

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



“Propuesta de mejora para el proceso registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta Hotel Cusco-2024”

**Trabajo de Investigación
Para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

**Maestro en
Administración de Negocios**

Autora:
Bachiller Monzón Canal, Kris Maghaly

Docente Guía:
Mag. Cabellos Barboza, Enrique Alejandro

TACNA – PERÚ

2024

9%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor o autores” Escuela de posgrado Newman.

INDICE:

INDICE:.....	3
INDICE DE TABLAS:	8
INDICE DE FIGURAS:.....	9
ÍNDICE DE ANEXOS:.....	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
1. Capítulo I: Antecedentes del Estudio	15
1.1 Título del Tema.....	15
1.2 Planteamiento del Problema.....	15
1.3 Objetivos de la Investigación	17
1.3.1 Objetivo General.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Metodología.....	18
1.4.1 Diseño de Investigación.....	18

1.5	Justificación	26
1.5.1	Justificación Teórica	26
1.5.2	Justificación Metodológica	31
1.5.3	Justificación Práctica	33
1.6	Definiciones	34
1.6.1	Hotel:	34
1.6.2	Área de Recepción:	34
1.6.3	Registro de Huéspedes	35
1.6.4	Tecnología Móvil	35
1.6.5	Código QR.....	36
1.6.6	Calidad	36
1.7	Alcances y Limitaciones	36
1.7.1	Alcances:	36
1.7.2	Limitaciones:.....	37
2	Capítulo II - Marco teórico	39
2.1	Estudio del Arte	39
2.2	Conceptualización	40

2.2.1	Hotel:	40
2.2.2	Área de Recepción:	47
2.2.3	Registro Huésped.....	48
2.2.4	Tecnología Móvil	57
2.3	Importancia.....	66
2.3.1	Importancia de los Procesos en la Actividad Hotelera.....	66
2.3.2	Importancia del Proceso Check-In o Registro Huésped en Hotelería. 67	
2.3.3	Importancia de la Tecnología incluyendo códigos QR, en el proceso de check-in o registro de huéspedes en una empresa hotelera.	68
2.4	Análisis Comparativo:	69
2.5	Análisis Crítico:.....	72
3	Capítulo III - Marco Referencial.....	74
3.1	Reseña Histórica	74
3.2	Filosofía Organizacional	75
c)	Misión	75
a)	Visión.....	75

b)	Valores	76
3.3	Diseño Organizacional.....	79
c)	Organigrama de la Empresa	79
d)	Descripción del Organigrama.....	79
3.4	Productos y/o Servicios:	80
3.5	Diagnóstico Organizacional/Sectorial:	81
4	Capítulo IV: Resultados.....	86
4.1	Marco Metodológico	86
4.2	Diagnóstico.....	88
e)	Análisis de los Procedimientos y Metodologías.....	90
a)	Proceso para Registro en el Hotel y las Expectativas del Huésped	92
b)	Tiempo promedio del registro de huéspedes	93
f)	Resultados de la Observación de la Ejecución del Proceso	98
g)	Encuesta de los Huéspedes.....	100
4.2.1	Problemáticas Identificadas.....	106
4.3	Diseño de la Mejora del Proceso de Check-in o registro huésped con Integración de Códigos QR.....	109

4.3.1	Objetivos.....	109
4.3.2	.Estrategias.....	110
4.3.3	Actividades	111
4.3.4	Cronograma.....	113
4.3.5	Presupuesto Estimado.....	114
4.4	Mecanismos de Control	116
4.4.1	Análisis Beneficio-Costo	121
5	Capítulo V: Conclusiones y Sugerencias	123
	Conclusiones.....	123
	Recomendaciones.....	125
	Bibliografía	127
	Anexos	130

INDICE DE TABLAS:

Tabla N° 1: Presupuesto de Inversión para la implementación de la propuesta.....	76
Tabla N° 2: Análisis beneficio-costos.....	80
Tabla N° 3: Proceso de registro huésped.....	89
Tabla N° 4: Impacto del chek in en otras áreas del Hotel Sonesta.....	89
Tabla N° 5 Cronograma.....	111
Tabla N° 6 Presupuesto	111
Tabla N° 7 Análisis beneficio-costos.....	117

INDICE DE FIGURAS:

Figura 01: Tiempo de espera promedio para el Registro.....	67
Figura 02: Eficiencia en la Atención del personal del área de Registro.....	68
Figura 03: Facilidad del proceso de Registro.....	70
Figura 04: Comunicación del Personal del área de Registro.....	71
Figura 05: Nivel de Satisfacción de los huéspedes al proceso de Registro....	72
Figura 06: Mapa de proceso de Chek in o registro huésped.....	87

ÍNDICE DE ANEXOS:

ANEXO N° 01: Ficha de encuesta

ANEXO N° 02: Ficha de registro huésped

ANEXO N° 03: Comentarios de reputación del Huésped

ANEXO N° 04: Ficha de Observación

RESUMEN

El proceso de registro en Sonesta Hotel Cusco presenta un nivel de insatisfacción considerable entre los huéspedes, evidenciado por tiempos de espera prolongados (40% de huéspedes con más de 15 minutos de espera), experiencias negativas en la atención del personal (52%) e incomodidades en el proceso (40%).

Esta situación genera una experiencia negativa al llegar al hotel, lo que afecta la percepción del establecimiento y la satisfacción del cliente. Para abordar esta problemática y mejorar la eficiencia del proceso, se propone la implementación de un aplicativo móvil con códigos QR como parte del proceso de check-in. Esta solución innovadora permitirá una experiencia más fluida y sin contacto, reduciendo significativamente los tiempos de espera y brindando una experiencia más rápida, cómoda y atractiva para los huéspedes.

En definitiva, la implementación del aplicativo móvil transformará el proceso de check-in en Sonesta Hotel Cusco, brindando una experiencia superior a los huéspedes y optimizando el trabajo del colaborador. Esto se traducirá en una mayor satisfacción del cliente, una mayor eficiencia operativa y un mejor posicionamiento del hotel en el mercado.

Palabras clave: Procesos, registro de huéspedes, hotelería, código QR.

ABSTRACT

The registration process at Sonesta Hotel Cusco presents a considerable level of dissatisfaction among guests, evidenced by long waiting times (40% of guests waiting more than 15 minutes), negative experiences in the attention of the staff (52%) and discomfort in the process (40%).

This situation generates a negative experience when arriving at the hotel, which affects the perception of the establishment and customer satisfaction. To address this problem and improve the efficiency of the process, the implementation of a mobile application with QR codes is proposed as part of the check-in process. This innovative solution will enable a more seamless and contactless experience, significantly reducing wait times and providing a faster, more convenient and engaging experience for guests.

Ultimately, the implementation of the mobile application will transform the check-in process at Sonesta Hotel Cusco, providing a superior experience to guests and optimizing the work of the collaborator. This will result in greater customer satisfaction, greater operational efficiency and better positioning of the hotel in the market.

Keywords: Processes, guest registration, hospitality, QR code.

INTRODUCCIÓN

En la industria hotelera moderna, la experiencia del cliente es un factor fundamental para el éxito de cualquier establecimiento. El proceso de registro y check-in, como primer punto de contacto entre el huésped y el hotel, juega un papel crucial en la percepción general del servicio.

Sonesta Hotel Cusco, como hotel de renombre en la ciudad del Cusco, reconoce la importancia de optimizar este proceso para mejorar la satisfacción de sus huéspedes. Esta tesis tiene como objetivo analizar el proceso de registro y check-in actual en Sonesta Hotel Cusco, identificar las áreas de mejora y proponer una solución innovadora que permita transformar la experiencia del cliente.

A través de la investigación y el análisis, se identificarán los factores que generan insatisfacción en los huéspedes durante el proceso de registro. Se evaluarán las capacidades del personal, la eficiencia del proceso y la comodidad del entorno.

Este trabajo de investigación contribuirá a la mejora continua de Sonesta Hotel Cusco, posicionándolo como un referente en la excelencia del servicio al cliente en la industria hotelera de la ciudad del Cusco.

Este estudio investigativo se compone de cinco capítulos. El primero establece la problemática de la empresa en cuestión, formula tanto los objetivos específicos como el general, que son la base para este estudio.

El segundo capítulo recoge definiciones de distintos autores temas clave de esta investigación, enfocándose especialmente en la hotelería, registro huésped, tecnología móvil, utilización y ventajas, presentando su relevancia y un análisis crítico comparativo.

El tercer capítulo expone el marco referencial de la organización, incluyendo un resumen histórico, la filosofía de la empresa, diseño organizacional, productos y un diagnóstico.

En el cuarto capítulo se describen los métodos utilizados para recoger datos y cómo se procesaron los resultados para fundamentar la propuesta de mejora. Se sugieren mecanismos de control y se identifican los responsables de las estrategias.

Finalmente, el quinto capítulo presenta las conclusiones que resumen los factores críticos para la mejora y las recomendaciones enfatizan la conveniencia para la empresa de adoptar las mejoras propuestas en este estudio.

1. Capítulo I: Antecedentes del Estudio

1.1 Título del Tema

“Propuesta de mejora para el proceso registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco-2024”

1.2 Planteamiento del Problema

El sector hotelero es altamente competitivo y la satisfacción del cliente es un factor crucial para el éxito. El proceso de registro de huéspedes es una de las primeras interacciones que tiene un cliente con el hotel, por lo que es fundamental que sea eficiente, amable y personalizado. En este contexto, el hotel Sonesta Cusco se enfrenta a un problema con el proceso de registro de huéspedes, generando largas colas en el lobby y tiempos de espera prolongados que generan insatisfacción y malestar entre los clientes.

Después de llegar al hotel, uno de los primeros y más importantes momentos es el proceso de registro de huéspedes, pues el cliente experimentará el trato y servicio en la recepción y el tiempo de espera es parte de ello, pues al viajar, están casi siempre cansados, sobre la base de lo cual puedes juzgar lo anterior. Cuando el trato no es bueno o por alguna razón no se atiende la petición del cliente, la estancia empieza a ser incómoda o muy incómoda según lo que capta cada persona.

Asimismo, llevan consigo esta imagen pensando que todos sus colaboradores y servicios serán igualmente ineficaces.

Las causas del problema se pueden agrupar en tres categorías:

- a) **Proceso manual:** El proceso actual de registro es manual, lo que requiere que los huéspedes completen formularios y presenten documentación en persona, lo que genera un flujo lento y poco eficiente.
- b) **Falta de personal:** En momentos de alta afluencia, puede haber escasez de personal en la recepción, lo que aumenta el tiempo de espera para los clientes.
- c) **Falta de tecnología:** El hotel no utiliza tecnología para agilizar el proceso de registro, como kioscos de autoservicio o aplicaciones móviles, lo que limita la capacidad de atender a un gran número de huéspedes de manera eficiente.

Las consecuencias del problema son significativas y pueden afectar negativamente al hotel en diversos aspectos:

- a) **Insatisfacción del cliente:** Las largas colas y los tiempos de espera prolongados generan frustración y malestar entre los clientes, lo que puede llevar a calificaciones negativas en línea, comentarios desfavorables y una mala imagen del hotel.
- b) **Mala imagen del hotel:** La mala experiencia en el registro puede afectar la imagen del hotel y afectar la decisión de los clientes de volver a alojarse en él.

- c) **Pérdida de ingresos:** La insatisfacción del cliente puede llevar a la pérdida de ingresos, ya que los clientes pueden optar por alojarse en otros hoteles que ofrecen un proceso de registro más eficiente.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta para la mejora para el proceso registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco-2024

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico del proceso registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco.
- Identificar las estrategias y acciones requeridas para la mejora del proceso de registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco.
- Establecer métodos de control para la mejora del proceso de registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco.
- Analizar el beneficio-costos de la propuesta para la mejora para el proceso registro de huéspedes de la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco-2024

1.4 Metodología

1.4.1 Diseño de Investigación

1.4.1.1 *Recolección de Datos:*

- a) Observación: Se observará el proceso de registro de huéspedes la recepción del Hotel Sonesta en temporada alta y baja. Se hará un análisis de los procesos referidos al registro huésped a través de un mapa de procesos.

Donde se podrá ver los pasos desde la llegada del huésped hasta su entrada en la habitación.

1. Llegada del Huésped

Recepción de Equipaje: El personal de portería ayuda con el equipaje.

Saludo y Bienvenida: El recepcionista recibe al huésped con una bienvenida cordial.

2. Verificación de Reserva

Solicitud de Identificación: Se pide al huésped su documento de identidad y/o el número de reserva.

Búsqueda de Reserva en el Sistema: El recepcionista busca la reserva en el sistema.

Verificación de Detalles: Se confirma la información de la reserva (duración de la estadía, tipo de habitación, servicios incluidos).

3. Registro de Huésped

Completar Formulario de Registro: El huésped completa un formulario con sus datos.

Copia de Identificación: Se realiza una copia del documento de identidad.

Explicación de Normas del Hotel: El recepcionista explica las normas principales del hotel (horarios de check-out, servicios disponibles, etc.).

4. Asignación de Habitación

Asignación de Habitación: Se asigna una habitación según la reserva y la disponibilidad.

Preparación de Llave o Tarjeta: Se entrega la llave o tarjeta de la habitación al huésped.

5. Información de Servicios

Orientación sobre Servicios: Se informa al huésped sobre los servicios disponibles en el hotel (desayuno, gimnasio, piscina, etc.).

Explicación de Cargos Adicionales: Se detallan posibles cargos adicionales (mini-bar, room service, etc.).

6. Pago o Garantía

Solicitud de Pago o Garantía: Se solicita el pago por adelantado o se realiza una preautorización en la tarjeta de crédito del huésped.

Entrega de Recibo o Factura: Se entrega un recibo o factura provisional si es necesario.

7. Acompañamiento a la Habitación

Servicio de Botones: Un miembro del personal puede acompañar al huésped a su habitación, ayudando con el equipaje y mostrando las instalaciones.

8. Finalización del Registro

Confirmación de Satisfacción: El recepcionista confirma que el huésped tiene todo lo que necesita.

Registro Completo: Se finaliza el registro en el sistema del hotel.

9. Seguimiento

Llamada de Cortesía: Después de unos minutos, se puede realizar una llamada a la habitación para verificar que todo esté en orden.

- b) Entrevistas: Se realizarán entrevistas a los huéspedes que se registran en el hotel para conocer su experiencia, sus opiniones sobre el proceso y sus sugerencias para mejorar. También se entrevistará al personal de recepción para obtener su perspectiva sobre el proceso y los desafíos que enfrentan.(donde se pudo observar y presenciar quejas , respecto al tiempo ne que se realiza dicho proceso, lo cual consta en los anexos finales).
- c) Análisis de documentos: Se revisarán los formularios de registro de huéspedes, las políticas y procedimientos del hotel relacionados con el registro, y las estadísticas de ocupación del hotel. Mapa de procesos

Cabe resaltar que el proceso de registro huésped, dura entre 5 a 15 minutos.

1.4.1.2 Análisis de Datos:

- a) Análisis descriptivo: Se realizará un análisis descriptivo de los datos para comprender el proceso de registro actual, identificar los puntos de congestión y determinar las causas de los problemas.
- b) Análisis de relaciones: Se analizarán las relaciones entre las variables para comprender cómo influyen los diferentes factores en el tiempo de espera y la satisfacción del cliente.

1.4.1.3 *Diseño de Estrategias y Acciones:*

- a) Brainstorming: Se realizará una sesión de brainstorming con el equipo de investigación y el personal del hotel para generar ideas para la mejora del proceso de registro.
- b) Evaluación de alternativas: Se evaluarán las diferentes alternativas propuestas en términos de su viabilidad, costo, impacto en la satisfacción del cliente y alineamiento con la estrategia del hotel.
- c) Definición de estrategias y acciones: Se seleccionarán las estrategias y acciones más adecuadas para mejorar el proceso de registro, considerando los criterios mencionados anteriormente.

1.4.1.4 *Establecimiento de Métodos de Control:*

- a) Definición de indicadores: Se definirán indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir la mejora del proceso de registro, como el tiempo promedio de espera, la satisfacción del cliente y la tasa de errores.
- b) Implementación de un sistema de control: Se implementará un sistema de control para monitorear los KPIs de manera regular y evaluar el impacto de las estrategias implementadas.
- c) Ajustes y mejoras: Se realizarán ajustes y mejoras continuas al proceso de registro en función de los resultados del sistema de control y la retroalimentación recibida del personal y los clientes.

1.4.1.5 *Análisis Beneficio-Costo*

Se utilizara tablas para poder observar cual es el beneficio con respecto al costo de la propuesta para la mejora del proceso registro de huéspedes de la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco-2024.

1.4.1.6 *Tipo de Investigación*

Se realizó una investigación cualitativa para determinar el estudio sobre la percepción del gerente y colaboradores del hotel acerca de los beneficios de implantar la propuesta de mejora para el proceso de chek in a través de códigos QR con tecnología móvil. Según Kim, Connolly y Blum (2014) en su artículo Mobile technology: An exploratory study of hotel managers, resaltan lo esencial que es la aplicación de la tecnología móvil en el área de recepción de un hotel, específicamente, en los procesos de check in., De manera que, para recaudar la información se identificó a las personas potenciales. El proceso se basó en observar detalladamente al primer participante para después solicitarle ayuda para tener conocimiento del tiempo en el que se realiza el proceso de chek in, identificando también a huéspedes con características de ser frecuentes en el hotel, siguiendo con la misma técnica hasta obtener un número suficiente de participantes (Explorable,2009). Se debe precisar que los entrevistados, tanto gerente y jefes de recepción como los huéspedes, pasaron por un filtro de evaluación en donde se verificó que cuenten con experiencia en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en la ciudad de Cusco. Los gerentes de recepción cuentan con un mínimo de (01) un año de experiencia y conocen sobre el funcionamiento

del área de recepción en el Hotel Sonesta Cusco. Referente a los huéspedes, se verificó que se hayan hospedado en dichas instalaciones.

1.4.1.7 Población

La población se divide en dos grupos:

Huéspedes: Hotel Sonesta Cusco (150 huéspedes) encuesta.

Colaboradores: se observó a los colaboradores del área de recepción del hotel Sonesta Cusco. (15 colaboradores del área de recepción).

1.4.1.8 Muestra

La muestra respectiva correspondería a:

Huéspedes

Huéspedes: se hospedan al día 246

La muestra se corresponde con un subconjunto o fracción total de elementos elegidos de la población con criterios de rigurosidad para poder generalizar los resultados (Hernández y Mendoza, 2018). Para este estudio, se usará el muestreo probabilístico simple, eligiendo a un total de 150 huéspedes que se alojan en temporada baja y alta en el Hotel Sonesta Cusco, con base a la fórmula siguiente.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

n = tamaño de muestra

Z = nivel de confianza, Z=1.96, correspondiente al nivel del 95%.

E = margen de error permitido, e=0.05.

N= tamaño de la población que representara la investigación (246 huéspedes).

P = probabilidad de responder correctamente.

Así, se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5) \cdot 246}{0.05^2 \cdot (246 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)} = 150$$

Muestra El presente trabajo utilizó el muestreo por conveniencia el cual es una técnica investigativa no probabilística que facilita la observación tomando en cuenta las características relacionadas al tema en investigación mediante un intervalo de tiempo estimado (Muñoz, 2018).

- Colaboradores que laboran en el área de recepción del hotel Sonesta Cusco (Observación del proceso)
- Huéspedes

1.4.1.9 Instrumento

Para esta investigación, el instrumento que se utilizó fue la observación a los colaboradores de recepción y encuesta a los huéspedes. El cual permite recabar datos importantes para el estudio (Folgueiras, 2020).

Observación: Ficha estructurada.

Entrevista: Guía de entrevista.

Documentos: Mapa de procesos y registro de huéspedes.

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación Teórica

La presente investigación se basa en las teorías descritas y cómo se aplican al proceso de registro en hoteles:

1. Teoría de la Expectativa-Confirmación

Descripción: Esta teoría, propuesta por Richard L. Oliver 2019, sostiene que la satisfacción del cliente se basa en la comparación entre las expectativas previas y la percepción real del servicio recibido. Si la experiencia durante el registro en el hotel cumple o supera las expectativas del huésped, la satisfacción será alta.

Aplicación: En el proceso de registro, es fundamental que el servicio ofrecido coincida con las expectativas que el huésped ha formado antes de su llegada. Esto implica que la atención sea rápida, eficiente y amigable, cumpliendo con lo prometido durante la reserva. Un proceso de registro huésped sin problemas confirma las expectativas positivas del huésped, aumentando la probabilidad de que perciban su estadía de manera favorable.

2. Teoría del Diseño de Servicios

Descripción: Esta teoría de Pellegrini, F. (2022) se centra en la creación de procesos y experiencias que son tanto útiles como deseables para los clientes. El diseño de servicios busca mapear cada punto de contacto entre el cliente y la empresa para garantizar que la experiencia sea fluida y coherente.

Aplicación: En el contexto del registro de huéspedes, el diseño de un proceso eficiente y centrado en el cliente puede incluir la digitalización y la tecnología para el registro huésped, la posibilidad de registro previo en línea, o la integración de tecnologías móviles para hacer el proceso más rápido. Esto no solo mejora la experiencia del huésped, sino que también reduce la carga de trabajo del personal del hotel, permitiéndoles concentrarse en otras áreas del servicio.

3. Teoría del Encuentro de Servicios

Descripción: Según la teoría de Norman, R. (2021), en su libro "Service Management: Strategy and Leadership in Service Business" , introdujo la idea del "Momento de la Verdad", que describe cómo cada interacción entre un cliente y un proveedor de servicios es crucial para la percepción global del servicio. Estas interacciones o "encuentros de servicio" determinan cómo los clientes experimentan y evalúan la calidad del servicio.

Por otro lado, Christian Grönroos, un destacado investigador en marketing de servicios, también ha contribuido al desarrollo de esta teoría, centrándose en cómo estos encuentros impactan la satisfacción del cliente y la percepción de calidad del servicio.

Ambos autores son influyentes en el campo del marketing y la gestión de servicios, y su trabajo ha sido fundamental para entender la importancia de cada interacción en la construcción de la percepción de la calidad del servicio.

Aplicación: El registro es uno de los primeros encuentros de servicio que tiene el huésped al llegar a un hotel, lo que lo convierte en un momento crítico para establecer una primera impresión positiva. Un proceso de registro bien manejado puede hacer que el huésped se sienta valorado y bienvenido, lo que es clave para su satisfacción general con la estadía.

4. Teoría de la Gestión de la Experiencia del Cliente

Descripción: La Teoría de la Gestión de la Experiencia del Cliente (CEM) de Bernd H. Schmitt 2003, es un concepto que ha evolucionado a lo largo del tiempo y ha sido influenciado por varios expertos en marketing, gestión y experiencia del cliente.

Bernd H. Schmitt, profesor de marketing en la Universidad de Columbia, es conocido por su trabajo en marketing experiencial y la gestión de la experiencia del cliente. En su libro "Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers" (2003), Schmitt detalla cómo las empresas pueden gestionar las experiencias del cliente de manera integral, centrándose en cada punto de contacto para construir relaciones más profundas y leales con los clientes.

Schmitt argumenta que las empresas deben ir más allá de la simple satisfacción del cliente para crear experiencias memorables y emocionantes

que fortalezcan la lealtad del cliente. Su trabajo ha sido fundamental en la popularización de la CEM como una estrategia clave para las empresas modernas.

Aplicación: En el proceso de registro, es crucial que los hoteles gestionen la experiencia del cliente de manera que sea coherente con la marca y que cada huésped sienta que su experiencia es única y personalizada. Esto podría incluir la oferta de opciones de check-in que se adapten a las preferencias del huésped, como un registro express o la opción de check-in en la habitación.

5. Teoría del Capital Relacional

Descripción: Esta teoría de Janine Nahapiet y Sumantra Ghosha 1998, postula que las relaciones de calidad entre la empresa y los clientes pueden ser vistas como un capital relacional, que contribuye al éxito a largo plazo de la organización. Las interacciones positivas generan confianza y lealtad.

La Teoría del Capital Relacional está asociada principalmente con los trabajos de Janine Nahapiet y Sumantra Ghosha 1998. En su influyente artículo "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage" (1998), Nahapiet y Ghoshal desarrollaron la idea del capital relacional como parte del capital social.

En este contexto, el capital relacional se refiere a los activos valiosos que se derivan de las relaciones de calidad entre los individuos o entidades, incluyendo confianza, respeto mutuo y lealtad. Estos activos relacionales son

fundamentales para la creación de ventajas competitivas sostenibles y el éxito a largo plazo de las organizaciones.

Aunque la teoría se origina en el estudio del capital social en general, su aplicación en el ámbito de las relaciones entre empresas y clientes se ha expandido y adaptado para destacar la importancia de estas interacciones en el éxito organizacional.

Aplicación: Durante el registro, el personal del hotel tiene la oportunidad de construir relaciones con los huéspedes, lo que puede influir en la percepción del servicio y en la probabilidad de que el huésped regrese en el futuro. Por ejemplo, recordar detalles sobre las preferencias del huésped o brindar un servicio personalizado puede aumentar el capital relacional.

Conclusión:

Integrar estas teorías en el diseño y gestión del proceso de registro de huéspedes permite a los hoteles mejorar la satisfacción del cliente, optimizar la eficiencia operativa y fortalecer la relación a largo plazo con sus huéspedes. Al entender y aplicar estos principios teóricos, los hoteles pueden crear un proceso de registro que no solo sea funcional, sino que también enriquezca la experiencia del cliente ya que la industria hotelera es considerada una de las más grandes del mundo y se ha visto beneficiada con los avances en el desarrollo de la tecnología móvil. (Rodríguez, 2018; Li, Sharpley y Gammon, 2019). Dicha tecnología móvil ha tomado más presencia en los últimos tiempos,

sin embargo, en la ciudad de Cusco su aplicación aún es escasa pese a los diversos beneficios tanto como para el hotel como para los huéspedes. Es por ello, que es fundamental que los hoteles consideren implementar la tecnología móvil en sus procesos partiendo desde el check in, ya que, generaría una mayor calidad de servicio. (Kandampully, zhang y Jaakkola, 2018). por lo que se optó por incluir esta industria al plan de investigación, siendo el objetivo " Diseñar una propuesta para la mejora del proceso de registro de huéspedes en el servicio de recepción de Sonesta Hotel Cusco" en el Hotel Sonesta Cusco, a través de métodos tecnológicos como es el código QR o procesos de ingreso de datos virtual.

1.5.2 Justificación Metodológica

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, basado en los principios metodológicos propuestos por Hernández Sampieri (2014), dado que su objetivo es explorar en profundidad las percepciones y significados que un grupo específico de participantes atribuye a sus experiencias en el contexto de Propuesta de mejora para el proceso registro de huéspedes, en la empresa hotelera Sonesta hotel Cusco-2024. Este enfoque es particularmente adecuado, como señala Sampieri, cuando se busca comprender fenómenos complejos y subjetivos en su contexto natural. Para la recolección de datos se utilizarán entrevistas en profundidad, seleccionando a los participantes mediante un muestreo intencionado, lo que permitirá acceder a narrativas ricas y detalladas. El análisis de los datos se realizará a través de la codificación y la identificación de patrones emergentes, garantizando así una comprensión profunda y matizada del fenómeno estudiado. Esta metodología es coherente

con los objetivos de la investigación y permitirá generar hallazgos que reflejen fielmente las experiencias y perspectivas de los participantes, asegurando al mismo tiempo rigor y credibilidad en los resultados.

Esta investigación se realiza con el fin de aportar al conocimiento existente sobre el uso de la tecnología móvil a través de códigos QR, mediante una indagación científica, como instrumento de evaluación se desarrollará entrevistas ya que se busca identificar cuál es la percepción de los gerentes de recepción y de los huéspedes, respecto a la propuesta de mejora en el proceso de chek in, a través de códigos QR. Esta investigación demostrará que la implantación de dicha propuesta generará mayor satisfacción puesto que, se obtendrá información y orientación de forma rápida y eficaz (Wang, Park y Fesenmaier, 2019).

Para el diseño del mapa de procesos se ha tomado en cuenta a uno de los autores más reconocidos en el campo de la gestión de procesos y que enseña a realizar mapas de procesos, Michael Hammer. Hammer es conocido por su trabajo en Reingeniería de Procesos de Negocio (BPR - Business Process Reengineering). En su libro "Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution", escrito junto con James Champy, Hammer introduce conceptos fundamentales sobre cómo las empresas pueden rediseñar sus procesos para mejorar radicalmente su rendimiento.

Otro autor destacado en este campo es Thomas H. Davenport, quien ha escrito extensamente sobre la gestión de procesos de negocio (BPM - Business Process Management). En su libro "Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology", Davenport describe cómo mapear y rediseñar procesos de negocio para mejorar la eficiencia y efectividad.

Ambos autores son fundamentales para entender y aplicar la técnica de mapeo de procesos en el contexto de la mejora y optimización organizacional.

1.5.3 Justificación Práctica

Finalmente, esta investigación busca analizar de manera objetiva la propuesta de mejora del proceso de check in en el hotel Sonesta con tecnología móvil y códigos QR, para optimizar los procesos de check in, en donde la aplicación de la tecnología móvil tiene como finalidad mejorar dicho proceso de servicio. Por eso, se considera de gran relevancia conocer si en la actualidad se aplica o se aplicaría la tecnología móvil en un rubro tan importante como es el sector hotelero. Ya que hay hoy en día y es de uso permanente, demostrando su validez y confiabilidad para el uso y tratamiento de datos del huésped, podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación y en otras cadenas hoteleras, a su vez servirá de modelo para que otros hoteles tomen en referencia al hotel Sonesta Cusco y se animen a mejorar dicho proceso que es la entrada y salida de la estancia de un huésped, puesto que existe la necesidad de mejorar el tiempo en el que se realiza el proceso de check-in, a comparación de la competencia, como son los hoteles de 3 y 4 estrellas de la ciudad del

Cusco, con el uso de los códigos QR y demás aplicaciones tecnológicas que hoy en día existen, los cuales son de fácil acceso para el huésped, desde su celular o portátil.

1.6 Definiciones

1.6.1 Hotel:

Un establecimiento dirigido por profesionales que ofrece comida a los clientes con o sin servicio extenso a cambio de una contraprestación económica. La agencia puede ofrecer e integrar diversos servicios y productos que hacen único al hotel. (Rebull, 2017)

1.6.2 Área de Recepción:

El departamento de recepción es enorme en el desarrollo de la operación hotelera, no solo por la gran cantidad de personas, sino también porque es el centro de toda la operación hotelera. El trato que recibe un huésped en este departamento es crucial ya que requiere un servicio desde que llega hasta que se va. Antes de comenzar a hablar sobre el proceso administrativo, es importante señalar la importancia de un buen servicio no solo en la recepción, sino en todo el hotel. El objetivo de un hotel debe ser hacer que los clientes se sientan como en casa. (Ríos, 2022)

1.6.3 Registro de Huéspedes

El registro de huéspedes en el hotel es la primera comunicación que realiza el huésped tras llegar al alojamiento. El proceso implica varios pasos a seguir, y algunos hoteles pueden agregar pasos adicionales debido a las características específicas de la marca que administran o ciertas regulaciones gubernamentales en el país en el que se encuentran.

El check-in es el proceso mediante el cual un huésped formaliza su llegada a un establecimiento hotelero. Este procedimiento administrativo y operativo es esencial para iniciar la estadía del huésped y suele implicar la verificación de la reserva, la asignación de una habitación y la entrega de llaves. El proceso de check-in marca el inicio de la relación entre el huésped y el hotel, y su eficiencia tiene un impacto significativo en la experiencia general del cliente (Kwortnik & Thompson, 2019).

1.6.4 Tecnología Móvil

Las tecnologías móviles son un medio de comunicación y una herramienta empresarial que cubren las necesidades de una empresa a través de dispositivos personales. (Castells, Fernández. 2019).

1.6.5 Código QR

es un sistema para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional que se pueden presentar impresos o en pantalla, interpretables por cualquier aparato que pueda captar imágenes y cuente con un software adecuado, fue creado en 1994 por la compañía japonesa denso-wave (Huidobro, J. M. (2009). Código qr. *Bit, dic.-ene*, 172, 47-49.)

1.6.6 Calidad

Calidad es excelencia medida en niveles, alcanzado por la empresa para satisfacción de sus huéspedes, al mismo tiempo, es la medida en que se logra dicha calidad, a través de la excelencia, efectividad y eficacia” Zeithaml y Bitner (2019, p.11).

1.7 Alcances y Limitaciones

1.7.1 Alcances:

La investigación se centrará en el análisis del proceso de registro de huéspedes en el hotel Sonesta Cusco, identificando los problemas, las causas y las posibles soluciones.

Se propondrán estrategias y acciones concretas para mejorar el proceso de registro, considerando la implementación de tecnologías, la capacitación del personal y la optimización de los procedimientos.

Se establecerán métodos de control para monitorear la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes y mejoras continuas al proceso.

Los resultados de la investigación podrán ser aplicados a otros hoteles de la cadena Sonesta y a otros hoteles de la industria hotelera en general.

1.7.2 Limitaciones:

La investigación se limitará al análisis del proceso de registro de huéspedes en el hotel Sonesta Cusco, por lo que no se podrá generalizar a otros hoteles sin un análisis previo.

La investigación se basará en la información recopilada durante el período de estudio, por lo que no se podrán considerar cambios futuros en las políticas o procedimientos del hotel.

La investigación no podrá controlar factores externos que puedan afectar el tiempo de espera y la satisfacción del cliente, como la afluencia de huéspedes, eventos especiales o situaciones de emergencia.

La implementación de las estrategias propuestas dependerá de la disponibilidad de recursos y la voluntad del hotel Sonesta Cusco para realizar los cambios necesarios.

2 Capítulo II - Marco teórico

2.1 Estudio del Arte

El estudio "Análisis del impacto de los kioscos de autoservicio en la experiencia del cliente en hoteles latinoamericanos" evalúa el impacto de estos kioscos en la experiencia de los huéspedes en hoteles de la región. Se consideran las preferencias de los clientes latinoamericanos y las características del mercado hotelero regional para determinar la efectividad de los kioscos de autoservicio en la mejora del proceso de registro y la satisfacción del cliente.

El estudio "Implementación de aplicaciones móviles para el registro de huéspedes en hoteles latinoamericanos: un estudio comparativo" analiza y compara las diferentes aplicaciones móviles disponibles en el mercado latinoamericano para el registro de huéspedes en hoteles. Se evalúa la funcionalidad, usabilidad y aceptación por parte de los clientes de estas aplicaciones, considerando las características y preferencias de los usuarios de la región.

El estudio "Impacto de la tecnología en el proceso de registro de huéspedes en hoteles" analiza el papel de la tecnología en la mejora del proceso de registro de huéspedes en hoteles. Se identifican los beneficios y limitaciones de diferentes soluciones tecnológicas, como kioscos de autoservicio, aplicaciones móviles y sistemas de gestión de filas. Los resultados del estudio sugieren que la implementación de tecnología adecuada puede reducir los tiempos de espera,

mejorar la eficiencia del proceso y aumentar la satisfacción del cliente. Sin embargo, también se identifican algunas limitaciones, como la necesidad de capacitación del personal y la posible brecha digital entre los huéspedes.

2.2 Conceptualización

2.2.1 Hotel:

Un establecimiento dirigido por profesionales que ofrece comida a los clientes con o sin servicio extenso a cambio de una contraprestación económica. La agencia puede ofrecer e integrar diversos servicios y productos que hacen único al hotel. (Rebull, 2017)

La industria de la hospitalidad es una rama de la industria del turismo que brinda servicios de alojamiento a los turistas. Puede tener diferentes clasificaciones según el nivel de comodidad y la ubicación. Cada instalación hotelera tiene su propia calidad. La industria de la hospitalidad es muy importante en la industria del turismo, ya que brinda alojamiento a los turistas durante su viaje. (Sandoval, 2018)

a) Clasificación de los Hoteles por categorías

Según Mincetur (2014), los establecimientos de hospedaje deberán solicitar al Órgano Competente, todo lo relacionado con la clasificación y/o categorización. También, cumplir con los requisitos en cuanto a infraestructura,

equipamiento, servicio y personal. Los establecimientos de hospedaje se clasifican de la siguiente forma:

- Hotel: 1 a 5 estrellas
- Apart-Hotel: 3 a 5 estrellas
- Hostal: 1 a 3 estrellas

En el caso de los hoteles, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), se clasifican en categorías identificadas por estrellas. Es decir, se busca determinar la calidad del hotel dependiendo de la cantidad de estrellas ya que, tendrá un diferente estándar, características distintivas y cierto tipo de servicios basados en una clasificación determinante.

b) Hotel de 4 estrellas

Se requiere servicio de habitaciones de 06:00 a 12:00. Debe contar con un bar, los restaurantes deben ofrecer servicio a la carta y todas las habitaciones de estos establecimientos deben contar con instalaciones para música ambiental. (Amado, 2013)

c) Hotel de Ciudad

Se trata de agencias de viajes con una estancia media de clientes de 2.448 horas. Su público objetivo son profesionales, delegados, directivos, personas que vienen a la ciudad a realizar algún negocio para participar en congresos, ferias o jornadas, por lo que sus locales cuentan con salones

(equipados con tecnología audiovisual), empresas. Salas de reuniones, salones de fiestas, etc. también son adecuados para aquellos interesados en ir de compras o asistir a eventos culturales y de entretenimiento. En cuanto a su estética, su característica más evidente es su funcionalidad. Su local suele contar con conexiones para módems y amplias mesas de trabajo. La recepción suele tener servicios de secretaría, traducción, fax y otros servicios administrativos. (García, 2008)

d) Procesos Hoteleros

En el contexto de la hotelería, un proceso se refiere a una serie de actividades interrelacionadas y coordinadas que transforman inputs en outputs con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes. Estos procesos son fundamentales para asegurar la calidad del servicio y la eficiencia operativa en un hotel.

En el sector de la hotelería, los procesos son fundamentales para la operación eficiente y la satisfacción del cliente. Según la clasificación de procesos, estos se dividen en operativos, de apoyo y de gestión. Los procesos operativos incluyen actividades esenciales como el check-in/check-out, el servicio de habitación y la gestión de alimentos y bebidas. Los procesos de apoyo abarcan áreas como la gestión de recursos humanos y el mantenimiento de instalaciones, mientras que los procesos de gestión se centran en la administración financiera y la garantía de calidad.

Cada proceso en hotelería presenta características clave, como la interrelación entre procesos, un enfoque en el cliente, flexibilidad y

estandarización. Los componentes de estos procesos incluyen inputs, actividades, outputs y mecanismos de control, que son cruciales para asegurar una operación fluida y eficiente.

La medición de procesos se realiza mediante indicadores de desempeño, calidad del servicio, eficiencia operativa y análisis de procesos. Estos métodos permiten evaluar aspectos como el tiempo de respuesta, la satisfacción del cliente, los costos operativos y la utilización de recursos, proporcionando una base sólida para la mejora continua en el sector hotelero.

e) Definición de Procesos en Hotelería:

En el contexto de la hotelería, un proceso se refiere a una serie de actividades interrelacionadas y coordinadas que transforman inputs en outputs con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes. Estos procesos son fundamentales para asegurar la calidad del servicio y la eficiencia operativa en un hotel.

f) Importancia:

La gestión de procesos en hotelería es crucial para optimizar la experiencia del cliente, mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y garantizar una alta calidad del servicio. Cada proceso, desde la reserva hasta la salida del huésped, afecta directamente la satisfacción y la lealtad del cliente.

g) Tipos de Procesos en Hotelería

- *Procesos Operativos:*

Recepción y Check-in/Check-out: Incluye la gestión de reservas, el registro de huéspedes, la asignación de habitaciones, y el proceso de salida.

Servicio de Habitación: Involucra la limpieza y el mantenimiento de las habitaciones, el servicio de lavandería y la reposición de amenidades.

Servicio de Alimentos y Bebidas: Comprende la operación de restaurantes, bares, y servicio a la habitación.

- *Procesos de Apoyo:*

Gestión de Recursos Humanos: Incluye la contratación, capacitación, y gestión del personal.

Mantenimiento de Instalaciones: Abarca el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones del hotel.

- *Procesos de Gestión:*

Gestión Financiera: Control de ingresos, gastos, y presupuestos.

Gestión de Calidad: Implementación de estándares de calidad y gestión de la retroalimentación del cliente.

h) Clases de Procesos

- **Procesos Primarios:** Son esenciales para la entrega directa de servicios al cliente. Ejemplos incluyen la recepción, el servicio de alimentos, y el check-in/check-out.
- **Procesos Secundarios:** Son procesos de apoyo que facilitan la realización de los procesos primarios. Ejemplos incluyen la gestión de reservas, el mantenimiento, y la formación del personal.

- **Procesos de Control:** Aseguran que los procesos primarios y secundarios se realicen de acuerdo con los estándares establecidos. Incluyen auditorías, revisiones de calidad, y controles de cumplimiento.

i) Características de los Procesos en Hotelería

- **Interrelación:** Los procesos en hotelería están interrelacionados y cada uno depende del buen desempeño de los otros para garantizar una operación fluida.
- **Enfoque en el Cliente:** a mayoría de los procesos están orientados a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, con un enfoque en la experiencia y satisfacción del huésped.
- **Flexibilidad:** Los procesos deben ser flexibles para adaptarse a las variaciones en la demanda y a las necesidades específicas de cada huésped.
- **Estandarización:** Aunque los procesos deben ser flexibles, es crucial que sigan ciertos estándares para asegurar consistencia en la calidad del servicio.

j) Componentes de los Procesos en Hotelería

- **Input:** Recursos necesarios para iniciar el proceso, como personal, información de reservas, suministros, etc.
- **Actividades:** Las acciones específicas realizadas para transformar los inputs en outputs, como el registro de entrada del huésped, la preparación de alimentos, etc.

- Output: El resultado final del proceso, como una habitación limpia y lista para el huésped, o una comida servida.
- Control: Mecanismos para asegurar que el proceso se ejecute de acuerdo con los estándares establecidos, como las normas de calidad y procedimientos operativos.

k) Formas de Medición de los Procesos en Hotelería

- Indicadores de Desempeño: Tiempo de Respuesta: Tiempo promedio para el check-in/check-out, tiempo de respuesta a solicitudes de los huéspedes.
Tasa de Satisfacción del Cliente: Medida a través de encuestas de satisfacción y comentarios de huéspedes.
- Calidad del Servicio:
Cumplimiento de Estándares: Evaluación de si los servicios prestados cumplen con los estándares establecidos.
Errores y Reclamaciones: Número de incidencias, quejas o errores en la prestación del servicio.
- Eficiencia Operativa:
Costos Operativos: Evaluación de los costos asociados a cada proceso y su impacto en la rentabilidad.
Utilización de Recursos: Medición de la eficiencia en el uso de recursos, como personal y suministros.
- Análisis de Procesos:
Mapeo de Procesos: Creación de diagramas que representan los pasos y flujos de trabajo de los procesos.

Auditorías de Proceso: Revisión periódica de los procesos para identificar áreas de mejora.

2.2.2 Área de Recepción:

El departamento de recepción es enorme en el desarrollo de la operación hotelera, no solo por la gran cantidad de personas, sino también porque es el centro de toda la operación hotelera. El trato que recibe un huésped en este departamento es crucial ya que requiere un servicio desde que llega hasta que se va. Antes de comenzar a hablar sobre el proceso administrativo, es importante señalar la importancia de un buen servicio no solo en la recepción, sino en todo el hotel. El objetivo de un hotel debe ser hacer que los clientes se sientan como en casa. (Ríos, 2022)

La recepción puede considerarse la tarjeta de presentación de cualquier empresa hotelera, ya que es el primer y último punto de contacto entre el huésped y el hotel, tanto presencial como telefónicamente. Este departamento no es el único y más importante, sino el centro neurálgico del trabajo y el coordinador del trabajo en equipo en la agencia de viajes. No es pretencioso compararlo con bombear información externa e interna al corazón de cada departamento afectado a medida que se recibe.

l) Huésped

La palabra "invitado" se deriva del latín hospes, que significa una persona que se hospeda o recibe invitados en la casa o habitación de hotel de otra persona. Por ejemplo: "No hagáis ruido, hay invitados en casa esta noche",

"El hotel ha anunciado que la piscina estará abierta la próxima semana y todos los huéspedes podrán utilizarla", "Por suerte hemos reservado con antelación".
: No hay lugar para otro huésped en la habitación".

Los huéspedes también son clientes que pagan por el uso de instalaciones en hoteles, posadas, hostales, hoteles turísticos, etc. La unidad paga una tarifa para permanecer en el sitio y usar varios servicios.

La razón por la que existe un negocio es que alguien paga para obtener un servicio u producto. (Comercio, 2008)

2.2.3 Registro Huésped

El registro de huéspedes en el hotel es la primera comunicación que realiza el huésped tras llegar al alojamiento. El proceso implica varios pasos a seguir, y algunos hoteles pueden agregar pasos adicionales debido a las características específicas de la marca que administran o ciertas regulaciones gubernamentales en el país en el que se encuentran.

El proceso de check-in en un hotel es una parte crítica de la experiencia del huésped, y se lleva a cabo en varios pasos esenciales según los principios establecidos en el libro "Principios de Administración Hotelera" de Kurtz, Byers y Karam 2022.

Componentes del Proceso de Check-In:

Recepción del Huésped:

El huésped es recibido por el personal del hotel, quien actúa como primer punto de contacto. Este paso es crucial para establecer una primera impresión positiva.

Verificación de Identidad y Reserva:

Se solicita la identificación del huésped y se verifica la reserva para asegurar que todos los detalles sean correctos. Este proceso incluye confirmar datos personales y realizar ajustes necesarios (O'Neill & Mattila, 2006).

Procesamiento Administrativo:

Incluye la firma de documentos, el cobro de depósitos o pagos anticipados, y la emisión de una clave de habitación. La eficiencia en este paso es clave para minimizar tiempos de espera y errores.

Asignación de Habitación:

Se asigna una habitación basada en la reserva y preferencias del huésped. El personal debe proporcionar información sobre la ubicación de la habitación y las características relevantes.

Entrega de Información:

Se proporciona información sobre los servicios del hotel, horarios y políticas. Una comunicación clara es esencial para evitar malentendidos y mejorar la experiencia del huésped (Kwortnik & Thompson, 2009).

Importancia del Check-In:

El proceso de check-in es un componente fundamental de la experiencia del huésped. Su gestión efectiva puede influir significativamente en la percepción del servicio y la satisfacción del cliente. Un check-in rápido y preciso contribuye a una transición fluida hacia la estancia del huésped y puede afectar positivamente la evaluación general del hotel (Baker, Davis, & Weaver, 2012).

Desafíos Comunes:

Demoras: Las esperas prolongadas pueden afectar negativamente la experiencia del huésped.

Seguridad: Es esencial proteger la información personal del huésped durante el proceso.

Comunicación: Una falta de claridad puede llevar a malentendidos sobre los servicios y políticas del hotel (O'Neill & Mattila, 2006).

Innovaciones y Tendencias:

Digitalización: El uso de tecnologías como el check-in en línea y aplicaciones móviles está transformando el proceso, haciéndolo más eficiente.

Personalización: Adaptar el proceso a las preferencias individuales del huésped para mejorar la experiencia global (Baker, Davis, & Weaver, 2012).

A continuación, te presento los pasos típicos para un proceso de check-in hotelero basado en los principios descritos en el libro mencionado:

1. Recepción del Huésped

Saludo y Bienvenida: El personal de recepción recibe al huésped de manera cordial y profesional. Este saludo inicial es crucial para crear una primera impresión positiva.

2. Confirmación de Reserva

Verificación de la Reserva: El recepcionista verifica la reserva del huésped en el sistema de gestión del hotel. Esto incluye comprobar el nombre, la fecha de llegada y salida, y el tipo de habitación reservada.

3. Registro de Información

Solicitar Identificación: Se le solicita al huésped que presente una identificación válida (por ejemplo, pasaporte o DNI) para verificar su identidad.

Recopilación de Datos: Se recogen datos adicionales necesarios para el registro, como la dirección y el número de teléfono del huésped.

4. Confirmación de Datos

Revisión de Datos: El recepcionista revisa los detalles de la reserva con el huésped para confirmar que toda la información es correcta y actualizar cualquier dato si es necesario.

5. Autorización de Pago

Método de Pago: El huésped debe proporcionar un método de pago válido (tarjeta de crédito o débito). Se puede realizar una preautorización en la tarjeta para cubrir posibles gastos adicionales.

Depósito de Garantía: En algunos casos, se solicita un depósito de garantía que se reembolsa al momento del check-out si no hay cargos adicionales.

6. Entrega de Documentación

Formulario de Registro: El huésped completa y firma el formulario de registro del hotel, que puede incluir términos y condiciones del alojamiento.

Llave de la Habitación: Se le entrega al huésped una llave o tarjeta de acceso a la habitación.

7. Información Adicional

Detalles del Hotel: Se le proporciona al huésped información sobre los servicios del hotel, horarios de desayuno, ubicación de las instalaciones y cualquier otra información relevante para su estancia.

Instrucciones: El recepcionista ofrece instrucciones sobre cómo llegar a la habitación y puede responder cualquier pregunta que el huésped tenga sobre el hotel o la zona.

8. Despedida y Confirmación

Agradecimiento y Despedida: El recepcionista agradece al huésped por su llegada y le desea una agradable estancia.

Confirmación Final: Se verifica que el huésped esté satisfecho con el proceso de check-in y se asegura de que no falte ningún detalle importante.

Es cierto que todos los procesos del hotel son sumamente importantes y cumplen ciertas funciones, el registro de huéspedes es sin duda fundamental la primera impresión del huésped sobre la propiedad, independientemente del canal a través del cual se realiza la reserva, que puede ser virtual. Por teléfono, correo electrónico o personalmente.

El registro lo realiza el personal de recepción. El trabajo de un recepcionista implica no solo conocimientos técnicos, sino también habilidades de gestión personal e interpersonal, ya que interactúan constantemente con los viajeros. El proceso de registro de huéspedes estándar toma un promedio de cinco (5) minutos para hacer una reserva; aumenta significativamente en función del número de personas que estén dentro de la reserva.

El registro de huéspedes en el hotel es el proceso de registrar a uno o más huéspedes para su llegada a un hotel. Aquí es donde se ingresará la

recopilación de datos personales para su posterior difusión a las autoridades. (Pizarro Ibáñez, 2019)

m) Importancia del Check in

En la industria hotelera, los procedimientos operativos se consideran pilares fundamentales para la satisfacción del cliente. Dentro de estos procesos, el registro de huéspedes, definido como el registro de entrada del huésped, marca el inicio de la experiencia y la interacción con el establecimiento. Tal como lo indica Castelli (2002), este proceso involucra la recopilación de datos, la transmisión de las normas del hotel y la entrega de la llave de la habitación.

El contexto actual, marcado por la pandemia del COVID-19, ha impulsado la adopción de diversas tecnologías y aplicaciones en el sector turístico y hotelero, con el objetivo primordial de minimizar el contacto físico entre clientes y personal. Esta transformación ha impactado significativamente el proceso de registro de huéspedes, abriendo un abanico de posibilidades para optimizar la experiencia del cliente y reforzar las medidas de seguridad.

n) Calidad

Es la calificación del cliente (en este caso el huésped del hotel), a los servicios que brinda y su satisfacción general con sus expectativas. Calidad y servicio son dos conceptos inseparables cuando se trata de la relación directa que una organización establece, y en algunos casos se adiciona en

productos genéricos sin distinguirlos de otros bienes con los que las personas entran en contacto Come.

Calidad es excelencia medido en niveles, alcanzado por la empresa para satisfacción de sus huéspedes, al mismo tiempo, es la medida en que se logra dicha calidad, a través de la excelencia, efectividad y eficacia” Zeithaml y Bitner (2009, p.11).

Las empresas en su mayoría, compiten con empresas de mismo nivel o superior en lo que es servicios, buscando brindar más de lo que ofrecen. En la industria hotelera el servicio se presenta como una parte del producto (Miguel, 2002).

o) Servicio

Es una actividad más o menos intangible, por lo general, pero no necesariamente, interacciones entre clientes y empleados de empresas de servicios que intentan resolver problemas de los consumidores.

Un servicio no es objeto que pueda palpase, poseerse o tocarse, es más bien un requerimiento que compra el huésped o cliente, siendo el resultado la percepción positiva o negativa de quien lo contrata.

p) Satisfacción al cliente

Es ofrecer calidad en el acceso de y servicios, por ello referimos que a partir de la década de 1960 se produce un cambio en la orientación de las

empresas, en cuando a las estrategias del negocio, pues antes los empresarios priorizaban las ventas y sus consumidores debían adaptarse a sus productos, en lugar de ser ellos quienes atendieran sus necesidades (Arellano, 2006).

Hoy en día, las empresas competentes buscan satisfacer las necesidades de sus clientes, en vista de la variedad de productos que se ofrecen a un precio totalmente competitivo, y la manera de fidelizar y vender es brindando servicios de calidad por ende satisfacción.

q) Seguridad

La seguridad es la cualidad de los conocimientos, habilidades y capacidades de las personas para brindar información sobre los servicios prestados de manera simple, directa y precisa. También es la capacidad de dar confianza a las personas para que nos muestren sus necesidades y así brindarles la ayuda que necesitan. (Mendoza Dominguez, 2018)

r) Empatía

Es una habilidad humana que nos permite comprender a los demás, ponernos en su lugar para entender y sentir sus puntos de vista, mejorar las relaciones, promover la buena comunicación y crear sentimientos de empatía, comprensión y ternura. (Álava Reyes, 2007)

2.2.4 Tecnología Móvil

Las tecnologías móviles son un medio de comunicación y una herramienta empresarial que cubren las necesidades de una empresa a través de dispositivos personales. (Castells, Fernández. 2019).

Según Rodríguez, Hernández (2016), Los equipos de teléfonos inteligentes se han convertido en una herramienta indispensable para las personas en general y las empresas porque se sienten seguros y les resulta productivo.

La tecnología móvil se refiere a un conjunto de herramientas y sistemas que permiten la comunicación y el acceso a información mediante dispositivos portátiles, como teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Esta tecnología facilita la conexión inalámbrica a redes de datos y servicios en tiempo real, permitiendo a los usuarios interactuar con aplicaciones, internet y otras plataformas digitales de manera flexible y eficiente (Kumar & Mahajan, 2017).

Además, las tecnologías móviles son capaces de coordinar diferentes funciones simultáneamente, flexibilizando roles que requieren una participación ilimitada. Por ejemplo, los gerentes pueden conservar sus roles gerenciales tradicionales que requieren que trabajen las 24 horas del día. Pero los teléfonos móviles hacen que sus actividades sean más convenientes e incluso pueden trabajar desde casa. Gracias al avance de la tecnología, las personas han descubierto más funciones que se pueden obtener de los teléfonos móviles, por lo que suele considerarse como una de las herramientas más importantes que

se necesitan en el lugar de trabajo, así como una de las herramientas esenciales en la vida diaria de las personas. (Geser, 2024).

Cuando nos referimos a la industria hotelera, es bien sabido que la tecnología ha transformado hoteles, restaurantes, servicios de viaje y más. Porque ahora tienen un papel especial en la comunicación comercial y con el cliente. Las ventajas de estas tecnologías son: alta competitividad, reducción de errores y creación de nuevas funciones. Por ello, los dispositivos móviles como los smartphones son una herramienta fundamental en la industria hotelera, ya que impulsan la innovación en los servicios y aseguran una alta fidelización de los clientes. Además, permite a los usuarios conectarse las 24 horas del día y acceder fácilmente al correo electrónico, información virtual y redes sociales (Rodríguez, 2015).

s) Utilización de la tecnología móvil en procesos de registro de huéspedes

En el mundo globalizado en el que hoy en día vivimos, la tecnología está cambiando fundamentalmente las funciones tradicionales de las empresas de hostelería, debido a que los usuarios pueden realizar de manera eficiente diversas actividades utilizando aplicaciones móviles. El uso de la tecnología en la industria hotelera también permite que la mejor comunicación entre los usuarios y los socios hoteleros brinde servicios más personalizados. Además, ayuda a distribuir servicios de manera rápida y eficiente, consiguientemente da paso a buenos resultados, la productividad aumenta y los negocios se construyen en cualquier mercado. (Castillo 2017).

Según Poon (2017) Los beneficios de implementar tecnología en el la recepción de un hotel incluyen: mayor productividad, costos reducidos y, en última instancia, mejor calidad del servicio. Por esta razón, los alojamientos habilitados para dispositivos móviles tienen una gran demanda en el proceso hotelero, ya que permiten a los clientes verificar previamente los servicios y precios a través de aplicaciones, así como también reservar alojamiento de manera conveniente.

Debe enfatizarse en este punto que la plataforma técnica con el desarrollo de la industria del turismo se combina, es decir, su tecnología de desarrollo e información, comunicación y operaciones, que es paralela e influenciada por el camino para los turistas y empresarios. Estas herramientas técnicas han ayudado a transformar la industria del turismo en el mundo, ya que las reservas en línea han crecido rápidamente en los últimos diez años, especialmente en los Estados Unidos y el Reino Unido, quienes han conservado hasta un 40 %. (Entradas de aerolíneas, hoteles, etc.) (WTTC, 2021).

Las empresas de alojamiento, con sus propios aplicativos móviles y tecnológicos con su marca propia, los cuales están disponibles a nivel nacional e internacional, cabe resaltar que la implementación de esta estrategia es considerada como el futuro de la comunicación de marketing. En vista de que estas plataformas tecnológicas, pues generan potencial de niveles altos en información, a través del cual se consiguen respuestas directas, crean una imagen de la marca del hotel, además de crear experiencias virtuales del producto para que el turista previamente conozca el servicio a consumir. Al

mismo tiempo que los trabajadores de la empresa cumplen funciones de gestión como el Back Office y Front Office (Chavelas, 2016).

Las tecnologías permiten la búsqueda de información para ofertas de servicios más seguras e inteligentes, incrementando la venta y consumo de los huéspedes o consumidores (Rutherford y O'Fallon, 2007). Lo más importante que el tiempo en el que se atiende a solicitudes, se realizan de en el tiempo más corto, mejorando la eficiencia y productividad de los colaboradores (Lee y Choi, 2010).

Es por estas consideraciones que el uso de la tecnología en el proceso de registro de huéspedes, es más veloz y aumenta la mejora el servicio. En otras palabras, la implantación de tecnología móvil acelerar procesos, como las transacciones en general, ya sean pagos o transmisión de información necesaria en el área de recepción, del mismo modo mejora la experiencia de servicio de los huéspedes y el personal, ya que puede entregar los registros lo más rápido posible y prepararlos para el futuro. Las necesidades de todos, porque toda la información necesaria está en la pantalla al alcance de ambos, sin perder el contacto con el servicio de atención al cliente (Colby, 2015).

t) Ventajas de la tecnología móvil para los huéspedes y colaboradores de un hotel

Primero, una de las ventajas más beneficiosas de la tecnología móvil para los que trabajan con este, es que tienen más tiempo para centrarse en las necesidades de los huéspedes y tener menos preocupación por el sistema. A parte, la posibilidad de cometer errores al usar la tecnología es muy baja. Como

resultado, el personal del hotel ha aumentado su confianza en la tecnología a medida que trabajan a través de la pantalla para realizar sus funciones y les permite realizar todas las tareas, por lo que se sienten más seguros al atender a sus huéspedes. (Ham, Kim y Jeong, 2015).

Adicionar tecnología ha transformado los servicios tradicionales de baja tecnología y alto contacto en experiencias de servicio de alta tecnología y bajo contacto, pero las tecnologías innovadoras pueden crear una experiencia de servicio más placentera tanto para los clientes como para los empleados. (Marinova, De Ruyter, 2017).

Del mismo modo, la tecnología móvil permite a los empleados la movilidad porque puede ir al vestíbulo u otras áreas y proporcionar a los clientes servicios si es necesario. Por lo tanto, los empleados no necesitan quedarse en la recepción, pero pueden usar tabletas para servir a los huéspedes en cualquier lugar del hotel, y no pierden su contacto personal y visitan durante el letrero. (Melián y Bulchand, 2017).

Cabe recalcar que desde la perspectiva de una empresa, la contratación de personal calificado es una de las prácticas comerciales hoteleras más importantes. (Haynes & Fryer, 2020). Asimismo otro beneficio que nos brinda tecnología móvil para los consumidores en el servicio de recepción es que el registro de entrada y salida se realiza más rápido, es por ello que los huéspedes se sienten cómodos ya que no tienen que esperar largas horas ni hacer colas. Como resultado del proceso es que se mejora la experiencia de servicio, fidelizando de este modo al huésped con el hotel (Kim, 2018).

Podemos concluir diciendo que las nuevas plataformas móviles de servicios crean acercamiento y conexiones personales con los clientes en tiempo real (Grewal, Iyer, y De ruyter, 2017). En definitiva, la tecnología ayuda a la mejora y desempeño de los empleados proporcionando un excelente servicio, creando así trabajadores felices y huéspedes contentos (Law y Jogaratnam, 2015).

u) Aplicación de la tecnología móvil para los procesos de registro de huéspedes

En la actualidad, el sector hotelero se encuentra inmerso en una era de transformación digital impulsada por los avances tecnológicos. Las aplicaciones móviles han surgido como herramientas que permiten a los usuarios realizar diversas actividades de manera eficiente, incluyendo el proceso de registro de huéspedes. En este contexto, la adopción de la tecnología móvil por parte de las empresas hoteleras ofrece un abanico de beneficios que optimizan la experiencia del cliente y la gestión administrativa. (Castillo y Vallejo, 2017).

La creación de aplicaciones móviles personalizadas por parte de los hoteles permite establecer una comunicación fluida entre los usuarios y el personal, facilitando la prestación de un servicio personalizado y eficiente. Esta estrategia de comunicación digital se posiciona como el futuro del marketing hotelero, ya que brinda la posibilidad de ofrecer altos niveles de información, fortalecer la imagen de marca, obtener respuestas inmediatas de los clientes y

crear experiencias virtuales que permiten al turista conocer de antemano el servicio que va a recibir. Además, la implementación de estas plataformas tecnológicas facilita la gestión administrativa tanto en el área de Front Office como en Back Office, optimizando el trabajo del personal hotelero (Chavelas, 2016).

En conclusión, la aplicación de la tecnología móvil en el sector hotelero se ha convertido en una herramienta fundamental para optimizar el proceso de registro de huéspedes, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la gestión administrativa. De esta manera, los hoteles que adoptan estas nuevas tecnologías se posicionan como empresas innovadoras y competitivas en el mercado turístico actual.

v) Niveles de Satisfacción

Los clientes o huéspedes que visitan empresas de alojamiento, compran servicios con el fin de satisfacer sus necesidades, estos pueden ser calificados como:

- **Satisfacción.**- Se da cuando el huésped siente que sus requerimientos han sido complacidos, percibiendo de manera positiva lo brindado, es decir el producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia.**- Es producto de la precepción del cliente, y se dice así cuando el producto va más allá de lo esperado, ha sido percibido de manera que excede a las expectativas del cliente.

- Insatisfacción.- Es la mera de como el huésped ha percibido el desempeño del producto, y lo manifiesta a través de su insatisfacción debido a que este no alcanza las expectativas esperadas.

Es a través de estas percepciones que se puede conocer la lealtad de los huéspedes en un determinado establecimiento, pues un cliente insatisfecho cambia de marca o proveedor de forma inmediata y hasta refiere de manera negativa, por otro lado el huésped satisfecho se mantendrá leal y va recomendar el lugar con amigos y con el entorno que tenga; en cambio el cliente complacido será leal al servicio pues sentirá afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional.

Estos son los motivos por los que las empresas buscan de cualquier forma llegar a complacer a sus clientes, ya sea mediante la promesa que pueden ofrecer y en su momento brindar más de lo que el cliente espera o de lo que la empresa promete.

Beneficios de la tecnología móvil para los huéspedes y trabajadores del hotel

La industria hotelera ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, migrando de un modelo tradicional de alto contacto y baja tecnología a uno de bajo contacto y alta tecnología, impulsado por la incorporación de soluciones tecnológicas innovadoras (Amargo et al., 2000). Esta evolución ha generado beneficios considerables tanto para los huéspedes como para los trabajadores del hotel.

Beneficios para los huéspedes:

Experiencia personalizada y eficiente: La tecnología móvil permite a los huéspedes realizar diversas tareas de manera autónoma, como el registro de huéspedes, el registro de solicitudes y la reserva de servicios, reduciendo las colas y agilizando los procesos. Además, las aplicaciones móviles pueden ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en las preferencias del huésped, mejorando su experiencia general.

Acceso a información en tiempo real: Los huéspedes pueden acceder a información actualizada sobre el hotel, las instalaciones y los servicios disponibles a través de sus dispositivos móviles. Esto les permite tomar decisiones informadas y planificar mejor su estadía.

Comunicación fluida con el hotel: La tecnología móvil facilita la comunicación entre los huéspedes y el personal del hotel, permitiendo la resolución de problemas de manera rápida y efectiva.

Beneficios para los trabajadores del hotel:

Mayor eficiencia y productividad: Las herramientas tecnológicas permiten a los empleados realizar sus tareas de manera más eficiente, automatizando procesos y reduciendo el tiempo dedicado a actividades manuales. Esto les permite brindar un mejor servicio a los huéspedes y enfocarse en tareas más estratégicas.

Mejora en la toma de decisiones: El acceso a datos en tiempo real y análisis de información facilita la toma de decisiones informadas por parte del personal, optimizando la gestión del hotel.

Mayor satisfacción laboral: El uso de tecnología innovadora puede aumentar la motivación y satisfacción del personal, al brindarles herramientas que facilitan su trabajo y les permiten ofrecer un mejor servicio a los huéspedes.

2.3 Importancia

2.3.1 Importancia de los Procesos en la Actividad Hotelera

Los procesos en una empresa hotelera son fundamentales para garantizar una operación eficiente, consistente y orientada al cliente. La estandarización de procesos permite optimizar el uso de recursos, reducir errores y asegurar una calidad uniforme en los servicios ofrecidos. Además, procesos bien diseñados y gestionados contribuyen significativamente a la satisfacción del cliente al asegurar una experiencia coherente y personalizada.

La gestión de procesos también tiene un impacto directo en la rentabilidad de la empresa, facilitando el control de costos y la optimización de ingresos. Asimismo, proporciona una base sólida para la capacitación del personal y permite una respuesta eficaz en situaciones de crisis, contribuyendo a la resiliencia y adaptabilidad del hotel. La continua evaluación y mejora de los procesos fomenta la innovación y ayuda a mantener la competitividad en un mercado en constante evolución.

2.3.2 Importancia del Proceso Check-In o Registro Huésped en Hotelería.

El proceso de check-in o registro de huéspedes es un componente crítico en la operación de una empresa hotelera debido a su impacto en múltiples aspectos clave de la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Este proceso, que marca el primer punto de contacto entre el huésped y el hotel, es crucial para crear una primera impresión positiva y establecer expectativas claras sobre los servicios y políticas del hotel.

Una gestión eficiente del check-in optimiza el tiempo de espera, reduce la posibilidad de errores y asegura una experiencia fluida para el huésped. Además, permite la recopilación de datos importantes que son esenciales para personalizar la estancia y gestionar de manera efectiva la información del huésped.

El proceso de check-in también tiene un impacto directo en la rentabilidad, ya que facilita la maximización de la ocupación de habitaciones y el control financiero mediante la autorización de pagos y depósitos. Asimismo, asegura el cumplimiento de las políticas del hotel y las regulaciones legales, contribuyendo a una operación ordenada y conforme a las normativas.

En resumen, un proceso de check-in bien diseñado y gestionado es fundamental para garantizar la satisfacción del cliente, mejorar la eficiencia operativa y apoyar la rentabilidad y cumplimiento en una empresa hotelera.

2.3.3 Importancia de la Tecnología incluyendo códigos QR, en el proceso de check-in o registro de huéspedes en una empresa hotelera.

La utilización de tecnología, incluyendo códigos QR, en el proceso de check-in o registro de huéspedes en una empresa hotelera es fundamental para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. La implementación de códigos QR permite automatizar y agilizar el proceso de registro, reduciendo el tiempo de espera y minimizando los errores humanos asociados con el ingreso manual de datos.

Además, la tecnología ofrece una experiencia sin contacto que es conveniente y segura para los huéspedes, alineándose con las tendencias actuales de salud y seguridad. La automatización del registro mediante códigos QR no solo optimiza el proceso, sino que también protege la información del huésped y controla el acceso a áreas restringidas del hotel.

La reducción de la carga de trabajo del personal y la capacidad para analizar datos sobre el proceso de check-in contribuyen a una gestión más eficiente y a la mejora continua del servicio. Asimismo, la adopción de tecnologías modernas posiciona al hotel como una opción innovadora y competitiva, aumentando la satisfacción del cliente y fortaleciendo su reputación en el mercado.

En resumen, la implementación de tecnología y códigos QR en el proceso de check-in proporciona beneficios significativos que abarcan desde la eficiencia operativa hasta la seguridad y la satisfacción del cliente, consolidándose como una herramienta valiosa en la gestión hotelera.

2.4 Análisis Comparativo:

Tópico	Autor	Definición
Hotel	(Rebull, 2017)	Un establecimiento dirigido por profesionales que ofrece comida a los clientes con o sin servicio extenso a cambio de una contraprestación económica. La agencia puede ofrecer e integrar diversos servicios y productos que hacen único al hotel.
	(Sandoval, 2018))	La industria de la hospitalidad es una rama de la industria del turismo que brinda servicios de alojamiento a los turistas. Puede tener diferentes clasificaciones según el nivel de comodidad y la ubicación. Cada instalación hotelera tiene su propia calidad. La industria de la hospitalidad es muy importante en la industria del turismo, ya que brinda alojamiento a los turistas durante su viaje.

Comentario:

- Rebull (2017) ofrece una visión detallada de los establecimientos individuales, centrándose en la oferta de comida y la integración de servicios como factores clave para la diferenciación. Este enfoque es más específico y orientado a la experiencia del cliente dentro de cada establecimiento.

- Sandoval (2018) proporciona una visión más amplia de la industria de la hospitalidad, resaltando su papel crucial en el turismo y la importancia del alojamiento en el contexto de los viajes. Este enfoque es más general y abarca la importancia del sector dentro del turismo y la clasificación de los servicios ofrecidos.

Ambos conceptos son complementarios: el primero ofrece una visión más específica del servicio dentro de un establecimiento, mientras que el segundo aborda la relevancia del sector de la hospitalidad en el turismo.

Tópico	Autor	Definición
	Kurtz, Byers y Karam 2022.	El proceso de check-in en un hotel es una parte crítica de la experiencia del huésped, y se lleva a cabo en varios pasos esenciales según los principios establecidos en el libro "Principios de Administración Hotelera.
Registro Huésped	(Kwortnik & Thompson, 2019).	El check-in es el proceso mediante el cual un huésped formaliza su llegada a un establecimiento hotelero. Este procedimiento administrativo y operativo es esencial para iniciar la estadía del huésped y suele implicar la verificación de la reserva, la asignación de una habitación y la entrega de llaves. El proceso de check-in marca el inicio de la relación entre el huésped y el hotel, y su eficiencia tiene un impacto significativo en la experiencia general del cliente

Comentario:

- Kurtz, Byers y Karam (2022) ofrecen una perspectiva basada en principios de administración hotelera, destacando la importancia crítica del check-in en la experiencia del huésped y su estructura dentro del contexto organizacional del hotel. Su enfoque es metodológico y centrado en la administración.

- Kwortnik y Thompson (2019) proporcionan una descripción más detallada y operativa del proceso de check-in, destacando los pasos específicos y su impacto en la percepción del huésped. Su enfoque es más práctico y descriptivo, enfatizando la eficiencia del proceso como clave para una experiencia positiva.

Ambos enfoques complementan la comprensión del proceso de check-in al abordar diferentes aspectos: uno desde una perspectiva de principios de administración y el otro desde un análisis operativo detallado.

Tópico	Autor	Definición
Tecnológica Móvil	(Castells, Fernández, 2019).	Las tecnologías móviles son un medio de comunicación y una herramienta empresarial que cubren las necesidades de una empresa a través de dispositivos personales.
	(Kumar & Mahajan, 2017).	La tecnología móvil se refiere a un conjunto de herramientas y sistemas que permiten la comunicación y el acceso a información mediante dispositivos portátiles, como teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Esta tecnología facilita la conexión inalámbrica a redes de datos y servicios en tiempo real, permitiendo a los usuarios interactuar con aplicaciones, internet y otras plataformas digitales de manera flexible y eficiente

Comentario:

- Castells y Fernández (2019) proporcionan una definición enfocada en el uso empresarial de las tecnologías móviles, destacando cómo estas pueden cubrir necesidades empresariales específicas. Este enfoque es

valioso para el análisis de aplicaciones empresariales, pero es menos exhaustivo en términos de la tecnología móvil en general.

- Kumar y Mahajan (2017) ofrecen una definición más completa y general de la tecnología móvil, abordando tanto su funcionalidad técnica como su aplicación en diversas plataformas. Su enfoque proporciona una visión más amplia y detallada de la tecnología móvil, que puede aplicarse a múltiples contextos más allá del ámbito empresarial.

Ambos enfoques tienen su valor según el contexto en el que se utilicen: Castells y Fernández son más relevantes para aplicaciones empresariales específicas, mientras que Kumar y Mahajan ofrecen una comprensión más general y completa de la tecnología móvil.

2.5 Análisis Crítico:

El proceso de check-in o registro huésped en la hotelería peruana presenta una serie de desafíos que impactan tanto en la eficiencia operativa como en la satisfacción del cliente. Aunque los hoteles de lujo en principales ciudades turísticas han comenzado a adoptar tecnologías avanzadas y a ofrecer un servicio eficiente, aún persisten grandes disparidades en la calidad del servicio entre diferentes regiones y categorías de hoteles. La lenta implementación de herramientas tecnológicas, como el uso de códigos QR y el check-in en línea,

refleja un retraso en la transformación digital del sector, lo que puede reducir la competitividad de los hoteles peruanos en un mercado globalizado.

Además, la capacitación del personal de recepción es un factor crítico que afecta la calidad del check-in. La falta de formación continua y la alta rotación de personal contribuyen a inconsistencias en el servicio, especialmente en hoteles de menor categoría o en áreas rurales. Estas deficiencias, junto con las diferencias regionales en infraestructura y recursos, generan un proceso de check-in que varía significativamente en calidad, lo que puede afectar la primera impresión y la satisfacción general del huésped.

Sin embargo, la hotelería peruana también tiene oportunidades significativas para mejorar. La inversión en tecnología, la estandarización de procesos y la mejora en la capacitación del personal son estrategias clave para optimizar el proceso de check-in. En un entorno turístico altamente competitivo, la capacidad de ofrecer un proceso de registro eficiente, seguro y orientado al cliente se convierte en un diferenciador crucial para atraer y retener a los huéspedes.

3 Capítulo III - Marco Referencial

3.1 Reseña Histórica

La compañía GHL se creó el 09 de octubre de 1.964, bajo el nombre de Hoteles Ltda., Ciudad de Popayán departamento del Cauca, por el Señor Ricardo Londoño Irragorri. La compañía en sus orígenes administro pequeños hoteles en el sur de Colombia como El Monasterio en Popayán, El Yalconia en San Agustín, La Hostería Matamundo en Neiva, La Hostería Mayasquer en Ipiales y el Hotel del Aeropuerto de Cali. GHL ya tiene más de 45 años de experiencia. y de servicio en toda la comunidad andina y el caribe. En la búsqueda de una nueva inversión GHL puso la vista en un lugar estratégico en el centro de la ciudad del Cusco para poner en pie a SONESTA HOTEL CUSCO, adquiriendo así la infraestructura de conocido hotel cusqueño el SAVOY cito en Avenida el Sol N° 954

SONESTA HOTEL CUSCO se inauguró el 01 de junio del año 2008 a la fecha tiene 11 años desde su apertura. Con un hotel de 127 habitaciones, dos salones de eventos, un bar, un restaurante y una pizzería.

3.2 Filosofía Organizacional

De acuerdo al manual de cultura organizacional del hotel SONESTA (2019), indica que la visión, misión y valores, son los siguientes:

3.2.1 Misión

La alta concepción que SENTIMOS del noble ejercicio de la HOSPITALIDAD nos COMPROMETE a buscar la eficiencia en el servicio brindando las más apropiadas SOLUCIONES (alojamiento, alimentos, comunicación, recreación y otras soluciones) a las necesidades de nuestros huéspedes. Nos comprometemos a:

- Brindar un servicio que responda a las necesidades del HUÉSPED para satisfacerlo de manera proactiva, excediendo sus expectativas.
- Lograr el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo, nivel de vida y desarrollo para que nuestros COLABORADORES dispongan de niveles óptimos de competencia profesional y desempeño.
- Generar niveles de productividad apropiadas que garanticen los resultados que esperan los INVERSIONISTAS.
- Logar el menor impacto en el MEDIO AMBIENTE.

3.2.2 Visión

CREAR EXPERIENCIAS CON GENTE FELIZ

- Mantener el liderazgo en satisfacción del huésped en Latinoamérica.
- Ser los mejores empleadores de la región.
- Generar cada vez mayor confianza con nuestros inversionistas.
- Contar con una tecnología robusta y dinámica, que optimice la venta y mejore la experiencia de nuestros huéspedes y colaboradores.
- Crecer eficientemente en número de habitaciones.
- Ser sostenibles con el medio ambiente y participar en las soluciones de los grandes retos que enfrentan nuestras comunidades.

3.2.3 Valores

La organización ha trabajado continuamente en el desarrollo de éstos tres principios de los cuales se desprende todo el planteamiento de cultura organizacional y son asumidos como un sentir colectivo, el cultivar y motivar estos principios se logra generar los siguientes valores:

- Importancia máxima al huésped como propósito común.
- Trabajo en equipo
- Desarrollo al talento humano

Importancia máxima al huésped como propósito común: La compañía se debe al huésped, por ello en los servicios dan lo mejor de sí mismos, atendiendo con amabilidad y respeto a las necesidades de quienes solicitan servicios. Se brinda atención amable, personalizada y rápida. Creyendo que siempre existe algo más que se puede hacer por el huésped. Todos son responsables de la imagen y del concepto que del Hotel se formen los huéspedes y la comunidad en general. Conociendo directamente las

necesidades y expectativas y se miden constantemente su percepción de imagen, calidad y servicio. Lo que los clientes buscan continuamente son soluciones con garantía, excelente tiempo de respuesta y flexibilidad.

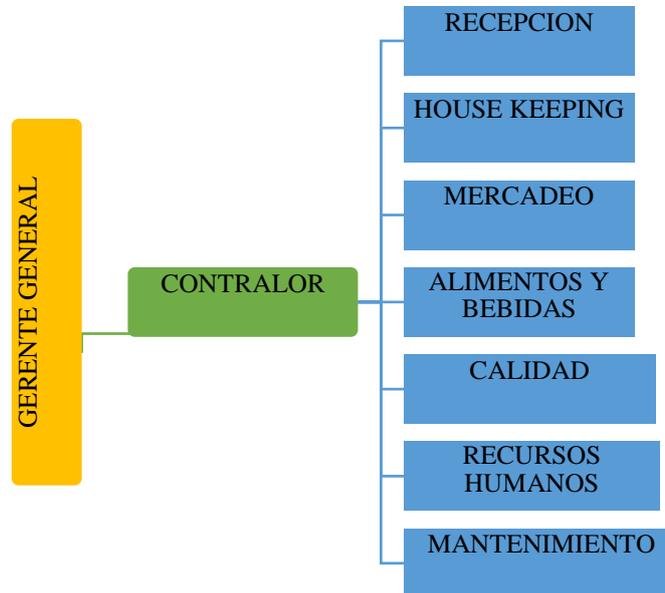
Trabajo en equipo: En la organización se valora y estimula el concepto de unidad para que se actúe en términos de empresa como un todo integrado y no con base de cada dependencia. Se promueve una dirección que motive a los jefes, supervisores y operarios en participar en la solución de problemas ejerciendo responsabilidad y compromiso. El estilo es el de la cooperación y el consenso y no el del individualismo que es la negación de una sana administración. La organización de equipos de trabajo en las distintas dependencias es un medio que se emplea para alcanzar altos niveles de participación y desempeño. Hacer un buen trabajo es asunto de todos y todos nos beneficiamos de él si lo hacemos bien, con honestidad, integridad y calidad, hacer bien el trabajo es la condición fundamental para que exista el trabajo en equipo. Los jefes y supervisores orientan, ven-den ideas, motivan, comprometen a sus colaboradores y escucha sus inquietudes; es quien forma un equipo participativo, disciplinado y coordinado y busca que el éxito no sea de él sino de todo su equipo. En GHL alcanzamos las metas de la organización mediante la identificación de todos sus integrantes con sus objetivos y valores interactuando coordinadamente en un ambiente de apoyo, mutua confianza, compañerismo y respeto para lograr así la óptima prestación de nuestros servicios. Cada empleado y trabajo es importante

Desarrollo al talento humano: Se confía en que cada empleado es persona íntegra, sincera, honesta y con un gran potencial por desarrollar

valiosas experiencias para aportar en su trabajo. Los jefes trabajan conjuntamente con sus colaboradores para revisar y analizar las operaciones y procedimientos, compartiendo información, a fin de eliminar dificultades y sugerir innovaciones que apunten al mejoramiento de los resultados. Las diferencias y discrepancias se resuelven mediante el diálogo abierto, directo y sincero. Para encontrar la verdadera causa de los problemas se buscan las fallas en los sistemas y procedimientos y no necesariamente en personas culpables. Es importante el empleado como persona a quien se respeta su dignidad, estimula su iniciativa y creatividad y se reconocen los méritos y aportes que contribuyen a alcanzar nuestros objetivos. El trabajo es la mayor fuente de autoestima, realización y satisfacción. Cada empleado debe percibir su trabajo como una misión noble para sí mismo, para su familia y para la comunidad. La excelencia en la prestación de los servicios lo logran porque cada uno de los empleados conoce bien como realiza su trabajo y facilita el trabajo de los demás, y para tal efecto la compañía destina todos los recursos necesarios tanto en tiempo de entrenamiento, como en realización de programas que refuerzan nuestro compromiso con el logro de productos de excelente calidad. En GHIL valoran, reconocen y potencializan las competencias personales y profesionales de los colaboradores a través del aprendizaje continuo y la creación de condiciones de trabajo que mejoren la calidad de vida. Estimulan las acciones tendientes a mejorar continuamente el clima laboral de la organización.

3.3 Diseño Organizacional

3.3.1 Organigrama de la Empresa



3.3.2 Descripción del Organigrama

- Gerente general: Quien se encarga de dirigir el Hotel, es el representante máximo de dicha empresa. La Gerencia General es el órgano ejecutivo de mayor nivel de la empresa, es la persona principal y clave es responsable de organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento, desarrollo y desenvolvimiento del hotel.
- Contralor: Encargada de manejar todo el tema financiero del hotel quien trabaja con un equipo distribuido en distintas funciones, dentro de ella la ejecución y manejo de la planilla del hotel.
- Área de recepción: Es el área encargada de dar la bienvenida y despedida al huésped, en el cual se realiza el proceso de chek in y chek out, el área cuenta con un equipo de recepcionistas, reservas y bellboy.

- Área de House Keeping: El ama de llaves encargado de la organización del área de habitaciones, cuenta con un equipo de trabajo dentro de ello esta las camareras, personal de áreas públicas y lavandería.
- Mercadeo: Encargado de la venta de salones y eventos y todo evento que se pueda llevar a cabo dentro del hotel.
- Área de A&B: Chef y jefe de Alimentos y Bebidas, encargado de dirigir el equipo de cocina y restaurante del hotel.
- Calidad: Área encargada de verificar todo el tema de calidad de servicio en las distintas áreas del hotel.
- Recursos humanos: Encargada básicamente de dirigir, gestionar y proporcionar al hotel el capital humano (colaboradores).
- Área de mantenimiento: Se encarga de dar mantenimiento y solucionar los problemas dentro de la infraestructura del hotel, quien trabaja junto a un equipo de colaboradores.

3.4 Productos y/o Servicios:

- Habitaciones
- Restaurant Mama Ají
- Salones de Eventos
- Lavandería
- Internet
- Servicio de Taxi

3.5 Diagnóstico Organizacional/Sectorial:

El hotel Sonesta Cusco data del año 2011, antes llamado hotel Savoy, por el tiempo de antigüedad, cuenta con una infraestructura antigua que fue remodelado, el hotel tiene mucha acogida dentro de la ciudad, por ser Sonesta una cadena hotelera con huéspedes fidelizados, siendo una alternativa de hospedaje en la ciudad del Cusco, es de categoría 4 estrellas, se encuentra en una zona céntrica, muchos de sus huéspedes son Corporativos, es decir mayor afluencia de huéspedes que llegan por motivos de trabajo.

A continuación, te presento un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del Sonesta Hotel Cusco, un establecimiento reconocido en la ciudad de Cusco, Perú. Este análisis se enfoca en diversos aspectos que afectan la operación y competitividad del hotel.

Fortalezas

- **Ubicación Estratégica:**

El Sonesta Hotel Cusco se encuentra en una ubicación privilegiada, cerca del centro histórico de Cusco y de atracciones turísticas clave como la Plaza de Armas, la Catedral de Cusco y el Templo de Qorikancha. Esta ubicación facilita el acceso de los huéspedes a los principales puntos de interés de la ciudad.

- **Reputación y Marca Reconocida:**

Sonesta es una marca internacionalmente conocida en el sector hotelero, lo que le otorga credibilidad y confianza tanto a turistas nacionales como

internacionales. Su reputación de calidad y servicio consistente es un atractivo importante para los viajeros.

- **Calidad del Servicio:**

El hotel es conocido por su atención al cliente de alta calidad, con personal capacitado y enfocado en proporcionar una experiencia positiva a los huéspedes. Las reseñas suelen destacar la amabilidad y profesionalismo del equipo de trabajo.

- **Infraestructura y Comodidades:**

El Sonesta Hotel Cusco ofrece instalaciones modernas y bien mantenidas, que incluyen habitaciones confortables, restaurante, bar, salas de reuniones y otros servicios que cumplen con las expectativas de un hotel de su categoría. Su infraestructura apoya tanto el turismo de ocio como el de negocios.

- **Fuerte Presencia en Plataformas Digitales:**

El hotel tiene una presencia sólida en plataformas de reservas en línea, con buena calificación en sitios como TripAdvisor, Booking.com, y otros, lo que aumenta su visibilidad y atractivo para turistas internacionales.

Oportunidades

- **Crecimiento del Turismo en Cusco:**

Cusco sigue siendo uno de los destinos turísticos más importantes de Perú, con un flujo constante de turistas interesados en visitar Machu Picchu y otros sitios arqueológicos. El hotel puede capitalizar este crecimiento a través de estrategias de marketing dirigidas y paquetes turísticos atractivos.

- **Aumento de la Demanda de Turismo Sostenible:**
Con el creciente interés por el turismo sostenible, el Sonesta Hotel Cusco tiene la oportunidad de implementar prácticas ecológicas y promocionarse como un destino que apoya el turismo responsable, lo cual puede atraer a un segmento creciente de viajeros conscientes del medio ambiente.
- **Expansión de Servicios y Experiencias Personalizadas:**
Existe la posibilidad de ampliar la oferta de servicios, como experiencias culturales personalizadas, excursiones privadas y actividades que resalten la cultura local, lo que podría diferenciar al hotel de sus competidores y agregar valor a la experiencia del huésped.
- **Desarrollo de Alianzas Estratégicas:**
Formar alianzas con operadores turísticos, agencias de viaje, aerolíneas y otras empresas del sector puede aumentar la cantidad de clientes potenciales y mejorar la ocupación hotelera, especialmente en temporadas bajas.
- **Incorporación de Tecnología Avanzada:**
La adopción de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente, como check-in automatizado, aplicaciones móviles para huéspedes y sistemas avanzados de gestión de reservas, puede aumentar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Debilidades

- **Dependencia del Turismo Internacional:**

La alta dependencia de turistas internacionales, especialmente en tiempos de inestabilidad global o restricciones de viaje (como la pandemia de COVID-19), puede afectar significativamente la ocupación y los ingresos del hotel.

- **Costos Operativos Elevados:**

Mantener un alto nivel de servicio e infraestructura puede resultar en costos operativos elevados, lo que puede afectar la rentabilidad, especialmente si la ocupación del hotel fluctúa considerablemente.

- **Competencia Local e Internacional:**

El Sonesta Hotel Cusco enfrenta una fuerte competencia tanto de otros hoteles de renombre en Cusco como de alojamientos más pequeños y boutique que ofrecen experiencias personalizadas y precios competitivos. Esto puede hacer que sea más difícil mantener su cuota de mercado sin recurrir a descuentos que podrían afectar la rentabilidad.

- **Dependencia en la Temporada Alta:**

Al igual que muchos hoteles en Cusco, el Sonesta puede depender en gran medida de la temporada alta (de mayo a septiembre) para alcanzar sus metas financieras, lo que deja al hotel vulnerable durante la temporada baja si no se implementan estrategias efectivas para mantener la ocupación.

Amenazas

- Demora en el proceso de registro huésped por el no uso de tecnología como son los códigos QR: que pueden afectar negativamente, lo que se traduce en una menor ocupación e ingresos para el hotel.

- Competencia de Plataformas de Alojamiento Alternativas:

La creciente popularidad de plataformas de alojamiento alternativo, como Airbnb, ofrece a los viajeros más opciones, a menudo a precios más bajos, lo que puede desviar a posibles clientes del Sonesta Hotel Cusco.

- Impacto Ambiental y Regulaciones:

Cusco es una región que enfrenta desafíos ambientales significativos, y el aumento de la regulación ambiental podría obligar a los hoteles a implementar costosos ajustes operativos. Además, la percepción de un impacto negativo del turismo en el medio ambiente podría afectar la imagen del hotel.

- Cambios en las Preferencias de los Viajeros:

Los cambios en las preferencias de los viajeros, como un mayor interés por el turismo de aventura o el turismo rural, podrían reducir la demanda de alojamiento en hoteles urbanos tradicionales, como el Sonesta, que debe adaptarse a estas nuevas tendencias.

- Riesgos Sociales y Culturales:

Cusco, siendo una ciudad turística muy visitada, enfrenta el riesgo de problemas sociales como el sobre-turismo, que puede deteriorar la calidad de la experiencia del visitante y afectar la reputación de la ciudad y sus hoteles.

Este análisis FODA proporciona una evaluación integral de los aspectos internos y externos que afectan al Sonesta Hotel Cusco, ayudando a identificar áreas de mejora y estrategias potenciales para fortalecer su posición en el mercado.

4 Capítulo IV: Resultados

4.1 Marco Metodológico

El enfoque metodológico de esta propuesta de mejora es cualitativo, ya que busca explorar y comprender a profundidad las experiencias, percepciones y sentimientos de los clientes y empleados respecto al proceso de check-in en el Hotel Sonesta Cusco.

Tipo de Investigación: Esta investigación se desarrolla como un estudio exploratorio y descriptivo. Exploratorio porque busca identificar áreas problemáticas y oportunidades de mejora en el proceso de check-in del Hotel Sonesta Cusco, y descriptivo porque se enfoca en detallar las características, percepciones y experiencias relacionadas con este proceso.

Diseño de la Investigación: El diseño es un estudio de caso cualitativo centrado en el Hotel Sonesta Cusco. Se emplearán técnicas de recolección de datos cualitativos, como entrevistas en profundidad con los huéspedes del hotel y observación directa del proceso de check-in, para obtener una comprensión detallada de los desafíos y oportunidades de mejora en este proceso.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos: Las técnicas de recolección de datos cualitativos incluyen:

Entrevistas en Profundidad: Se realizarán entrevistas semiestructuradas una selección de clientes para explorar sus experiencias y percepciones sobre el proceso de check-in.

Grupos Focales: Se organizarán grupos focales con diferentes tipos de huéspedes (nacionales e internacionales, turistas de negocios y ocio) para discutir sus expectativas y experiencias durante el check-in.

Observación Participante: Se llevará a cabo una observación directa del proceso de check-in, donde el investigador se integrará en el entorno para observar las interacciones entre el personal y los huéspedes, así como la eficiencia del proceso.

Análisis de Datos: Los datos recolectados a través de entrevistas, grupos focales y observación serán analizados mediante codificación temática. Se identificarán patrones y temas recurrentes que revelen problemas, desafíos y oportunidades en el proceso de check-in. El análisis de contenido permitirá interpretar el significado de las experiencias y percepciones de los participantes, facilitando la identificación de áreas críticas para la mejora.

Muestra y Población: La población de esta investigación incluye empleados del Hotel Sonesta Cusco involucrados en el proceso de check-in (de quienes se observara el tiempo en el cual se realiza el proceso de check-in o registro huésped) y huéspedes que han experimentado este proceso recientemente. La muestra será intencional, seleccionando a 15 empleados clave del área de recepción y a 150 huéspedes de diferentes perfiles (nacionales e internacionales, de negocios y de ocio) para participar en las entrevistas y grupos focales.

Procedimiento: El procedimiento de la investigación seguirá estos pasos:

1. Selección de Participantes: Se identificará y contactará a los empleados y huéspedes que formarán parte de la muestra intencional.

2. Diseño y Validación de Instrumentos: Se desarrollarán guías de entrevistas y preguntas para los grupos focales, las cuales serán revisadas y validadas por expertos en hotelería.

4.2 Diagnóstico

Definición del Problema: El problema identificado en el Hotel Sonesta Cusco es la ineficiencia y la falta de rapidez en el proceso de check-in, que resulta en largas esperas y una experiencia insatisfactoria para los huéspedes. Además, la pandemia de COVID-19 ha aumentado la necesidad de minimizar el contacto físico, lo que hace que el uso de tecnologías sin contacto, como los códigos QR, sea una solución atractiva para mejorar la eficiencia y la seguridad en el proceso de check-in.

Recolección de Datos: Para el diagnóstico, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con 150 huéspedes frecuentes del hotel. Además, se realizó una observación directa del proceso de check-in durante cuatro días consecutivos, cubriendo distintas franjas horarias. Finalmente, se organizaron dos grupos focales, uno con turistas internacionales y otro con viajeros de negocios, para explorar sus percepciones sobre el uso de códigos QR en el proceso de check-in.

Análisis de Datos: El análisis de los datos se realizó mediante codificación temática, identificando los siguientes temas principales: la percepción de ineficiencia en el proceso actual, la preocupación por la seguridad sanitaria, la aceptación del uso de tecnología sin contacto, y la accesibilidad de la tecnología QR para todos los huéspedes. Los patrones revelaron que, si hay una disposición general hacia el uso de códigos QR,

Identificación de Áreas Críticas: Las áreas críticas identificadas para la implementación de códigos QR en el proceso de check-in incluyen:

1. **Reducción de Tiempos de Espera:** Los códigos QR podrían acelerar el proceso de check-in al permitir a los huéspedes registrarse y acceder a sus habitaciones sin necesidad de largas interacciones en la recepción.

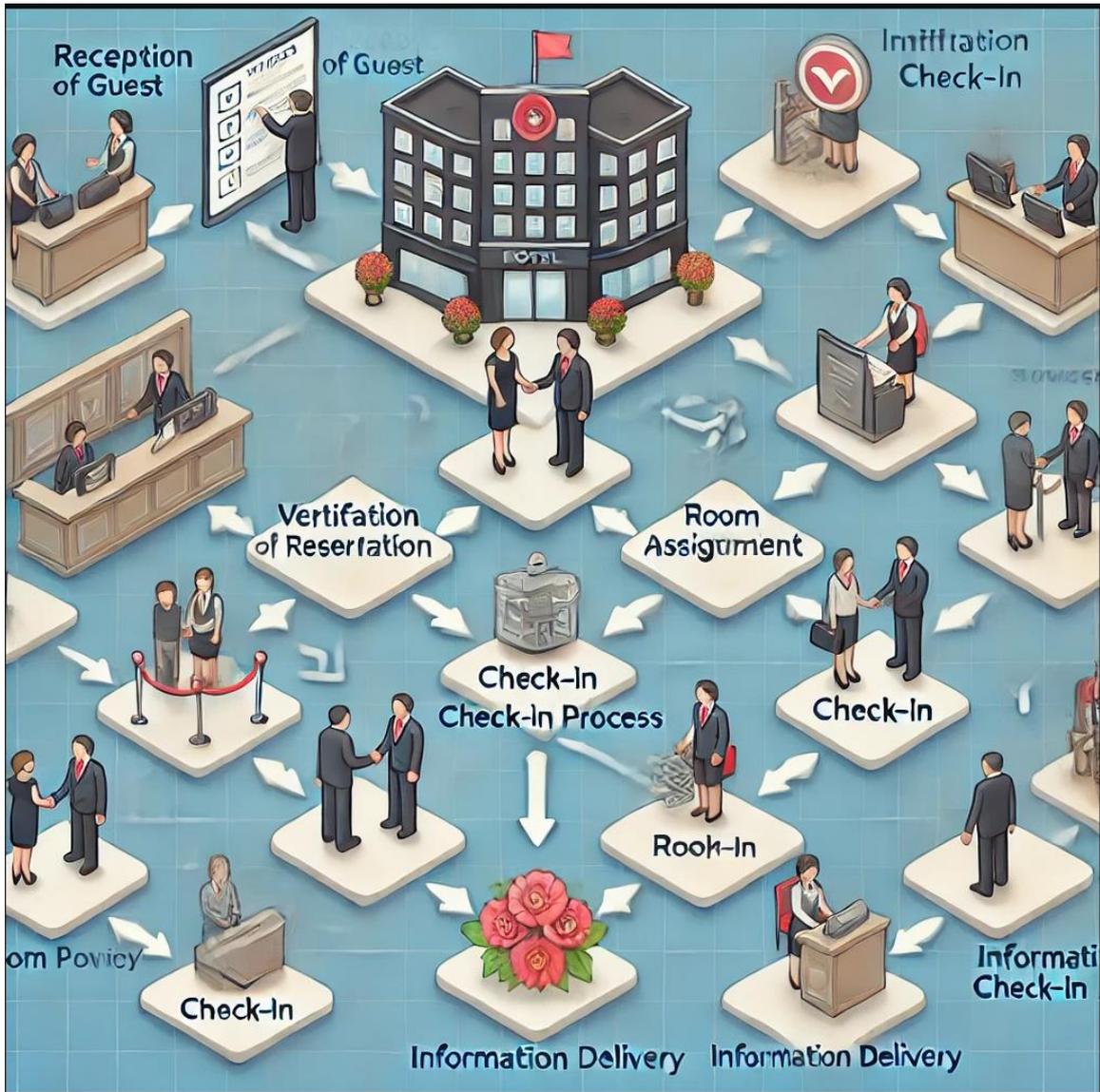
2. **Mejora de la Seguridad Sanitaria:** La tecnología QR ofrece una solución sin contacto que reduce el riesgo de contagio, alineándose con las expectativas de los huéspedes en un entorno post-pandemia.

3. **Aumento de la Satisfacción del Cliente:** La simplificación del proceso de check-in a través de códigos QR puede mejorar la experiencia del huésped, especialmente entre aquellos que valoran la eficiencia y la innovación tecnológica.

4. **Desafíos de Accesibilidad:** Aunque la mayoría de los huéspedes se mostró favorable al uso de códigos QR, algunos expresaron preocupación por la accesibilidad de esta tecnología, particularmente entre personas mayores o con limitaciones tecnológicas.

4.2.1.1 Análisis de los Procedimientos y Metodologías

Figura 06: Mapa de proceso de Chek In o registró huésped.



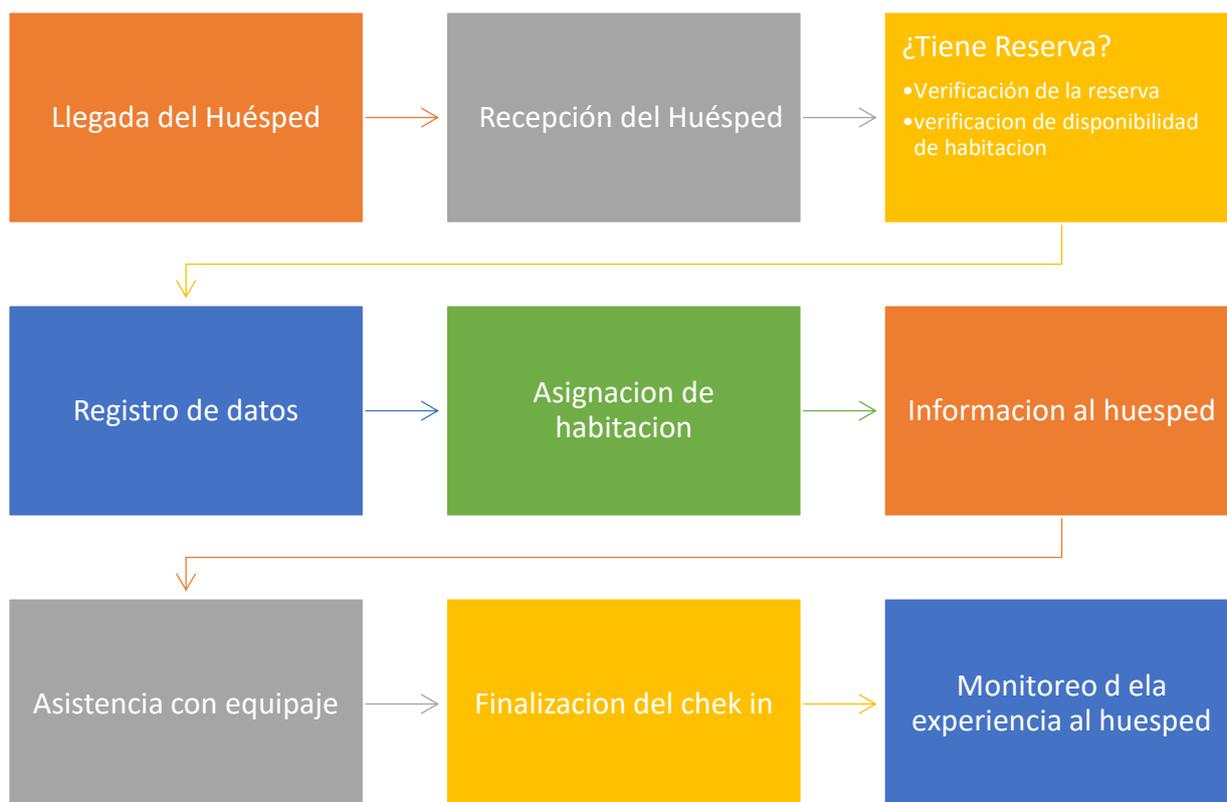


Tabla N° 03: Mapa de proceso de Chek In o registró huésped.

Proceso	Tiempo Estimado (10 – 15 minutos)
Llegada del Huésped	1.0
Recepción del Huésped	1.0
¿Tiene Reserva?	0.5
Verificación de Reserva	2.0
Verificación de Disponibilidad	1.5
Registro de Nueva Reserva	2.0
Registro de Datos	1.5
Asignación de Habitación	0.5
Información al Huésped	1.0

Asistencia con el Equipaje (Opcional)	1.0
Finalización del Check-In	0.5

Nota: Mapa de proceso de Chek In o registró huésped- Elaboración Propia 2024.

El registro de huéspedes es la parte más importante del proceso de atención al cliente, ya que los huéspedes normalmente desean ingresar al hotel y sentirse sumamente reconocidos, cuidados y, lo más importante, bienvenidos. Después de todo, es su primera impresión en su alojamiento.

Hay muchos factores a considerar en el proceso de registro de huéspedes, y es que, al registrarse directamente, las necesidades de los huéspedes siempre deben ser lo primero, pero también se debe considerar la eficiencia empresarial y operaciones más eficientes.

4.2.1.2 Proceso para Registro en el Hotel y las Expectativas del Huésped

El proceso de registro en el hotel tiene una rutina bastante histórica que se mantiene hasta el día de hoy desde su fundación en el hotel Sonesta Cusco.

Por lo general, el proceso es el siguiente:

- El huésped llega al hotel y se le ofrece Cocktail de Bienvenida,
- Comienzo de la estancia del cliente en el hotel y se dirige a su recepción
- Solicitud de la Reserva, Confirmación de pago,

- Información de la disponibilidad,
- Se identifica al huésped y se verifican sus datos.
- El personal de recepción le dará una introducción al hotel.
- El huésped tomará nota de las comodidades y las normas, etc. y hará cualquier pregunta
- El huésped recibe un formato (contrato) de ingreso al hotel con un aproximado de 2 páginas con letras bastante explícitas. Anexo 1
- En tanto el recepcionista, solicita documentación necesaria para el registro.
- Solicita un medio de pago para su alojamiento y pago en caso de consumos adicionales en el bar, restaurante u otros servicios
- Recibirá información respecto a los servicios adicionales que brinda le hotel.
- El huésped recibirá sus llaves/tarjeta
- El huésped o el personal del hotel llevarán el equipaje a la habitación.
- El huésped entra y se instala en su habitación

Ha sido más o menos así durante tanto tiempo que es exactamente unos 10 a 15 minutos lo que dura el registro personalizado

4.2.1.3 *Tiempo promedio del registro de huéspedes*

La demanda de un servicio al cliente de alta calidad es un conflicto a la hora de realizarlo en el tiempo más corto, debido a los tediosos tramites que uno debe realizar para cumplir con los procesos marcados por el hotel, ya que

le registro requiere de documentación y procesos para el registro, es por ello que el tiempo aproximado es de 5 minutos, sin embargo el tiempo real es de 10 a 15 minutos promedio.

FICHA DE REGISTRO DE HUÉSPED

1. Datos Personales del Huésped

- Nombre Completo
- Documento de Identidad / Pasaporte
- Fecha de Nacimiento
- Nacionalidad
- Género

2. Información de Contacto

- Dirección de Residencia
- Teléfono de Contacto
- Correo Electrónico

3. Información de la Reserva

- Número de Reserva
- Fecha de Llegada
- Fecha de Salida
- Número de Noches
- Tipo de Habitación (e.g., Sencilla, Doble, Suite)
- Número de Habitaciones

4. Datos de Pago

- Método de Pago (e.g., Tarjeta de Crédito, Efectivo)
- Detalles de la Tarjeta de Crédito (Número, Fecha de Expiración, CVV)
- Nombre del Titular de la Tarjeta
- Dirección de Facturación

5. Preferencias y Solicitudes Especiales

- Preferencias de Habitación (e.g., No Fumar, Piso Alto)
- Solicitudes Especiales (e.g., Cuna, Acceso para Discapacitados)

6. Información Adicional

- Propósito de la Estancia (e.g., Negocios, Placer)
- Número de Huéspedes (Adultos, Niños)
- Vehículo (Número de Placa, Tipo)

7. Confirmación y Firma

- Fecha de Registro

.....

Firma del Huésped

.....

Nombre del colaborador que Registró

Nota: Ficha de registro manual del huésped en el hotel

Cuando el proceso de check-in es deficiente, varias áreas pueden verse afectadas negativamente:

Satisfacción del Cliente: Los huéspedes pueden experimentar frustración y estrés al enfrentar un proceso de check-in lento. Esto puede afectar negativamente su percepción del servicio general del hotel.

Reputación del Hotel: Las malas experiencias en el check-in pueden llevar a comentarios negativos en redes sociales y plataformas de reseñas, dañando la reputación del hotel y potencialmente desalentando a futuros clientes.

Eficiencia Operativa: Un proceso de check-in lento puede causar congestión en la recepción, lo que puede afectar la eficiencia general del personal y aumentar el tiempo de espera para otros huéspedes.

Recursos Humanos: El personal puede verse abrumado si tiene que manejar una gran cantidad de huéspedes con un proceso ineficiente, lo que puede aumentar el estrés laboral y reducir la moral del equipo.

Ingresos: Un check-in lento puede llevar a un menor número de reservas si los huéspedes no pueden entrar rápidamente a sus habitaciones, afectando potencialmente la capacidad del hotel para generar ingresos adicionales a través de servicios adicionales o ventas cruzadas.

Experiencia General del Huésped: Un check-in ineficiente puede establecer un tono negativo para el resto de la estancia del huésped, afectando la experiencia general y su disposición a regresar o recomendar el hotel a otros.

Para mitigar estos problemas, es crucial optimizar el proceso de check-in para mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

Áreas Afectadas:

- Satisfacción del Cliente
- Reputación del Hotel
- Eficiencia Operativa
- Recursos Humanos
- Ingresos
- Experiencia General del Huésped

Grado de Impacto (Escala de 1 a 10):

1-3: Impacto Bajo

4-6: Impacto Moderado

7-10: Impacto Alto

Tabla N° 5: Impacto del chek in en otras áreas del hotel

Áreas Afectadas	Grado de Impacto
Satisfacción del Cliente	8

Reputación del Hotel	7
Eficiencia Operativa	6
Recursos Humanos	5
Ingresos	6
Experiencia General del Huésped	7

Nota: Elaboración propia

En esta tabla, cada área afectada se representa con un valor en la escala de impacto, mostrando visualmente la gravedad del impacto en cada una de ellas

4.2.1.4 Resultados de la Observación de la Ejecución del Proceso

A medida que más invitados se reunían en el lobby, la gente comenzó a frustrarse porque el tiempo de espera a veces se hacía bastante largo, incluido el registro y la disposición de la habitación. (Registro de huéspedes).

El hotel Sonesta cuenta con un servicio llamado Guest Service (servicio al huésped) que es básicamente la identificación de las necesidades específicas de cada cliente, aplicable a todos los hoteles y sus marcas; un ejemplo de ello son las toallas extra, almohadas extra, habitaciones tranquilas, habitaciones cerca de ascensores, habitaciones de fácil acceso, llegadas anticipadas, camas extras, cunas, llegadas tardías, habitaciones comunicadas,

habitaciones comunicadas, entre otras, personalizar aún más cada visita, empoderándolas con un experiencia del cliente desde el momento de la reserva hasta el pago.

Parte del servicio de planificación es que previa a la llegada, los huéspedes recibirán un correo electrónico personalizado cinco días antes de la llegada con información sobre el transporte local y el clima, así como direcciones y mapas. En este punto, nuestros clientes están seguros de que todo lo que piden está en el día que llegan. Estos son sus principales problemas que tienen y son satisfactorios porque ha sido identificado a través de FODA y de acuerdo al mismo se ha presentado resultados que provienen del análisis, proponiendo soluciones para mejorar la empresa.

De ahí la importancia de hacer el proceso de registro con amabilidad, rapidez, tratando de cumplir con todos los requisitos solicitados y por último, hacer que cada cliente se sienta bienvenido, valioso y reconocido. Esto conlleva a diferentes problemas en el registro de huéspedes, cada hotel o cadena, como es el caso de Hotelera Sonesta Hotel Cusco, tiene sus propias políticas y procedimientos en cuanto a horarios de registro de huéspedes y check-out, en este caso es el registro de huéspedes.

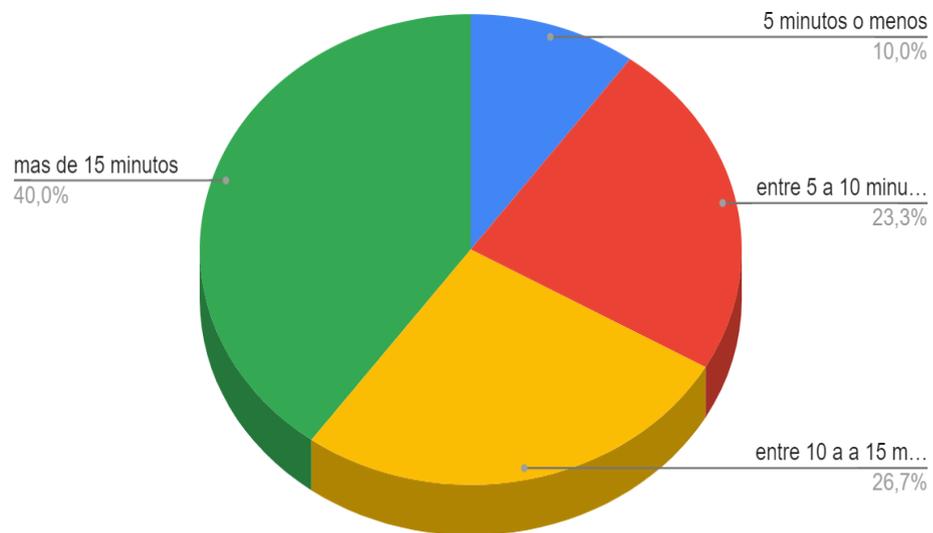
En tal sentido para la presente propuesta de mejora del proceso de Registro de huéspedes , se realizará una breve descripción del proceso de Registro de huéspedes en el área de recepción del mencionado hotel, con el principal objetivo de proponer mejoras, es así que se propone el uso de aplicativos QR del Hotel Sonesta, en los cuales le huésped podrá hacer su

registro y adjuntar documentación necesaria solicitada por el hotel, para así poder llegar a la recepción directamente a recibir la llave de su habitación, sin tener que esperar en recepción y realizar todos los ajetreos , lo cual resulta tedioso y genera cansancio y malestar, y así también evitará que los huéspedes tengan que esperar mucho para registrarse, lo que es una fuente de irritación en el cliente, esto respaldará el negocio en base a dichas acciones exitosas y planes de innovación que mejoran e impactan positivamente en la calidad del servicio en el lado del cliente, a través de sus colaboradores, mientras se mejora el tiempo del proceso de registro de huéspedes , y tendrá un impacto positivo en el cliente del hotel, la percepción a través de la capacidad de trabajar juntos y tomar decisiones efectivas y rápidas para resolver problemas. También será el resultado de la experiencia adquirida en el trabajo en hoteles y la aplicación de los procesos y políticas implementadas por la cadena hotelera que controla Sonesta Cusco Hotel, , con el objetivo de presentar y utilizar una alternativa a la tecnología actual para solucionar el problema que involucra este proceso.

4.2.1.5 Encuesta de los Huéspedes

Para evaluar la experiencia de los huéspedes en el proceso de registro del hotel, se realizó una encuesta a 150 huéspedes que se alojaron en el establecimiento durante la semana pasada. Los resultados de la encuesta revelan un nivel de satisfacción mediano-bajo, con el proceso, indicando la necesidad de mejoras en algunas áreas.

Figura 01: Tiempo de espera promedio para el Registro

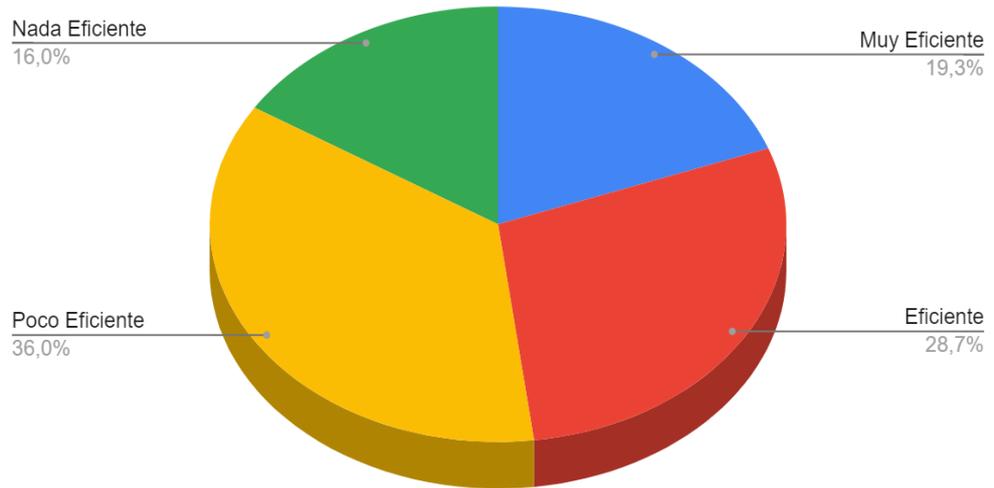


Fuente: Encuesta a los Huéspedes

Elaboración Propia

Tiempo de espera: El 40% de los huéspedes indicó que esperaron más de 15 minutos para registrarse, solo un 10% indicó que el registro se realizó en 5 minutos.

Figura 02: Eficiencia en la Atención del personal del área de Registro

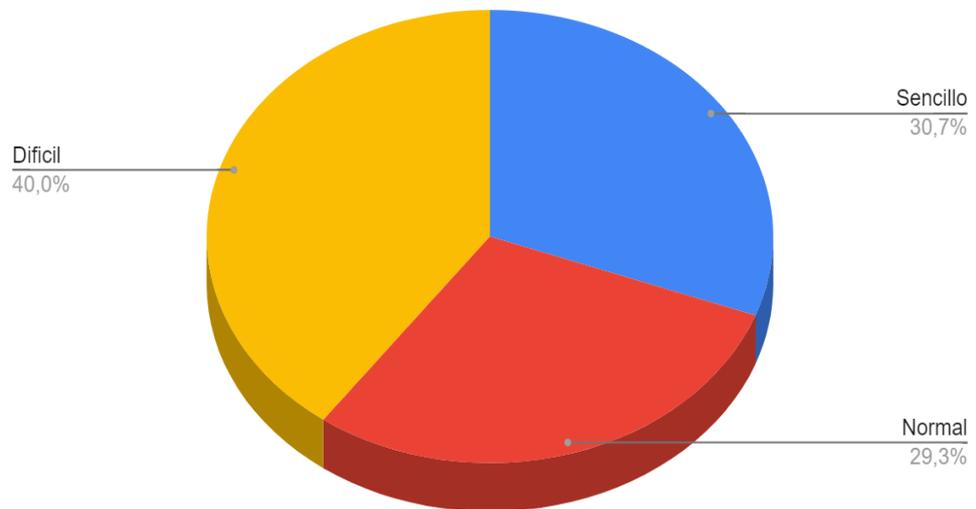


Fuente: Encuesta a los Huéspedes

Elaboración Propia

Eficiencia del personal: El 52% de los huéspedes mencionó que el personal no fue lo suficientemente rápido o eficiente durante el proceso de registro.

Figura 03: Facilidad del proceso de Registro

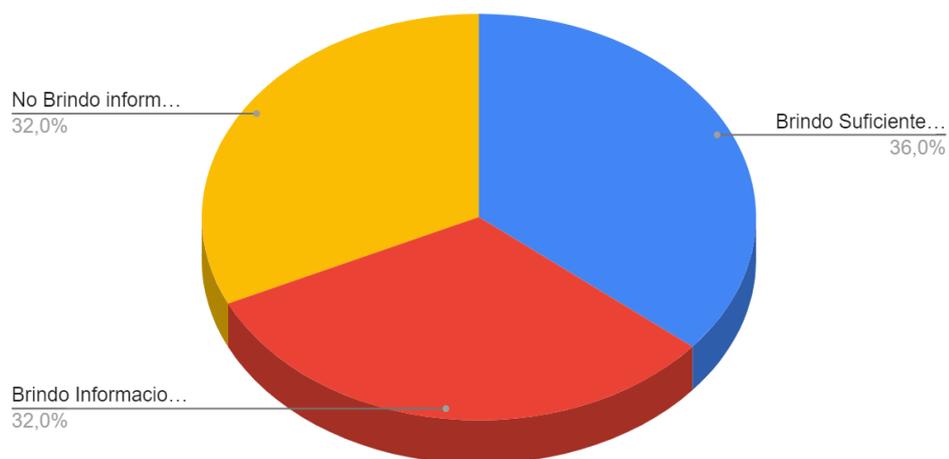


Fuente: Encuesta a los Huéspedes

Elaboración Propia

Facilidad del proceso: El 40% de los huéspedes consideró que el proceso de registro no era fácil de seguir o requería demasiada documentación y el 29.3% indicó que el proceso de registro sí fue normal.

Figura 04: Comunicación del Personal del área de Registro

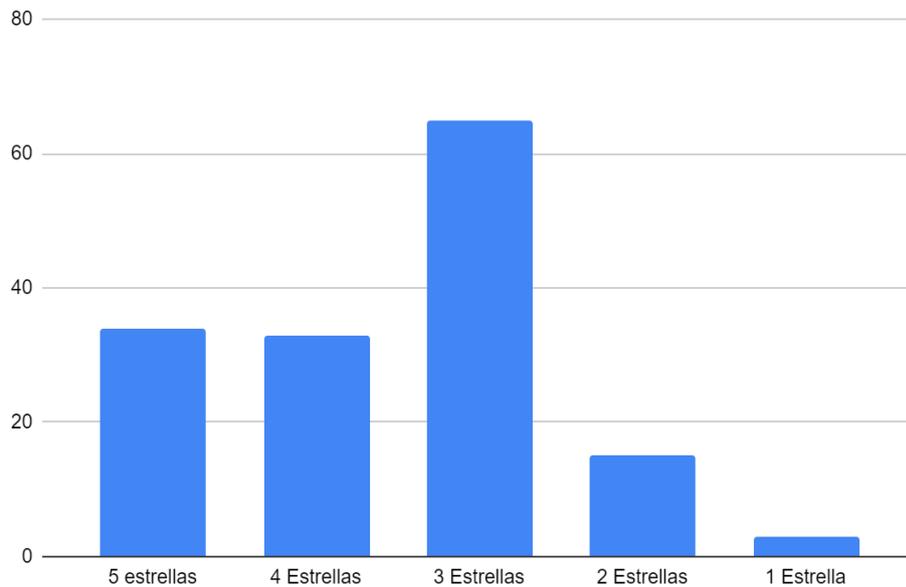


Fuente: Encuesta a los Huéspedes

Elaboración Propia

Comunicación del personal: El 32% de los huéspedes señaló que el personal no les brindó suficiente información o no respondió adecuadamente a sus preguntas.

Figura 05: Nivel de Satisfacción de los huéspedes al proceso de Registro



Fuente: Encuesta a los Huéspedes

Elaboración Propia

Satisfacción general: La calificación promedio de satisfacción con el proceso de registro fue de 3 estrellas (sobre 5).

Los resultados de la encuesta muestran que el proceso de registro del hotel presenta algunas áreas de mejora. Es importante reducir el tiempo de espera, mejorar la eficiencia del personal, simplificar el proceso y brindar una mejor comunicación e información a los huéspedes. Implementar estas mejoras puede aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la reputación del hotel.

4.2.2 Problemáticas Identificadas

De la encuesta

Se pudo identificar que el 40% de los huéspedes indicó que esperaron más de 15 minutos para registrarse, solo un 10 % indico que el registro se realizó en 5 minutos que es lo adecuado

De la observación:

Ineficiencias en el Proceso de Check-in que Impactan Negativamente la Satisfacción del Huésped

Descripción del Problema General:

El proceso de check-in es un momento clave que establece el tono de la experiencia del huésped. Sin embargo, de la encuesta y la observación del proceso ha revelado varias ineficiencias y puntos de fricción que pueden afectar la percepción de calidad del servicio ofrecido por el hotel. Estas ineficiencias se manifiestan en diversas etapas del proceso de check-in, desde la llegada del huésped hasta la asignación de la habitación y la entrega de llaves, impactando negativamente la satisfacción y fidelidad del cliente.

Principales Problemáticas:

1. Tiempos de Espera Prolongados:

Observación: Durante las horas pico, se observaron colas largas en la recepción, lo que resulta en tiempos de espera prolongados para los

huéspedes. Esta situación es exacerbada por la falta de personal suficiente o por un sistema de gestión de colas ineficaz.

Impacto: Los huéspedes manifestaban frustración y estrés, lo que disminuye su satisfacción general y puede afectar su percepción de la calidad del hotel.

2. Errores en la Verificación y Asignación de Reservas:

Observación: Se identificaron errores recurrentes en la verificación de reservas y la asignación de habitaciones. Estos incluyen reservas duplicadas, asignación de habitaciones incorrectas o no disponibles, y falta de actualización en las preferencias del huésped.

Impacto: Estos errores generan demoras adicionales y pueden causar incomodidad o insatisfacción en los huéspedes, afectando su experiencia inicial en el hotel.

3. Falta de Personalización en la Atención:

Observación: El proceso de check-in tiende a ser estandarizado, con poca o nula personalización en la atención al huésped. No se aprovechan adecuadamente los datos de los huéspedes frecuentes o las preferencias indicadas durante la reserva.

Impacto: Los huéspedes pueden sentir que no reciben un trato acorde a sus expectativas de un hotel de 4 estrellas, lo que afecta su percepción del valor recibido.

4. Deficiencias en la Comunicación:

Observación: La comunicación entre el personal de recepción y los huéspedes es insuficiente, especialmente en la transmisión de información clave sobre servicios del hotel, horarios, y políticas. También se observó falta de claridad en las explicaciones sobre cargos adicionales o políticas de depósito.

Impacto: La falta de información clara y oportuna puede generar confusión y molestias, reduciendo la confianza del huésped en el servicio y aumentando el riesgo de insatisfacción.

5. Dependencia de Sistemas Tecnológicos Obsoletos:

Observación: El sistema de gestión utilizado para el check-in mostró deficiencias, como lentitud en la carga de datos y falta de integración con otros sistemas del hotel (por ejemplo, sistema de reservas online, CRM). Esto ocasiona demoras y errores en el proceso.

Impacto: La tecnología ineficiente no solo ralentiza el proceso de check-in, sino que también aumenta la probabilidad de errores, afectando la eficiencia operativa y la satisfacción del huésped.

Conclusión de la Problemática:

El proceso de check-in en el Hotel Sonesta Cusco, es crítico para establecer una experiencia positiva para el huésped. Sin embargo, las ineficiencias observadas, como tiempos de espera prolongados, errores en la

gestión de reservas, falta de personalización, deficiencias en la comunicación y dependencia de tecnología obsoleta, contribuyen a una experiencia subóptima para el huésped. Estas problemáticas no solo afectan la satisfacción del cliente, sino que también pueden influir negativamente en la reputación del hotel y en la fidelización de los huéspedes, lo que se pudo observar en las páginas de reputación (revisar anexo final), donde el huésped manifiesta y realiza comentarios negativos en cuando al proceso de registro, y resaltando más bien otros servicios y atención del hotel, siendo este punto el más deficiente; lo que justifica la necesidad de revisar y mejorar el proceso de check-in utilizando tecnología a través de códigos QR.

4.3 Diseño de la Mejora del Proceso de Check-in o registro huésped con Integración de Códigos QR.

4.3.1 Objetivos

1. Reducir los Tiempos de Espera en el Check-in:

- Meta: Disminuir el tiempo promedio de check-in a menos de 5 minutos por huésped.

2. Aumentar la Precisión en la Asignación de Habitaciones:

- Meta: Reducir los errores en la asignación de habitaciones y reservas en un 90%.

3. Mejorar la Satisfacción del Huésped:

- Meta: Incrementar la puntuación de satisfacción del cliente en un 20%, medida a través de encuestas de satisfacción post-estancia.

4. *Optimizar la Comunicación e Información al Huésped:*

- Meta: Mejorar el acceso y la claridad de la información sobre los servicios del hotel mediante el uso de códigos QR.

5. *Modernizar la Tecnología de Gestión del Check-in:*

- Meta: Implementar un sistema de gestión de check-in actualizado que integre códigos QR y CRM en un 100%.

4.3.2 .Estrategias

1. *Pre-Check-in Online con Códigos QR:*

- Crear una plataforma web o móvil para que los huéspedes puedan completar su pre-check-in antes de llegar al hotel. Esta plataforma generará un código QR único para cada reserva, el cual contendrá toda la información necesaria para el proceso de check-in.

2. *Implementación de Módulos de Autoservicio con Escaneo de Códigos QR:*

- Colocar Módulos de autoservicio en la recepción, donde los huéspedes puedan escanear su código QR y completar el check-in de manera autónoma, sin necesidad de intervención directa del personal.

3. *Actualización del Sistema de Gestión del Hotel:*

- Modernizar el software de gestión del hotel para que integre la tecnología de códigos QR con el CRM, permitiendo un acceso rápido a las reservas y personalización del servicio.

4. *Capacitación Integral del Personal:*

- Proporcionar capacitación detallada al personal en el uso del nuevo sistema, gestión de códigos QR y atención al cliente para maximizar la eficiencia y satisfacción del huésped.

5. *Comunicación Digital Mejorada:*

- Desarrollar códigos QR que se ubiquen en áreas estratégicas del hotel, brindando acceso rápido a información relevante como horarios, servicios, menús, y otros detalles importantes..

4.3.3 Actividades

1. *Desarrollo y Lanzamiento del Sistema de Pre-Check-in:*

- Actividades: Diseñar y desarrollar la plataforma de pre-check-in, realizar pruebas piloto y ajustar según retroalimentación. Asegurar que la plataforma sea compatible con todos los dispositivos móviles y navegadores web.
- Responsable: Departamento de IT.
- Duración: 8 semanas.

2. *Adquisición e Instalación de Módulos de Autoservicio:*

- Actividades: Seleccionar un proveedor de Módulos, adquirir e instalar los equipos en la recepción, realizar pruebas de funcionamiento y capacitar al personal en su uso.
- Responsable: Departamento de Compras y IT.
- Duración: 6 semanas.

3. *Actualización del Sistema de Gestión del Hotel:*

- Actividades: Seleccionar y adquirir el software de gestión, realizar la integración con la plataforma de códigos QR y el CRM, y capacitar al personal en su uso.
- Responsable: Departamento de IT.
- Duración: 8 semanas.

4. *Capacitación del Personal:*

- Actividades: Diseñar un programa de capacitación que incluya talleres y simulaciones del nuevo proceso de check-in. Evaluar la comprensión del personal y realizar sesiones adicionales si es necesario.
- Responsable: Recursos Humanos y Gerencia de Operaciones.
- Duración: 4 semanas.

5. *Desarrollo e Implementación de Códigos QR para Información del Hotel:*

- Actividades: Crear códigos QR para diversas funcionalidades (información de servicios, menús, horarios), imprimir y colocar en las áreas correspondientes, y promover su uso entre los huéspedes.
- Responsable: Marketing y IT.
- Duración: 4 semanas.

4.3.4 Cronograma

Tabla N° 5 Cronograma

Actividad	Duración	Fechas
Desarrollo del Sistema de Pre-Check-in	8 semanas	Octubre - Noviembre 2024
Pruebas del Sistema y Ajustes	2 semanas	Noviembre 2024
Adquisición de Módulos	2 semanas	Noviembre 2024
Instalación y Configuración de Módulos	4 semanas	Noviembre - Diciembre 2024
Actualización del Sistema de Gestión	8 semanas	Octubre - Noviembre 2024
Capacitación del Personal	4 semanas	Diciembre 2024
Desarrollo de Materiales y Códigos QR	4 semanas	Noviembre - Diciembre 2024
Implementación Completa	1 semana	Enero 2025

4.3.5 Presupuesto Estimado

Tabla N° 6 Cronograma

Rubro	Costo Estimado (USD)
Desarrollo del Sistema de Pre-Check-in Online	\$20,000
Adquisición de Módulos de Autoservicio (4 unidades)	\$40,000 (\$10,000 por unidad)
Actualización del Sistema de Gestión	\$15,000
Capacitación del Personal	\$5,000
Desarrollo e Impresión de Materiales (Códigos QR)	\$2,000
Contingencias	\$5,000
Total Estimado	\$87,000

4.3.5.1 Consideraciones adicionales:

Es importante realizar encuestas periódicamente para monitorear la satisfacción del cliente con el proceso de registro y evaluar la efectividad de las medidas implementadas.

Los comentarios de los huéspedes deben ser analizados cuidadosamente para identificar áreas específicas de mejora.

La comunicación con los huéspedes sobre las mejoras realizadas en el proceso de registro puede generar confianza y una mejor experiencia general.

La tecnología de los hoteles está en constante evolución, y a tal velocidad que puede ser difícil determinar cuál tipo de tecnología se adapta a su objetivo y sea mucho más fácil al reducirlo a un factor de fácil acceso, más agradable a la vista y tiempo del huésped, de manera que también, la tecnología de registro de huéspedes que utilice deba beneficiar directa o indirectamente a sus huéspedes. El servicio rápido es la prioridad de cualquier huésped. El registro de huéspedes automatizado garantiza que los huéspedes puedan llegar rápidamente a su habitación sin perder tiempo en la recepción. Los hoteles que todavía utilizan el registro de huéspedes manual tradicional aumentarán los tiempos de espera de los huéspedes, como hemos evidenciado en el proceso de observación de dicho proceso en el hotel Sonesta Cusco, donde todavía se utiliza el chek-in manual y de ingreso en sistemas de computadora, registros en un sistema poco amigable, corriendo el riesgo de dar una impresión equivocada a los viajeros cansados.

Se ha propuesto el uso de aplicativos móviles con el uso de códigos QR amigables al huésped, donde el viajero use su teléfono móvil y mientras va camino al hotel o anticipadamente, realice sus registro, ingresando datos, documentación escaneada con el móvil, elija su habitación y demás datos antes de llegar a su destino que es el hotel Sonesta Cusco, diseñado específicamente como solución atractiva que también ofrezca:

- Código QR de reservas en línea: donde se haga una reserva sin comisiones en su sitio web y asignaciones de habitaciones.
- Sitio web atractivo y funcional que convierta a los "visitantes" en "reservadores".

- Soluciones de pago: procese depósitos, pagos y reembolsos de forma rápida y sencilla manera.
- Hotel Check In App a través de códigos QR simples pero funcionales.
- Registro de hotel de forma más sencillas de realizar el registro de huéspedes en línea, a través de su dispositivo inteligente.

4.4 Mecanismos de Control

Para asegurar que la implementación de la mejora del proceso de check-in con códigos QR en el Hotel Sonesta Cusco de manera efectiva y cumpla con los objetivos establecidos, es crucial establecer mecanismos de control que permitan monitorear, evaluar y ajustar las acciones a lo largo del tiempo. Estos mecanismos garantizarán la calidad del proceso, la satisfacción del cliente y la optimización continua del sistema.

1. Indicadores de Rendimiento (KPI)

- Tiempos de Check-in:
 - Descripción: Medir el tiempo promedio que tarda un huésped en completar el check-in desde su llegada hasta que recibe la llave de su habitación.
 - Meta: Menos de 5 minutos por huésped.
 - Frecuencia de Monitoreo: Diario, con reportes semanales.
- Precisión en la Asignación de Habitaciones:
 - Descripción: Tasa de errores en la asignación de habitaciones (reservas duplicadas, habitaciones incorrectas, etc.).
 - Meta: Menos del 1% de errores.
 - Frecuencia de Monitoreo: Semanal, con análisis mensual.

- Satisfacción del Huésped:
 - Descripción: Puntuaciones de satisfacción del huésped en encuestas post-estancia, enfocadas en la experiencia del check-in.
 - Meta: Aumento del 20% en comparación con la línea de base previa a la implementación.
 - Frecuencia de Monitoreo: Mensual.
- Uso de Códigos QR:
 - Descripción: Número de huéspedes que utilizan el código QR para el check-in y acceso a información del hotel.
 - Meta: Al menos el 80% de los huéspedes utiliza el código QR.
 - Frecuencia de Monitoreo: Semanal, con reportes mensuales.

2. Auditorías Internas

- Auditorías de Procesos:
 - Descripción: Revisar y auditar el proceso de check-in periódicamente para asegurar que se sigan los procedimientos establecidos, se utilicen los códigos QR correctamente y se mantenga la calidad del servicio.
 - Frecuencia: Trimestral.
 - Responsable: Departamento de Calidad y Gerencia de Operaciones.

- Revisión del Sistema de Gestión:
 - Descripción: Verificar que el sistema de gestión del hotel funcione correctamente, esté actualizado y que los datos de los huéspedes sean manejados de manera segura y eficiente.
 - Frecuencia: Semestral.
 - Responsable: Departamento de IT.

3. Retroalimentación de Clientes y Personal

- Encuestas Post-Estancia:
 - Descripción: Enviar encuestas de satisfacción a los huéspedes después de su estancia, con preguntas específicas sobre la experiencia del check-in y el uso de códigos QR.
 - Frecuencia: Continua.
 - Responsable: Departamento de Atención al Cliente.
- Reuniones de Retroalimentación con el Personal:
 - Descripción: Realizar reuniones periódicas con el personal de recepción para discutir cualquier problema o mejora relacionada con el nuevo sistema de check-in y el uso de códigos QR.
 - Frecuencia: Mensual.
 - Responsable: Gerencia de Operaciones.

4. Informes y Análisis

- Informes de Desempeño:
 - Descripción: Elaborar informes mensuales que incluyan los indicadores de rendimiento, resultados de auditorías, y retroalimentación de clientes y personal. Estos informes se utilizarán para evaluar la efectividad del sistema y realizar ajustes si es necesario.
 - Frecuencia: Mensual.
 - Responsable: Gerencia de Operaciones, con soporte del Departamento de IT y Calidad.

- Análisis de Desviaciones:
 - Descripción: Identificar y analizar cualquier desviación significativa de los objetivos establecidos (por ejemplo, un aumento en los tiempos de check-in o una disminución en la satisfacción del huésped). Se desarrollarán planes de acción correctiva basados en los resultados de estos análisis.
 - Frecuencia: Inmediata tras la detección de desviaciones, con revisiones trimestrales.
 - Responsable: Comité de Mejora Continua.

5. Plan de Mejora Continua

- Ciclos de Mejora Continua (PDCA - Plan, Do, Check, Act):

- Descripción: Implementar un ciclo de mejora continua basado en el modelo PDCA para revisar regularmente el proceso de check-in y buscar oportunidades de mejora. Este ciclo implica planificar cambios, implementarlos, verificar los resultados y actuar en consecuencia.
- Frecuencia: Trimestral.
- Responsable: Comité de Mejora Continua.
- Actualización Tecnológica:
 - Descripción: Evaluar y actualizar periódicamente la tecnología utilizada en el proceso de check-in (software, Módulos, seguridad de datos) para garantizar que siga siendo eficiente y segura.
 - Frecuencia: Anual, con revisiones tecnológicas semestrales.
 - Responsable: Departamento de IT.

Conclusión

Los mecanismos de control son fundamentales para garantizar que el diseño de mejora del proceso de check-in con códigos QR no solo cumpla con los objetivos inicialmente establecidos, sino que también se mantenga eficiente y relevante a lo largo del tiempo. A través de indicadores de rendimiento, auditorías, retroalimentación continua y un enfoque en la mejora continua, el hotel puede asegurar una experiencia de check-in de alta calidad que mejore la satisfacción del huésped y optimice las operaciones.

4.4.1 Análisis Beneficio-Costo

Hemos visto maneras de usar los códigos QR en el hotel, pero, aparte de su uso para mejorar la experiencia de los huéspedes, se puede también mejorar operaciones y servicios:

Tabla N° 7: Análisis beneficio-costo

BENEFICIO	BENEFICIOS	COSTO
Reduce las filas en el lobby	<p><i>Reduce el uso del papel:</i> la cantidad de papel que un huésped puede generar por noche entre el uso de (tickets, formularios, tarjetas de registro, recibos u otros) El uso de códigos QR en el hotel Sonesta, permitirá deshacerse del uso del papel, digitalizando la mayor parte de la experiencia.</p> <p><i>Reduce el tiempo de espera en recepción:</i> con el uso de códigos QR, los huéspedes del hotel pueden hacer el registro de huéspedes online en menos de 5 minutos, por lo que se eliminan los tiempos de espera y las colas en recepción para registrarse.</p>	A comparación de una inversión de 87, 000 \$ por la creación de la aplicación lo cual tendrá un uso indeterminado de tiempo, es totalmente factible y considerable al costo que genera el uso de papelería, tiempo, disposición y demás costos que son incomparables, visto que solo en papelería se gasta: mes=12,000
Mejora la relación con el cliente		Mejora la experiencia del huésped
Mejora la experiencia del huésped		
Muestra su sitio web y otras partes de su propiedad		
Reduce la carga de trabajo del personal		
Fuente adicional de ingresos		

<p>Conveniente para el huésped</p>	<p><i>Dispositivo:</i> la información puede ser perfectamente visible desde el móvil, Tablet u otros dispositivos.</p> <p><i>Lenguaje:</i> el contenido puede ser adaptado a idiomas en el móvil del huésped, puede ser cambiado en cualquier momento.</p> <p><i>Editable:</i> la información que compartes a través de tus códigos QR puede ser editada tantas veces como sea necesario y personalizado de acuerdo al tipo de huésped. Por tanto ya no será necesario cambiar todas las firmas, tarjetas y menús cada vez que la información varíe.</p> <p><i>Reduce los costos:</i> con el uso de códigos QR, el hotel reduce costos en recursos físicos como formularios de registro, recibos, encuestas de feedbacks u otros que son de uso del cliente.</p>	<p>Uso de computadoras</p> <p>Tonner de impresión 50,000</p> <p>Lapiceros 1,000</p> <p>Cartillas 20,000</p> <p>Otros. 10,000</p> <p>Total: 225,000</p>
------------------------------------	--	--

5 Capítulo V: Conclusiones y Sugerencias

Conclusiones

- Se logró diseñar una propuesta integral para la mejora del proceso de registro de huéspedes en el Sonesta Hotel Cusco, que aborda de manera efectiva las ineficiencias actuales y promueve una experiencia de usuario más fluida y satisfactoria. La propuesta está fundamentada en un análisis exhaustivo del proceso actual y en la identificación de puntos críticos que requieren intervención.
- Se llevó a cabo un diagnóstico detallado del proceso de registro de huéspedes en el Sonesta Hotel Cusco, identificando varios puntos de demora y cuellos de botella que afectan la eficiencia del proceso. Se constató que la falta de automatización y la redundancia en ciertos pasos del proceso contribuyen significativamente a estos problemas.
- A partir del diagnóstico, se identificaron estrategias clave para la mejora del proceso, como la implementación de tecnologías de auto check-in, la simplificación de los formularios de registro y la capacitación del personal en el uso de estas nuevas herramientas. Estas acciones están diseñadas para reducir el tiempo de espera y mejorar la satisfacción del cliente.
- Se propusieron métodos de control específicos para asegurar la sostenibilidad de las mejoras en el tiempo. Estos incluyen la creación de indicadores de desempeño clave (KPIs) para monitorear la eficiencia del

proceso de registro, así como la implementación de auditorías periódicas para evaluar la efectividad de las estrategias aplicadas.

- El análisis beneficio-costos realizado muestra que la implementación de la propuesta es económicamente viable y que los beneficios superan con creces los costos. Se proyecta una reducción significativa en los tiempos de registro y un aumento en la satisfacción del cliente, lo que se traduce en un retorno de inversión positivo para el hotel.
- La implementación de la propuesta no solo mejorará la eficiencia operativa del Sonesta Hotel Cusco, sino que también podría servir como modelo para otras empresas hoteleras que enfrentan desafíos similares en sus procesos de registro de huéspedes. La adopción de estas mejoras podría posicionar al hotel como un líder en servicio al cliente en el sector hotelero de la región.

Limitaciones: El estudio estuvo limitado por la disponibilidad de datos históricos completos y por la necesidad de basar parte del análisis en simulaciones y proyecciones.

Futuras Investigaciones: Se recomienda realizar estudios longitudinales para evaluar el impacto a largo plazo de las mejoras implementadas y explorar la integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial para personalizar aún más el proceso de registro de huéspedes.

Estas conclusiones resumen cómo se han alcanzado los objetivos planteados, demostrando la viabilidad y los beneficios de la propuesta diseñada para el Sonesta Hotel Cusco.

Recomendaciones

- Se recomienda implementar la propuesta de mejora de manera gradual, comenzando con una fase piloto en un segmento específico del hotel, como en un grupo limitado de habitaciones o durante un período de tiempo definido. Esto permitirá realizar ajustes y mejoras antes de una implementación a mayor escala.
- Es fundamental capacitar al personal en el uso de las nuevas tecnologías y procedimientos propuestos. La formación debe ser continua para asegurar que el personal esté siempre actualizado con las mejores prácticas y que pueda manejar eficientemente cualquier cambio o actualización en el sistema de registro.
- Se deben establecer mecanismos de monitoreo y evaluación constantes para asegurar que las mejoras implementadas estén funcionando según lo previsto. Esto incluye la revisión regular de los KPIs establecidos y la realización de encuestas de satisfacción al cliente para medir el impacto de las mejoras.
- Se recomienda invertir en tecnologías avanzadas de automatización y sistemas de gestión hotelera que faciliten el proceso de check-in. La adopción de soluciones tecnológicas como kioscos de auto check-in, aplicaciones móviles para el registro y sistemas de identificación biométrica puede reducir significativamente los tiempos de espera y mejorar la experiencia del huésped.
- Fomentar una comunicación abierta y constante con los huéspedes para obtener su feedback sobre el nuevo proceso de registro. Esto permitirá

realizar ajustes en tiempo real y adaptarse mejor a las necesidades y expectativas de los clientes.

- Realizar un análisis continuo de beneficio-costos para evaluar la rentabilidad de las mejoras implementadas. Esto ayudará a identificar oportunidades adicionales de optimización y a justificar futuras inversiones en la mejora del proceso de registro.
- Mantenerse al día con las últimas innovaciones tecnológicas en el sector hotelero. Tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la automatización avanzada pueden ofrecer nuevas oportunidades para mejorar aún más el proceso de registro y personalizar la experiencia del huésped.
- Considerar la posibilidad de aplicar las mejores prácticas identificadas en el proceso de registro a otros procesos operativos dentro del hotel, como el check-out, la gestión de reservas o el servicio al cliente en general, para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio en todo el hotel.

Estas recomendaciones están diseñadas para asegurar que la propuesta de mejora no solo sea implementada de manera efectiva, sino que también se mantenga sostenible y adaptable a futuros cambios en el entorno hotelero.

Bibliografía

- Álava Reyes, M. J. (2017). *Los secretos de la comunicación*. Redined.
- Amado, A. J. (2021). *Identidad organizacional del sector hotelero*. Instituto Tecnológico de Sonora.
- Comercio. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad del servicio*. Vértice.
- Díaz Bravo, S. A. (2017). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de consulta externa, en el Hospital Regional Honorio Delgado - 2017*. Universidad Nacional San Agustín.
- García, S. L. (2018). *Recepción y atención al cliente*. Magallanes.
- Koontz, H. (2015). *Administración*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Mendoza Domínguez, A. O. (2018). *Calidad de los servicios de una empresa*. Huánuco.
- Pizarro Ibáñez, A. P. (2019). *Plan de marketing para hotel*. Machala.
- Rebull, S. (2017). *El sector hotelero*. En S. Rebull (Ed.), *Sector hotelero* (p. 167).
- Ríos, E. A. (2022). *Manual de procedimientos para el hotel*. Universidad Mayor de San Andrés.
- Oliver, R. L. (2018). *Customer satisfaction*. En J. Sheth & N. Malhotra (Eds.), *Wiley international encyclopedia of marketing*. Wiley.
- Pellegrini, F. (2022). *El diseño del mundo: ¿Cómo se crea una experiencia?*. Editorial Galerna.
- Norman, R. (2021). *Service management: Strategy and leadership in service businesses*. Wiley.

Kurtz, D., Byers, J., & Karam, M. (2022). *Principios de administración hotelera*. McGraw-Hill.

Sampieri, R. H. (2007). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Sandoval, C. (2021). *Definición de hotelería*. Hotelería.

Sonesta Hotel. (2019). *Cultura organizacional*.

Sonesta Hotel. (s.f.). *Cultura organizacional*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2008). *Servicios de marketing: Integrando el enfoque del cliente en la estrategia organizacional*. McGraw-Hill.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Servicios de marketing y gestión*. Pearson.

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2014). *Service management: Operations, strategy, information technology* (8.^a ed.). McGraw-Hill.

Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1997). *The value profit chain: Treat employees like customers and customers like employees*. Free Press.

Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3.^a ed.). John Wiley & Sons.

Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. (2018). *Administración hotelera*. Pearson.

Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (2021). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.

Ohmae, K. (2016). *The mind of the strategist: The art of Japanese business*. McGraw-Hill.

Porter, M. E. (2015). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Schmitt, B. H. (2019). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Free Press.

Anexos:

Encuesta de satisfacción del proceso de registro (check-in)

Sonesta Hotel Cusco

Estimado huésped,

Agradecemos su preferencia por Sonesta Hotel Cusco. Su opinión es muy importante para nosotros, ya que nos permite mejorar continuamente nuestros servicios. Le agradeceríamos que dedicara unos minutos a responder esta breve encuesta sobre su experiencia de registro y check-in.

1. ¿Cuánto tiempo esperó para registrarse en el hotel?

Menos de 5 minutos

Entre 5 y 10 minutos

Entre 10 y 15 minutos

Más de 15 minutos

2. ¿Cómo califica la atención recibida por parte del personal de recepción?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

3. ¿Qué tan cómodo y sencillo considera que fue el proceso de registro?

Muy cómodo y sencillo

Cómodo y sencillo

Neutral

Incómodo y complicado

Muy incómodo y complicado

4. ¿Qué aspectos del proceso de registro y check-in le parecieron más positivos?

(Espacio abierto para comentarios)

5. ¿Qué aspectos del proceso de registro y check-in le parecieron más negativos?

(Espacio abierto para comentarios)

6. ¿Recomendaría Sonesta Hotel Cusco a otros huéspedes?

Sí, definitivamente

Sí, probablemente

Tal vez

Probablemente no

No, en absoluto

7. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional para mejorar el proceso de registro y check-in?

(Espacio abierto para comentarios)

Gracias por su tiempo y valiosa opinión.

Sonesta Hotel Cusco se compromete a brindar a sus huéspedes una experiencia excepcional. Su retroalimentación nos ayudará a lograrlo.

FICHA DE REGISTRO DE HUÉSPED

1. Datos Personales del Huésped

- Nombre Completo
- Documento de Identidad / Pasaporte
- Fecha de Nacimiento
- Nacionalidad
- Género

2. Información de Contacto

- Dirección de Residencia
- Teléfono de Contacto
- Correo Electrónico

3. Información de la Reserva

- Número de Reserva
- Fecha de Llegada
- Fecha de Salida
- Número de Noches
- Tipo de Habitación (e.g., Sencilla, Doble, Suite)
- Número de Habitaciones

4. Datos de Pago

- Método de Pago (e.g., Tarjeta de Crédito, Efectivo)
- Detalles de la Tarjeta de Crédito (Número, Fecha de Expiración, CVV)
- Nombre del Titular de la Tarjeta
- Dirección de Facturación

5. Preferencias y Solicitudes Especiales

- Preferencias de Habitación (e.g., No Fumar, Piso Alto)
- Solicitudes Especiales (e.g., Cuna, Acceso para Discapacitados)

6. Información Adicional

- Propósito de la Estancia (e.g., Negocios, Placer)
- Número de Huéspedes (Adultos, Niños)
- Vehículo (Número de Placa, Tipo)

7. Confirmación y Firma

- Fecha de Registro

.....

Firma del Huésped

.....

Nombre del colaborador que Registró

Comentarios Recientes:

****1. Nombre del huésped:** [Juan Pérez]

Fecha de estancia: [20 de setiembre de 2023]

Calificación del Check-In: ★★☆☆☆

Comentario: *El proceso fue demasiado lento. Llegué al hotel después de un largo viaje y tuve que esperar más de 30 minutos para que me atendieran. No había suficiente personal en la recepción.*

****2. Nombre del huésped:** [María López]

Fecha de estancia: [15 de diciembre de 2023]

Calificación del Check-In: ★☆☆☆☆

Comentario: *La atención en el check-in fue deficiente. No encontraban mi reserva y tuve que demostrar con correos que la había hecho y no me ofrecieron una disculpa.*

****3. Nombre del huésped:** [Carlos Ramírez]

Fecha de estancia: [10 de marzo de 2024]

Calificación del Check-In: ★★★☆☆

Comentario: *El check-in fue aceptable, pero podría mejorar. Hubo una fila larga y solo dos personas atendiendo. Además, el sistema informático estaba lento.*

. Nombre del huésped: Ana Torres

Fecha de estancia: 5 de agosto de 2023

Calificación del Check-In: ★☆☆☆☆

Comentario: *El check-in fue un desastre. No tenían mi habitación lista a la hora de mi llegada y tuve que esperar. No se me ofreció ninguna compensación ni disculpa por el inconveniente. Muy mal servicio.*

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL PROCESO DE CHECK-IN

1. Información General

- Nombre del Hotel: Sonesta Cusco
- Fecha de Observación:
- Hora de Inicio:
- Hora de Finalización:
- Nombre del Observador:

2. Datos del Check-In

- Número de Clientes Observados:
- Tipo de Reserva (Directa/Agencia/OTA):
- Duración del Check-In (Tiempo Total):

3. Proceso de Check-In

- Registro del Cliente:
 - ¿El cliente fue recibido por el personal? (Sí/No)
 - Tiempo de espera antes de ser atendido:
 - Tiempo de registro efectivo (desde la recepción hasta la finalización del registro):
- Documentación Requerida:
 - ¿Se solicitó la documentación necesaria? (Sí/No)
 - ¿El cliente tenía toda la documentación requerida? (Sí/No)
- Verificación de Datos:
 - Tiempo dedicado a la verificación de datos personales:
 - ¿Hubo algún problema durante la verificación? (Sí/No, si es sí, especificar)
- Asignación de Habitación:
 - Tiempo dedicado a la asignación de habitación:
 - ¿Se informó al cliente sobre la ubicación y características de la habitación? (Sí/No)
- Entrega de Llaves:
 - Tiempo dedicado a la entrega de llaves:
 - ¿Se proporcionó toda la información necesaria sobre el uso de las llaves? (Sí/No)

4. Interacción con el Cliente

- Actitud del Personal:
 - ¿El personal fue amable y profesional? (Sí/No)
 - Comentarios del cliente sobre la actitud del personal:
- Comunicación:
 - ¿El personal explicó claramente el proceso de check-in? (Sí/No)
 - ¿Se ofrecieron servicios adicionales o información relevante? (Sí/No, si es sí, especificar)

5. Problemas y Soluciones

- **Problemas Observados:**
 - Descripción de cualquier problema o inconveniente durante el check-in:
 - ¿Cómo se resolvieron los problemas? (Detalles)

6. Tiempo Total del Proceso

- **Tiempo Total del Check-in:**

7. Recomendaciones

- **Áreas de Mejora Identificadas:**
 - Sugerencias para mejorar el proceso de check-in:

8. Observaciones Adicionales

- **Comentarios generales sobre el proceso de check-in:**