el 9 de Enero de 1526, se encuentra el siguiente texto:

“Este dicho día los dichos señores dixeron que por quanto los días pasados se dio licencia a Pedro Hernández Paniagua para que pudiese tener mesón para coxiese a los forasteros o les diese de comer a ellos e a las personas que allí se llegasen a posar e no le fue dada la orden e manera que habían de tener con los dichos huéspedes, que mandaban e mandaron que el dicho Pedro Hernández o otro cualquier mesonero de esta ciudad lleve por cada tabla a cada persona que diere de comer o cenar dándole asado e cocido e pan e agua, un motín de oro. Yten que lleve por cada persona que durmiere en su casa dándole cama de su xergón e ropa limpia de la tierra, un real. Yten que si vendiere azeite e vinagre o quezo por menudo, que gane la tercia parte de como valiere en la cantidad al dicho tiempo por arroba. Todo lo cual mandarón que guarde e cumpla el dicho mesonero o otros

cualquiera que tuvieren mesón en ésta ciudad, so pena de que por primera vez lo paguen con el cuarto tanto lo que asy llevaren en demasiado e por la segunda la sentenas e por la tercer le sean dados cient azotes publicamente. E mandaron que tenga este aranzel en parte donde se puede ver e leer para que cada uno sepa lo que ha de dar so pena de veinte pesos de oro, la mitad para las obras públicas e la otra mitad el juez e denunciante”.³

Este valioso documento podría ser considerado como el primer reglamento de hospedaje en México, tanto como los mesones y las ventas no son de lujo; si bien aquellas al ser utilizadas por la nobleza en sus desplazamientos, ofrecían mayores comodidades y se procuraba la seguridad de viajeros.

1.2 TIPOS DE HOSPEDAJE

El servicio del hospedaje, por su operación y funcionamiento puede ordenarse en dos grandes tipos:

a) Los de servicio hotel.

b) Los de servicio extra-hotel. Variantes que aunados a su estructura física, magnitud y ubicación, permiten situar a los establecimientos que lo presentan dentro de uno u otro tipo.

Clasificación de los establecimientos de Hospedaje

a) Del tipo hotel

- Hotel

³ Obregón González, Luis. Op. cit. pag. 18

- Motel
- Motor-hotel
- Hotel-residencia
- Condohotel

b) Del tipo extra-hotel

- Apartamentos y casas privadas
- Casas de huéspedes o pensiones
- Campos turísticos
- Albergues juveniles
- Refugios y cabañas, albergues diseminados o integrados en un mismo centro vacacional.

Por el sentido de este proyecto se analizará únicamente lo relativo a las Casas de Huéspedes.

1.3 CONCEPTUALIZACION DE CASA DE HUESPEDES

Casa de huéspedes: Establecimiento de hospedaje de carácter modesto que generalmente no ocupa la mayoría de un edificio donde se ubica. Sistema de alojamiento de uso público, pero en casas particulares.⁴

⁴ Valencia Novo, Gerardo. “*Diccionario General de Turismo*”. Editorial Diana, pag. 24

1.4 ORGANIZACION

Las casas de huéspedes tradicionales y actuales tienen tres servicios básicos, tales como el de alimentos y bebidas, el de limpieza y el de hospedaje. Otro servicio adicional importante y que no se encuentra frecuentemente es el de lavado de ropa. A continuación se analizará cada uno de los servicios.

1.4.1 Servicio de Alimentos y Bebidas

Satisface las necesidades alimenticias y nutricionales de las personas, proporcionándoles en los alimentos energía para desarrollar sus actividades.

Objetivo

Suministrar alimentos y bebidas de acuerdo a los estándares de calidad y sanidad establecidos, a las personas que lo soliciten por medio de un servicio personalizado a un precio accesible en un ambiente agradable.

Importancia

Reside en la satisfacción de las necesidades alimenticias del hombre, proporcionando un servicio de calidad, y las atenciones que él requiere.

Este servicio se encarga de la preparación, decoración, conservación de platillos y bebidas que las personas soliciten ya sea en un establecimiento de servicio, e inclusive en el hogar. Ésto demanda una gran responsabilidad por parte de las personas quienes proporcionan el servicio, ya que se sabe que si algo sale mal, recae en el servicio. Es por eso indispensable un óptimo funcionamiento.

Alimento

Es todo aquello que al entrar al cuerpo humano repara y reconstruye los tejidos enfermos, regula el proceso del organismo da calor y energía; en síntesis, la comida es la vida.

El trabajo requiere de energía, misma que el cuerpo humano obtiene de la alimentación, pues aún cuando alguna persona se encuentra en absoluto reposo, el corazón, el aparato digestivo y demás órganos internos continúan trabajando regularmente.

Los científicos clasifican a los alimentos según su composición química y el efecto que produce en el ser humano, de la manera siguiente:

- Almidones o carbohidratos
- Grasas
- Minerales
- Vitaminas

Los elementos anteriormente citados se encuentran principalmente en:

- Carnes
- Fécula de maíz
- Aceite
- Yema de huevo, pescado e hígado
- Verduras

Cocina

El hombre primitivo tomaba sus alimentos crudos, más tarde los cuece de una manera elemental y poco a poco los va sazonando con diferentes condimentos, pero a ésto aún no se le llama cocina, ya que aparecieron gracias a las civilizaciones y al tiempo.

Cuando el hombre va refinando sus gustos por la cultura, es entonces cuando surge la cocina, e inclusive la construcción de ésta.

La cocina es el lugar donde se preparan, decoran y sirven los platillos, para después ser consumidos por las personas que lo soliciten. Esta área es importante en el hogar o en cualquier empresa de servicio (hoteles, restaurantes, comedores, industriales etc.).

Los pasos a seguir para un buen servicio en el área de alimentos son:

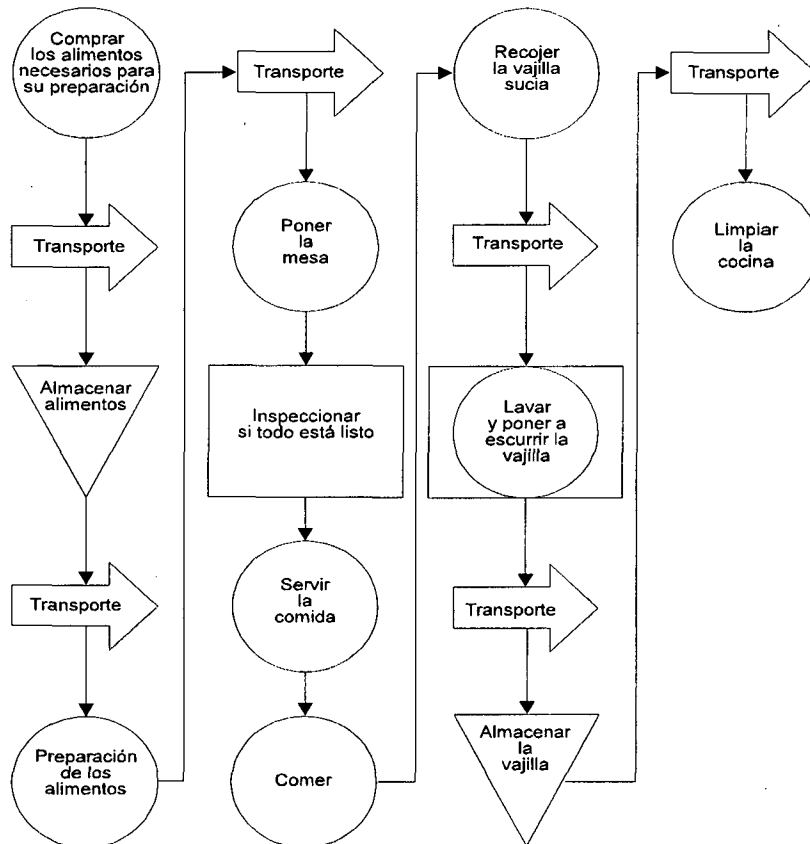


Figura 1.1 Diagrama de Flujo del Servicio de Alimentos y Bebidas

1.4.2 Servicio de Limpieza

Para efectos de este trabajo se entenderá por limpieza: La actividad encaminada tanto a conservar un lugar libre de suciedad como a arreglar los objetos que se encuentran desordenados.

Generalmente la limpieza la realizan las trabajadoras domésticas y entre esas actividades se encuentran:

- Remover el polvo acumulado
- Lavar y desinfectar baños
- Barrer y trapear los pisos
- Aspirar las alfombras
- Lavar vajilla
- Limpiar la cocina
- Tender camas
- Concentrar la ropa sucia.

Esto se refiere a la limpieza diaria.

Una vez al mes se hace limpieza profunda, en la que incluye.

- Limpieza de azulejos
- Encerar madera y pulir pisos
- Desmanchar alfombras y tapices

Objetivo

Mantener limpia todas las instalaciones y equipo con que cuenta una casa.

A continuación los materiales y herramientas más comunes.

Materiales	Herramientas
* Aromatizante	* Trapeador
* Cloro	* Jerga
* Jabón	* Escobas
* Sarricida	* Cepillos para suelo
* Detergentes	* Plumeros
* Solventes	* Franelas

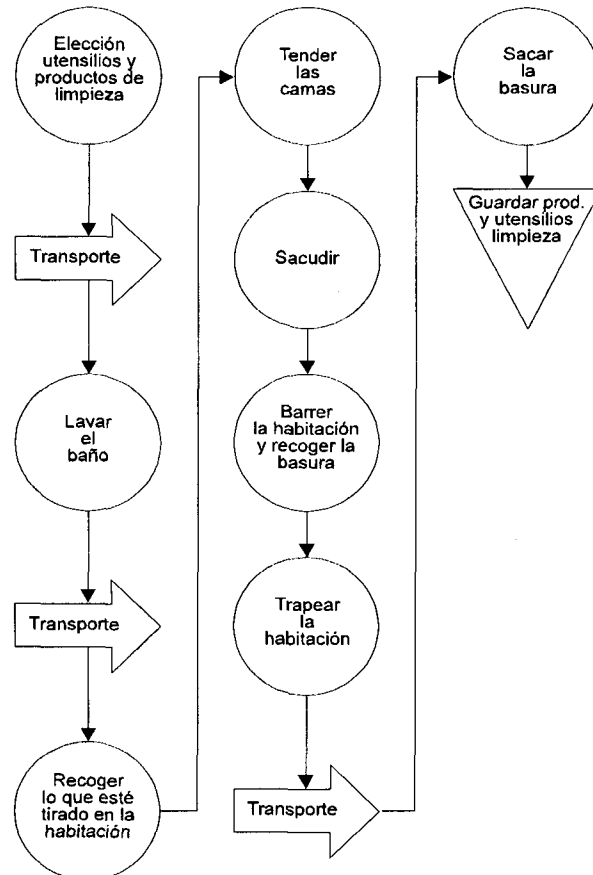


Figura 1.2 Diagrama de flujo del servicio de limpieza

1.4.3 Servicio de Hospedaje

Conceptualización

Hospitalidad.- La hospitalidad se define como “virtud que se dice de quien recibe en su casa con solicitud, agrado y agasajo”. Es una auténtica virtud que exige entrega, solicitud, cariño, esmero en los detalles.⁵

La hospitalidad va muy relacionada con la recepción, por que aquí es donde se va a recibir a las personas, dándoles la bienvenida y haciendo que se sientan como en su casa. Las personas responsables de llevar a cabo esta acción de recepción debe de contar con diferentes cualidades entre ellas la hospitalidad, por que es la primera imagen que se presenta en cualquier lugar y ésta debe ser buena.

La hospitalidad tiene relación con la caridad y el amor al prójimo matizada en el aspecto concreto de la recepción. Si una persona no es bien recibida se sentirá mal e insatisfecha.

El servicio de hospedaje la componen las siguientes áreas.

- Hall: lugar donde se les da recibimiento a una persona.
- Sala: Es una pieza de la casa, donde se reciben a las visitas. Es la primera área que se conoce.
- Jardín: es otra área de recepción, o de estancia, en un ambiente natural.

El tipo y requerimiento del servicio es el que va a determinar la asignación del espacio de recepción.

⁵ “Manual Hogar y Familia”. E.S.D.A.I

1.4.4 Servicio de Ropa

Conceptualización

Se basa principalmente en proporcionar la ropa limpia en el momento oportuno y conservar las prendas en perfectas condiciones siendo ésto un elemento de bienestar.

El servicio de ropa se basa en el conocimiento de las prendas, como se lavan y como se desmanchan.

Para que sea eficiente el servicio de ropa se persigue principalmente el bienestar físico de la ropa y esta es:

- Que la ropa se vea limpia
- Que huela bien
- Que sea agradable al tacto
- Que se vea suave y limpia

Clasificación de la ropa de acuerdo al uso

- Ropa personal: playeras, pantalones, vestidos, faldas, camisas, blusas.
- Ropa interior: calzoncillos, pantaletas, calcetines camisetas.
- Blancos: sábanas, fundas, toallas, cobertores, almohadas colchas.
- Ropa de cocina: trapos de cocina, manteles, agarraderas, trapo o jerga.
- Ropa de decoración: colchas, cortinas.

Proceso de lavado

1. Concentración de la ropa sucia.
2. Clasificación de la ropa sucia, revisar instrucciones en etiquetas.

- Ropa manchada
- Ropa para blanquear
- Ropa de colores
- Ropa delicada, lavar a mano.

3. Lavado

- En máquina lavadora.
- Si se trata de ropa delicada, lavar a mano.
- Con detergentes especiales para el tipo de prenda.

4. Enjuagado

- Con suficiente agua, para evitar residuos de jabón.
- Evitar el agua caliente.
- Máximo tres enjuagues.

5. Exprimido

- Si se trata de fibras suaves oprimir con una toalla.
- Fibras resistentes centrifugar.

6. Secado

- Colgar en ganchos
- Sobre toallas
- A la sombra
- Fibras resistentes al sol.
- En maquina para secar, de acuerdo a las fibras.

7. Clasificación de la ropa

- Doblar
- Colgar

8. Planchado (De acuerdo a la prenda)

- Fibras delicadas a temperatura baja.
- Fibras resistentes a temperatura alta, con presión y con humedad.

9. Distribución de la ropa de acuerdo a donde vaya.

Los materiales de lavado comunes que se utilizan en el hogar, no son sofisticados y se encuentran en cualquier almacén.

El equipo es el indispensable, ya que las lavadoras domésticas tienen capacidad para lavar prendas delicadas y resistentes. A continuación los materiales, herramientas comunes y la manera correcta de llevar a cabo el servicio.

Materiales de lavado	Equipo de lavado
* Jabón de pasta o barra	* Lavadora
* Cloro.	* Secadora
* Detergente.	* lavadero
* Suavizante. (opcional)	

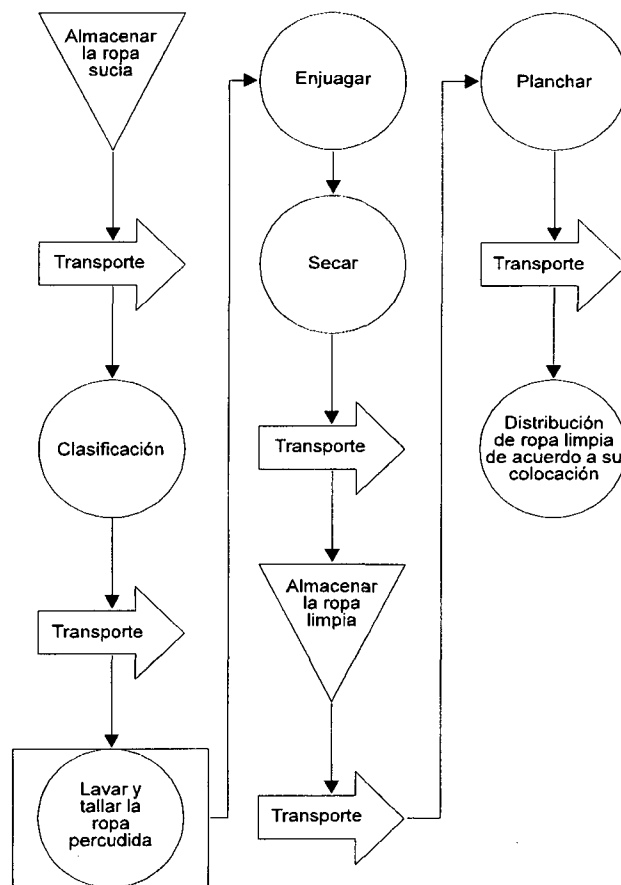


Figura 1.3 Diagrama de flujo del servicio de ropa

CAPITULO II

SERVICIO

- 2.1 CONCEPTO DE SERVICIO
- 2.2 ANTECEDENTES
- 2.3 IMPORTANCIA DE SERVICIO
- 2.4 SERVICIO A CLIENTES
 - 2.4.1 Momentos de la Verdad
- 2.5 CALIDAD DEL SERVICIO

2.1 CONCEPTUALIZACION

“Servir es un acto que se hace en beneficio de otras personas, atendiendo sus requerimientos.”⁶

Servir es lo que va a conducir al bienestar personal, percibiendo la satisfacción del cliente, no sólo al ofrecer el servicio o producto que se vende, sino sintiendo subjetivamente la necesidad de preocuparse por ayudar a los demás.

Para dar un buen servicio es necesario vivirlo, y exige una total consagración de parte de todas las personas que tienen contacto con los clientes y aún los que no la tienen, por ejemplo los presidentes de organizaciones que tienen personas a su cargo que se dedican a estar en contacto con los clientes.

En la mayoría de las empresas el servicio implica buenas ganancias, y ha sido la forma en que grandes compañías están poniendo en marcha la gerencia de servicio.

⁶ Mc. Cann Ron “*El Placer de Servir con Calidad*”, Editorial Pax México 1991. pag 18.

Entre las características que tiene el servicio se encuentran las siguientes:

- a) Se produce al instante, no se crea de antemano.
- b) El servicio es intangible por lo que no se puede inspeccionar o almacenar, se da donde está el cliente.
- c) No se demuestra, ni se puede dar por anticipado.

El cliente o persona que recibe el servicio será la única en juzgar si fue satisfactorio.

El servicio va más allá de la amabilidad y gentileza que se le pueda dar a los clientes. Una sonrisa es el sello individual de cada persona.

Se debe orientar hacia las necesidades de los clientes, quienes son los que van a marcar las reglas o instrucciones que va a seguir del producto o servicio.

Una de las mejores publicidades que se da a un buen servicio es la satisfacción de los clientes, ya que la recomienda con otras personas.

El cliente espera atención y en especial interés y espontaneidad de parte de la persona que lo atiende; para resolver sus necesidades, y así adelantarse a lo que pida.

El tema de servicio es muy extenso y tiene varias clasificaciones, en especial se mencionará para efecto de esta investigación los siguientes: Servicio de Alimentos y Bebidas, Servicio de Lavandería, Servicio de Hospedaje, y el Servicio de Limpieza.

2.2 ANTECEDENTES DE SERVICIO

La palabra servicio viene del latín “*servus*”, que significa esclavo y éste era aquel que hacía un trabajo físico para otros, por una cantidad de bienes que apenas lo sostenían para seguir trabajando.

El esclavo propiamente dicho tenía a cambio de su trabajo físico casa, comida, ropa, y algunos otros beneficios que no tenía el asalariado o siervo. Este apareció después y prestaba su servicio por un jornal, que equivale a un pago diario y carecía de la aparente seguridad que se pagaba con privarse de la libertad. El esclavo no tenía libertad, el siervo sí, pero su única seguridad era ese pago diario, es decir vivía al día.

Claro que existían siervos que tenían todas las ventajas de ambos y que podían escoger apartarse del patrón a descansar, pues disfrutaban de libertad. Curiosamente, el hombre no sabía definir la libertad, sino como algo contrario a la esclavitud.

Quizás con este concepto es que se tenía la idea equivocada de servicio ya que se consideraba denigrante, por creerse digno solamente de clases inferiores.

Se tienen falsos conceptos tanto en la cultura hispánica como en la Hindú, ya que creen que es el trabajo pesado, repetitivo, falto de imaginación y estímulo que ejecutan principalmente para otros.

Es la causa principal por la que actualmente no es fácil encontrar personas que presten servicios satisfactorios, ya que la mayoría siente que es algo que la rebaja como persona, y lo ideal es que otros sirvan para satisfacerlos.

2.3 IMPORTANCIA DE SERVICIO

“El servicio al cliente es la ejecución de todos los medios posibles para dar satisfacción por algo que él adquirió”.⁷

El servicio es el mérito que se hace sirviendo a otra persona o entidad. Es cuidar intereses o satisfacer necesidades para el público o para entidades ajenas o propias.

En una empresa de servicio como en cualquier otra, el propósito de ella no es únicamente crear un cliente sino conservarlo.

La clave del servicio excelente es la interacción del servidor con el cliente. Los continuos y constantes contactos personales y directos con los clientes son vitales. Ya que para el cliente el servicio vale no sólo por los productos que recibe, sino también por la gente que trata con él, su apariencia, sus modales y presencia.

La satisfacción del cliente o consumidor a través del servicio depende de un gran número de factores. Entre ellos los siguientes, que pueden ser motivo de compra ya sea del producto o servicio:

- Calidad del servicio
- Beneficios del servicio
- Evaluación del servicio

⁷ Noriega Cobra Marcos Enrique / Amaldo Zwarg Flavio “*Marketing de Servicio*”, Editorial Mc. Graw Hill, México 1991. pag. 99.

- Garantía del servicio por el vendedor
- Adaptación del servicio a las necesidades del usuario
- Condiciones de buena utilización. Asistencia técnica.
- Ayuda financiera al cliente (facilidades de compra)

Existen dos categorías del servicio al cliente.

⇒ Servicio Estándar: Es aquel que el consumidor espera normalmente recibir, como el servicio a bordo de un avión o barco.

⇒ Servicio Extraordinario: Es aquel en el que el comprador no espera nada a cambio, por ejemplo un chocolate, una sonrisa, un apretón de mano (valor agregado).

2.4 SERVICIO A CLIENTES

Cliente es, aquella persona que usa, consume o requiere bienes y servicios por los que paga. Proviene del vocablo en latín “*cliens*” que significa seguidor, o sea el que viene seguido a buscar un servicio o producto.

Si se desea que el cliente se conserve fiel a una sola empresa y que siga siendo su seguidor, ésta no se puede dar el lujo de fallarle. El cliente silenciosamente al sentirse insatisfecho cambia el producto o servicio por el de la competencia.

Es importante conocer las necesidades de los clientes y también de los que no son clientes y saber cuales son las preferencias de ambos, esto es con el objetivo de conservarlos adecuada y competitivamente. De esta forma resultará favorecida tanto los clientes actuales como los potenciales.

El propósito fundamental de cualquier empresa es doble:

ATRAER
Y = CLIENTES
CONSERVAR

Es necesario conocer lo que hace la competencia de un modo dinámico, es decir cómo va cambiando para que se pueda predecir cómo podría cambiar cualquier empresa.

No siempre el cliente es el usuario, como puede pensarse en los casos de alimentos para bebés, joyas, féretros.

Es indispensable medir las necesidades futuras y gustos del cliente por medio de encuestas o estadísticas para el diseño inicial del producto o servicio y demás, para ir modificando según el cliente lo requiera. Esto va a llevar a la empresa a permanecer competitiva dentro del mercado.

Muchos clientes compran el producto por su apariencia, trato y personalidad de los vendedores, recepcionistas o gente de servicio.

Se ha comprobado que por cada cliente satisfecho comunica en promedio tres clientes potenciales los resultados del consumo, y que cada cliente insatisfecho comunica su experiencia a diez clientes potenciales.

2.4.1 Momentos de la Verdad

“Es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con cualquier aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio”.⁸

El cliente y la persona que le presta el servicio se ponen en contacto en varias ocasiones pero es el cliente quien se forma una impresión en general del servicio de la empresa.

La filosofía gerencial de servicios, sugiere que todos tienen que ver con la satisfacción del cliente. No cabe duda que cualquiera que tenga contacto directo con el cliente debe ver responsablemente las cosas desde su perspectiva y hacer todo lo que esté a su alcance para ocuparse de sus necesidades. Pero aun los que no tienen contacto directo tienen que ver con la satisfacción del cliente (gerentes, directivos). Toda la organización debe funcionar como un gran departamento de servicio. Se intenta desarrollar una cultura que convierta el hecho de brindar un excelente servicio al cliente en una misión reconocida por todas las personas de la organización, incluidos los gerentes.

Es responsabilidad de los altos ejecutivos, dar a conocer con sus empleados la misión del negocio y especificar la estrategia de servicio correcta para atender al cliente.

Se puede hacer un inventario de todos los momentos de la verdad que tiene una empresa durante un día, para mejorar aquellos que lo necesiten y buscar como perfeccionarlos.

No todos los momentos de la verdad implican una interacción directa entre empleados y clientes.

⁸ Albrecht Karl “*La Revolución del Servicio*”, Fondo Editorial Legis, Bogotá Colombia 1990. Pp. 29-33.

Puede que haya otros, por ejemplo; cuando algún cliente lee un aviso de la empresa, escuchar la contestadora telefónica, la impresión del lugar, etc.; todo esto conlleva a representar la imagen de una empresa.

Los gerentes no pueden estar en todos los momentos de la verdad para supervisarlos y asegurarse de que los empleados lo realicen de forma adecuada. Esto significa que no les queda otra alternativa que confiar en las personas que participan directamente con el cliente.

Si la persona que brinda el servicio es apática, desagradable, poco amistosa, fría, distante o poco colaboradora, los momentos de la verdad de la empresa serán un fracaso. En cambio si es una persona vivaz, agradable, cálida, amistosa, cooperativa y se ocupa de resolver el problema del cliente, los momentos de la verdad se destacarán, y el cliente tenderá a generalizar dichas experiencias respecto a toda la organización.

2.5 CALIDAD EN EL SERVICIO

Dentro de este tópico se abordará brevemente lo referente al concepto y a la importancia de la calidad en el servicio, y en el capítulo siguiente se profundizará sobre la calidad.

2.5.1 Conceptualización

“Es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio”.⁹

Esta no sólo se conforma con dar lo mejor del producto o servicio sino sobrepasar esa calidad.

⁹ Reithman A Valarie/A. Parasurama y Leonard L. “*La Calidad Total en la Gestión de los Servicios*” Editorial Berry, Díaz de Santos S.A.; Madrid España 1993. pag. 25.

2.5.2 Importancia de la Calidad en el Servicio

La actitud del cliente con respecto a la calidad en el servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida. Al principio solía contentarse con el producto base, sin servicios y por lo tanto más barato. Después sus exigencias en cuanto a calidad y servicio aumentaron, para terminar solicitando lo mejor.

De modo que la calidad en el servicio se ha convertido en el factor fundamental en la elección de compra. La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios. Cuando un cliente valora la calidad, la juzga como un todo. Lo que prevalece es la impresión por conjunto no el éxito de alguna acción específica.

El objetivo global de la Calidad en el Servicio es mantener a los clientes y el desarrollo de nuevos clientes. Expresada en términos de actitudes es: Preocupación y consideración por los demás, cortesía, integridad, fiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, amistad, conocimientos, profesionalidad.

Los elementos intangibles son cruciales para estructurar con éxito un sistema de servicios a la clientela. Entre los más importantes está la respuesta y empatía.

En su nivel más alto, el objetivo del servicio es entregar más de lo que el cliente espera y que muy probablemente es lo que necesita. El cliente siempre tiene la razón y se procura la excelencia en su satisfacción .

Lo cierto es, que sólo con base a la calidad en todos los servicios se puede liberar las angustias que da la amenaza de quedarse sin clientes.

CAPITULO III

CALIDAD

- 3.1 CONCEPTO DE CALIDAD
- 3.2 ANTECEDENTES DE CALIDAD
- 3.3 IMPORTANCIA DE CALIDAD
- 3.4 TIPOS DE CALIDAD
- 3.5 HERRAMIENTAS DE CALIDAD

3.1 CONCEPTUALIZACION

Existen muchas definiciones de Calidad, pero tiene sus orígenes en el pensamiento de hombres cuyas aportaciones y filosofías especiales sobresalen en los programas de calidad en todas partes del mundo.

El doctor J.M. Juran define la calidad como “cumplimiento de requisitos y adecuación al uso”. Esto tiene como responsabilidad social, los requisitos iniciales de preguntarse ¿para quién?, y ¿cuál será el uso del producto o servicio?.

Crosby, por su parte, dice que para cambiar nuestra actitud hacia la calidad debemos de definirla como algo tangible y no como valor abstracto. Él nos menciona que no existe ni la alta ni la baja calidad, es decir, si el producto no cumple con las especificaciones requeridas simplemente no tiene calidad.

El doctor Deming no da una definición específica de la calidad, más bien, lo plantea como problema y de ahí desprende un sinnúmero de preguntas, entre ellas catorce son las más importantes. Estos puntos son importantes ya sea en pequeñas o grandes organizaciones, también son aplicables a una división de una empresa. A continuación se hace enumeran estos catorce puntos:

- 1.- Establecer el propósito de mejorar constantemente el producto o servicio, con la meta de ser competitivos y seguir en el mercado.
 - Innovar, colocar recursos para largo plazo.
 - Invertir recursos en investigación y educación.
 - Mejorar constantemente el diseño del producto y de los servicios. Esta obligación nunca termina: el consumidor es la parte más importante de la línea de producción.
- 2.- Adoptar la nueva filosofía: se vive una nueva era económica. Ya no se puede vivir con retrasos, errores, materiales defectuosos y personas poco idóneas para el puesto.
- 3.- No depender de la inspección masiva. En su lugar se debe obtener evidencia estadística, puesto que la calidad se consigue en la línea de producción y no a través de la inspección.
- 4.- Terminar con la práctica de hacer negocios teniendo como base los precios de marca. En lugar de esto, se debe minimizar el costo total, eliminando a proveedores que no comprueben su calidad con evidencia estadística.
- 5.- Descubrir problemas en el sistema y mejorarlo. Éste es el trabajo que la administración debe hacer continuamente.
- 6.- Implantar métodos modernos de capacitación para cada puesto.

- 7.- Generar métodos modernos de supervisión, ya que ésta pertenece al sistema y es responsabilidad de la administración. Se deben eliminar las barreras que no permitan que el trabajador realice su trabajo con orgullo. El supervisor debe informar a la alta dirección de las condiciones correctivas necesarias.
- 8.- Erradicar el miedo para que cada quien pueda expresarse libremente acerca de lo que no está bien.
- 9.- Borrar las barreras entre los departamentos: el personal de investigación, diseño, ventas y producción debe trabajar como un equipo para pronosticar y entender los problemas de producción.
- 10.- Desterrar los “lemas” (*slogans*), metas numéricas y cartelones para los trabajadores cuando éstos no estén acompañados de indicaciones acerca de como hacer el trabajo. Tales exhortaciones sólo crean actitudes hostiles, puesto que la mayor parte de las causas de baja calidad y baja productividad son parte del sistema y están, por lo tanto, fuera del dominio del trabajador.
- 11.- Eliminar estándares de trabajo de cuotas numéricas con respecto a la cantidad. Esto debe reemplazarse por una supervisión de ayuda o servicio y se debe comunicar lo que la administración esta haciendo a fin de mejorar los sistemas y métodos de trabajo.
- 12.- Quitar las barreras que impiden que el trabajador sienta orgullo por el nuevo desempeño de su trabajo. Hay que decirle que es un trabajo bien hecho o mal hecho partiendo de una base de datos.
- 13.- Implantar un programa agresivo de educación y capacitación.

14.- Comprometer a todo el personal de la empresa en la tarea de transformarla, ya que es tarea de todos; y crear una estructura en la alta dirección que impulse día a día los trece puntos anteriores.

Según Jaques Horovitz, “La Calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Es también la medida en que se decide alcanzarla”¹⁰

La clientela clave es aquella que por sus expectativas y necesidades impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar.

Ante la diversidad de necesidades que tienen los clientes, cada servicio debe seleccionar una clientela clave. La tentación de satisfacer a todos ha pasado a ser el medio más seguro para fracasar.

La calidad la van a definir los clientes al momento de calificar un artículo o servicio ya sea bueno, malo e inclusive excelente.

La base de todo elemento productivo está en el elemento clave (el hombre y su formación básica) y si éste no está formado con los conocimientos y valores fundamentales para desenvolverse óptimamente en una sociedad que avanza y se desarrolla para ser cada vez mejor, difícilmente se contará con gente excelente y por ende con resultados de calidad. Ya que la calidad la hacemos nosotros, y de ahí parte hacia los demás.

Los clientes esperan atención, cordialidad, servicio rápido, productos excelentes. Y por supuesto algo extra intangible, que logrará que pronto regrese.

¹⁰ Horovitz, Jaques, “*La Calidad del Servicio*”, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá Colombia, 1994, Tomo III, pag. 1.

En una empresa verdaderamente orientada a la calidad, cada persona y área por pequeña que ésta sea, tiene un fuerte compromiso, la satisfacción del cliente.

Es indispensable conocer los requisitos del cliente hacia el producto o servicio, así es como se proporciona lo que se desea en un marco temporal y reduciendo al mínimo los costos.

Importante es pues, mencionar que calidad es hacer correctamente las cosas a la primera y así reducir el derroche de cosas innecesarias. La calidad exige una dedicación especial en el producto o servicio, y el único en calificar será el cliente, de ello depende el éxito o fracaso de cualquier empresa.

3.2 ANTECEDENTES DE CALIDAD

Desde la época de los faraones y reyes han existido las cuestiones sobre calidad. Gracias a estudios antropológicos se conoce acerca del Código Hammurabi, que data del año 2150 a.C.; que declara que: “si un albañil construye una casa para un hombre, y su trabajo no es fuerte y como consecuencia la casa se derrumba matando a su propietario el albañil será sentenciado a muerte”. Los inspectores fenicios, le cortaban la mano a quien hacía un producto defectuoso; es así como se aceptaba o rechazaba los productos y se ponían en vigor las especificaciones gubernamentales. Para el año 1450 a.C. los inspectores egipcios eran quienes comprobaban las medidas de los bloques de piedra con un pedazo de cordel mientras los picapedreros observaban.

Los Mayas en América también usaron este método. Todas estas civilizaciones daban mucha importancia a la equidad en los negocios y como resolver quejas.

A partir del siglo XIII, los artesanos se convirtieron en entrenadores e inspectores y sus conocimientos se los daban a los aprendices. Se empeñaban a que hubiera calidad en sus productos, ya que sabían las exigencias de los clientes.

El gobierno fijaba y proporcionaba las normas y éstas eran las pesas y medidas, y en la mayor parte de los casos, un individuo podía inspeccionar todos los productos y establecer un patrón de calidad único. Este estado ideal de calidad podía haber florecido en el mundo, pero el crecimiento de la población exigió más productos.

Con el advenimiento de la Revolución Industrial la producción de artículos manufacturados y la creación de partes intercambiables provocó problemas a las personas que sus productos eran hechos a la medida.

El siglo XX trajo consigo una era tecnológica que permitió que las masas obtuvieran productos que hasta entonces eran para los ricos. Y la calidad se vio como una sola responsabilidad.

En 1946 aparecen los primeros pensadores entre ellos Ishiro Ishikawa, fundador de la “Unión japonesa de científicos e ingenieros”, una de sus principales actividades fue el control de la calidad. Es así como nacen los círculos de calidad.

Posteriormente en 1950 se hicieron estudios complejos, varios pensadores entre ellos W. Edwards Deming un hombre dedicado al estudio de la estadística, convenció que la calidad japonesa podría convertirse en la mejor del mundo al instituirse el método que él proponía. Los industriales japoneses aprendieron bien las enseñanzas del Dr. Deming y la calidad japonesa, la productividad y su posición competitiva mejorara y se reforzara de forma increíble.

En los años cincuenta y sesenta, Armand V. Feigenbaum fijó los principios básicos del Control de la Calidad Total.

La competencia de los setenta empezó a ser una amenaza para las compañías estadounidenses. La calidad de los productos japoneses, comenzó a sobrepasar la de los productos hechos en los Estados Unidos ya que los consumidores fueron haciéndose cada vez más exigentes y sofisticados. Esto obligó a que los administradores norteamericanos se preocuparon por su calidad.

Los años ochenta fueron marcados por un empeño de la Calidad en todos los aspectos de las organizaciones de servicio, incluyendo las finanzas, ventas, personal mantenimiento, administración fabricación y servicio.

Hoy en día muchas organizaciones se empeñan en lograr el mejoramiento de la calidad. Así mismo varios centros de estudio han establecido lugares de investigación para estudiar el mejoramiento de la calidad un ejemplo es la Universidad de Miami, y Wisconsin.

3.3 IMPORTANCIA DE CALIDAD

La calidad va a ser el nivel de excelencia que deseamos alcanzar para satisfacer a nuestros clientes.

El nivel de excelencia es el que responde a un cierto valor que los clientes están dispuestos a pagar, en función a sus deseos y necesidades. Calidad no significa necesariamente lujo; un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas de un grupo seleccionado.

Los líderes de servicio tienen que usar cualquier método a su alcance para mejorar el servicio. El servicio sólo puede ser tan bueno como el personal que lo proporciona.

Para obtener calidad en el servicio al cliente se requieren de los factores que a continuación se enumeran:

- 1.- Proporcionar una dirección para conseguir el liderazgo del servicio al cliente.
- 2.- Inculcar la dedicación al servicio a través de programas, sistemas y reconocimiento, entrenamiento, políticas y procedimientos.
- 3.- Demostrar un servicio superior al cliente, al gestionar las quejas.
- 4.- Conectar una dirección superior y con profesionistas que aseguren la calidad del servicio al cliente.

El logro de la calidad requiere el desempeño de una amplia variedad de actividades identificadas. Por ejemplo las necesidades de los clientes, la revisión del diseño, las pruebas del producto o servicio y el análisis de las quejas. En una empresa pequeña unas cuantas personas pueden llevar a cabo todas estas tareas. Sin embargo, si crece la empresa las tareas específicas serán tardadas y es así como se crean departamentos especiales para realizarlas.

3.4 TIPOS DE CALIDAD

Para los administradores es necesario comprender tres clases de calidad, si se desea mejorar el proceso. Tales son los siguientes:

3.4.1 Diseño / Cambio de diseño

La calidad del diseño principia con la investigación del cliente y el análisis de las llamadas por servicio/ventas, ésto conduce a un concepto de producto/servicio que cumple con las necesidades de los clientes.

El desarrollo de un producto/servicio comprende el establecimiento y formación de una interrelación entre el personal de mercadeo, el de servicio y técnico de diseño. Aún en las empresas pequeñas que quizás no tengan departamentos separados, las interrelaciones antes mencionadas son importantes, si ésta desea seguir sobrepasando las necesidades de los clientes.

Investigación del cliente

El mejoramiento continuo e intercambiable del concepto de producto/servicio de una organización requiere una investigación actual del cliente y un análisis de los pedidos.

Esta investigación busca comprender las necesidades de los clientes, tanto actuales como futuras y ésto incluye procedimientos científicos. Por medio de la investigación que tiene por meta determinar las necesidades del cliente. Este estudio debe ser actual, de modo que la empresa se mantenga siempre en contacto con los cambios y necesidades de los clientes.

Análisis de pedidos de ventas/servicios

Comprende la recolección de datos de la información concerniente a las necesidades actuales y futuras del cliente, la cual se determina durante interacciones en las ventas a los clientes.

Este análisis del pedido de servicio, es la investigación sistemática de los problemas que los clientes/usuario tienen con el rendimiento del producto/servicio deben cambiarse, de acuerdo a las necesidades actuales y futuras del cliente.

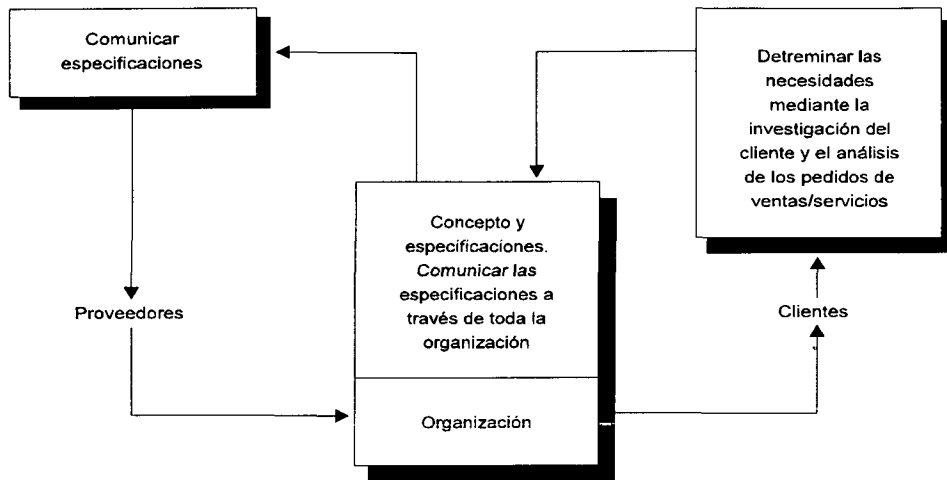


Figura 3.1 *Diseño / Cambio de diseño*

3.4.2 Calidad de Conformidad

Es el punto máximo que una empresa y sus proveedores sobrepasan las especificaciones del producto o servicio, las organizaciones deben esforzarse aún más, de modo que los clientes reciban lo que desean. El objetivo es sobrepasar la calidad que los clientes exigen.

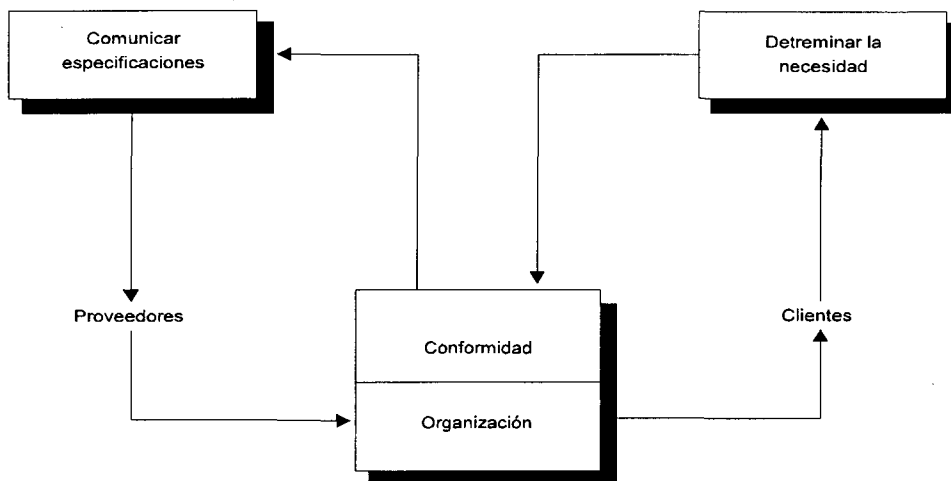


Figura 3.2 *Calidad de conformidad*

3.4.3 Calidad de Ejecución

Mediante investigaciones a clientes la calidad de ejecución va a determinar el comportamiento de los productos o servicios de la empresa en el mercado. Ello incluye los servicios después de la venta: el mantenimiento, la confiabilidad, así también el porqué dejan de comprar o adquirir algún producto.

La decisión del consumidor de comprar de nuevo el producto, es porque se siente conforme con él y ha alcanzado cubrir sus expectativas. Ésto determinará el éxito del producto, dentro de un segmento del mercado.

Pérdida de la calidad

Ocurre una pérdida de calidad, primero cuando un proceso crea productos o servicios que no cubren las necesidades o expectativas del individuo en un segmento del mercado. Dicha pérdida sólo se controlaría si se adaptara el producto a los requisitos del cliente.

Segundo se produce también cuando un proceso crea mercancías o servicios cuyas características de calidad no son uniformes. Esto es que no rinda como debiera para un segmento de mercado determinado. Significa que varían los procesos comenzando con un buen producto sin mantener esa calidad.

Variación común y especial

No se debe culpar a los trabajadores por una variación común pues ésta muchas veces se debe por un mal alumbrado o falta de energía, falta de entrenamiento para realizar el trabajo. La variación especial se puede dar por materia prima nueva, un modelo roto, o un trabajador u operador nuevo.

Los administradores deben cuidar perfectamente el proceso para que no hayan errores.

En vista que la variación da productos defectuosos y menos uniformes, las empresas deben saber como reducir y controlarla. La comprensión y control de las variación lleva al mejoramiento de la calidad.

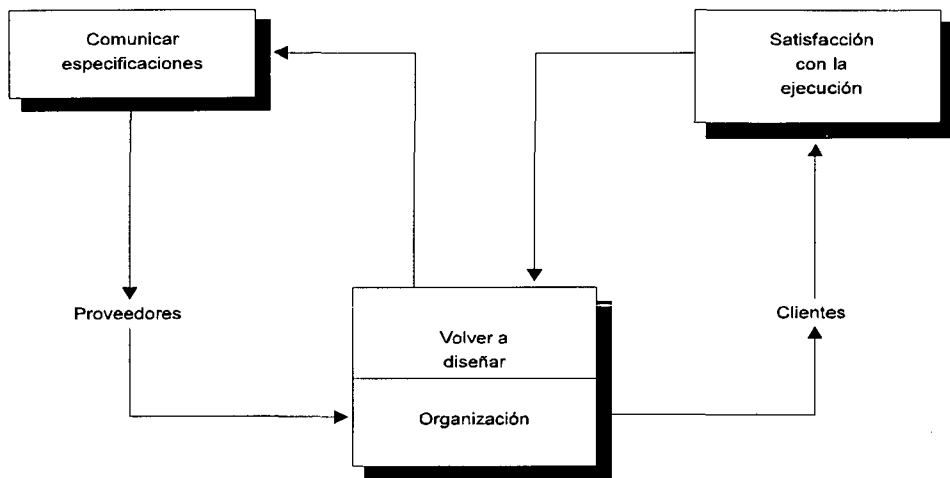


Figura 3.3 Calidad de ejecución

3.5 HERRAMIENTAS DE CALIDAD

El uso de herramientas estadísticas es indispensable para el control de la calidad y constituye una sana disciplina en la identificación y análisis de los problemas, por lo que su uso es imprescindible.

Se dará a continuación una breve descripción de cada una de las herramientas y sus principales usos.

3.5.1 Diagramas de Flujo

Son una representación gráfica que muestra todos los pasos de un proceso. Son la documentación de una secuencia y resultan útiles para

examinar como se relacionan entre sí los pasos, dónde empieza y dónde termina un proceso, las acciones y alternativas.

- Definir claramente los procesos.
- Usar los símbolos más sencillos.
- Asegurarse de que cada camino de regreso tenga salida.
- Normalmente hay una sola flecha de salida de cada Sección.
- De otra manera se requiere una fase inicial de datos.

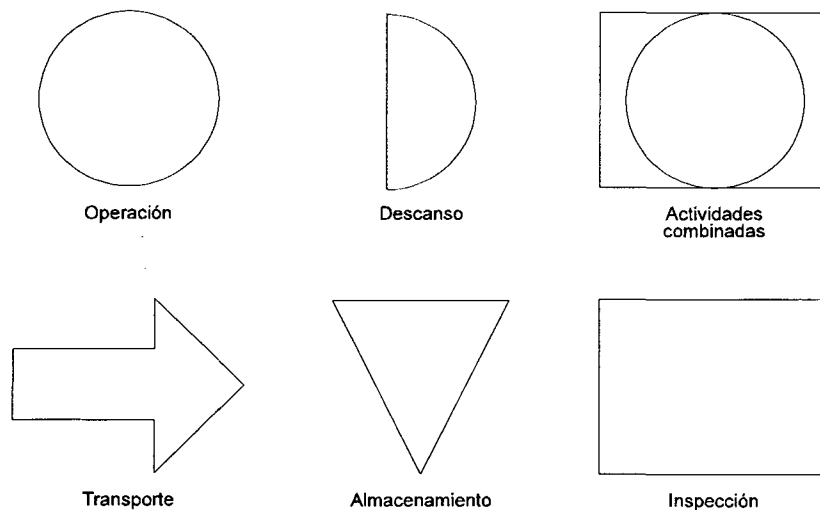


Figura 3.4 Diagramas de flujo

3.5.2 Hoja de datos

Es una herramienta que permite información observando muestras para empezar a detectar patrones o tendencias.

Es un punto lógico para empezar los ciclos que solucionan problemas. La hoja de datos es simple y fácil. Se deben seguir los siguientes pasos.

- .Diseñar un formato claro y asegurarse que haya espacio para los datos.
- Definir que evento se observará
- Decidir el periodo en que se tomarán los datos ejemplo. horas, días, meses, turnos.

Producto _____		Fecha: _____
Etapa de fabricación: insp. Final _____		Sección: _____
Tipo de defecto: Ralladuras, Incompleto, Rotura, Deforme.: _____		Nombre de Inspector _____
		Lote No.: _____
Total inspeccionado: 1525		Orden No.: _____
Complementarios: De todas la piezas inspeccionadas _____		
TIPO	CHEQUEO	SUB-TOTAL
Rayones en superficie	IIII-III-III-I	12
Roturas	IIII-III-I	11
Incompleto	IIII-III-III-III-III-I	26
Deforme	III	3
Otros	IIII-	5
	TOTAL	57
Total de rechazos		39

Figura 3.5 Hoja de datos

3.5.3 Gráfica de Pareto

Se elabora para visualizar la importancia relativa de los problemas a resolver con el objetivo de atacarlos, controlar las distintas soluciones e identificar la causa básica de determinado problema de alta prioridad.

Consiste en una gráfica de barras verticales que indica que problema debe resolverse primero, y el orden en que debe prestarse atención a los demás.

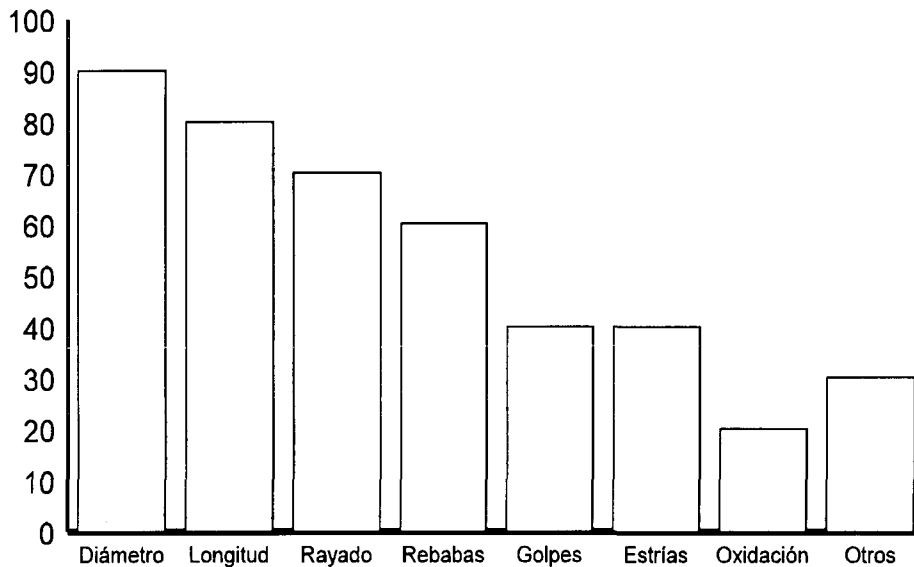


Figura 3.6 Gráfica de Pareto

3.5.4 Diagrama de Causa y Efecto (Pescado)

Fue desarrollado por Kaoru Ishikawa con el fin de representar las relaciones entre un efecto y una gama de causas posibles que producen. Se elabora para ilustrar con claridad las causas que afectan a un proceso, seleccionándolas y relacionándolas en una situación determinada. Se define o establece en el lado derecho del diagrama y las principales influencias o causas a la izquierda.

Hay varias categorías para cada efecto en cuatro áreas diferentes, por ejemplo mano de obra, materiales, métodos y maquinaria. Un buen diagrama de efecto parecería un esqueleto de pescado.

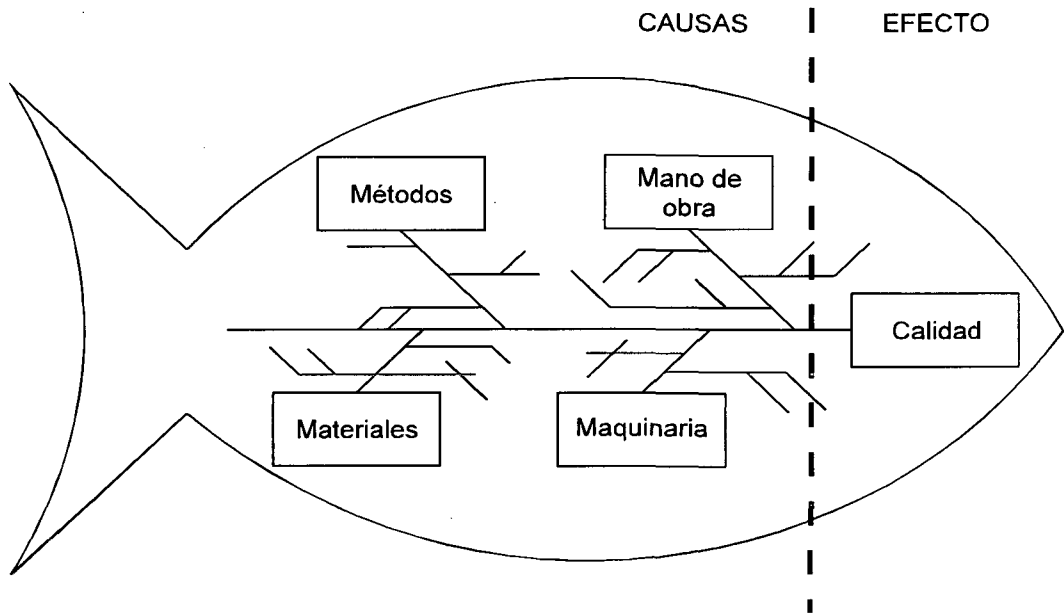


Figura 3.7 Diagrama de causa y efecto

Sus características son:

Se principia el diagrama aceptando un sólo enunciado por ejemplo: cuándo, dónde ocurre, y en qué grado se presenta.

Generar las necesidades que se requieren.

3.5.5 Gráfica Corrida

Se utiliza para visualizar más sencillamente las tendencias y puntos observados durante un período específico.

Esta gráfica es más simple de construir y de usar. Los puntos se marcan en el orden en que los datos se obtienen o están disponibles.

Su uso es común por ejemplo, en procesos; registra el tiempo de paro de las máquinas, la producción, el desperdicio y los errores tipográficos.

Estadísticamente se utiliza para observar los cambios o tendencias del promedio, un evento anormal en el sistema, el cual debe investigarse.

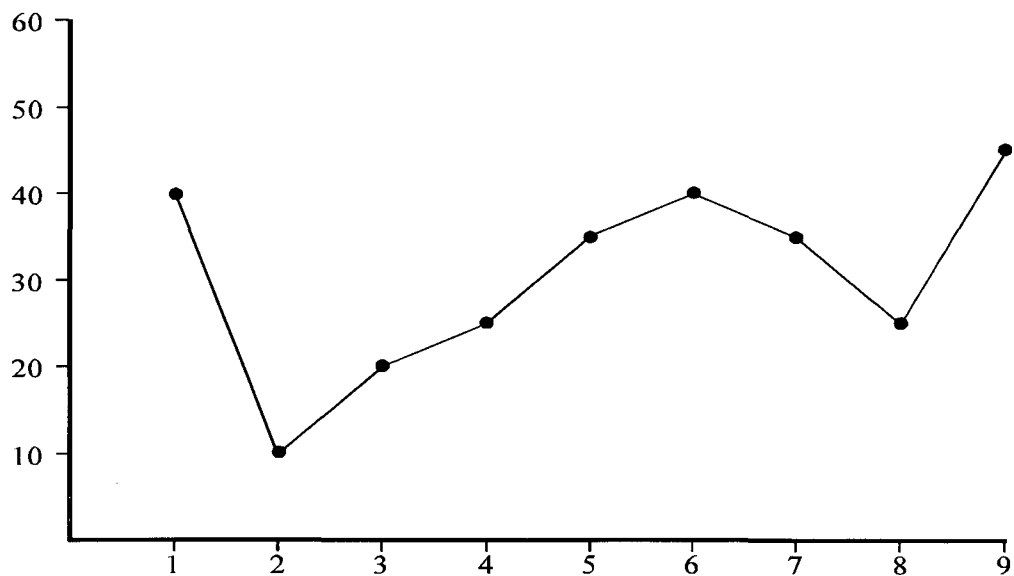


Figura 3.8 Gráfica corrida

3.5.6 Histograma

Es útil para visualizar en forma de barras la frecuencia con la cual ocurre ciertos eventos, y esto se denomina distribución de frecuencias.

Maneja únicamente características de un proceso o servicio tales como defectos, problemas. Un histograma va a revelar la cantidad de variaciones que cualquier proceso tiene.

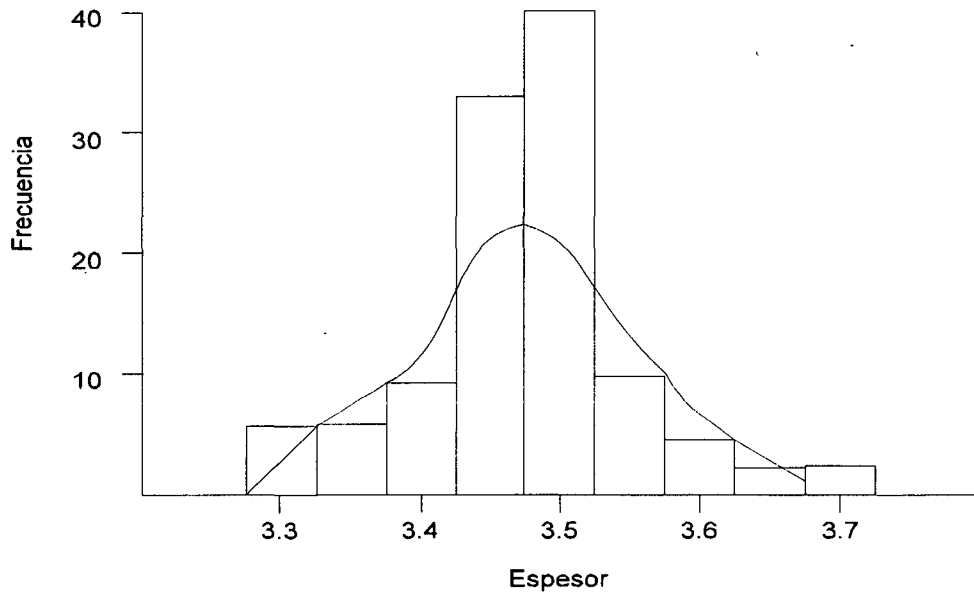


Figura 3.9 Histograma

3.5.7 Diagrama de Dispersión

Se utiliza para estudiar la relación entre una variable y otra. Así pues, de alguna manera, pruebe las relaciones de causa y efecto.

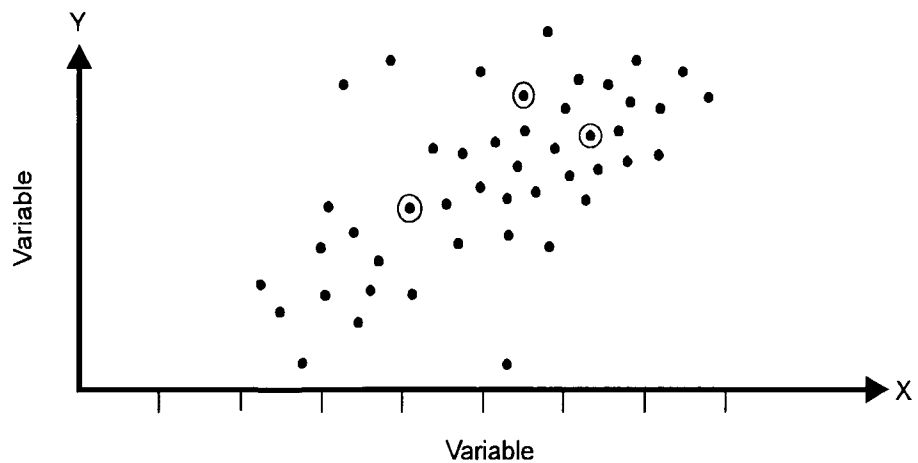


Figura 3.10 Diagrama de dispersión

CAPITULO IV

INVESTIGACION DE MERCADO

- 4.1 CONCEPTO DE INVESTIGACION
- 4.2 OBJETIVO
- 4.3 HIPOTESIS
- 4.4 OBJETIVO DE ESTUDIO
- 4.5 MERCADO META
- 4.6 INVESTIGACION DE FUENTES
- 4.7 MUESTRA
- 4.8 METODO DE MUESTREO
- 4.9 MARCO CONTEXTUAL
- 4.10 RESULTADOS

4.1 CONCEPTUALIZACION DE INVESTIGACION DE MERCADO

“La investigación de mercados es un proceso sistemático para obtener información que va a servir al administrador a tomar decisiones para señalar planes y objetivos”.¹¹

4.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Conocer los servicios que brindan en las casas de huéspedes, para detectar si existen deficiencias y así proponer mejoras.

Para su estudio no ha habido ningún sistema de mercadotecnia, por lo que son las personas encargadas de las casas de huéspedes y los huéspedes los que proporcionan la siguiente información:

- **Producto:** Las casas de huéspedes.
- **Plaza:** La ciudad de Puebla.
- **Precio:** oscila entre los N\$ 500 y N\$ 900.

¹¹ Laura Fischer “*Investigación de Mercado*”. Editorial Mc. Graw Hill, México 1993, pag. 7.

- **Promoción:** Por medio de anuncios publicados en las Universidades, de forma directa al cliente que desee el servicio y la promoción que le dan los mismos inquilinos de las casas de huéspedes.

4.3 HIPOTESIS

Dentro de los servicios que brindan las casas de huéspedes existen deficiencias que requieren de mejoras.

4.4 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Mercado meta en la ciudad de Puebla.

Conocer los servicios que se brindan en las casas de huéspedes, para detectar las deficiencias y proponer mejoras.

4.5 MERCADO META

Casas de huéspedes

4.6 INVESTIGACION DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

La investigación se realizó en 6 casas de huéspedes, de ciudad de Puebla.

4.7 METODO DE MUESTREO

El universo que se consideró se compone de 12 casas de huéspedes registradas como tal en el directorio telefónico de la ciudad de Puebla.

- 1.- *Pensión de la Abuela.*- 2 Oriente # 403, Dpto. 1, entre 4 y 6 Norte, Col. Centro.
- 2.- *Pensión Carmelita.*- 21 Sur # 1221, Col. La Piedad.
- 3.- *Pensión Leonor.*- Privada de la 41 Oriente # 1820, Col. El Mirador.
- 4.- *Pensión Clemencia.*- Calle Citlaltepec # 6, Int. 102, Col. La Paz.
- 5.- *Casa de Huéspedes Gaby's.*- 15 Poniente # 2325, Col. La Piedad.
- 6.- *Casa de Huéspedes Angeles.*- Privada 29 B Sur # 3958, Anzures.
- 7.- *Pensión del Centro.*- Av. Reforma # 134.
- 8.- *Pensión Margarita.*- 14 Oriente # 520, Col. Centro.
- 9.- *Pensión de la 19.*- 19 Sur # 2110 - 401, Col. Santiago.
- 10.- *Casa de Huéspedes El Mirador.*- 39 Oriente # 2200, Col. El Mirador.
- 11.- *Casa de Huéspedes Gabriel Pastor.*- 7 Sur # 3908, Col. Gabriel Pastor.
- 12.- *Casa de Huéspedes Martínez.*- Teziutlán Norte # 1876, Col. La Paz.

Nota.- Cabe mencionar que existen en las ciudad de Puebla un sinnúmero de casas de huéspedes, de las cuales muy pocas están registradas. De todas ellas se tomaron seis a las que se tuvo acceso.

4.8 MUESTRA

Para determinar la muestra se tomó al azar 6 de 12 casas de huéspedes.

- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| ⇒ Pensión de la abuela | ⇒ Pensión Carmelita |
| ⇒ Pensión de la 19 sur | ⇒ Pensión Gaby's |
| ⇒ Pensión Leonor | ⇒ Pensión de doña
Clemencia |

De éstas resultó una cantidad de 50 huéspedes a los cuales se tuvo acceso para realizar la encuesta.

4.9 MARCO CONTEXTUAL

Pensión de la Abuela

Comenzó a ser casa de huéspedes desde 1941. Fue fundada por Doña Cholita Ruiz, dueña del departamento, hospedando a dos personas.

Originalmente tenía en el departamento dos recamaras y un baño. Actualmente cuenta con 10 recamaras y 2 ½ baños. En la actualidad la casa de huéspedes es atendida por los señores Sergio Ruiz y María Félix de Ruiz .

Hospeda a hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 18 y 25 años.

Servicios con los que cuenta la casa de huéspedes

- Servicio de alimentos

De lunes a sábado:

- ⇒ Desayuno: pan, huevos al gusto, leche o café
- ⇒ Comida: sopa, guisado, frijoles, tortillas, agua de sabor.
- ⇒ Cena: pan, leche o café, enfrijoladas, sandwich, hot-dogs, entomatadas.

Domingos:

- ⇒ Solamente de 8 a 9 A.M. licuado y pan.
- Servicio de hospedaje, éste incluye habitación con cama, ropero, cómoda. Hall con un sillón, y una mesa para cualquier actividad.
- Servicio de Limpieza: se hace el aseo en las habitación, se tienden las camas, se lavan baños, se sacude, se barre y trapea diariamente.

El servicio incluye sábanas y lavado de las mismas, cada quince días. No incluye lavado de ropa personal.

Las recamaras se comparten, la mayoría tiene una litera y una cama individual. Solamente una recamara tiene tres camas matrimoniales.

Reglas

- 1.- No hacer ruidos de 10:30 P.M. en adelante.
- 2.- Evitar la música con volumen alto.
- 3.- No ingerir bebidas alcohólicas.
- 4.- Evitar el acceso a personas del sexo opuesto en las habitaciones.
- 5.- Las amistades se pueden quedar hasta las 9:00 P.m., en el hall.
- 6.- Los alimentos se sirven: desayuno de 6:30 A.m. a 9:00, comida de 1:30 P.m. a 4:00, cena de 7:30 a 8:45 P.m. (excepto domingos).
- 7.- Respetar las pertenencias de los demás huéspedes.

La promoción que tiene la pensión es gracias a la que dan los huéspedes. También por medio de anuncios publicados en las Universidades.

Pensión Carmelita

La persona encargada de atenderla es la señora María del Carmen López Madrid.

La pensión tiene 5 años de recibir a huéspedes. Y cuenta con 4 recamaras con 2 camas cada una, 3 ½ baños.

Hospeda actualmente a 8 personas de las cuales todas son mujeres.

Servicios con los que cuenta la casa de huéspedes

- Servicio de alimentos

De lunes a sábado:

- ⇒ Desayuno: cada huésped se puede preparar el alimento que desee.
- ⇒ Comida: sopa, guisado, agua de sabor, pan o tortilla, fruta.
- ⇒ Cena: igual que el desayuno cada huésped se puede preparar lo que desee.

Nota: Se mantiene en el refrigerador huevos, jamón, queso, leche. Y en la alacena pan, cereal, avena.

- Servicio de limpieza

Se hace la limpieza diariamente.

Todas las habitaciones están alfombradas cuentan con 2 camas individuales, 1 librero, 1 closet, 1 escritorio.

Reglas

1. Evitar el acceso a personas del sexo opuesto en las habitaciones.
2. A las 10:30 se cierra la puerta de entrada.

3. No bebidas alcohólicas.
4. No hacer fiestas dentro de la casa de huéspedes.
5. Avisar hora de entrada y hora de salida.
6. No usar el teléfono, sin autorización.
7. No escándalos (música fuerte, gritos).

Casa de Huéspedes Gaby's

La encargada de atender la pensión es la señora Rita Paredes Espinoza.

Tiene 3 años de ser casa de huéspedes. La casa cuenta con 4 habitaciones, y 2 y medio baños.

Los servicios que brinda esta casa de huéspedes son los de alimentos, hospedaje y limpieza.

Hospeda a 5 personas, de las cuales todos son hombres. Las edades entre las que oscilan las personas pensionadas, son de 18 a 22 años.

Pensión Leonor

La dueña de la casa de huéspedes es la Señora Leonor Soberanes. Hospeda mujeres y hombres cuyas edades oscilan entre los 19 y 24 años. Por su cercanía a varias Universidades esta casa de

huéspedes tiene gran demanda. Tiene aproximadamente cinco años de recibir huéspedes.

La casa tiene 4 recamaras, 2 y medio baños, cocina, comedor, sala, y cochera.

Servicios con los que cuenta la casa de huéspedes

- Servicio de alimentos

De lunes a sábado:

⇒ Desayuno: huevos, café con leche, pan.

⇒ Comida: sopa, guisado, tortillas, agua de sabor.

⇒ Cena: pan, leche o café.

- Servicio de hospedaje.
- Servicio de Limpieza. Este se hace diariamente.

Reglas

1.- No se permite las visitas después de la 10:00 P.M.

2.- No se permite el acceso a personas del sexo opuesto en las habitaciones.

3.- Avisar las entradas y salidas.

4.- Evitar música fuerte.

5.- No ingerir bebidas alcohólicas.

Pensión de la 19

La persona encargada de la casa de huéspedes es la Sra. Esperanza González. Cuenta con 7 años como pensión.

Ofrece el servicio de Alimentos, Limpieza y Hospedaje a mujeres de 19 a 24 años de edad aproximadamente.

La casa tiene 4 recamaras, 2 baños, cocina, y comedor. Cada huésped tiene acceso a la cocina y se puede hacer de comer lo que desee.

No tienen ninguna regla, cada huésped tiene llaves y puede llegar a la hora que desee.

Pensión Clemencia

La persona responsable de atender la casa de huéspedes es la señora Clemencia Flores vda. de Quintanilla.

Esta casa de huéspedes hospeda a 8 personas, todas del sexo masculino cuyas edades oscilan entre los 19 y 23 años.

Tiene 5 años funcionando como casa de huéspedes. El servicio que brinda es el de Alimentos y hospedaje.

Reglas

- 1.- No ingerir bebidas alcohólicas dentro de la casa.
- 2.- No hacer ruidos después de la 10:00 P.m.
- 3.- No permitir el acceso a personas del sexo opuesto en las habitaciones.
- 4.- Evitar tomar las cosas ajenas.
- 5.- No tomar el teléfono, sin autorización.

Servicios con los que cuenta la casa de huéspedes

- Alimentos: desayuno, comida, cena. Diariamente menos domingos.
- Limpieza: se hace diariamente menos los domingos.
- Hospedaje.

4.10 RESULTADOS

1.- El 36% de los encuestados de la primera interrogante prefiere vivir cerca de la Universidad o del lugar de trabajo por dos motivos: Uno por ahorrar el pasaje del transporte, y otro, por el horario, ya que la mayoría de los huéspedes son estudiantes y tienen clases en la noche, por lo que evitan trasladarse lejos por seguridad.

El 18% de los huéspedes interrogados le dan mucha importancia a la economía, ya que el presupuesto con el que cuentan es muy limitado.

El ambiente es otro factor elegido por otro segmento de los huéspedes, ya que el 16% se sienten a gusto viviendo en una casa de huéspedes.

2.- De los encuestados de la segunda interrogante, el 38% tiene viviendo en una casa de huéspedes de uno a tres años.

El 30% a vivido de 90 días a un año. Y el 20% únicamente a vivido de 30 a 90 días.

3.- De los resultados arrojados de la tercera interrogante, se deduce que en la mayoría de las casas de huéspedes investigadas ofrecen los servicios -Además del servicio de hospedaje- de alimentos y limpieza. Por consiguiente, el porcentaje restante, corresponde a las casas de huéspedes que cuentan con el servicio de Alimentos.

4.- La mayoría de los encuestados de la cuarta interrogante determinan que el servicio que ofrecen las casas de huéspedes, es bueno ya que por lo menos cubren con las necesidades básicas que exigen los huéspedes como son: el servicio de alimentos y limpieza.

5.- El 62% de los huéspedes de la quinta interrogante no se siente a gusto viviendo en una casa de huéspedes por que no tiene libertad e intimidad de hacer lo que acostumbra, ya que la mayoría de las habitaciones son compartidas. Los huéspedes además afirman que los servicios son deficientes, en estos lugares, y en particular el de alimentos. Otro factor son las instalaciones, que en ocasiones son antiguas y guardan humedad, también en algunas casas el servicio de agua es escaso y le falta mantenimiento.

6.- El trato de las personas que atienden las casas de huéspedes, es bueno esto lo afirma el 56% de los encuestados de la sexta interrogante.

Otra parte el 44% niega tener buenas relaciones con las personas encargadas de las casas de huéspedes, ya que opinan que se exceden en los cobros de los servicios.

7.- El 66% de los encuestados de la séptima interrogante aseguran que pagan entre \$400.00 y \$600.00 pesos mensuales y la cantidad les parece accesible de acuerdo al presupuesto que tienen.

El 28% prefiere pagar un poco más y tener mejores servicios .

El 6% paga una cantidad más alta porque en algunas casas de huéspedes, solicitan otros servicios, por ejemplo: el de lavado de ropa

8.- El 48% de los encuestados de la octava interrogante opinan que las instalaciones están regulares, es decir, que no se encuentran en óptimas condiciones y que al menos cubren con las necesidades elementales. El 42% opina que están conformes con las instalaciones que les ofrecen las casas de huéspedes.

9.- El 40% de los encuestados de la novena interrogante respondieron que les gustaría que la casa de huéspedes tuviera mejores servicios y se conservara limpia.

El 37% asegura que prefiere tener mejor atención que la que tiene actualmente.

El 18% de la población investigada afirma que prefiere mejores servicios.

SEGUNDA

PARTE

MANUAL ADMINISTRATIVO PARA UNA
CASA DE HUESPEDES

OBJETIVO DEL MANUAL

Brindar un instrumento formal, tomando en cuenta las diferentes etapas del proceso administrativo, para llevar a cabo correctamente la administración de una casa de huéspedes.

Igual de importante es mencionar que la Calidad en el Servicio al huésped, juegan un papel primordial en todos los sentidos, ya que es el sello para que cualquier empresa tenga éxito.

Se pretende que con éste manual, se de a conocer que no necesariamente hace falta la utilización de recursos económicos para proporcionar un servicio excelente, sino el riguroso cuidado de ellos, siendo el medio más eficaz la supervisión constante, del administrador de la casa de huéspedes.

Es factor importante considerar, que cualquier casa de huéspedes, puede utilizar como guía, el presente manual, adaptándolo a las necesidades propias de cada lugar.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Dar a conocer los procedimientos, políticas, reglas y objetivos que se sugieren en el manual para los servicios de Recepción, Alimentos, Limpieza, Mantenimiento, Ropa, Personal y Evaluación del desempeño.
- Adaptar el manual de acuerdo a las necesidades, que presenta la casa de huéspedes Leonor.
- Utilizar el presente manual para optimizar los servicios de otras casas de huéspedes.
- Determinar cuales y como se encuentran los servicios en la casa de huéspedes para poder así identificar las deficiencias.
- Se atenderá con dignidad al huésped desde el momento de su ingreso.
- Se proporcionará a los huéspedes el servicio de alimentos bajo los siguientes parámetros: buena presentación, platillos bien elaborados, higiénicos, nutritivos y sabrosos.
- Realizar de manera periódica y adecuada la limpieza de todas las áreas de la casa de huéspedes a través de procedimientos de limpieza que se sugieren en el manual.

- **Proporcionar un mantenimiento periódico en todas las instalaciones e inmuebles de la casa de huéspedes de acuerdo a los procedimientos que se dan a conocer.**

- **Se requiere del elemento humano (empleados) para el desempeño de las actividades de limpieza de la casa de huéspedes.**

INTRODUCCION DEL MANUAL

Este manual se realizó tomando como base los pasos del proceso administrativo como son: Planeación, Organización, Dirección y Control, procurando utilizarlos de manera práctica para los fines que se persigue esta investigación.

Se dará a conocer de que manera debe realizarse la Planeación de los servicios como: Servicio de Recepción, Servicio de Alimentos, Servicio de Limpieza, Servicio de Mantenimiento, Servicio de Ropa.

En los temas de Organización, Dirección y Control se analiza como debe llevarse a cabo la formación de un equipo de trabajo motivado y capacitado para llevar a cabo lo que se ha planeado, con el objetivo de que la casa de huéspedes optimice sus servicios y realice de manera periódica el control y la evaluación de los objetivos, ya que la colaboración de todas las personas de la casa de huéspedes logrará el buen funcionamiento del lugar.

PLANEACION

- 1 SERVICIO DE HOSPEDAJE Y RECEPCION
- 2 SERVICIO DE ALIMENTOS
- 3 SERVICIO DE LIMPIEZA
- 4 MANTENIMIENTO
- 5 SERVICIO DE ROPA

SERVICIO DE HOSPEDAJE Y RECEPCION

- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Areas de Recepción

1.1 SERVICIO DE RECEPCION

OBJETIVO

Acoger al huésped desde el momento de su ingreso, proporcionándole un ambiente de bienestar y confianza dentro de la casa de huéspedes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Acoger al huésped y hacerlo sentir como en su hogar.
- Proporcionar un ambiente cálido al huésped.
- Brindar todos los servicios, que requiere el huésped para su bienestar.

1.2 REGLAS Y POLITICAS DEL HUESPED DE NUEVO INGRESO

- Debe llenar al momento de su ingreso, un formato con todos sus datos personales.
- Utilizar las mesas de las habitaciones para trabajos escolares.
- Se comprometerá el huésped a efectuar su pago mensualmente con puntualidad.
- El huésped deberá respetar los horarios de cada servicio (alimentos, limpieza).
- Evitar los ruidos después de las 10:00 P.M.

- No podrá ingerir bebidas alcohólicas dentro de la casa de huéspedes.
- Evitar tomar el teléfono, sin autorización.
- Evitar prologarse en las llamadas telefónicas.
- Las visitas o amistades de los huéspedes se recibirán en el estudio de T.V. hasta las 9:30 P.M.
- Se evita el acceso a personas del sexo opuesto en las habitaciones.
- En caso de pérdida de algún objeto personal, la casa de huéspedes no se hace responsable.
- Evitar tomar los alimentos del refrigerador o de la despensa.
- El huésped si lo desea, podrá incluir dentro de los servicio que proporciona la casa de huéspedes Leonor, el de ropa.
- Si desea el huésped hacer uso de alguna área de recepción, deberá solicitarla por anticipado con la administradora de la casa.
- Las llamadas telefónicas, no se pasarán al huésped, después de las 10:00 P.m.
- Conservar limpias y en buen estado las áreas de recepción (sala, hall, jardín).
- El huésped avisará las entradas y salidas que haga, anotándolas en una libreta, que estará en la mesa del teléfono.

- En caso de no pasar la noche en la casa de huéspedes, avisar con anticipación.
- El huésped deberá dejar la habitación abierta, para que se realice la limpieza diaria.
- El huésped deberá llegar a la casa, máximo a las 10:00 P.M., en caso de no ser así avisar con anticipación.

1.3 AREAS DE RECEPCION EN LA CASA DE HUESPEDES

Las áreas de recepción de la casa de huéspedes Leonor, son: la sala, un estudio que se encuentra en la planta alta de la casa, y un jardín.

El estudio es lugar de convivencia y esparcimiento, pues en él se reúnen los huéspedes a convivir, ver la televisión o distraerse con algún juego de mesa.

El jardín, tiene gran variedad de flores, y es la señora Leonor la que cuida y vigila que se conserven en buen estado. En el centro del jardín tiene una mesa de fibra de vidrio y cuatro sillas. Esta área es muy poco visitada por los huéspedes.

La hospitalidad es una de las cualidades que más se perciben en la casa de huéspedes, ya que gracias a ello, la convivencia y las relaciones personales existen entre estos.

SERVICIO DE ALIMENTOS

- ✓ Planeación del Servicio de Alimentos
- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Planeación del Menú
- ✓ Recepción y Almacenamiento
- ✓ Higiene
- ✓ Compras

2.1 SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

OBJETIVO

Proporcionar alimentos y bebidas de calidad, bien presentados, apetitosos, bajo estándares aceptables de sanidad al huésped que lo solicite por medio de un servicio agradable y personal amable, a un precio justo, en un ambiente confortable, donde el comensal se sienta cómodo y lo disfrute.¹²

En la casa de huéspedes Leonor, el servicio de alimentos es fundamental para el bienestar de los huéspedes. Ya que de ella depende muchas veces que el huésped se sienta cómodo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proporcionar alimentos apetitosos, bien elaborados y nutritivos.
- Utilizar alimentos y productos de calidad.
- Conservar los alimentos en áreas frescas.
- Llevar a cabo el menú cíclico, para evitar repeticiones.

REGLAS

- Los alimentos se deben servir en el horario establecido (Desayuno 8:30 A.M. Comida 2:00 P.M. Cena 8:30 P.M.)

¹² Charles E. Eshbach, **Administración de Servicios de Alimentos**, pag. 10

- Se sugiere la utilización de un menú cíclico durante un mes, siguiendo el inventario de platillos.
- Los alimentos se servirán en el comedor.
- Los alimentos deberán ser higiénicos y bien presentados.
- Las personas que preparan los alimentos, deberán seguir las medidas higiénicas necesarias.
- Observará la armonía, contraste y equilibrio en: olor, color, sabor, consistencia, técnica de preparación, temperatura y presentación de los alimentos.

POLITICAS

- Los platillos deben estar balanceados en cuanto al equilibrio nutricional.
- Se debe tomar en cuenta, el equipo e instalaciones existentes, cargas de trabajo, espacios para almacenamiento, elaboración y servicio de los platillos.
- Se debe contar con vajilla, mantelería y cubertería resistentes.

2.2 PLANEACION DE MENU

OBJETIVO

La finalidad de la planeación de un menú es dar un buen servicio o comida bien preparada, de tal forma que no pierda sus valores nutritivos, su

sabor y sus cualidades de calidad e higiene al pasar por todas las etapas (elección del alimento- servicio) de acuerdo a las costumbres de los comensales, así como a las leyes gastronómicas, personal y equipo que se requieren.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- El menú debe ser diferente y agradable al paladar.
- Antes de planear un menú, se debe tomar en cuenta la lista de ingredientes de cada platillo.
- Los alimentos deben ser frescos o de temporada.
- Antes de preparar los alimentos deben estar perfectamente bien desinfectados.
- La planeación de un menú se establecerá de acuerdo a las costumbres, hábitos alimenticios, tipo de personas y edad de los huéspedes.

Para comenzar a determinar cual será el menú, necesariamente hay que planearlo con anticipación, procurando lo siguiente:

- Las personas: edad, sexo, actividades, gustos o preferencias, salud.
- Alimento: valor nutritivo, calidad, costo, instalaciones, equipo, cantidad.
- Entorno: horario, clima, estaciones.

- **Menú cíclico:** periodo de varias semanas en las que se repite el mismo menú.
- **Inventario de platillos:** Se elabora un listado de los platillos, guisados, sopas, etc. y se van combinando de acuerdo a la consistencia, color, sabor, que tengan los alimentos.
- **Elaboración del menú:** Se recomienda hacer el menú ya sea por semana o quincenal. Se planea de acuerdo al plato fuerte o guisado que se va a elaborar para saber que sopa y guarnición lo acompaña.
- **Lista de ingredientes:** Solamente se utilizan los ingredientes que se determinaron para cada platillo.
- **Es necesario tomar en cuenta,** que se deben incluir dentro de la planeación del menú, los siguientes grupos alimenticios como son: lácteos, carnes, pescados, frutas, verduras, azúcares, grasas y tubérculos.
- **Gastronómicamente:** Se deberá tomar en cuenta lo siguiente.
 1. **Color:** Casi todos los platillos se combinan bien. Es importante que haya variedad en los colores.
 2. **Textura:** Se refiere a la estructura de los alimentos, ya sean crujientes, suaves, pastosos, duros, chiclosos.
 3. **Consistencia:** Es el modo en que el alimento, se mantiene unido, esto es a su grado de firmeza, densidad o viscosidad.

4. Sabor: Esto es una de las principales características para la persona que planea el menú, ya que deben combinar los sabores básicos como: agrio, dulce, amargo, salado o ácido.
5. Evitar la combinación de sabores iguales, en diferentes platillos.
6. Forma: Esta es la presentación que se les da a los platillos. Y es la creatividad de las personas que elaboran los alimentos los que harán más atractivos al comensal.
7. Manera de servir los alimentos: Se trata de la forma en que se sirven los platillos, la atención y el trato que se les da a las personas que solicitan el servicio.

2.3 MENU CICLICO

OBJETIVO

Es un patrón de menús especialmente diseñado para evitar la repetición de los platillos. Se establece con anticipación, ya sea en ciclos de cuatro o más semanas.¹³

IMPORTANCIA

Evita la monotonía de los alimentos en el momento de planear un menú, y además logra dar muchos beneficios en relación a la planeación, costos, compras, producción del alimento y el servicio.

¹³ Charles E. Eshbach, *Administración de Servicios de Alimentos*, pag. 43

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- El uso de el menú cíclico, contribuye al planteamiento adecuado de las porciones que se deben utilizar para cada platillo.
- Proporciona combinaciones bien balanceadas.
- Evita las compras innecesarias.
- Debe ser flexible, en caso de no tener el alimento o producto que se requiere para el platillo, o por variedad.
- Se debe tener con anticipación el inventario de platillos que se van a preparar, para el menú cíclico.

Reutilización de Sobrantes

- Se debe procurar comprar las cantidades adecuadas que se van a utilizar, para la elaboración de los platillos.
- Los alimentos que sobran después de un servicio, deben congelarse o refrigerarse.
- Reutilizar los alimentos en otros platillos.
- Mayor variedad, en los alimentos.
- Disponibilidad de los alimentos que sobran.
- Menos tiempo de preparación si se conservan.

- Vida más prolongada para los alimentos.
- Evita comprar innecesariamente algún alimento o producto.

2.4 LAYOUT COCINA

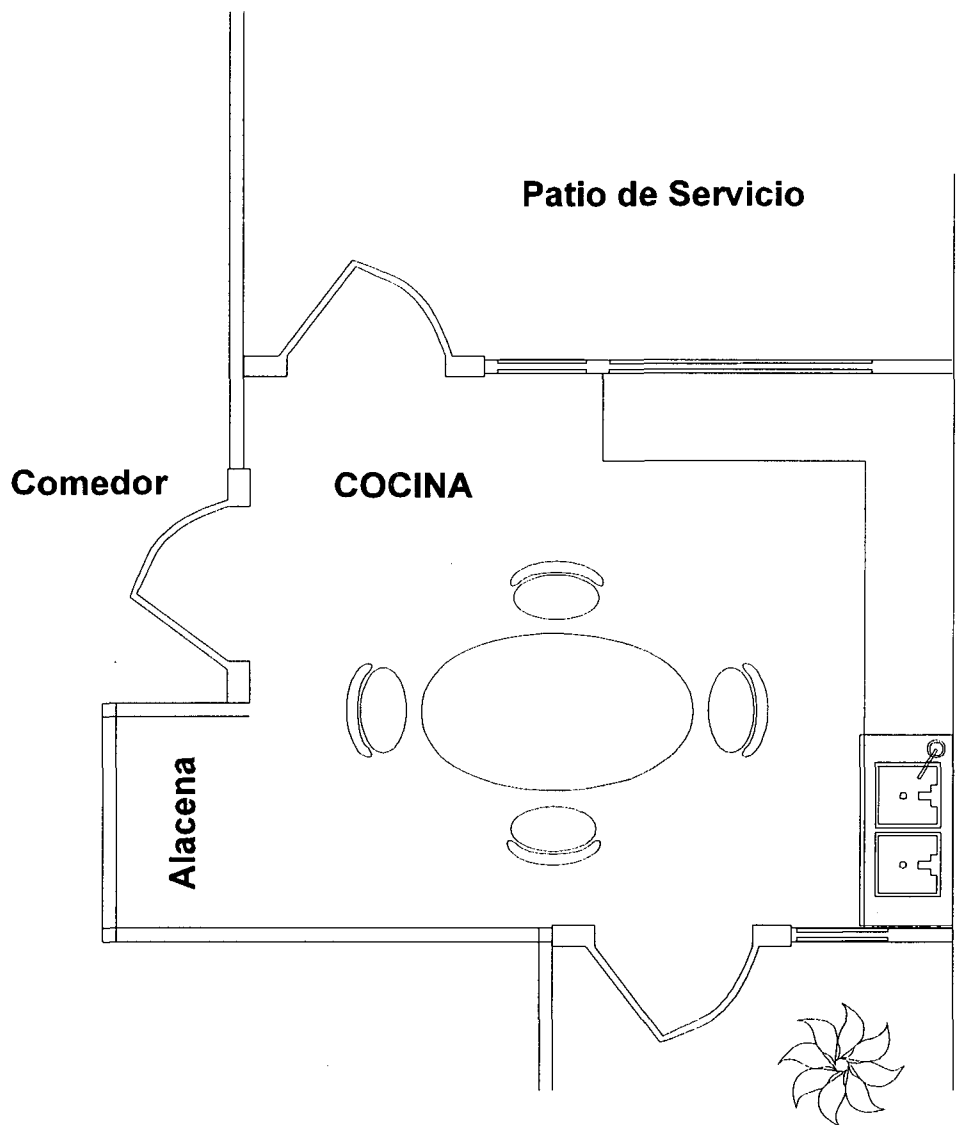


Figura 2.1

2.5 DISTRIBUCION DEL COMEDOR EN LA CASA DE HUESPEDES

COMEDOR

Es una área amplia, ventilada y con mucha luz. Los colores que predominan en la decoración son el verde olivo y el café, en su entorno se encuentra una jardinera con algunas plantas como helechos y otras hojas.

El piso es de marmol combinado en gris y blanco.

La mesa central del comedor es de madera rectangular, y en el centro se encuentra un frutero artificial como objeto decorativo.

De lado izquierdo de la mesa, se encuentra un trinchador en el cual se almacena la mantelería, cristalería, cubertería y algunos suministros para los servicios como son: saleros, servilleteros, azucareras.

2.6 OBJETIVO

Lograr que todos los huéspedes se sientan a gusto dentro del comedor en un ambiente tranquilo y confortable. Su importancia radica en que es un punto de reunión para que todos convivan.

REGLAS

- El área del comedor, deberá estar diariamente limpia y en buen estado.

- Servir los alimentos a la hora establecida: Desayuno de 6:30 a 9:30 A.M., Comida de 2:00 a 4:30 P.M. y Cena de 7:00 a 9:30 P.M.
- Recoger el comedor y limpiar la mesa después de cada servicio.
- Llevar la vajilla y los trastes sucios (muertos) a la cocina.
- Sacudir diariamente los muebles y objetos decorativos que se encuentran en el comedor.
- Contar con la vajilla, cubertería y mantelería necesaria.
- Conservar en buen estado los muebles y objetos del comedor.
- Elaborar un inventario de los utensilios del comedor. (mantelería, cubertería, vajilla).
- Diariamente deberá estar montada la mesa del comedor, con todos los suministros que se requiera para cada servicio (saleros, servilletero, azucarera, cafetera, agua, pan, cubertería, cristalería, vajilla)

POLITICAS

- Debe de ser una área amplia y con suficientes lugares para todos los huéspedes.
- Revisar cada tres meses los utensilios del comedor.

2.7 LAYOUT COMEDOR

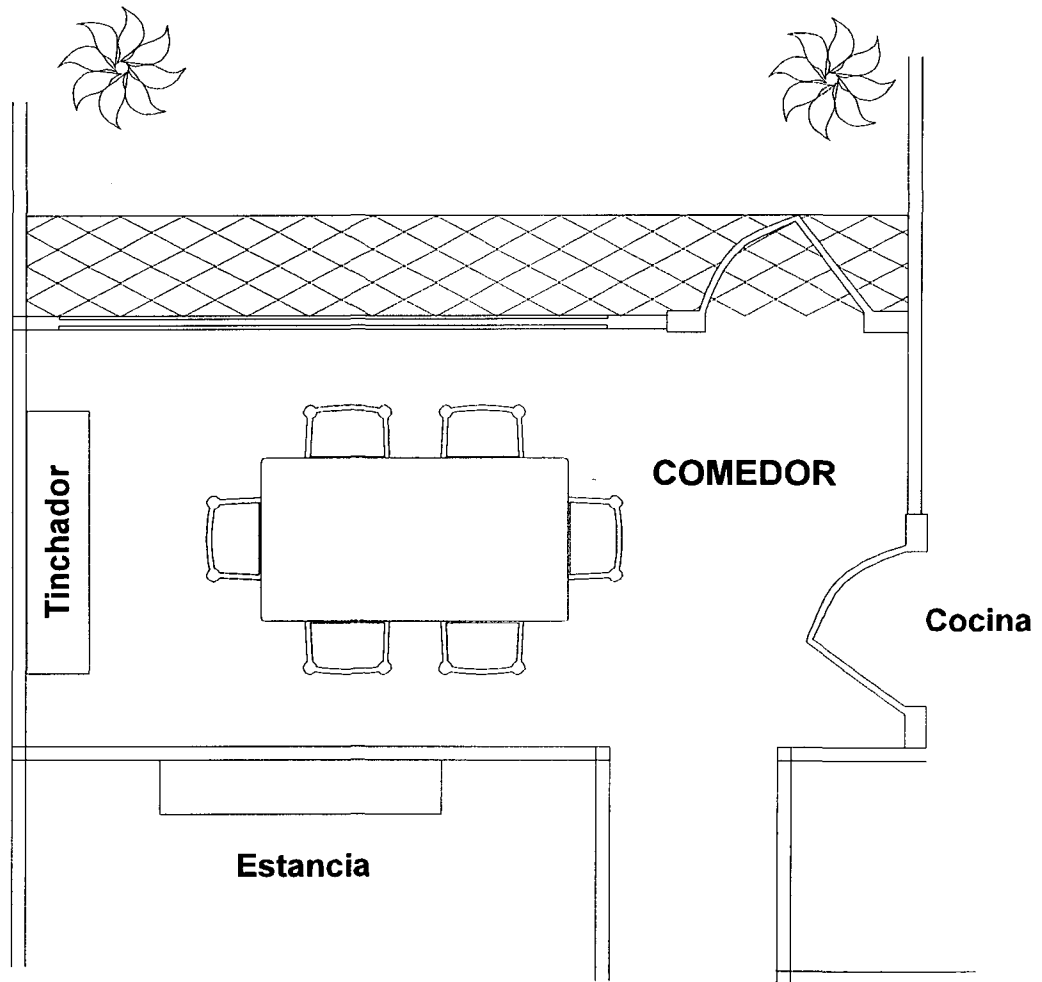


Figura 2.2

2.8 DIAGRAMAS DE FLUJO DE LOS SERVICIOS

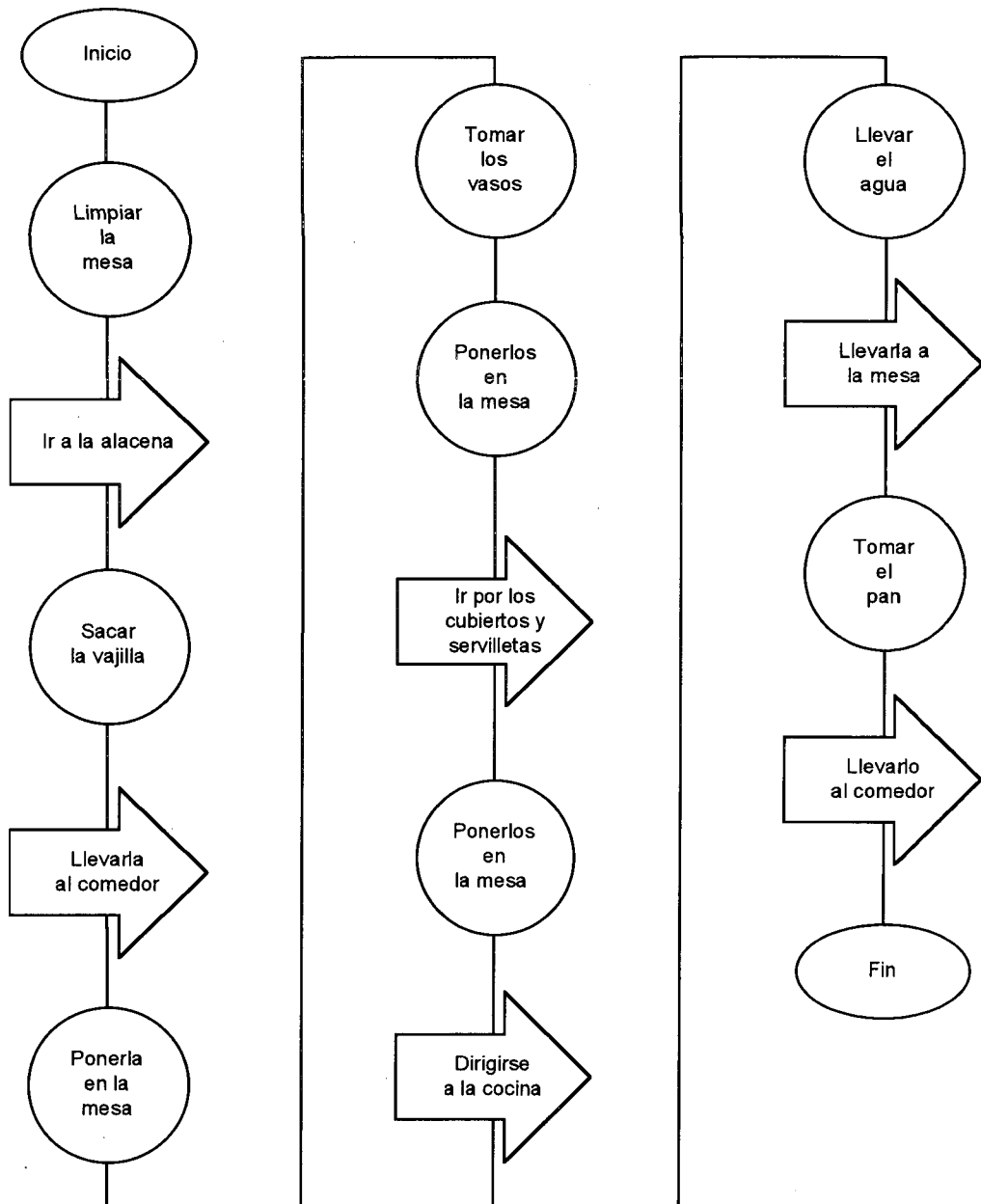


Figura 2.3 Montaje de Mesa

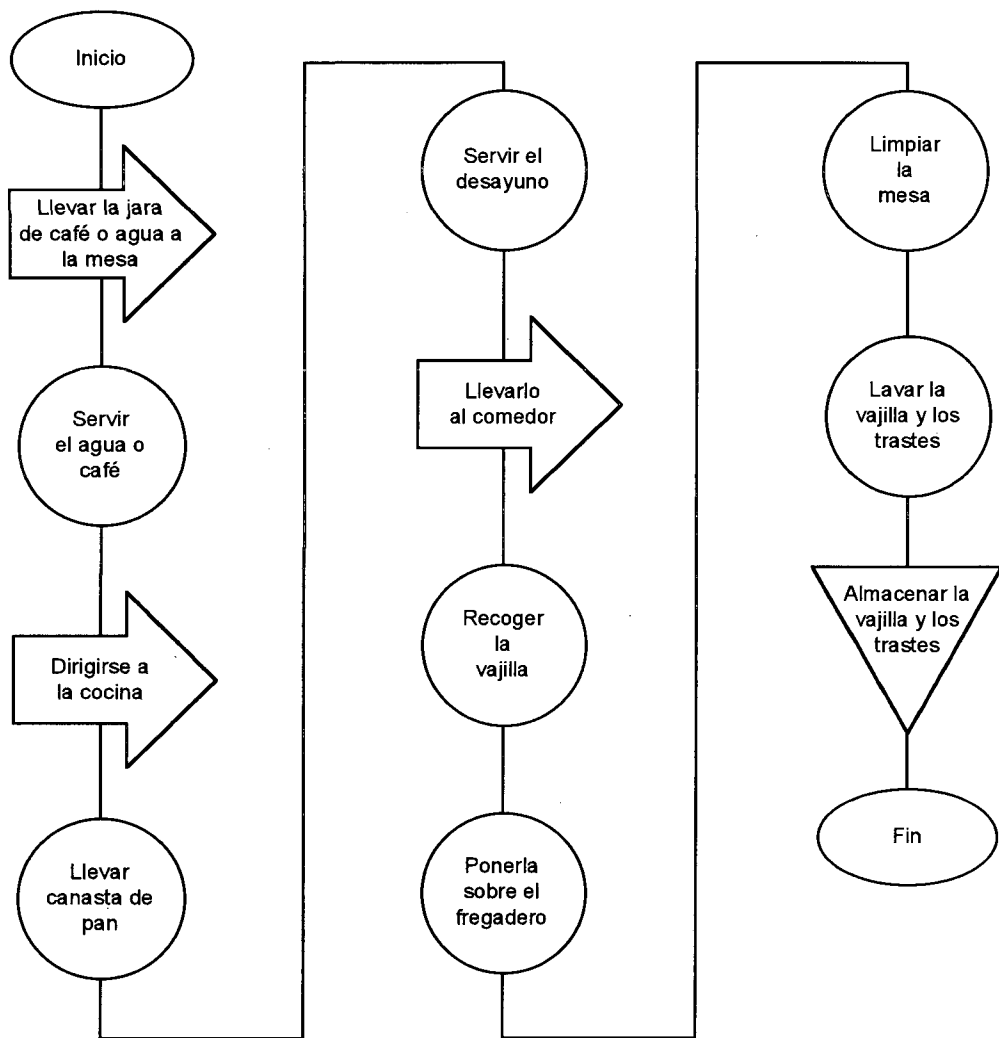


Figura 2.4 *Desayuno*

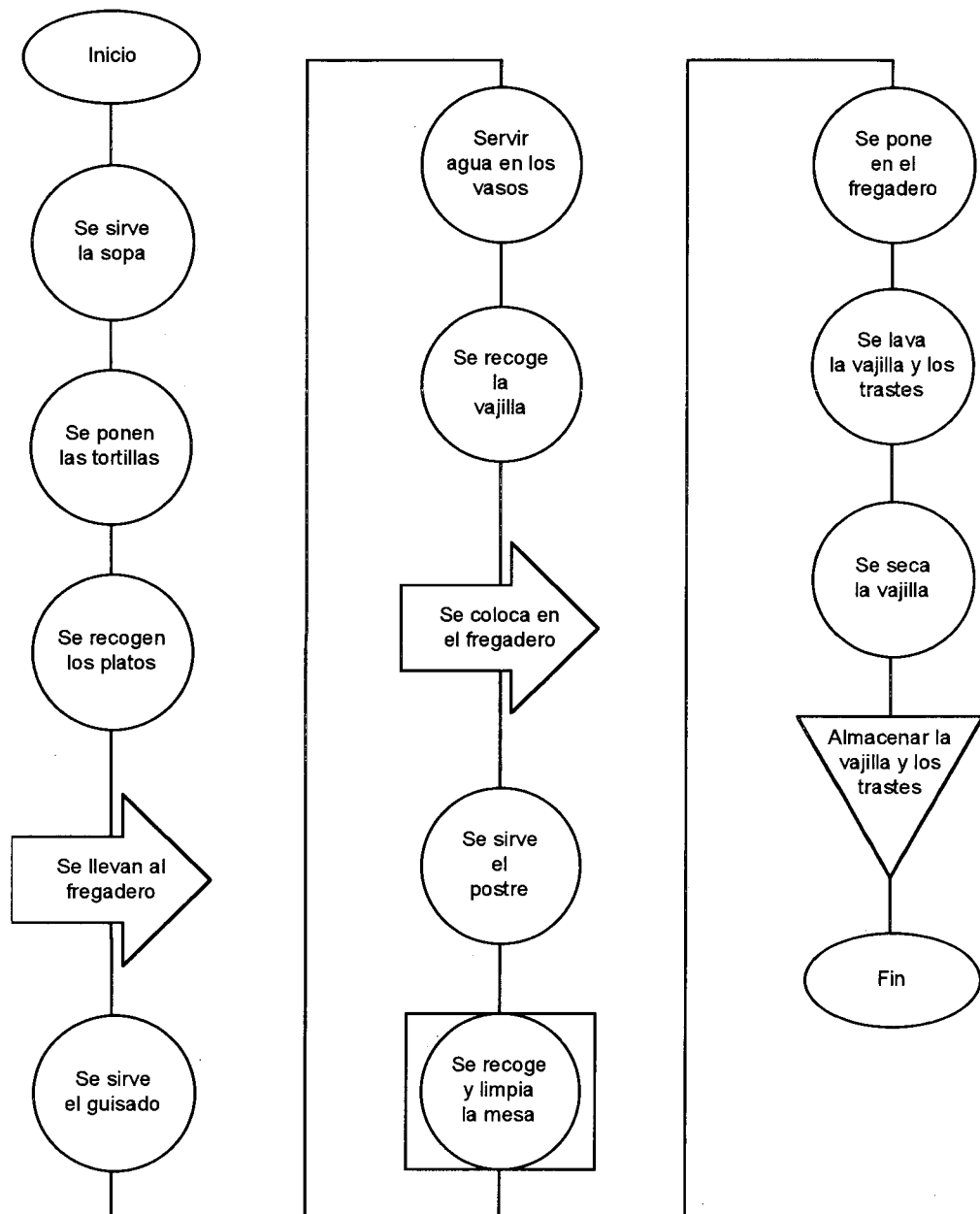


Figura 2.5 Comida

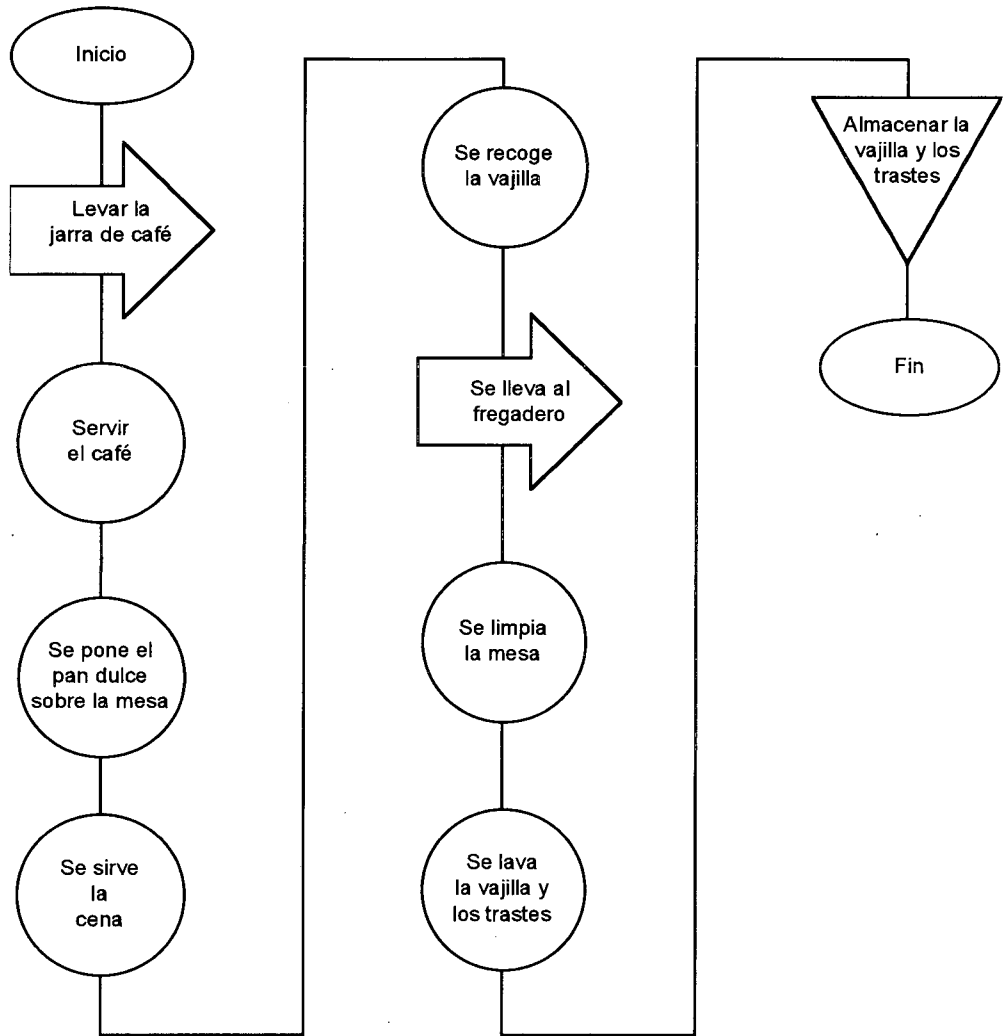


Figura 2.6 Cena

2.9 COMPRAS

OBJETIVO

Comprar alimentos con calidad y en la cantidad apropiada, en la fecha que se requiere, en el lugar exacto y a precio justo, e indagar sobre nuevos alimentos, nuevas marcas, y estabilidad de precios, para tener amplia variedad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Adquirir los productos o alimentos de acuerdo al presupuesto establecido.
- Proporcionar los alimentos y productos del día, con el fin de brindarle al huésped lo mejor.
- Conseguir los alimentos y productos en la cantidad que se requiere, para el menú y así evitar desperdicios.
- Comparar precios y servicios.
- Comprar productos y alimentos de calidad.

POLITICAS

- Corresponder las expectativas mínimas del huésped, con los servicios, que otorga la pequeña empresa, de manera que lo que perciba sea el valor justo de lo que ofrece.

- Las compras las debe realizar la persona que tenga conocimientos sobre los productos que se requieren para cada servicio.
- Se debe elegir por anticipado a los proveedores, para la compra de los alimentos (carnes, aves, frutas, verduras) y de los productos para evitar la pérdida de tiempo, gastos innecesarios y esfuerzo.
- Se llevará el control de la cantidad o peso de los productos o alimentos que entran al almacén, de cuanto se consume y cual será el requerimiento que se solicitará para el próximo periodo de compras.
- Checar las listas de precios, de la Procuraduría Federal del Consumidor.
- Comprar solo lo indispensable. Evitar el gasto en cosas innecesarias.
- Comprar los alimentos por semana, para evitar las compras diarias.

REGLAS

- Mantendrá los niveles de Calidad en los productos.
- Mantendrá la continuidad en el abastecimiento de los alimentos.
- Evitará la duplicidades, desperdicios e inutilización de los productos o alimentos.
- Se tendrá informada a la administradora de la casa de huéspedes de los productos y alimentos que se van terminando.

- Debe disponer de dinero extra, en caso de tener una compra de última hora.
- Debe tener cuidado en detallar lo que se solicita, en el formato de presupuesto de compra, indicando claramente, el producto o alimentos, marca, cantidad y precio, así como el total para determinar el presupuesto, que se debe manejar. Esto es en base a la lista de ingredientes.
- Para comprar los alimentos se determina de la siguiente manera:
 1. Por el valor nutritivo.
 2. Calidad.
 3. Economía.
 4. Temporada.
- De acuerdo al valor nutritivo, siguiendo los cinco grupos básicos: lácteos, tubérculos, carnes, aves, cereales, frutas y verduras.
- La calidad es un punto muy importante, pero ésta la va a determinar, el alimento de acuerdo a sus propiedades de olor, textura, color y no por la marca.
- La economía se determinará de acuerdo al presupuesto que se tenga para comprar los alimentos. Se debe comprar únicamente lo indispensable, calculando las porciones adecuadas de acuerdo a las personas a quienes se les va a dar el servicio, de esa manera se evitara desperdicios.

- En cuanto a la temporada, la persona encargada de las compras deberá tener conocimientos sobre las épocas, estaciones en las que puede elegir los alimentos y el tiempo de duración que tienen en el almacén.¹⁴

2.10 HIGIENE Y SANIDAD

OBJETIVO

Proporcionar alimentos limpios, higiénicos y en buenas condiciones, basándose en los principios de higiene y limpieza. Para que el comensal pueda degustarlos con confianza y seguridad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proporcionar al huésped, alimentos higiénicos.
- Limpiar, mantener y conservar con todo cuidado las áreas, equipo y utensilios de cocina.
- Proteger las áreas contra insectos y roedores.
- Insistir en lavarse las manos con agua tibia y jabón, antes de empezar a trabajar con alimentos.
- Evitar el acceso al área de alimentos, a cualquier persona que se encuentre enferma o tenga una infección.
- Evitar tener animales domésticos.

¹⁴ E.S.D.A.I pag. 294

A continuación se darán puntos básicos para una buena higiene.

HIGIENE PERSONAL

- Lavarse las manos antes y después de ir al baño.
- Evitar las uñas largas, y el uso de esmaltes.
- Recogerse el cabello, usar cofia o red.
- Evitar toser o estornudar, en el área de preparación. En caso de alguna enfermedad usar tapaboca.
- Antes de preparar los alimentos lavarse las manos.
- Se prohíbe chicles, dulces o cualquier objeto en la boca.
- Usar delantal y confía.
- Secarse las manos con toallas de papel.¹⁶

HIGIENE DEL MATERIAL Y EQUIPO

- Limpiar perfectamente el área de preparación.
- Lavar los utensilios de cocina.
- Evitar utilizar los mismos utensilios para todos lo guisos.

¹⁶ Cfr. SSA, Manual de Buenas Costumbres de Higiene y Sanidad, pag. 1

- Evitar poner sobre el área de preparación, ollas, sartenes o cualquier otro material de cocina.
- Lavar perfectamente los sartenes, ollas, cubiertos y vajilla en general.
- Probar los alimentos una sola vez con una cucharita.

HIGIENE DE LOS ALIMENTOS

- Se deben de lavar con agua, espuma de jabón y un cepillo. Las frutas o verduras de consistencia gruesa. (rábanos, jicama, naranja).
- Las verduras o frutas delicadas, lavarlas una por una o por manojos con agua, jabón y una escobeta y pasarlas al final en agua purificada.
- Evitar dejar los alimentos descubiertos.
- Desinfectar las verduras como rábanos, lechuga, col, acelga, brócoli, con una solución de yodo o plata coloidal durante 15 minutos.
- Mantener en lugares frescos y limpios las verduras y frutas.
- Lavar con agua purificada el pollo o carnes crudas para eliminar el resto de sangre o suciedad que pueda tener.

Métodos de conservación de los Alimentos

- Asepsia, que es la forma de impedir que los microorganismos lleguen al alimento.

- Eliminación de microorganismos.
- Mantenimiento de condiciones anaerobias, por ejemplo: Recipientes cerrados al vacío.
- Empleo de temperatura altas.
- Empleo de temperaturas bajas.
- Desección.
- Empleo de coservadores químicos.
- Irradiación.
- Destrucción de microorganismos.
- Empleo de concentraciones altas de ácidos, azúcares o sales.

Envenenamiento de los Alimentos

- *Envenenamiento de Alimentos por acción o salmonella*: La fuente de este tipo de contaminación es el excremento de las personas. Esto se debe a que la persona encargadas del manejo de los alimentos no se lavan las manos después de ir al baño, o que los alimentos que se van a utilizar no están bien lavados.
- *Envenenamiento Estafilocócico de los Alimentos*: Este tipo de bacteria se encuentra comúnmente en cortadas, raspaduras quemaduras, barros. Los

seres humanos son los principales portadores a través de sus manos, nariz y boca. Es por ello que se debe aislar a la persona que tenga una herida.

- *Envenenamiento por otros Organismos:* Contaminantes causados por agentes no tóxicos, que la persona los ingiere en cantidades que no son dañinas para el organismo. Se encuentran en la boca, piel e intestinos.

2.11 RECEPCION Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS Y ALIMENTOS

OBJETIVO

Debe procurar que todos los productos y alimentos que lleguen a la casa de huéspedes, se verifiquen, para asegurarse de que tengan las especificaciones requeridas, así como la calidad que se solicita.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Supervisar el estado en que se reciben los productos o alimentos.
- Acomodar los alimentos en el área que le corresponde.
- Supervisar constantemente, las condiciones en que se encuentran los productos y alimentos.
- Analizar sí el producto o alimento cubre con los requerimientos de calidad que se solicita.

REGLAS

- Revisar sí se encuentran en buen estado los productos, y si son las cantidades solicitadas.
- Reunir todas las notas de remisión, tickets, o facturas, para verificar el gasto que se efectuó.
- Utilizar instrumentos de medida como la balanza, para pesar los productos que se requieran.
- Evitar poner los productos de limpieza cerca de los alimentos.

POLITICAS

- Se debe conocer sobre el tratamiento de cada producto y la adecuada distribución en las áreas que le corresponden.
- En caso de alguna queja, sobre el producto, reportarlo al proveedor o a la tienda comercial donde se adquirió.
- Deberá guardar las indicaciones de cada producto.
- Conocer las fechas de caducidad de cada producto.

ALMACENAMIENTO DE LOS ALIMENTOS Y PRODUCTOS

OBJETIVO

Facilitar el espacio adecuado, para guardar los alimentos y productos hasta el momento que se requiera. Así como la conservación de ellas.

Es importante clasificar los productos y alimentos de acuerdo a:

- Duración.
- Empaque.
- Fecha de caducidad.
- Frecuencia de uso.
- Tipo de almacén que requiere.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Acomodar en el área que le corresponde a cada producto.
- Contar con espacio suficiente para el almacenaje de los productos y alimentos.
- Debe ser una área ventilada, y con suficiente luz.
- La persona encargada de distribuir los alimentos y productos deberá tener conocimientos acerca de la conservación de los alimentos y productos dentro del área de almacén.
- Leer bien las instrucciones de cada producto.

REGLAS

- Deberá el almacén de alimentos estar ubicado, cerca del área de preparación de los alimentos.

- Almacenar los productos y alimentos previamente supervisados.
- Limpiar correctamente las áreas de almacenaje como: alacenas, estantes, gabinetes, antes de distribuir los productos o alimentos.
- Los productos pesados se deben poner hasta abajo y los ligeros en la parte superior.
- Los productos o alimentos que se usen con más frecuencia deben almacenarse más cerca del lugar de producción.
- Verificar los productos y alimentos con frecuencia en busca de señales de deterioro, y retirar de inmediato cualquier alimento o producto en malas condiciones.

Almacenamiento Frío

Áreas de Almacenamiento Frío:

- Refrigerador.
- Congelador .

La refrigeración evita que los microbios se desarrollen rápidamente. También permite que los alimentos se conserven en buen estado durante mayor tiempo.

Observaciones

- Evitar sobrecargar el refrigerador ya que reduce la circulación del aire frío, además de que no permite la limpieza del área.

- Evitar poner los alimentos en recipientes hondos o grandes, ya que mientras en el exterior se esta enfriando en el interior tarda mucho en bajar la temperatura.
- Los alimentos crudos deben ponerse en la parte de abajo, y los cocidos en la parte superior.
- Lavar las frutas y verduras antes de refrigerarlas.
- Evitar meter latas de alimentos abiertas al refrigerador, ya que con la humedad tienden a oxidarse y se contamina el contenido.
- Se debe descongelar el refrigerador cada semana para evitar que se acumule el hielo, y la suciedad.
- Refrigerar los sobrantes.
- No dejar ningún sobrante de carne, queso, salsas o jugos a la temperatura ambiente, ya que deben refrigerarse.
- Conservar los alimentos precocidos que no estén congelados a una temperatura de 4.4° C. o menos.¹⁵

Almacenamiento Seco

Areas de Almacén Seco:

- Estantes.

¹⁵ Secretaria de Salubridad , Proyecto H , pag. 34

- Alacenas.
- Almacén con anaqueles.

Observaciones

- El área debe estar ventilada para evitar la reproducción de bacterias, mohos, o levaduras que se crean con la humedad.
- Colocar los productos fuera de la luz directa o del sol para evitar la decoloración o rancidez.
- Se deben limpiar los anaqueles o estantes donde se guardan los alimentos por lo menos una vez al mes.
- Poner en frascos o recipientes con tapa de preferencia de plástico, granos, semillas, conservas y harinas.
- Evitar guardar latas o empaques de alimentos abiertos.
- Mantenerlos bien tapados los productos de limpieza, y alejados de los víveres.

2.12 LAYOUT ALMACEN

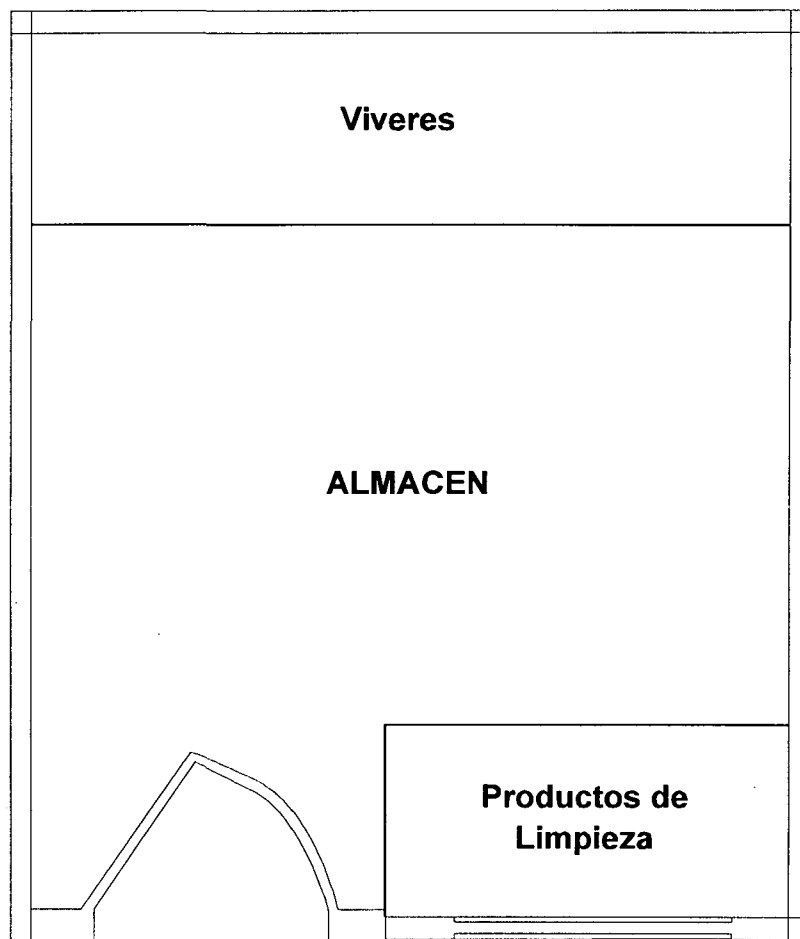


Figura 2.7

2.13 INVENTARIO DE PLATILLOS PROPUESTOS PARA LA CASA DE HUESPEDES

GUISADOS O PLATO FUERTE

1. Pipían verde
2. Croquetas de atún
3. Tacos de pollo y papa

4. Hígado encebollado
5. Chiles rellenos
6. Mole poblano
7. Tortitas de papa y jamón
8. Salpicón
9. Pollo en estofado
10. Croquetas de jamón
11. Enchiladas zacatecanas
12. Tortitas de avena
13. Albóndigas en chipotle
14. Souffle de atún
15. Chicharrón en salsa verde
16. Tinga
17. Enchiladas poblanas
18. Chayotes capeados
19. Panzita
20. Milanesa guisadas
21. Mole de chicharrón rojo
22. Guisado de nopales
23. Mole de olla
24. Chiles rellenos de verduras
25. Rajas con papas

SOPAS Y PASTAS

1. Arroz blanco
2. Crema de zanahoria
3. Sopa de estrellas

4. Sopa de fideos
5. Sopa de guarniciones
6. Sopa de tortilla
7. Crema de papa
8. Crema de frijol
9. Sopa Azteca
10. Sopa de verduras
11. Crema de calabaza

GUARNICIONES

1. Col cocida
2. Ensalada de lechuga
3. Nopales
4. Ensalada de pepinos con limón
5. Acelgas en tomate
6. Ensalada de coliflor

POSTRES

1. Gelatina de sabores
2. Arroz con leche
3. Natilla de vainilla y fresa
4. Fruta natural

2.14 MENU CICLICO

A)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Desayuno	Huevos a la mexicana. Café con leche. Tortillas.	Cereal con plátano. Leche.	Café con leche. Gorditas.	Chilaquiles. Café con leche.	Café con leche. Huevos con papas.	Sincronizadas Café con leche.
Comida	Arroz blanco Pipian verde. Tortillas. Frijoles. Agua de sabor. Fruta.	Croquetas de atún. Ensalada de lechuga con pepino. Crema de zanahoria. Tortillas. Agua de sabor. Gelatina	Tacos de pollo y papa. Nopales. Salsa verde. Sopa de estrellas. Frijoles. Agua de sabor. Natilla de vainilla. Tortillas.	Hígado encebollado. Sopa de tortilla. Frijoles. Agua de sabor. Tortillas. Arroz con leche.	Chiles rellenos de queso. Sopa de pasta. Frijoles. Agua de sabor. Gelatina	Mole poblano. Arroz. Guacamole. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Fruta.
Cena	Café. Quesadillas.	Café. Enfrijoladas.	Café. Pan de natas	Café. Molletes.	Café. Tlacoyos.	Café. Tacos suaves

B)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Desayuno	Huevos en salsa. Café con leche. Tortillas.	Cereal con fruta. Leche.	Café con leche. Chorizo con papas. Tortillas.	Sincronizadas Café con leche.	Café con leche. Huevos con ejotes.	Café con leche. Gorditas.
Comida	Albóndigas en chipotle. Crema de papa. Tortillas. Frijoles. Agua de sabor. Fruta.	Soufle de atún. Col cocida al gratin. Sopa azteca. Tortillas. Agua de sabor. Gelatina	Chicharrón en salsa verde. Arroz. Frijoles. Agua de sabor. Natilla de fresa. Tortillas.	Tinga de pollo. Sopa de verduras. Frijoles. Agua de sabor. Tortillas. Arroz con leche.	Enchiladas poblanas. Ensalada de lechuga. Arroz. Frijoles. Agua de sabor. Gelatina	Chayotes capeados. Sopa de fideos. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Fruta.
Cena	Café. Molotes	Café. Pan de natas.	Café. Tlacoyos.	Café. Molletes.	Café. Pellizcadas.	Café. Pan dulce.

C)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Desayuno	Memelas. Café con leche.	Cereal con fruta. Leche.	Café con leche. Gorditas. Salsa.	Café con leche. Huevos rancheros.	Café con leche. Chalupas.	Sincronizadas Café con leche.
Comida	Tortitas de papa y jamón. Ensalada de lechuga y pepinos. Crema de frijol. Tortillas. Agua de sabor. Arroz con leche.	Salpicón. Sopa de verduras. Tortillas. Agua de sabor. Gelatina	Pollo en estofado. Acelgas en salsa roja. Arroz. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Natilla de vainilla.	Croquetas de jamón y papa. Ensalada de lechuga y pepinos. Crema de zanahoria. Frijoles. Agua de sabor. Tortillas. Arroz con leche.	Enchiladas zacatecanas Arroz. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Gelatina.	Tortitas de avena. Sopa de fideos. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Fruta.
Cena	Café. Tlacoyos.	Café. Pan dulce.	Café. Pellizcadas.	Café. Molotes	Café. Quesadillas.	Café. Pan de natas.

D)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Desayuno	Café con leche. Huevos con papas. Tortillas.	Cereal con fruta. Leche.	Memelas. Café con leche. Salsa.	Sincronizadas Café con leche.	Café con leche. Huevos rancheros. Tortillas.	Café con leche. Chilaquiles.
Comida	Panzita. Arroz. Tortillas. Agua de sabor. Fruta.	Chiles rellenos de verduras. Sopa de guarniciones Tortillas. Agua de sabor. Natilla de fresa.	Sopa de verduras. milanesas de pollo. Ensalada de lechuga y jitomate. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Arroz con leche.	Chicharrón rojo. Crema de calabaza. Frijoles. Agua de sabor. Tortillas. Fruta.	Guisado de nopales. Sopa de estrellas. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Natilla de vainilla.	Arroz. Mole de olla. Frijoles. Tortillas. Agua de sabor. Gelatina.
Cena	Café. Molotes	Café. Sandwich.	Café. Molletes.	Café. Quesadillas.	Café. Tlacoyos.	Café. Pan de natas.

2.15 COSTEO DEL MENU

DESAYUNO

Nombre de la receta:		CEREAL CON FRUTA		
Fecha:		16 DE JULIO DE 1996		
Ingredientes	Peso/Unidad	Peso/Standard	Precio/Unidad	Precio/Standard
Cereal	1 Kilo	245 grs	11.20	2.70
Leche	1 Kilo	200 grs	3.50	0.70
Azúcar	1 Kilo	.5 grs	4.00	0.002
Plátano	1 Kilo	50 grs	5.00	0.25
Costo de materia prima			3.652	
Gastos fijos 5%			0.182	
Gastos indirectos 5%			0.182	
Utilidad 10%			0.365	
TOTAL por ocho personas			\$ 4.381	

POSTRE

Nombre de la receta:		GELATINA DE FRESA		
Fecha:		16 DE JULIO DE 1996		
Ingredientes	Peso/Unidad	Peso/Standard	Precio/Unidad	Precio/Standard
Gelatina de fresa	170 grs	34 grs	3.80	0.76
Agua	20 lts	1 litro	6.00	0.30
Costo de materia prima			1.060	
Gastos fijos 5%			0.053	
Gastos indirectos 5%			0.053	
Utilidad 10%			0.106	
TOTAL por ocho personas			\$ 1.270	

COMIDA

A)

Nombre de la receta: SOPA DE PASTA				
Fecha: 16 DE JULIO DE 1996				
Ingredientes	Peso/Unidad	Peso/Standard	Precio/Unidad	Precio/Standard
Sopa de pasta	175 grs	50 grs	2.00	0.57100
Puré de tomate	1 litro	7 grs	10.20	0.07140
Cebolla	1 kilo	27.5 grs	2.50	0.06800
Sal	1 kilo	0.2 grs	1.80	0.00036
Consomé	225 grs	0.5 grs	10.60	0.02300
Agua	20 lts	2 lts	6.00	0.60000
Costo de materia prima			1.333	
Gastos fijos 5%			0.066	
Gastos indirectos 5%			0.066	
Utilidad 10%			0.133	
TOTAL por ocho personas			\$ 1.598	

B)

Nombre de la receta: SALPICON				
Fecha: 16 DE JULIO DE 1996				
Ingredientes	Peso/Unidad	Peso/Standard	Precio/Unidad	Precio/Standard
Came para deshebrar	1 kilo	1000 grs	28.00	2.60
Aguacate	1 kilo	250 grs	6.00	1.50
Jitomate	1 kilo	250 grs	4.50	1.25
Cebolla	1 kilo	250 grs	2.50	0.62
Aceite de olivo	200 ml	20 grs	18.00	2.00
Papas	1 kilo	250 grs	6.60	1.65
Costo de materia prima			9.825	
Gastos fijos 5%			0.491	
Gastos indirectos 5%			0.491	
Utilidad 10%			0.982	
TOTAL por ocho personas			\$ 11.789	

CENA

Nombre de la receta:		CAFE Y PAN DULCE		
Fecha:		16 DE JULIO DE 1996		
Ingredientes	Peso/Unidad	Peso/Standard	Precio/Unidad	Precio/Standard
Café	200 grs	.02 grs	18.45	0.0018
Azúcar	1 kilo	.20 grs	6.00	0.0012
Agua	1 litro	200 grs	3.00	0.6000
Pan dulce	40 grs	40 grs	.50	0.5000
Costo de materia prima			1.100	
Gastos fijos 5%			0.055	
Gastos indirectos 5%			0.055	
Utilidad 10%			0.110	
TOTAL por ocho personas			\$ 1.320	

Cabe mencionar que se tomó el menú mas caro del mes para presupuestar.

Nota: El formato y costeo se puede aplicar a todos los menús propuestos.

SERVICIO DE LIMPIEZA

- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Materiales que Requieren Limpieza
- ✓ Métodos de Limpieza
- ✓ Diagramas de Flujo

3.1 SERVICIO DE LIMPIEZA

OBJETIVO

El objetivo del servicio de limpieza, es realizar de manera periódica y adecuada la limpieza de todas las áreas del hogar, siendo esto un elemento de bienestar.¹⁷

Dentro de las actividades del servicio de limpieza que realiza personalmente la empleada doméstica en la casa de huéspedes Leonor, se encuentran:

- Barrer.
- Trapear.
- Sacudir.
- Lavar.
- Aspirar.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proporcionar la limpieza adecuada en todas las áreas de la casa de huéspedes.
- Mantener en buenas condiciones todas y cada una de las instalaciones de la casa de huéspedes.

¹⁷ Del Mar Silvia, **Mantenimiento de Hoteles**, pag. 14

REGLAS

- La persona encargada de la limpieza de la casa de huéspedes, debe conocer las actividades que se requiere para cada área.
- Debe conocer todos los materiales y equipo, que se utilizan para la limpieza diaria, periódica y eventual.
- Se implementará un calendario, donde especifique las actividades, tanto diarias, periódicas y eventuales.
- Se responsabilizará al huésped, de mantener limpia las áreas de casa.
- En caso de que no se realice bien la limpieza, el huésped debe avisar a la administradora de la casa.

POLITICAS

- Los productos de limpieza deben almacenarse después de ser utilizados.
- Cambiar de equipo de limpieza (escoba, jerga, franela) por lo menos, cada dos meses.

A continuación materiales y métodos de limpieza comunes.

3.2 MATERIALES Y METODOS DE LIMPIEZA

MATERIAL	FORMULA
ALFOMBRA	Aspirado, tiene muchas ventajas, ya que no levanta polvo ni lo acumula en determinadas partes. Es rápido, cómodo y práctico. Si tiene mucho polvo se moja la escoba y se barre.
CORTINAS	Se sacude perfectamente y se cepillan, o se tienen en agua caliente durante 2 o 3 horas, con un poco de bórax y se desagua. Se tiende. Para las cortinas blancas se usa un poco de blanqueador.
MADERA	Se hace una mezcla de cera, sal, sosa y jabón con la que se limpia y da brillo al mismo tiempo. Se prepara una mezcla de partes iguales de aceite de linaza, alcohol y esencia de trementina y se moja en el paño, frotando con éste hasta que las manchas desaparezcan. Aceite especial para madera.
PAREDES Y TECHOS	Para limpiar techos viejos debe quitarse el temple, hasta llegar a la capa de yeso, rascar las grietas que hayan y rellenarlas con una masilla formada de yeso y pintura mezclados. Tirol con agua y jabón. Tapiz, quitar el polvo con sacudidor.
VIDRIO	Espejos: se limpian bien, frotándole con una bola de papel suave humedecido con alcohol metílico, y se restriega con un trozo de gamuza. Actualmente hay solventes especiales para limpiar espejos. Ventanas: También el vidrio de ventanas se limpia con un trapo humedecido con alcohol , y si se prefiere con agua y jabón y se restriega con papel periódico.
PLANTAS NATURALES	Humedecer un trozo de algodón, con jugo de naranja. Tallar ligeramente.
PLASTICO	Se limpia con un trapo húmedo y jabón. Cada tercer día.
OBJETOS DECORATIVOS	Sacudir la superficie con un trapo o cepillo. Cada tercer día.
PISOS Y PUERTAS	Los pisos se limpian con desinfectante, o jabón y agua, con jerga o trapeador. Las puertas con sacudidor o franela.
SANITARIOS	Verter ácido muriático directamente a un cepillo para sanitarios. Tallar toda la superficie especialmente por donde sale el agua.
TECHOS	Humedecer un trapo con jabón, y pasar por la superficie. Cada dos meses.
OBJETOS DECORATIVOS	Mopear la superficie con un trapo o cepillo.

3.3 CALENDARIO DE ACTIVIDADES DE LIMPIEZA DIARIAS, PERIODICAS Y EVENTUALES

ACTIVIDAD	AREA	FRECUENCIA
BARRER	Cocina-antecomedor	Diario
	Sala-comedor	Cada dos días
	Baños	Diario
	Garaje	Cada semana
TRAPEAR	Cocina-antecomedor	Diario
	Sala-comedor	Cada dos días
	Baños	Diario
	Garaje	Cada semana
SACUDIR Y MOPEAR	Cocina y antecomedor	Diario
	Sala-comedor	Cada tercer día
	Recamaras	Diario
	Cuarto de estudio	Diario
LAVAR VIDRIOS	Baños	Cada ocho días
	Garaje	Cada ocho días
	Cocina y antecomedor	Cada ocho días
	Recamaras	Cada tercer día
	Sala-comedor	Cada tercer día
LAVADO DE PAREDES	Baño	Cada mes para que no se acumule mucha suciedad.
	Cocina	
ESCALERAS	Escaleras	Cada tercer día aspirar.
PATIOS	Trasero	Cada semana.

3.4 DIAGRAMAS DE FLUJO DE LAS ACTIVIDADES DE LIMPIEZA

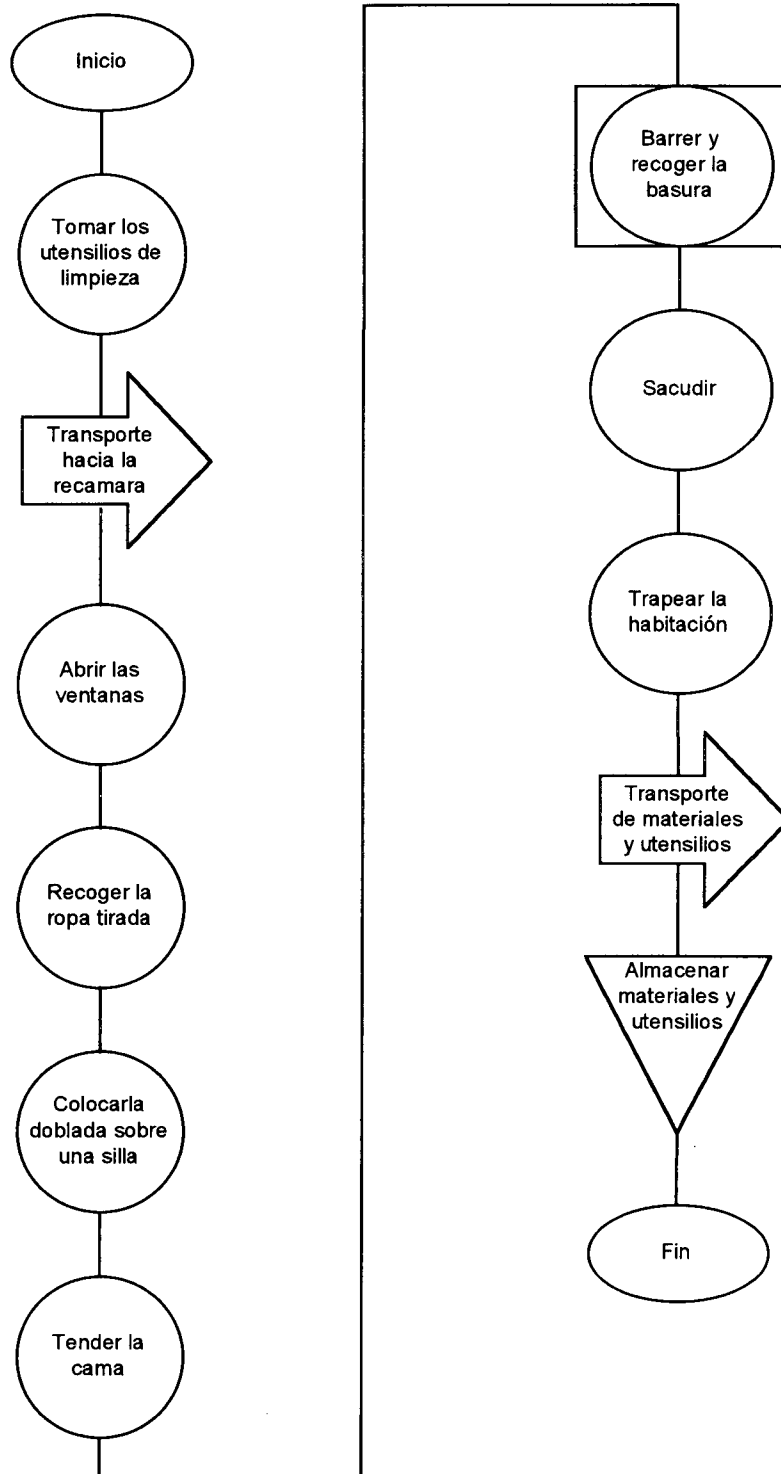


Figura 3.1 Limpieza de la Habitación

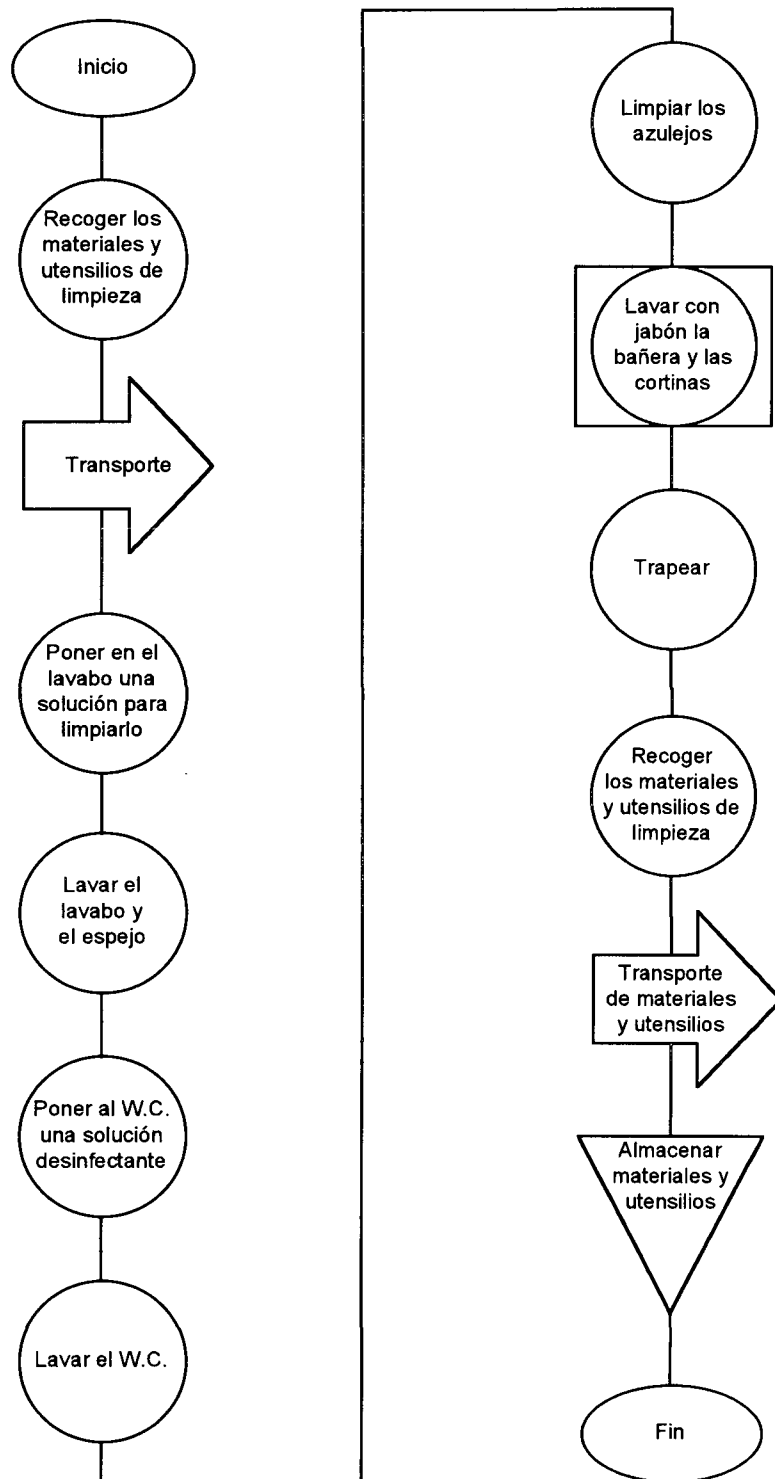


Figura 3.2 *Limpieza de Baños*

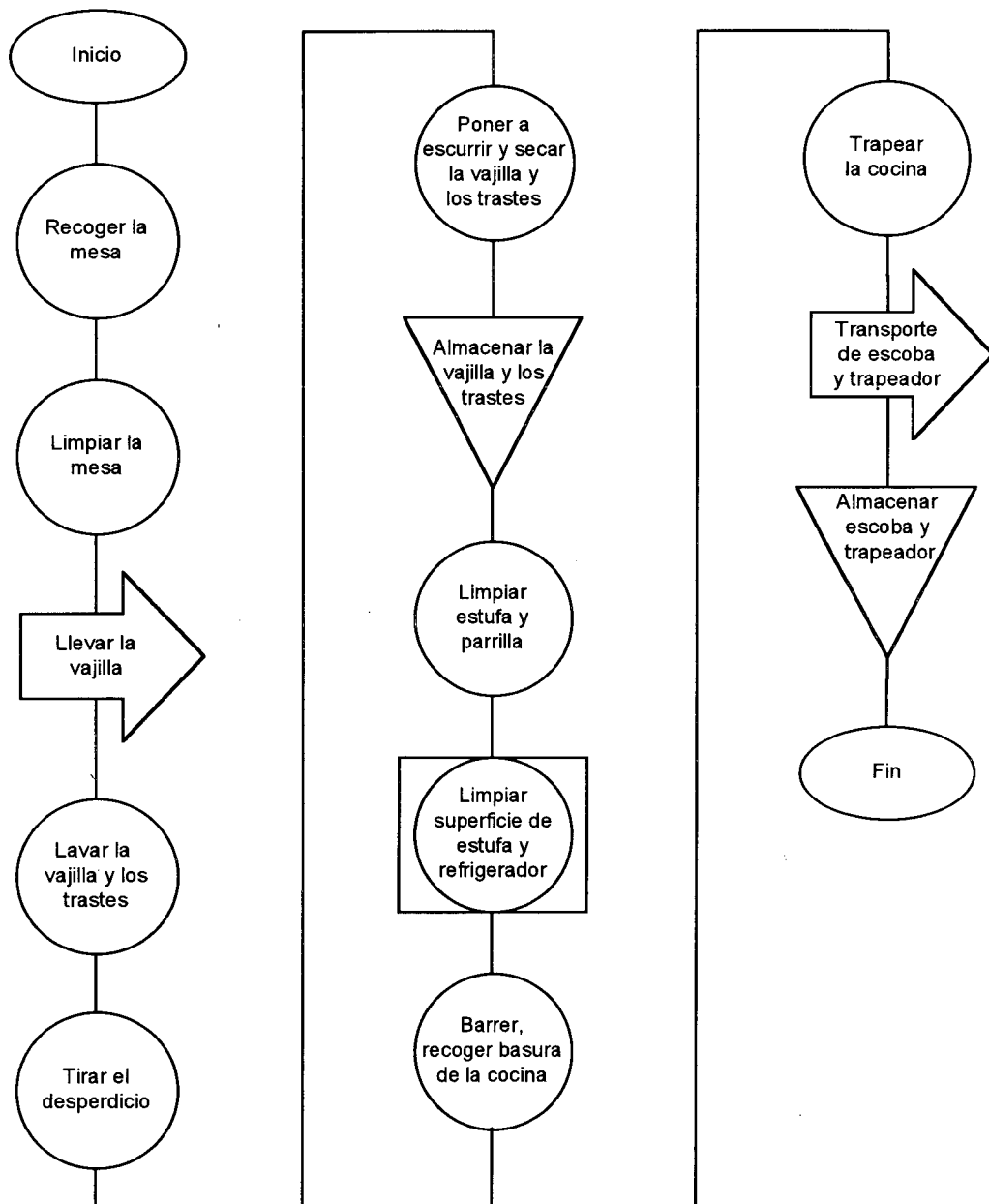


Figura 3.3 Limpieza de Cocina

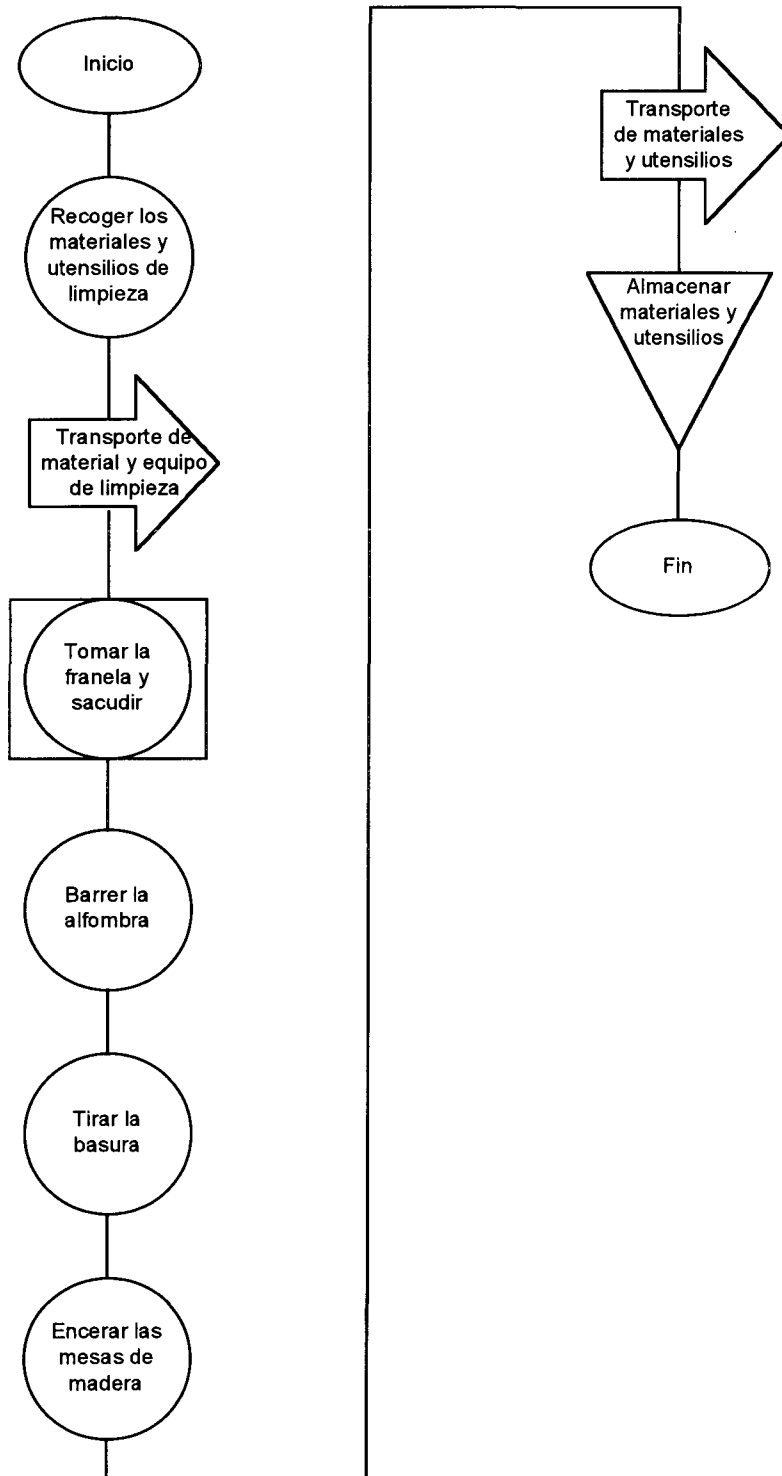


Figura 3.4 Limpieza de Sala

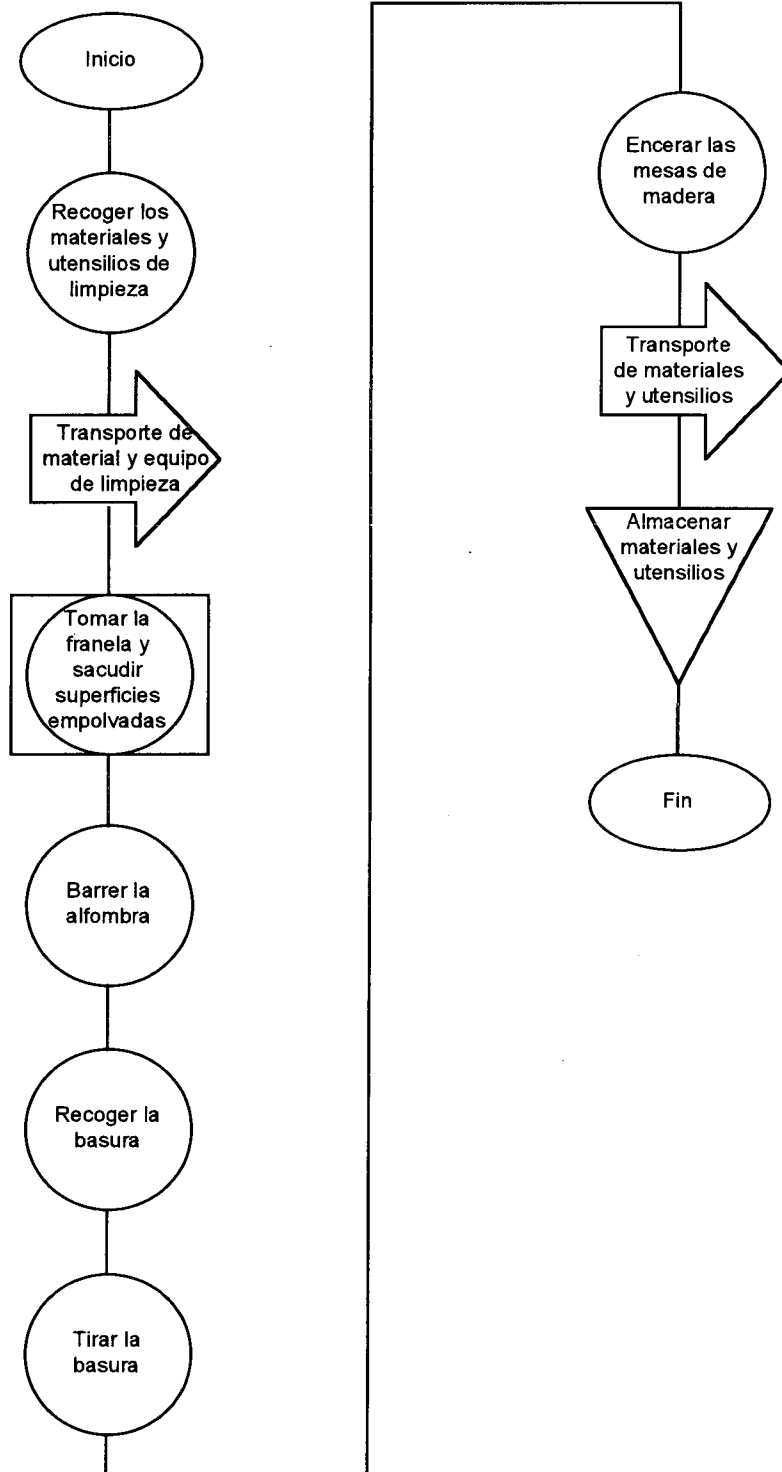


Figura 3.5 Limpieza del Comedor

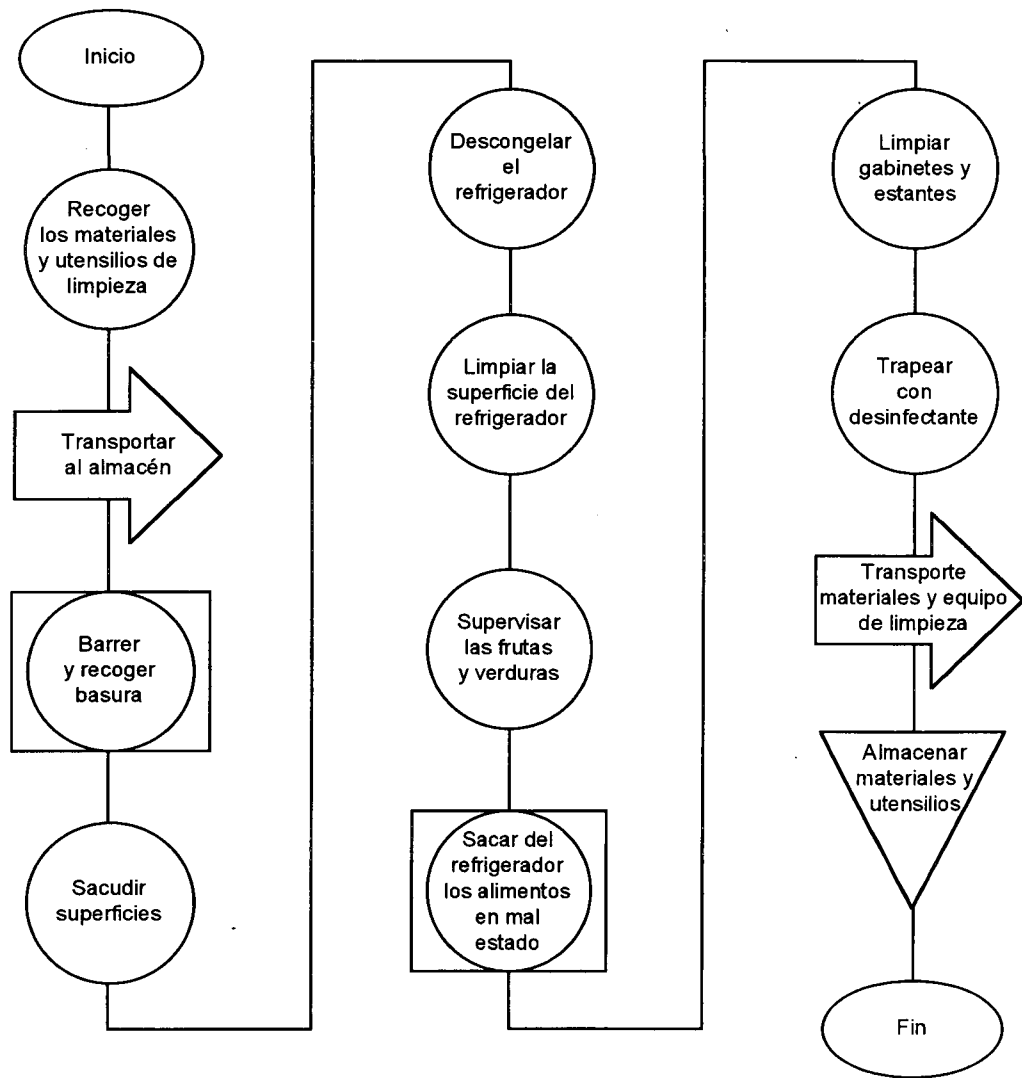


Figura 3.6 Limpieza del Almacén

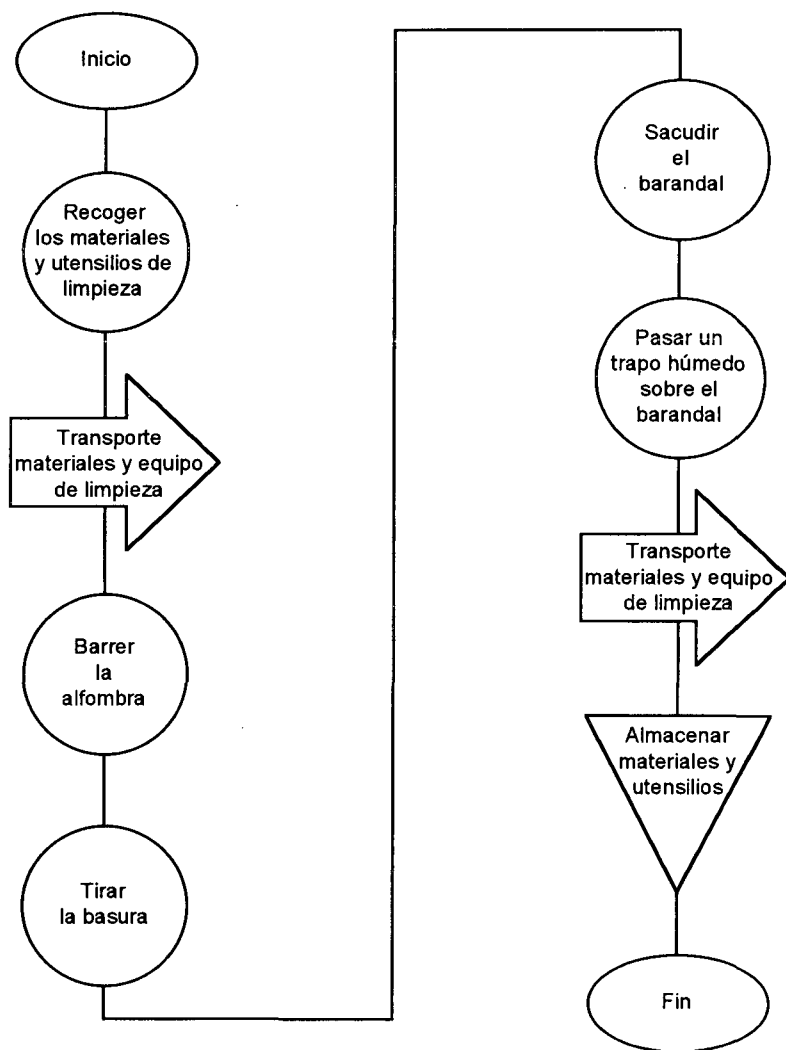


Figura 3.7 Limpieza de Pasillos y Escaleras

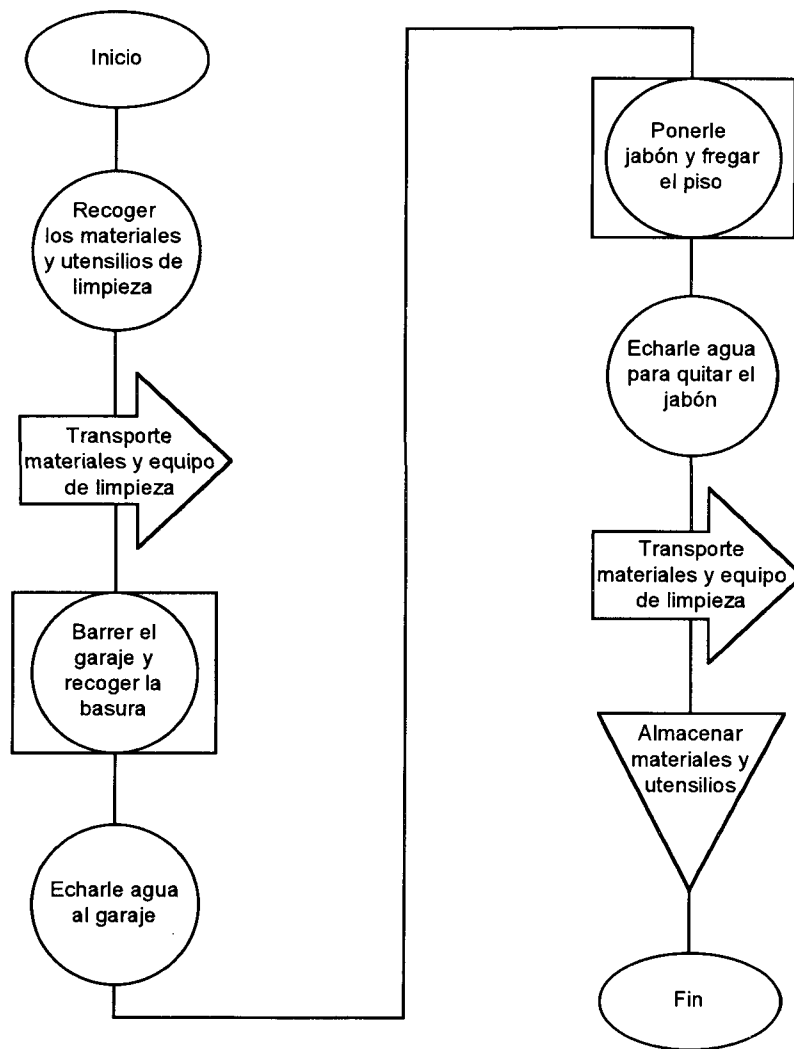


Figura 3.8 Limpieza del Garaje

MANTENIMIENTO

- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Tipos de Mantenimiento
- ✓ Método y Periodicidad del Mantenimiento

4.1 MANTENIMIENTO

OBJETIVO

El mantenimiento tiene la finalidad de conservar, mantener limpio y en buen estado, las áreas y objetos de la casa de huéspedes, para que las personas que la habiten se sientan a gusto y cómodos. También es importante dar un mantenimiento periódico para evitar el deterioro del lugar.

En todos los niveles es importante mantener las instalaciones y equipo en buenas condiciones de funcionamiento. Solamente se trata de llevar a cabo los principios de mantenimiento adecuados, que es el resultado de una serie de acciones, que de acuerdo a un plan contribuyen al buen rendimiento de los muebles e inmuebles, con el objetivo de proporcionar bienestar a las personas que habitan un hogar.¹⁸

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mantener en buen estado las instalaciones y equipo de la casa de huéspedes.
- Reparación de los muebles e instalaciones de acuerdo a la necesidad del desperfecto o avería.
- Brindar un ambiente de bienestar, procurando mantener en buenas condiciones todas las áreas de la casa.

REGLAS

- La administradora de la casa de huéspedes se encargará de hacer un listado de las averías y desperfectos dañados.
- Supervisar constantemente todas las instalaciones, verificando su buen funcionamiento.

¹⁸ Cfr. Ramírez Cavassa, César, **Hoteles**, pags. 13-15

- Se informará inmediatamente a la administradora de la casa de huéspedes, las averías y desperfectos que hayan en las instalaciones o el inmueble.
- Se hará responsable al huésped que dañe algún mueble o inmueble.

POLITICAS

- Deberá tener un directorio con los teléfonos y direcciones del plomero, electricista y jardinero por si se llega a solicitar.
- Se dará a conocer un cuadro de los principales tipos y el procedimiento de mantenimiento.

4.2 TIPOS Y METODOS DE MANTENIMIENTO

MANTENIMIENTO PREVENTIVO	ACTIVIDADES DEL MANTENIMIENTO
<p>Este mantenimiento busca prevenir fallas y condiciones peligrosas, con el fin de mantener en buen estado el funcionamiento de las instalaciones y equipo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evita deterioros permanentes. • Conserva el equipo y las instalaciones. • Garantiza el funcionamiento del lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza: Esto, por lo regular le corresponde a las trabajadoras domésticas o personas encargadas en la limpieza. Esta limpieza se refiere a quitar el polvo o limpiar ya sea con agua u otros materiales, en paredes, cristal, madera y acrílico. • Pintura: Se necesita en algunos techos, donde se hace visible la humedad. • Fugas de agua: Existen en baños, necesita cambio de flotador o arreglar la tubería. • Supervisión de techos. • Mantenimiento en el sistema eléctrico. • Impermeabilización de techos. • Fumigación.
MANTENIMIENTO PREVENTIVO	ACTIVIDADES DEL MANTENIMIENTO
<p>El objetivo de este mantenimiento es corregir averías mayores para ponerlas en marcha inmediatamente. Esto se da por falta de mantenimiento previo. Lo más importante de este mantenimiento es reactivar el servicio urgentemente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reparar una fuga de gas. • Repellar techos y paredes. • Tubería tapada. • Reparación de la chapa de la puerta.

4.3 METODOS Y PERIODICIDAD PARA EL MANTENIMIENTO DE INTERIORES

AREA	METODO	PERIODICIDAD
• Muebles de la sala	Lavar con espuma de jabón y un cepillo.	Cada seis meses
• Closets	Pintar y resanar la madera.	Cada dos años
• Cortinas	Coserlas, lavarlas o si están muy maltratadas, cambiarlas.	Cada seis meses
• Ventanas y puertas	Pintar	Cada año
• Videocaseterea	Sacudir por fuera y limpiar cabezas	Cada dos años
• Piso de la cocina	Pulirlo	Cada año
• Refrigerador	Descongelar	Cada quince días
• Estufa	Limpiar con ácido especial.	Cada quince días
• Muebles de madera	Barnizar y rezanar	Cada año
• Baño	Cambiar flotador	Según lo requiera
• Vidrios	Lavarlos	Cada mes
• Tinaco	Lavarlo y desinfectarlo con cloro	Cada mes
• Jardín	Podar el pasto	Cada mes
• Calentador	Quitar el sarro interior	Cada seis meses
• Patios	Barrerlos y lavarlos	Cada semana
• Cisterna	Lavarla y desinfectarla con cloro	Cada seis meses
• Fachada	Pintar pared y portón	Cada año

SERVICIO DE ROPA

- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Calendario de Actividades del Servicio
- ✓ Equipo y Materiales de Lavado

5.1 SERVICIO DE ROPA

OBJETIVO

Proporcionar la ropa limpia en el momento oportuno así como conservar las prendas en buenas condiciones siendo esto un elemento de bienestar.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proporcionar ropa limpia y en buenas condiciones
- Conocimiento de los materiales y equipo que se requiere para éste servicio.
- Conocimiento básico del tratamiento de prendas y desmanchado.

POLITICAS

- Se utilizará un calendario para el servicio de ropa, donde especifique el día y la hora en que el huésped lo requiera.
- El servicio de ropa se incluirá, en el pago efectuado cada mes.

El huésped que desee tomar el servicio deberá llevar a cabo lo siguiente:

- ⇒ Llenar un formato, especificando claramente el nombre, la hora y la carga de ropa que desee lavar.

- ⇒ Utilizar correctamente el equipo (lavadora, cubetas, cepillo, lavadero, plancha).
- ⇒ Debe de utilizar, el día que destinó para el lavado de la ropa.
- ⇒ Se responsabilizará al huésped de cualquier daño o avería que le haya hecho al equipo.
- ⇒ Deberá dejar en buen estado, el equipo después de utilizarlo.
- ⇒ Cada huésped deberá proporcionarse el material de lavado (jabón, detergente, suavitel) que necesite.

5.2 EQUIPO Y PRODUCTOS DE LAVADO

EQUIPO DE LAVADO	PRODUCTOS
Lavadora	Suavizante
Fregadero	Cloro
Cubetas	Jabón en barra
Recipientes para el agua	Detergente
Plancha	Blanqueador
Ganchos de ropa	Jabón en pasta
Pinzas	

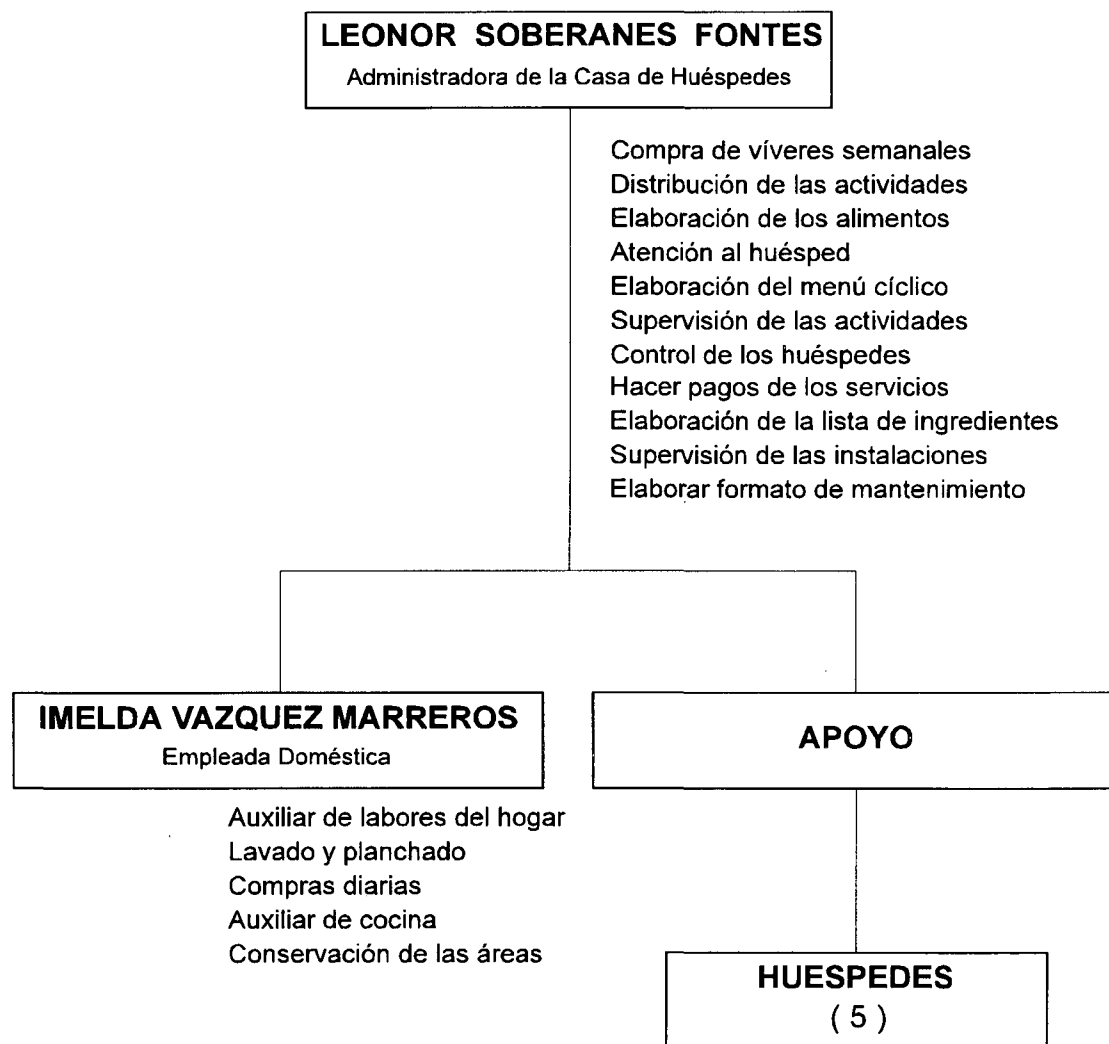
ORGANIZACION

1 PERSONAL DE SERVICIO

PERSONAL

- ✓ Objetivo, Reglas y Políticas
- ✓ Cualidades y Aptitudes
- ✓ Contratación, Salario y Capacitación
- ✓ Roles de las Actividades

1.1 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES DE LA CASA DE HUESPEDES



1.2 PERSONAL DE SERVICIO

OBJETIVO

Utilizar al elemento humano, para la organización de la casa de huéspedes.

Uno de los elementos importantes de la casa de huéspedes es la empleada de servicio, ya que de nada serviría tener las instalaciones más modernas y funcionales si no se mantienen en buen estado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la asignación de funciones como una herramienta fundamental.
- Describir todas las actividades que se asignaron y la periodicidad con las que se efectuarán.
- Evaluar las actividades que se realizan, para establecer una escala de sueldos y prestaciones.¹⁹

Actividades de limpieza de la Casa de huéspedes

- Barrer.
- Trapear.
- Sacudir.

¹⁹ Werther William, **Administración de Personal y Recursos Humanos**, pag. 15

- Asear Baños.
- Auxiliar en el servicio de alimentos.
- Lavar ropa.
- Compras.

La persona elegida para realizar estas actividades debe reunir las siguientes cualidades y aptitudes.

Cualidades	Aptitudes	Conocimientos
Cocinar	Labores del hogar	Primaria
Discreción	Buena presentación	Leer y escribir
Espíritu de servicio	Limpieza	conocimientos de matemáticas
Puntualidad		
Disponibilidad		

Modalidades:

Nombre: Imelda Vázquez Marreros.

Edad: 17 años

Horario: 8:00 A.m. a 6:00 P.m.

Perfil: Cualidades y aptitudes

Contratación: Se realizó una entrevista previa, donde se determinó la contratación, la fecha de iniciación de labores, horario, salario, prestaciones, obligaciones y derechos.

Salario: \$ 150.00. Ciento cincuenta pesos, semanales, incluyendo dos comidas diarias, (desayuno, comida, menos los domingos).

Horas libres: Domingos, días festivos, 1 de Mayo, 25 de Diciembre, 16 de Septiembre. Tiene derecho a vacaciones una vez al año.

Capacitación: La administradora de la casa es la persona destinada a proporcionar la capacitación adecuada a la empleada, enseñándole las costumbres que tienen en la casa como:

- Los procedimientos y métodos de limpieza.
- Productos de limpieza.
- Montaje de la mesa.
- Forma de sacudir las habitaciones.
- Periodicidad de cada actividad.

1.3 REGLAS PAAR LA CONTRATACION DEL PERSONAL DE LA CASA DE HUESPEDES

- Debe tener cartas de recomendación, de trabajos anteriores.
- Debe tener conocimientos en cuanto a la organización de una casa.
- Llenar al momento de su contratación un formato con todos sus datos personales.

- Debe capacitarse y conocer las costumbres y hábitos de la casa.
- Tendrá que llegar puntualmente de lunes a sábado.

POLITICAS PARA LA CONTRATACION DEL PERSONAL

- Si desea pedir permiso para salir avisar con anticipación.
- La empleada doméstica tomará los alimentos después de que los hayan tomado los huéspedes.
- La empleada doméstica podrá hacer uso del cuarto de servicio.

1.4 PERFIL DE PUESTOS

EMPLEADA DOMÉSTICA

A) PERSONALES	B) RELACIONES HUMANAS	C) EXPERIENCIA
<ul style="list-style-type: none"> • Limpia • Puntual • Honesta • Activa • Discreta • Ordenada • Honrada 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicial • Buenos modales • Capacidad para tomar decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas culinarias • Equipo y materiales de limpieza • Labores del hogar

1.5 ANALISIS Y DESCRIPCION DE PUESTOS

Nombre del Puesto: Administración y Organización General de la casa de huéspedes.

Area o sección: Planeación del menú, administración, organización, control y mantenimiento de la casa de huéspedes, elaboración de platillos, capacitación de los empleados, compras, elaboración de formatos.

Ubicación: Todas las áreas de la Casa de huéspedes.

Puesto Superior: Ninguno

Puesto Inferior: Auxiliar en Administración y Organización de la casa de huéspedes.

Fecha de Realización: 12 de Mayo de 1996.

Descripción Genérica

Es responsable de la administración de la casa de huéspedes. Planea, Organiza y Controla cada uno de los servicios (Recepción, Alimentos, Limpieza, Mantenimiento, Ropa).

Realiza la contratación del personal de servicio que se requiere. Así como las compras quincenales de los productos y alimentos.

Elabora los menús cíclicos que se requieren durante un mes.

Descripción Analítica

- Planear el menú del mes.
- Supervisar las actividades de limpieza diarias, semanales y eventuales.
- Comprar los víveres semanales.
- Atender directamente al huésped.
- Controlar y dirigir a los huéspedes.
- Efectuar el pago de los servicios mensualmente (agua, luz, teléfono)
- Recibir la mensualidad de cada huésped.
- Supervisar las instalaciones, cada 3 meses.
- Elaborar los formatos establecidos para llevar a cabo el control de la casa de huéspedes.

Nombre del Puesto: Auxiliar en Administración y Organización de la casa de huéspedes.

Area o sección: Mantenimiento, limpieza, supervisión de las áreas, preparación de alimentos, compras diarias, lavado y planchado de prendas.

Ubicación: Todas las áreas

Puesto Superior: Administración y Organización General de la casa de huéspedes.

Puesto Inferior: Ninguno.

Fecha de Realización: 12 de Mayo de 1996.

Descripción Genérica:

Es responsable de auxiliar en las labores domésticas a la administradora de la casa de huéspedes (limpieza y mantenimiento de las áreas, preparación de los alimentos, compras diarias). También cumple con las funciones de mantener y conservar en buen estado los muebles e instalaciones del lugar.

Realiza el lavado y desmanchado de la ropa de cama cada quince días.

Descripción Analítica:

- Realizar las compras diarias.
- Efectuar la limpieza de las áreas e instalaciones.
- Auxiliar en la preparación de los alimentos, diariamente.
- Supervisar periódicamente, todas las áreas e instalaciones para verificar su funcionamiento.
- Verificar constantemente, la alacena, almacén frío y seco, para sustituir los alimentos en mal estado.
- Efectuar el lavado y planchado de la ropa de cama de las habitaciones.
- Realizar el proceso de lavado y desmanchado de la ropa de cama.

1.6 ROLES DEL PERSONAL DE SERVICIO

ADMINISTRADORA DE LA CASA DE HUESPEDES

NOMBRE	ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
Leonor Soberanes Fontes Administradora de la casa de huéspedes.	• Preparación de los alimentos.	Diario
	• Barnizar los muebles de la sala.	Eventual
	• Limpieza de la cocina.	Diario
	• Supervisión de la limpieza de otras áreas.	Diario
	• Compras.	Cada semana
	• Mantenimiento de Interiores y exteriores.	Una vez por mes
	• Elaboración y preparación del menú cíclico.	Cada mes
	• Organización y distribución de las áreas.	Cada tres meses

EMPLEADA DOMESTICA

NOMBRE	ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
<p>Imelda Vázquez Marreros.</p> <p>Empleada doméstica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barrer todas las áreas de la casa de huéspedes. 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Trapear todas las áreas de la casa de huéspedes. 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Sacudir las superficies 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Moppear las superficies 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspirar las alfombras de las áreas. 	Cada tercer día
	<ul style="list-style-type: none"> • Tender las camas de las habitaciones. 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado de vidrios 	Cada 15 días
	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado de paredes 	Cada 15 días
	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado de trastes, del desayuno, comida, cena. 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Compras de los víveres. 	Cada semana
	<ul style="list-style-type: none"> • Regar las plantas 	Cada 3 días
	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de basura y depósito. 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Montaje de mesa para los servicios 	Diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar estufa 	Cada semana
	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar refrigerador 	Cada semana
<ul style="list-style-type: none"> • Lavado de ropa 	Cada semana	
<ul style="list-style-type: none"> • Planchado de ropa 	Cada semana	

DIRECCION

1 EVALUACION DEL DESEMPEÑO

1.1 SUPERVISION

La palabra “supervisión” se deriva de *super*, sobre y de *visum*, *supino de videre*, ver; implica por lo tanto, ver sobre, revisar, vigilar.²⁰

El supervisor tiene la finalidad de ver que las cosas se hagan como fueron ordenadas. De vigilar constantemente, de ordenar que se vuelva hacer lo que no este bien. De él dependerá la eficiencia de todos los elementos administrativos.

Las funciones del Supervisor son:

- Distribuir el trabajo
- Saber tratar al personal
- Calificar al personal
- Instruir al personal
- Recibir y saber tratar las quejas
- Hacer informes
- Mantener la disciplina

Así es que, la supervisión permite que todas las cosas se realicen como se planearon.

Enfocándose al servicio en la casa de huéspedes, la supervisión va ligado con la preocupación que tiene la administradora, por que los clientes tengan todo lo necesario para su bienestar, durante su estancia en el lugar.

²⁰ Reyes Ponce Agustín, **Administración Moderna**, pag. 432

La administradora es la responsable directa, de supervisar constantemente todas y cada una de las actividades que se realizan dentro de la casa de huéspedes, esto con el fin de proporcionar todos los servicios que requieren los huéspedes, como son los alimentos bien preparados a la hora determinada, la ropa de cama limpia cada semana, las áreas como baños, sala, comedor, y pasillos en buenas condiciones y limpios, el jardín podado. Y sobre todo un ambiente confortable donde el huésped pueda desempeñar sus actividades a gusto.

1.2 COMUNICACION

La comunicación se define como la transferencia de información del emisor al receptor, cuando la información es entendida por el receptor.

El propósito de comunicarse es realizar el cambio de ideas a través del lenguaje.

Para comunicarse correctamente se requiere de lo siguiente.



Emisor.

La comunicación se inicia con el emisor, quien tiene una idea o pensamiento, que posteriormente se transforma de tal manera que pueda ser entendido tanto por él como por el receptor.

Canal.

La información se transmite a través de un canal que vincula al emisor con el receptor. El mensaje puede ser oral o escrito.

Receptor.

Es quien recibe el mensaje.

En una empresa es esencial la comunicación para el funcionamiento interno, debido a que integra todas las funciones. Particularmente, la comunicación es necesaria para:

- a) Establecer y difundir las metas de una empresa.
- b) Desarrollar planes para la realización de los objetivos.
- c) Organizar recursos humanos y otros de manera eficiente.
- d) Seleccionar, desarrollar y evaluar a los miembros de la organización.
- e) Dirigir, motivar y crear un ambiente en el que las personas deseen contribuir.
- f) Controlar el desempeño de cada empleado.

En relación con la casa de huéspedes, la comunicación es la base para el éxito del lugar.²¹

Es por eso que es necesario que dentro de la casa de huéspedes, exista buena comunicación. Y la pauta la tendrá la administradora de la casa

²¹ Koontz Hamold Weihrinch, **Administración**, pag. 324

de huéspedes, ya que debe proporcionarle a los huéspedes confianza desde el momento de su ingreso.

También es indispensable la comunicación que se debe dar entre los empleados, especificándoles claramente las actividades que se deben desempeñar tanto diarias, mensuales, y periódicas. Así como cuales son sus derechos y obligaciones.

Otro aspecto importante es la relación entre los huéspedes, que con frecuencia cuando comparten las habitaciones, surgen problemas, como son la pérdida de alguna objeto personal, el abuso de confianza, el uso de aparatos de sonido o televisores en horas no apropiadas, la incompatibilidad de caracteres.

Ruta hacia una buena comunicación:

- Comprensión de lo que es el proceso de la comunicación, de la forma en que funciona, y de lo que impide que funcione en forma efectiva.
- Un análisis crítico de la comunicación dentro de la operación.
- Reconocimiento y definición de las deficiencias de la comunicación.
- La adquisición del conocimiento e información necesarios, de manera que puedan llevarse a cabo las mejoras.
- Poner en práctica lo necesario, a fin de mejorar la comunicación.

1.3 LIDERAZGO

Se entiende por Liderazgo a la capacidad de influencia que se ejerce en las personas, para que se esfuercen con buena disposición y entusiasmo hacia la consecución de metas grupales.²²

El Liderazgo encara primeramente una energía vital, si el jefe o directivo no tiene esta energía humana que vaya a influir en su persona, no se puede hablar de que es un líder.

Relación entre Liderazgo y Productividad

Es factor determinante sin duda, para lograr una verdadera cultura de productividad *el liderazgo*.

La productividad es primeramente una actitud ante la vida que puede lograrse sólidamente a través de las estrategias educativas adecuadas.

El primer promotor de la productividad es el líder, quien haciendo uso de su capacidad de influencia, va creando, a partir de su propia actuación, una atmósfera que invita a la productividad. El líder predica con el ejemplo.

Se debe hablar de una "cultura productiva", más que sistemas de productividad. Una cultura que se sustente en valores, que sea consiente, integral y que este animada por un líder, entendido como educador, como modelo de productividad, como quien mantiene una cultura organizacional que cotidianamente promueva, refuerce y de autoridad motivado hacia la excelencia y la calidad en todos los quehaceres de la empresa.

²² Siliceo Aguilar Alfonso, *Liderazgo para la Productividad en México*, pag. 114

Tipos de Liderazgo

Según White y Lippitt señalan dos tipos:

a) Estilo Autocrático:

- La determinación de políticas es realizada por el líder
- Las reglas y actividades son dictadas por la autoridad.
- El líder destina la tarea concreta que debe realizar cada persona.

b) Estilo Democrático:

- Procura que las políticas sean resultado de las discusiones de grupos.
- Obtiene una perspectiva de la actividad que va a realizar durante el periodo de discusión.
- Los miembros del grupo son libres de trabajar con los compañeros que escojan.

El verdadero líder es el que se da principalmente en el estilo democrático, admite una gran flexibilidad que va desde un mínimo de participación del grupo hasta un máximo, en que, no obstante, se conserva cierta autoridad, por el líder.

Habilidades y Talentos personales del Líder

- **Autoconfianza:** Capacidad para confiar en sí mismo, y en todo lo que realice.
- **Autoeducación:** Preparación y crecimiento profesional e intelectual.
- **Objetividad:** Ejerce un manejo real y objetivo de las situaciones que enfrenta.
- **Acertividad:** Se refiere concretamente a una conducta en la que el líder puede expresar y poner en claro y congruentemente sus ideas, pensamientos.
- **Firmeza:** Para dirigir a los demás se requiere de fortaleza emocional por parte del líder, es decir seguridad personal
- **Paciencia:** Significa saber escuchar y esperar a las personas. Así como controlar las situaciones difíciles.
- **Modestia:** Actuar con sencillez y humildad es hacer buen uso del poder.
- **Retroalimentación:** Aprender de los demás y expresar las ideas.

Habilidades y Talentos con los demás

- **Comunicación:** Intercambio de ideas y experiencias por medio del diálogo.
- **Consideración hacia los demás:** Respetar y valorar las opiniones de las otras personas sin importar niveles económicos, raza, religión.

- *Convencimiento*: Por medio de la razón y de manera educada.
- *Sinceridad y Transparencia*: A través de una conducta sincera y transparente que refleje el líder se podrá percibir un ambiente de bienestar.
- *Empatía*: Capacidad de identificares con los demás.
- *Delegar*: Es confiar en la realización de una tarea dotando a la persona que lo efectúe de confianza y apoyo.

En relación a la casa de huéspedes, es la administradora la que ejerce el papel de líder, demostrando con su ejemplo el respeto que se le debe a la casa.

Es necesario reconocer que ser líder implica ser educador en ciertas circunstancias, escuchar a las personas que la rodean, crear un equipo de trabajo en el que todos alcancen los objetivos que se planearon, ser algunas veces orientador y contar con el don de influenciar y convencer a las demás personas, por medio de la sinceridad y la razón.

1.4 MOTIVACION

Es un término general que se aplica a todo tipo de impulsos, deseos, necesidades, aspiraciones y fuerzas similares. Es decir que cuando los gerentes motivan a sus subordinados esperan que actúen de manera que se cumplan los objetivos de la empresa.

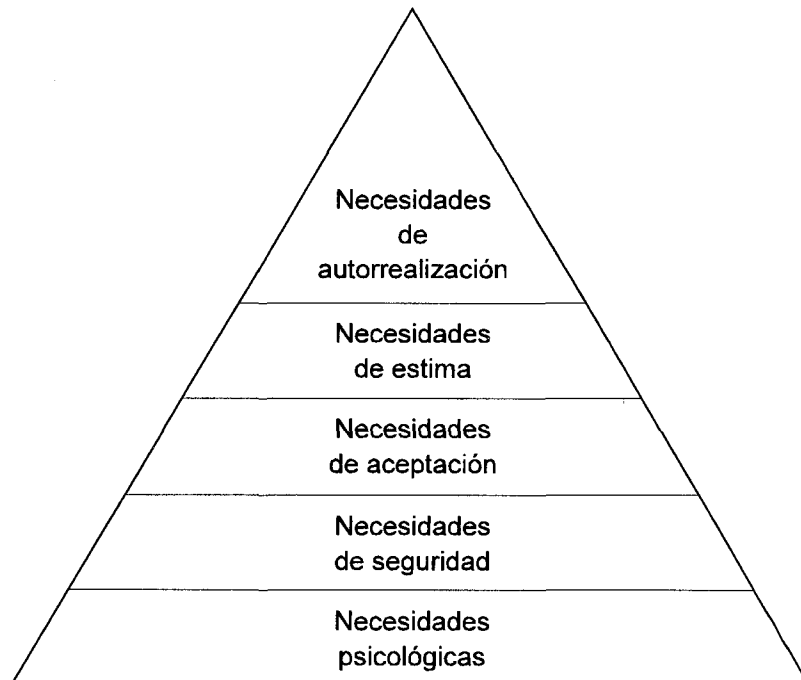
Una persona puede sentirse motivada por el deseo de adquirir algún bien, o alcanzar un objetivo determinado. Para ello requiere de un *motivador* que inducirá al individuo a actuar para obtener lo que desea.

Por lo tanto un *motivador* es algo que influye en la conducta del individuo. Es el factor decisivo de lo que hace la persona.

En la empresa el gerente se preocupará por lo motivadores que deberá emplear y ser ingenioso en su uso.

Una de las teorías más conocidas, es la Jerarquía de Necesidades desarrollada por Abraham Maslow.

Maslow tomó las necesidades humanas en forma de jerarquía, que asciende desde el nivel más bajo al más alto.



- *Necesidades Fisiológicas*: Son las necesidades básicas para mantener la vida humana como el alimento, agua, abrigo, y sueño.
- *Necesidades de Seguridad*: Estado libre de daños físicos, y el temor de la pérdida de empleo, propiedad, alimento o abrigo.

- *Necesidades de Aceptación*: En la sociedad, pertenecer a algún grupo.
- *Necesidades de Estima*: Produce satisfacciones como poder, prestigio, estatus.
- *Necesidades de autorrealización*: Deseo de autorrealización personal.²³

Este autor asegura que mientras no se cubra, al menos sustancialmente, los motivos de una necesidad inferior, no puede pensarse en satisfacer los motivos superiores.

En relación a la casa de huéspedes este punto ocupa un lugar importante, en lo que se refiere a las personas que están a cargo de la administradora de la casa, como es la empleada doméstica, ya que motivación no se refiere solamente a incentivos económicos, si no a reconocer el trabajo de las demás personas.

Es así como debe reconocerse constantemente, el desempeño que realizan los empleados. Ya sea proporcionándoles algo que necesiten por ejemplo artículos para su hogar, objetos personales, días libres o incentivos económicos.

Todo esto con el fin de mantener al personal motivado, para que siga desempeñando su trabajo, en un ambiente confortable.

1.5 CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

Es la que se da sobre conocimientos que serán aplicables dentro de un puesto determinado.²⁴

²³ Koontz Hamold Wehrinch, *Administración*, pag. 456

Se capacita no solo para buscar la productividad del hombre, sino para hacerlo mas productivo, lograr mejoras en los procesos y en general en todos los recursos que el hombre maneja.

Capacitar es una responsabilidad social de la empresa y el compromiso de cada líder con su equipo de trabajo.

La Capacitación tiene varios propósitos entre los que se encuentran:

- Capacidad para resolver los problemas
- Inducción y Orientación del personal nuevo.
- Actualizar conocimientos y habilidades.

Se debe lograr el compromiso profundo para que el personal haga las cosas bien desde el principio, esta es una de las metas fundamentales.

Beneficios de la Capacitación

- Incrementa la productividad.
- Reduce el tiempo de aprendizaje en lo que se capacita.
- Reduce el ausentismo de las personas.
- Disminuye los accidentes de trabajo.
- Reduce la rotación del personal.

²⁴ Reyes Ponce Agustín, **Administración Moderna**, pag. 104

Adiestramiento

La palabra adiestramiento es muy exacta, significa “adquirir destreza”.²⁵

Se adiestra al empleado para proporcionarle conocimientos prácticos sobre las actividades de trabajo que la empresa desea que realice.

Se aplica aún en el supuesto caso de que el trabajador posea capacidades sobre lo que va a desempeñar.

La obligación de capacitar y adiestrar fue reglamentada oficialmente por el Diario Oficial de la Federación, con fecha del 28 de Abril de 1978, entrando en vigor en el mes de Mayo de ese mismo año.

²⁵ Reyes Ponce Agustín, **Administración Moderna**, pag. 115

CONTROL

- ✓ Formato de Compras
- ✓ Formato de Almacén Frío
- ✓ Formato de Almacén seco
- ✓ Formato para el Servicio Telefónico
- ✓ Formato para el Huésped de Nuevo Ingreso

1.1 CONTROL

El control administrativo es un esfuerzo sistemático para fijar niveles de desempeño con objetivos de planeación para diseñar los sistemas de retroalimentación de la información, para comparar el desempeño real con los niveles predeterminados, para establecer si hay desviaciones y medir su importancia, y para tomar las medidas tendientes a garantizar que todos los recursos de la empresa se utilicen en la forma más eficaz y eficiente posible en la obtención de los objetivos organizacionales.

IMPORTANCIA

El motivo por el cual se requiere tener el control en alguna empresa, es vigilar el avance y corregir los errores. Pero no sólo eso, el control ayuda también a los administradores a hacer el seguimiento de los cambios ambientales y las repercusiones que tiene en la organización.

1.2 FORMATOS DE CONTROL

FORMATO PARA PRESUPUESTAR LAS COMPRAS

Objetivo: Detallar claramente la cantidad, marca y el artículo que se desea adquirir, tomando en cuenta el presupuesto que se tiene.

FECHA			199/
ARTICULO	CANTIDAD	MARCA	PRECIO UNITARIO

FORMATO PARA LA RECEPCION DE LOS PRODUCTOS

FECHA	ARTICULO	CANTIDAD	PROVEEDOR

FIRMA DE RECIBIDO

RECIBO MENSUAL DE LOS HUESPEDES

NUMERO DE FOLIO _____	FECHA _____
NOMBRE _____ _____	
SERVICIOS: ALIMENTOS LAVADO DE ROPA LIMPIEZA	OBSERVACIONES:
TOTAL _____	
FIRMA _____	

FORMATO DE LOS DATOS PERSONALES DE LOS EMPLEADOS

NOMBRE	EDAD	DIRECCION	TELEFONO	ESCOLARIDAD

FORMATO PARA EL CONTROL DEL TELEFONO

FECHA	NOMBRE	TELEFONO	LUGAR

FORMATO PARA LA CAPACITACION DE EMPLEADOS

Semestral						
						1995 / 199
Servicios						
Limpieza de todas las áreas de la casa de huéspedes						
Mantenimiento de las áreas						
Limpieza de la cocina						
Lavado y planchado de las prendas						
Conocimientos						
Leer y escribir						
Matemáticas básicas						

FORMATO PARA EL HUESPED DE NUEVO INGRESO

FORMATO PARA EL HUESPED	
Nombre:	_____
Edad:	_____
Procedencia:	_____
Dirección:	_____
Teléfono:	_____
Ocupación:	_____ Empresa/Institución _____
Dirección:	_____
Teléfono	_____
en caso de emergencia comunicarse con:	

Teléfono:	_____
Firma:	_____

DATOS PERSONALES DE LOS EMPLEADOS

Nombre	Edad	Dirección	Tel	Escolaridad	Datos familiares

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera, a través de las investigaciones, encuestas y estadísticas, se recopiló la información importante sobre el servicio que brindan las casas de huéspedes registradas en la ciudad de Puebla.

De lo anterior, parte hacia la investigación individual, de una casa de huéspedes en donde se encontró la siguiente información.

En este trabajo recepcional se demostró que el manejo administrativo en una casa de huéspedes, requiere de mucha atención y dedicación, para proporcionar un servicio con calidad a los huéspedes.

Es importante que todas y cada una de las personas que se encargan de la administración de una casa de huéspedes, hagan conciencia de que se trata de una pequeña empresa, y como tal, debe ser su servicio. No conformarse con satisfacer las necesidades primarias de los huéspedes, sino proporcionar un ambiente agradable y de bienestar con servicios de calidad.

Cada uno de los servicios contribuyen a la satisfacción del huésped, por ello que se sugieren métodos básicos, para facilitar el manejo de éstos.

El proceso administrativo juega dentro de este proyecto un papel importante, ya que se necesita de una buena planeación, organización, dirección y control en cada uno de los servicios.

Es necesario que para que una pequeña empresa marche bien, dependa de la persona al frente de ella, no olvidándose del aspecto humano de cada una de las personas que vivan en la casa, de eso dependerá el éxito o fracaso que tenga como establecimiento de hospedaje.

Al respecto se han diseñado formas y procedimientos básicos, para llevar a cabo la administración correcta del lugar.

ANEXOS

- A) ENCUESTA
- B) GRAFICAS

ANEXOS

A) ENCUESTA

OBJETIVO: Detectar mediante los resultados arrojados de esta encuesta, las deficiencias que tienen algunos de los servicios que brindan las casas de huéspedes.

Marca con una cruz, la opción que elijas.

1.- ¿Por qué elegiste vivir en una casa de huéspedes?

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Comodidad | <input type="checkbox"/> Ambiente familiar |
| <input type="checkbox"/> Seguridad | <input type="checkbox"/> Cerca de la Universidad |
| <input type="checkbox"/> Economía | <input type="checkbox"/> Trato de las personas encargadas de la pensión |

Otros motivos _____

2.- ¿En que rango ubicas el tiempo que tienes viviendo en la casa de huéspedes ?

- De 1 a 30 días
- De 30 a 90 días
- De 90 días al año
- De 1 a 3 años
- De 3 años en adelante

3.- ¿Qué tipo de servicio te ofrece la casa de huéspedes donde vives?

- Alimentos/limpieza
- Alimentos /Servicio de ropa
- Hospedaje
- Alimentos/Servicio de ropa/Servicio de limpieza

Otros como _____

4.- ¿Cómo consideras el servicio en general?

Bueno Deficiente Regular

Porqué _____

5.- ¿Te sientes a gusto viviendo en una casa de huéspedes?

Sí No

Porqué _____

6.- ¿Cómo es el trato de las personas encargadas de la casa de huéspedes?

Bueno

Regular

Malo

Porqué _____

7.- ¿Dentro de que rango se encuentra la cantidad que pagas en la pensión donde vives?

De \$400 a \$600 pesos

De \$601 a \$800 pesos

De \$801 a \$1000 pesos

Más de \$1000 pesos

8.- ¿En que condiciones se encuentran las instalaciones de la casa de huéspedes (recamaras, baños, comedor)?

Óptimas

Funcionales

Pésimas

Porqué _____

9.- ¿Qué te gustaría que tuviera la casa de huéspedes?

Mejor atención

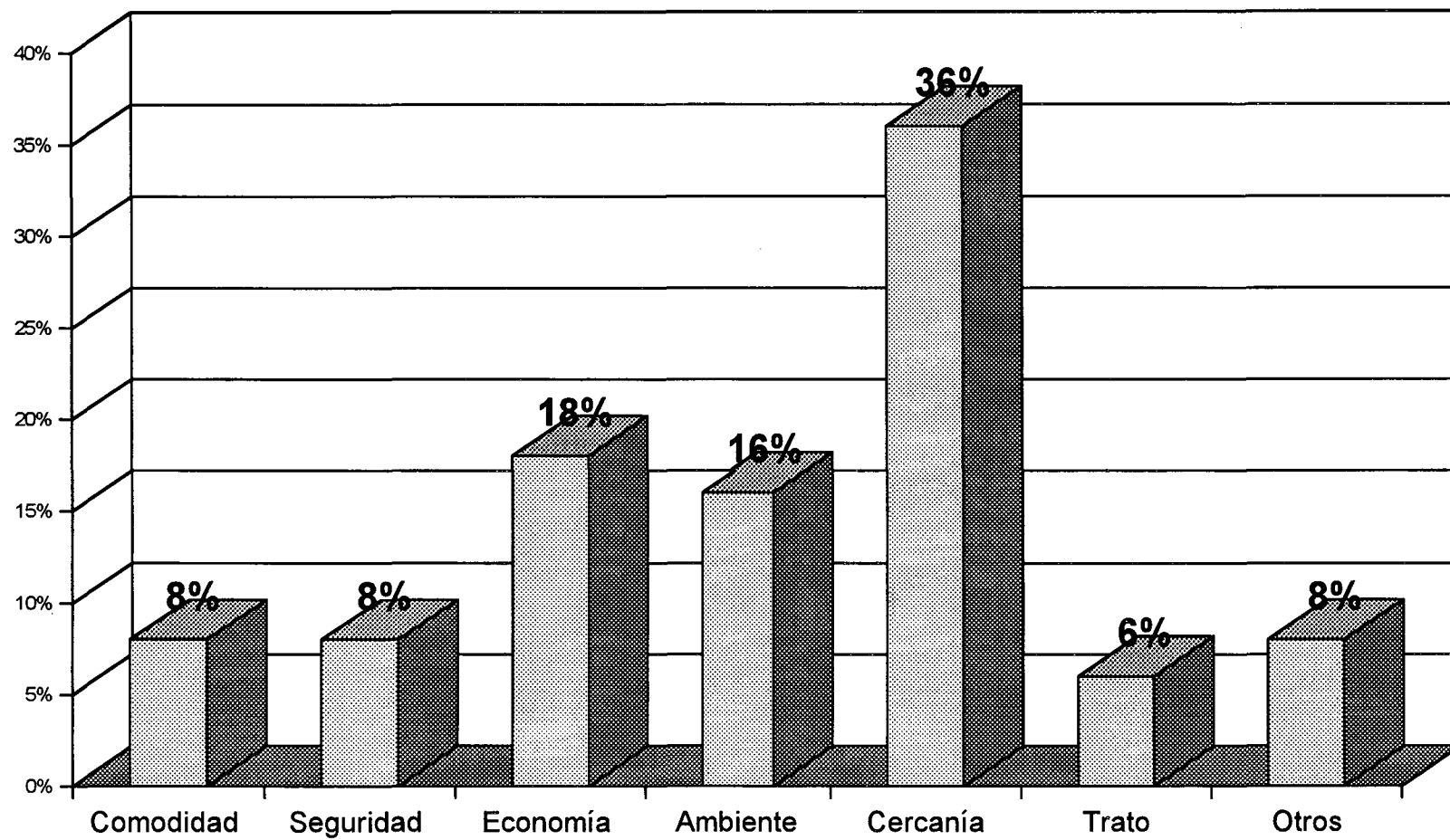
Otras instalaciones

Mejores servicios

Otros servicios como _____

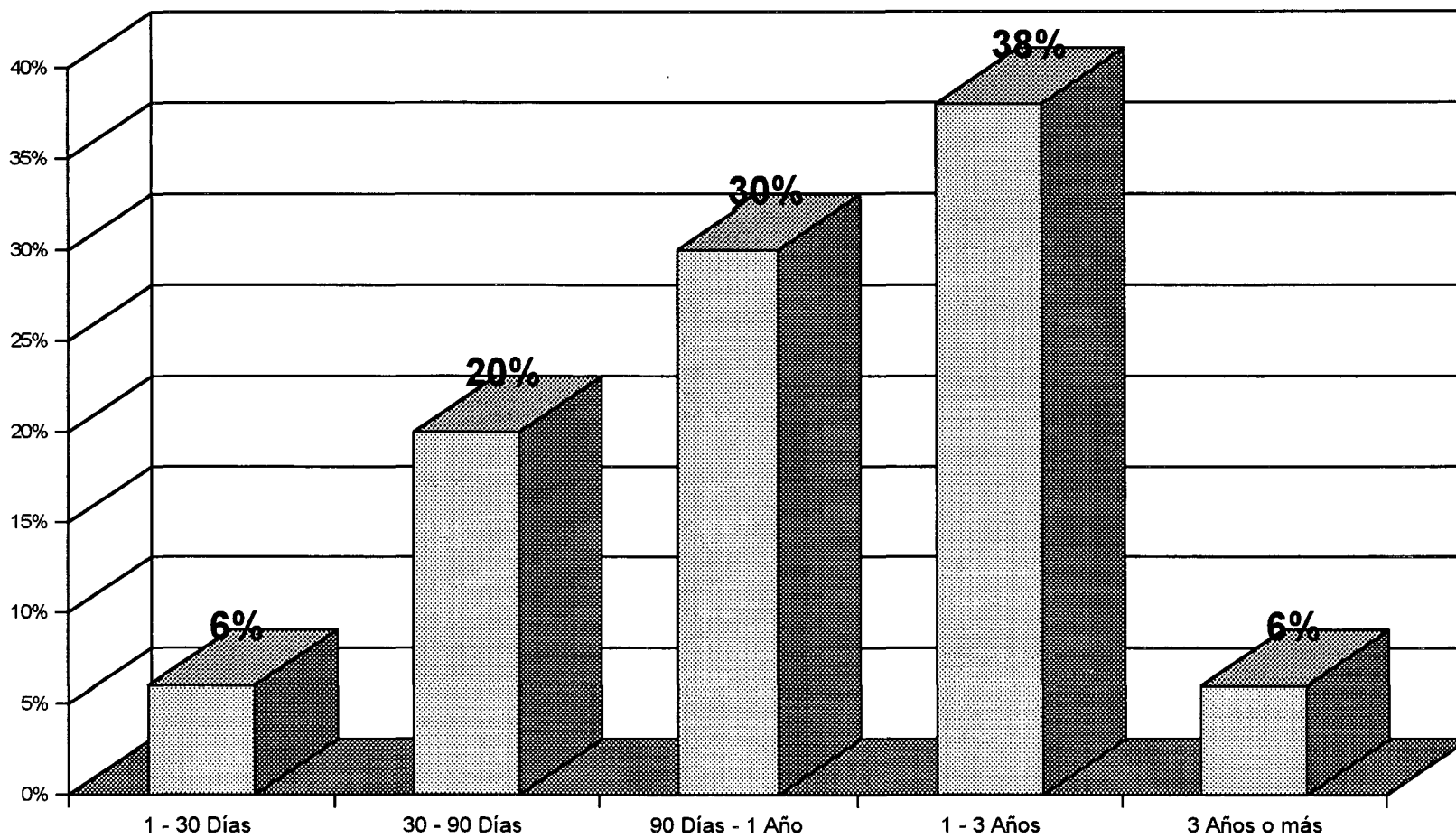
PREGUNTA 1

¿Porqué elegiste vivir en una casa de huéspedes?



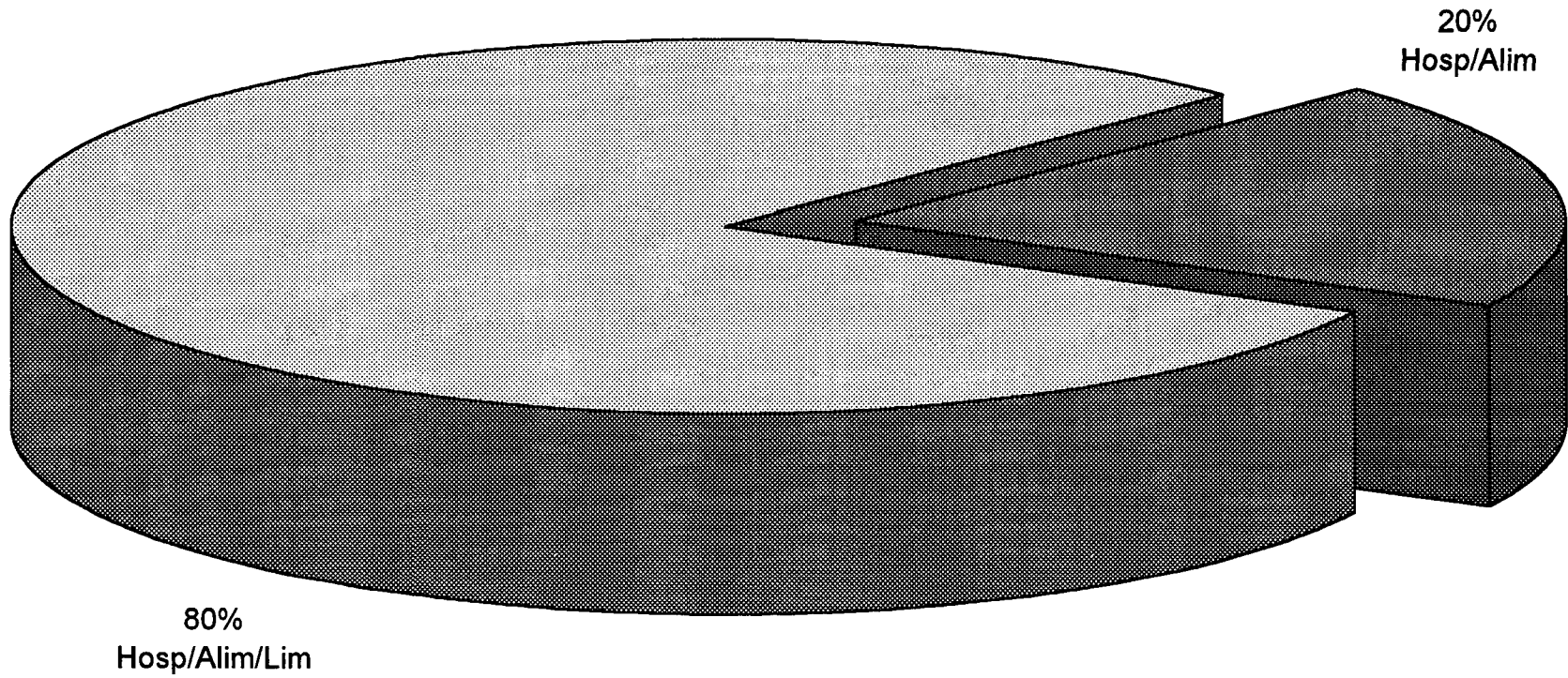
PREGUNTA 2

¿En qué rango ubicas el tiempo que tienes viviendo en la casa de huéspedes?



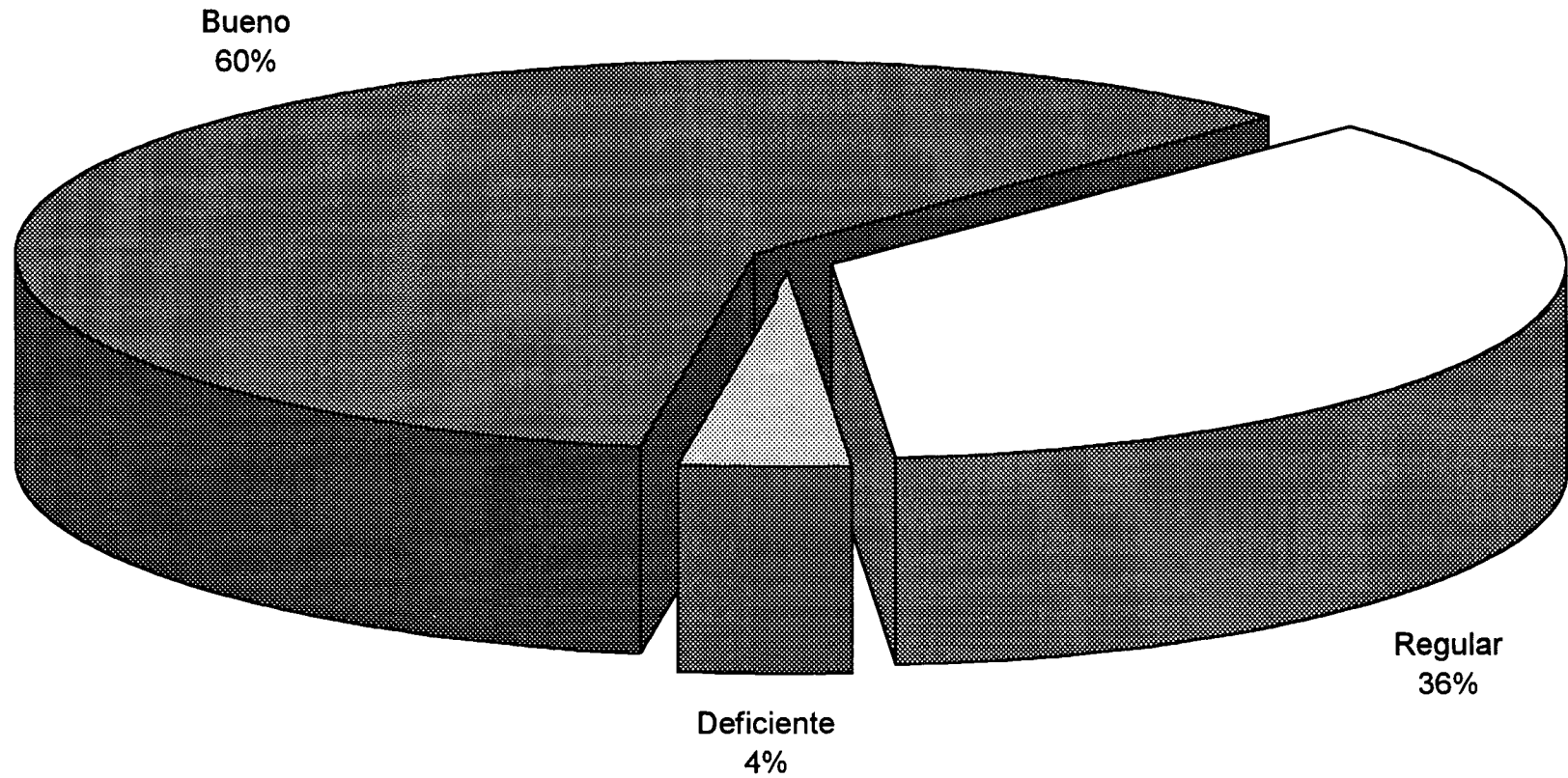
PREGUNTA 3

¿Qué tipo de servicio te ofrece la casa de huéspedes donde vives?



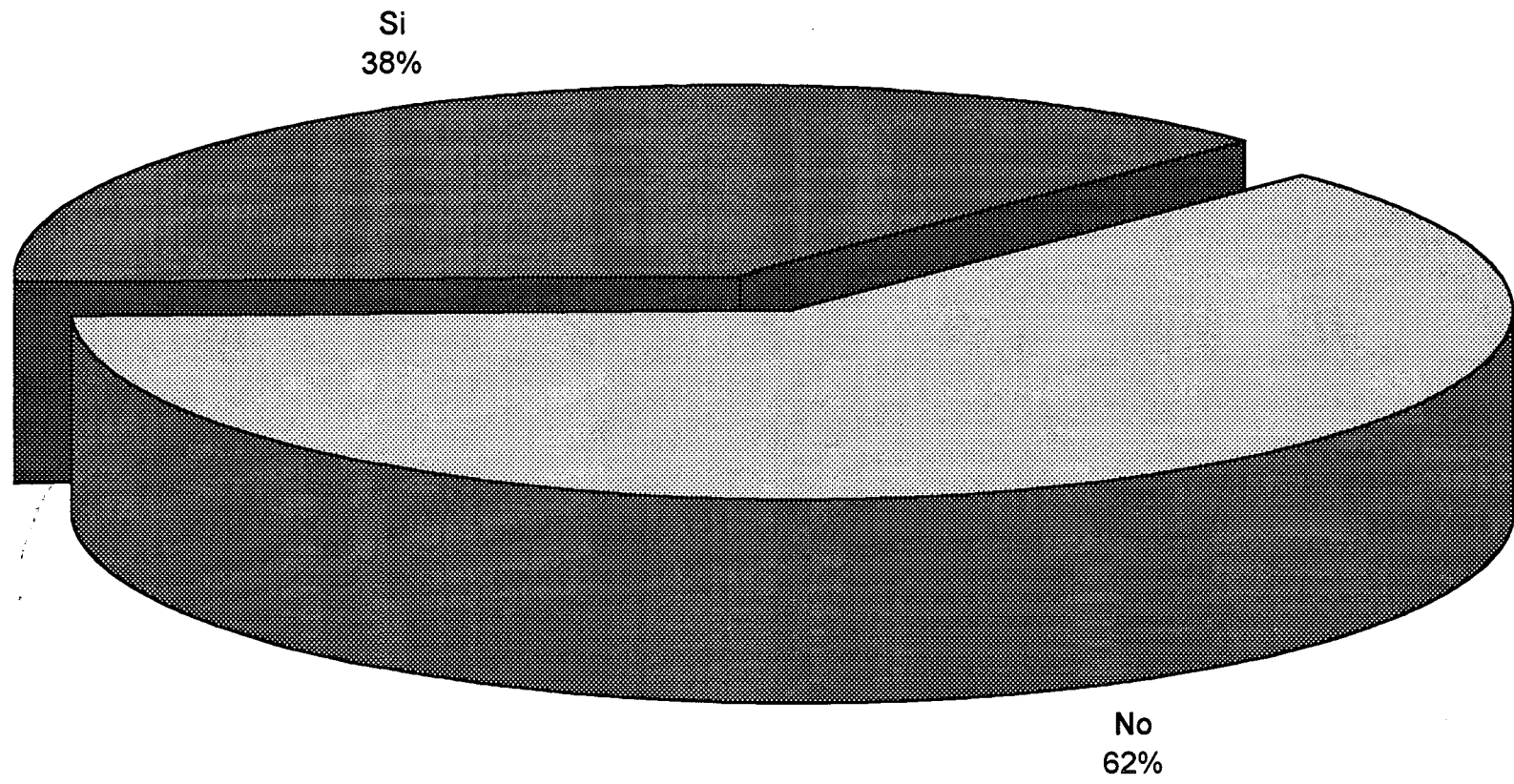
PREGUNTA 4

¿Cómo consideras el servicio en general?



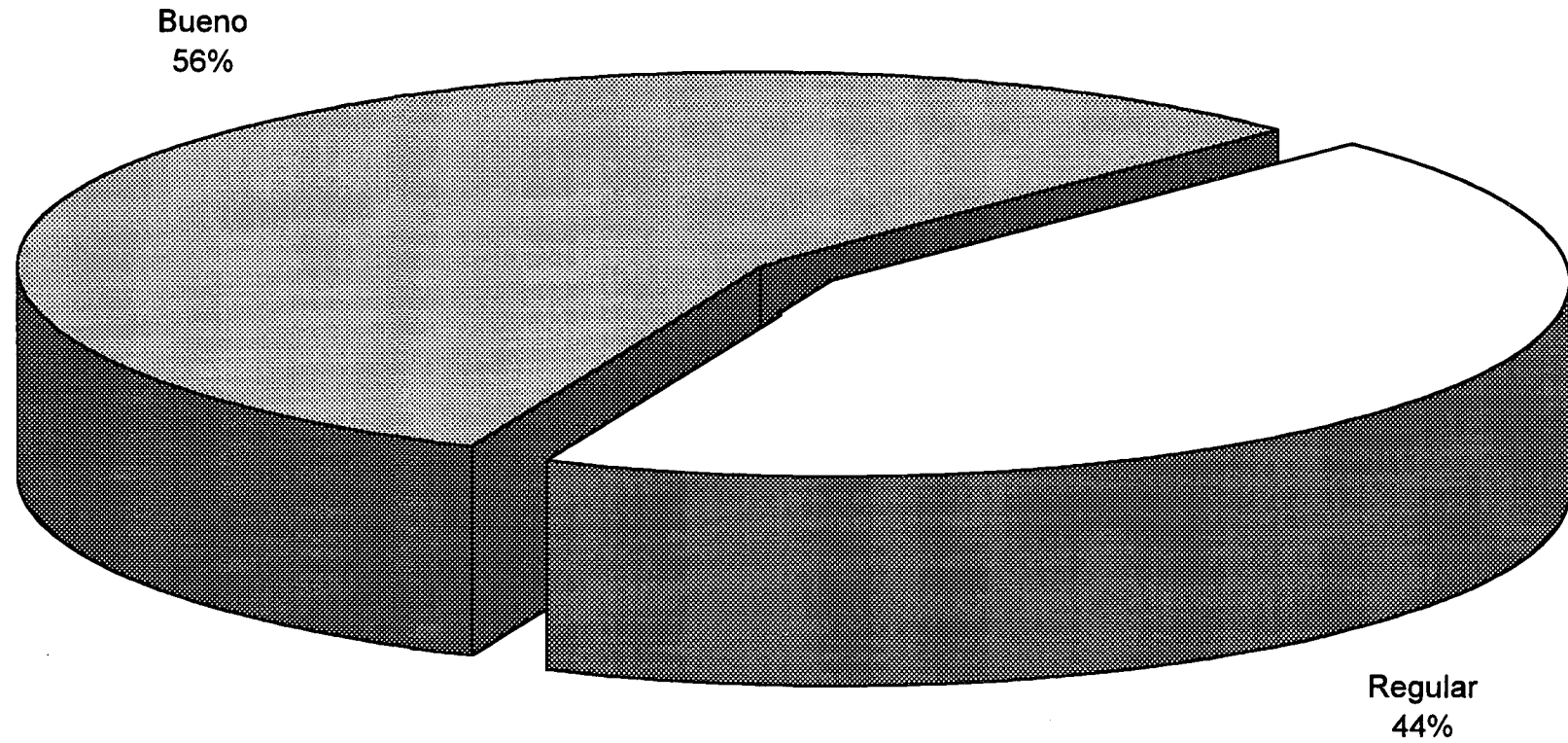
PREGUNTA 5

¿Te sientes a gusto viviendo en una casa de huéspedes?



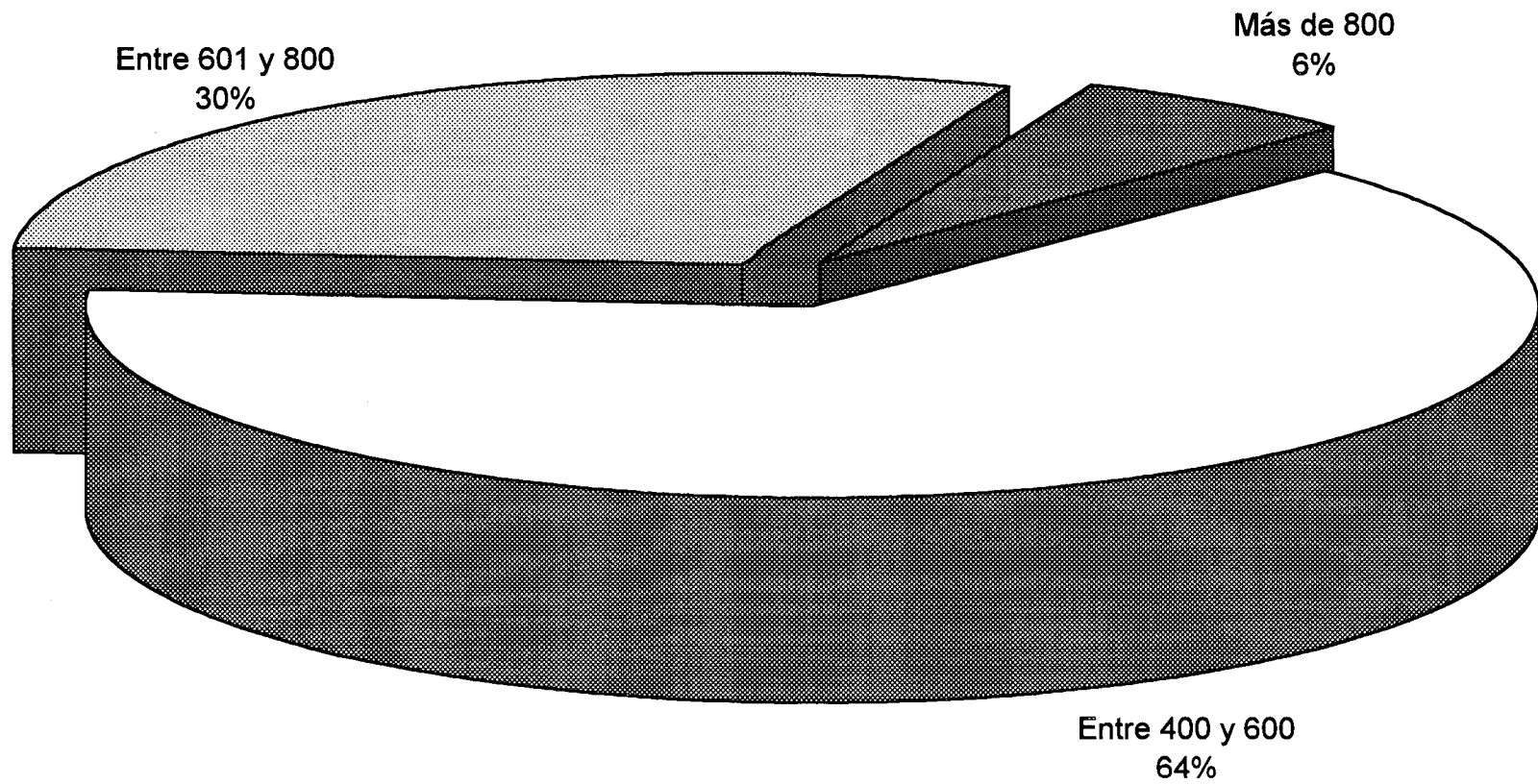
PREGUNTA 6

¿Cómo es el trato de las personas encargadas de la casa de huéspedes?



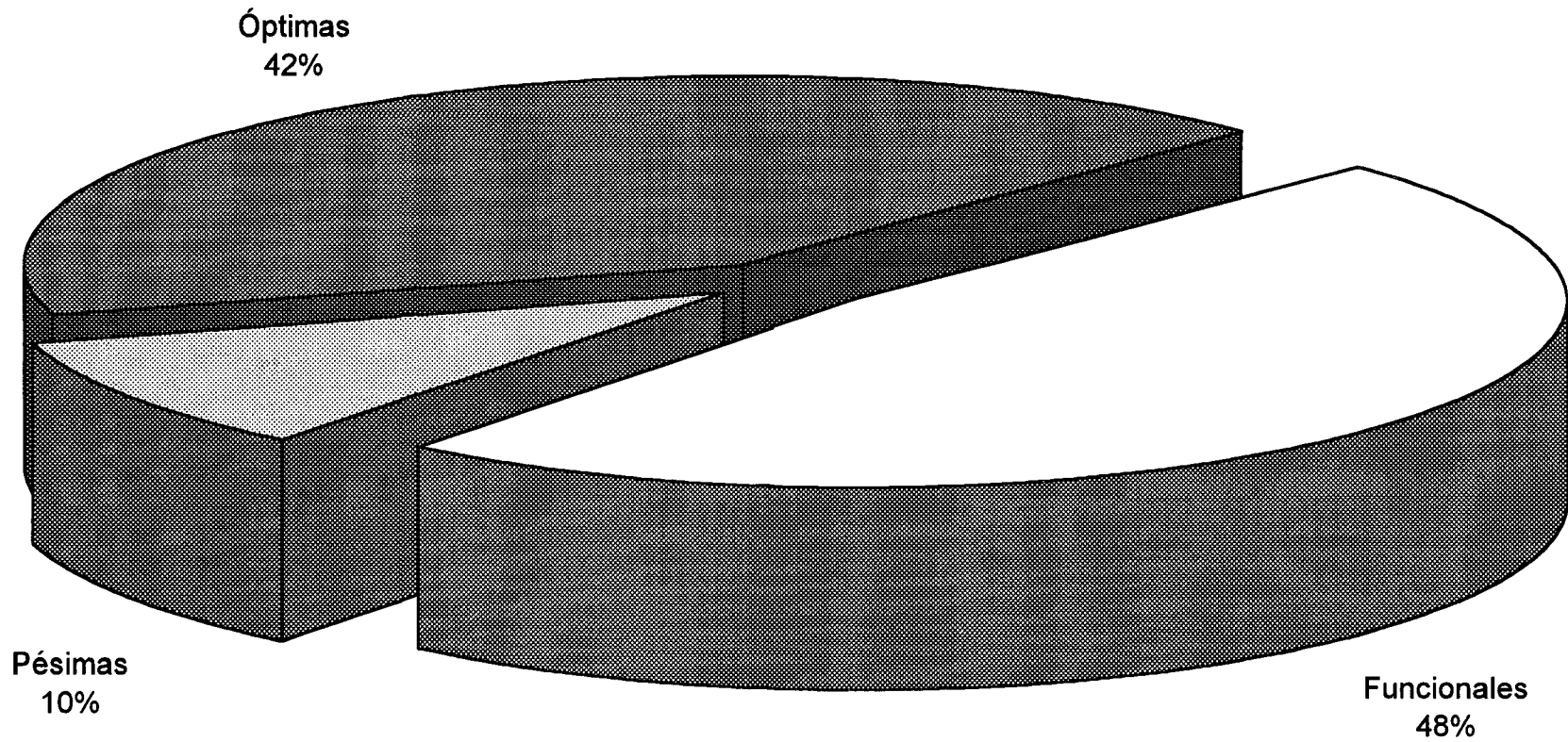
PREGUNTA 7

¿Dentro de qué rango se encuentra la cantidad que pagas en la casa de huéspedes donde vives?



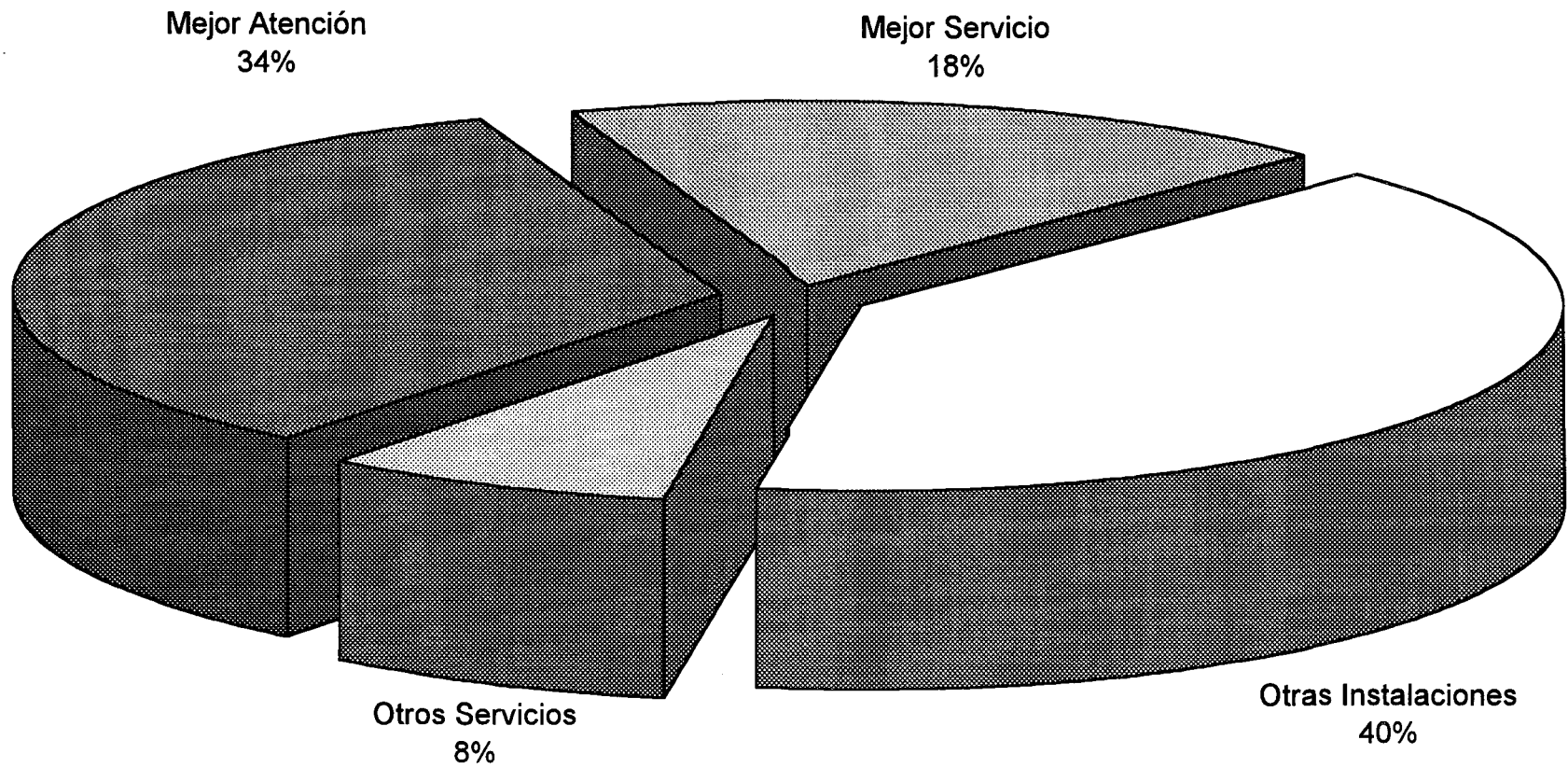
PREGUNTA 8

¿En qué condiciones se encuentran las instalaciones de la casa de huéspedes?



PREGUNTA 9

¿Qué te gustaría que tuviera la casa de huéspedes?



BIBLIOGRAFIA



BIBLIOGRAFIA

ABRIEGA COBRA, MARCOS ENRIQUE / ARNALDO ZWARG, FLAVIO. *“Marketing de Servicio”*. Editorial Mc. Graw Hill. México 1991.

ALBERTCH, KARL. *“La Revolución del Servicio”*. Fondo Editorial Legis. Bogotá, Colombia 1990.

ALBERTCH, KARL. *“Servicio al Cliente Interno”*. Editorial Paidós. México 1992.

BAEZ CASILLAS, HUMBERTO / BAEZ CASILLAS, SIXTO. *“Servicio de Huéspedes”*. Serie para Capacitación y Adiestramiento en Hotelería. Editorial Casillas.

BARRAGAN DEL RIO, LUIS. *“Hotelería”*. Editorial Continental. México 1985.

COMBLENCÉ LEONIE, LAMBERTINE. *“Técnica Hotelera”*. Editorial C.E.C.S.A. México 1992.

DESATNICK L., ROBERT. *“Como Conservar a su Clientela”*. Editorial Legis. México 1989.

E.S.D.A.I. *“Manual Hogar y Familia”*.

FISCHER, LAURA. *“Investigación de Mercado”*. Editorial Mc. Graw Hill.

FOSTER L., DENNIS. *“Introducción a la Industria de la Hospitalidad”*. Editorial Mc. Graw Hill.

GINEBRA, JOAN / ARANA DE LA GARZA, RAFAEL. “*Dirección por Servicio*”. Editorial Mc. Graw Hill. México 1991.

HOROVITZ, JACQUES. “*La Calidad del Servicio*”. Tomo III. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá, Colombia.

MARTIN RAMOS, FERNANDO. “*Enciclopedia de Hotelería y Turismo*”. Tomo III. Editorial Continental.

Mc. CANN, RON. “*El Placer de Servir con Calidad*”. Editorial Pax. México 1991.

NORIEGA COBRA, MARCOS ENRIQUE / ARNALDO ZWARG, FLAVIO. “*Marketing de Servicio*”. Editorial Mc. Graw Hill. México 1991.

OBREGON GONZALEZ, LUIS. “*México Viejo*”. Editorial Offset.

REITHMAN A., VALARIE / A. PARASORAMAN Y LEONARD L. “*Calidad Total en la Gestión de los Servicios*”. Berry Editorial Diaz de Santos S.A. Madrid, España 1993.

REYES PONCE, AGUSTIN. “*Administración Moderna*”. Editorial Trillas. México 1987.

SCHOLZ, WILLIAM. “*Administración de Hoteles y Moteles*”. Editorial C.E.C.S.A. México 1991.

SILICEO AGUILAR, ALFONSO. “*Liderazgo para la Productividad en México*”. Editorial Limusa. México 1992.

VALENCIA NOVO, GERARDO. “*Diccionario General de Turismo*”. Editorial Diana.