

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
OLIVA NOVA BEACH AND GOLF RESORT**

SUSTENTADO POR:

**KARLA VANESSA RODRIGUEZ DOMINGUEZ
#21411320**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C A

MARZO, 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	IV
INTRODUCCIÓN	VI
CAPÍTULO I	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA	2
1.1.1. Objetivo General	2
1.1.2 Objetivos Específicos	2
1.2 DATOS GENERALES	3
1.2.1 Reseña Histórica	3
1.2.2 Misión	5
1.2.3 Visión	5
1.2.4 Filosofía	5
1.2.5 Estructura de la empresa	5
1.2.6 Instalaciones	6
1.2.7 Distribución y Tipología de Habitaciones	7
CAPÍTULO II	9
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS	10
2.1.1 Recepción	10
2.1.1.1 Check-in y Check-out	11
2.1.2 Reservas	13

	II
2.1.2.1 Atención Telefónica y Captación de Reservas	14
2.1.2.2 Revisión de Reservas	15
2.1.2.3 Revisión de Correo Electrónico	16
2.1.2.4 Confirmación de Reservas	17
2.1.3 Comercial	17
2.1.3.1 Traducción	18
2.1.3.2 Contratos e Instrucciones Operativas	19
2.1.3.3 Organización para los Eventos	20
2.1.3.4 Team Building	21
2.1.3.5 Fotografías	22
2.1.3.6 Grupos	23
2.1.3.7 Introducción de Rooming List	24
2.1.3.8 Subcontratación de Servicios para los Clientes	25
2.1.3.9 Bono Regalo	25
2.1.3.10 Tele Marketing	25
CAPÍTULO III	27
3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS	28
3.1.1 Orden de Servicio	28
3.1.2 Objetos Olvidados	31
3.2 PROPUESTA DE MEJORA	34

	III
3.2.1 Capacitación Constante	34
3.3 IMPACTO DE LA PROPUESTA	37
3.3.1. Mejorar la Eficacia Operativa	37
CAPÍTULO IV	39
4.1 RECOMENDACIONES	40
4.1.1 A Oliva Nova Beach & Golf Resort	40
4.1.2 A Universidad Tecnológica Centroamericana	40
4.1.3 A Estudiantes	41
4.2 CONCLUSIONES	42
BIBLIOGRAFÍA	43
GLOSARIO	44
ANEXOS	46

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento se ha elaborado con la finalidad de brindar información acerca de las actividades realizadas durante la práctica profesional en el Oliva Nova Beach & Golf Resort, esta empresa se dedica al negocio hotelero y es parte de una de las empresas constructoras más fuertes de la región: Construcciones Hispano-Germanas. Dicha compañía será presentada brevemente para tener un mejor entendimiento de la importancia de la misma.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la tasa de turistas internacionales que visitan España aumenta con el paso de los años, posicionándolo como uno de los países más visitados de Europa, por lo cual, la calidad de las empresas en un sector con mucho potencial y crecimiento como ser el turismo es de vital importancia. Debido a esta razón fue creado el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). El propósito de dicho instituto es brindar certificaciones de sistemas de calidad para las empresas turísticas, el sello otorgado por dicha empresa se conoce como “Q” de calidad. (ICTE, s.f.)

De acuerdo a los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la Costa Valenciana se ha vuelto uno de los principales lugares con potencial turístico dentro de España teniendo un incremento del 2.1% en pernoctaciones y los turistas alojados en hoteles incrementó en un 5%. (Europa Press, 2017)

A lo largo de ella se encuentran muchos hoteles y resorts de 4 o 5 estrellas, ese es el caso de Oliva Nova Beach & Golf Resort, el cual cuenta con esta certificación de calidad y a través de los años ha incrementado su porfolio de alojamientos turísticos y ha hecho renovaciones a las propiedades actuales para seguir satisfaciendo las necesidades de sus clientes mediante

la implementación de servicios y habitaciones Premium, entre otros servicios que ayudan a mejorar la experiencia de sus huéspedes.

Valencia cuenta con una diversidad muy variada y más ahora que se está posicionando como un destino de cruceros, lo cual ha sido clave para incrementar el turismo en la ciudad y consigo la cantidad de diferentes actividades que se pueden realizar en la misma. (EFE, 2017)

El Oliva Nova Beach & Golf Resort es un claro ejemplo de diversidad ya que se puede realizar muchas actividades dentro del complejo. Cuenta con uno de los campos de Golf preferidos de la Costa Blanca el cual fue diseñado por el famoso Severiano Ballesteros, el Mediterranean Equestrian Center Oliva Nova en el cual se llevan a cabo competencias ecuestres con personajes importantes e incluso de la realeza y es perfecto para relajarse en un ambiente familiar. Desde que abrió sus puertas en el año 1993 se ha caracterizado por ser uno de los lugares más exclusivos y populares entre los turistas que visitan esta zona.

Dado todas las razones mencionadas previamente como causa para realizar dicha práctica se procederá a dar un informe detallando las actividades realizadas, la experiencia adquirida y el desarrollo profesional que tuvo lugar en dicha exitosa empresa.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe se detallarán las actividades realizadas durante el transcurso de la práctica profesional en Oliva Nova Beach & Golf Resort, ubicado en Oliva, Valencia, España, cuya duración fue de 5 meses. Se describirán las actividades y procesos desempeñados en dicha práctica que dio inicio el 19 de junio de 2017 y culminó el 19 de noviembre del mismo año.

En los siguientes capítulos se hablará acerca del hotel de las nuevas experiencias y las actividades desempeñadas en el Departamento Comercial que comprende la parte de comercialización, comuniones y eventos MICE, y de lo aprendido en el área de Reservas y Recepción. Se podrán observar los conocimientos que fueron aplicados y adquiridos por el practicante y como pueden ser aplicados en una empresa local para que ayude a fortalecer su posición en el mercado.

Se hablará acerca de las asignaciones dadas en el área de Reservas situado dentro del complejo del Oliva Nova Hotel. Al igual que en la Recepción dentro del complejo de apartamentos “Residencial las Dunas” y de las actividades realizadas en el departamento de Comercial situado dentro del complejo del Oliva Nova Hotel.

Finalizaremos con los beneficios e impactos que puede tener la propuesta de mejora hacia la empresa, tanto en la calidad de producto, servicio y los procesos que se llevan a cabo en la empresa.

CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA

1.1.1. Objetivo General

Adquirir conocimientos y disciplina a través de la experiencia laboral en el departamento de Comercial del hotel “Oliva Nova Beach & Golf Resort”, aplicando todas las destrezas y habilidades adquiridas a lo largo de la carrera universitaria. Así mismo, aprovechar las oportunidades de aprendizaje que se puedan presentar durante la duración de esta pasantía.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Adquirir competencias necesarias para el desempeño profesional en el área de Administración de Empresas en el sector hotelero y eventos.
- Desarrollar la habilidad de resolución de problemas tanto en el área profesional como personal para lograr satisfacer a los clientes de forma ágil y eficiente.
- Crear propuestas de mejora para obtener una optimización en los procesos operativos y mejorar el rendimiento empresarial.

1.2 DATOS GENERALES

1.2.1 Reseña Histórica

CHG, Construcciones Hispano-Germanas S.A., es una empresa constituida en 1972 con gran experiencia en los sectores de la promoción inmobiliaria en la Costa Blanca y en de la construcción.

Con más de 7.500 clientes procedentes de toda Europa, CHG representa la principal promotora inmobiliaria en la Costa Blanca y desde hace más de 40 años ofrecen la mejor calidad posible en el servicio a sus clientes. Éste ha sido el objetivo principal, y les ha llevado a la ampliación y diversificación de los servicios, creando lo que hoy en día es el Grupo de Empresas CHG.

Construcciones Hispano-Germanas se compromete a aportar siempre una clara documentación contractual y legal y un conjunto amplio de avales y garantías. CHG fue la primera empresa promotora, con sede en la Comunidad Valenciana, en obtener la certificación ISO 9001 de garantía de calidad. (CHG, 2013)

Dentro del grupo CHG se encuentran muchas otras empresas y están diversificados en muchos sectores, como ser:

- Rent a car Denia
- Affisa S.A.
- Oliva Golf S.A.
- Nova S.A.
- Allgolf S.L.U.

- Aguas del Bullent S.A.
- Consoft, Care Technologies
- Audifarma S.L.
- Integranova S.A.
- Nova mediación de seguros S.A.
- Farmasoft.
- Wanderlust, S.A.

Sin embargo, Oliva Nova Beach & Golf Resort es el producto estrella, ya que es un enclave privilegiado, situado en la Costa Blanca en primera línea del Mar Mediterráneo y rodeado por extensos campos de naranjos. Al igual que el nuevo complejo de apartamentos “Residencial Las Dunas” que se encuentra ubicado a 150m de la playa. ¹

Este resort de lujo cuenta con un campo de golf de 18 hoyos diseñado por el legendario jugador y tres veces campeón del Open Británico, Severiano Ballesteros. Aquí también se encuentra uno de los mejores centros ecuestres del circuito internacional. (CHG, s.f.)²

Igualmente, el Oliva Nova Beach & Golf Resort cuenta con su propia revista “ON Magazine” en la cual se publican todas las novedades del resort, las tendencias gastronómicas y de moda para mantener a sus clientes al día con todo lo que está sucediendo en el resort. Al leer dicha revista se puede comprender el slogan del hotel “New Hotel, New Experiences” ya que ha renovado no solo las instalaciones, pero el servicio y las experiencias que vives al hospedarte en el resort.

¹ Ver Imagen #1, Pág. 47

² Ver Imagen #2, Pág. 47

1.2.2 Misión

Dependiendo del puesto que ocupemos o de las funciones que realicemos, no debemos olvidar que principalmente el puesto que desempeñamos es vendedor-comercial.

1.2.3 Visión

Nuestra visión es satisfacer al cliente para ser el mejor resort de la costa, y para ello, tenemos que hacer nuestra, la filosofía y misión y entre todos conseguiremos el objetivo.

1.2.4 Filosofía

Lo que caracteriza a Oliva Nova Beach & Golf Hotel y a los distintos departamentos que lo forman, es la filosofía que tienen y en la cual todos nos vemos reflejados, es decir: somos vendedores de felicidad.

1.2.5 Estructura de la empresa

La estructura de Oliva Nova Beach & Golf Hotel está formado por:

- Departamento Limpieza de Pisos
- Departamento de mantenimiento
- Departamento Recursos Humanos
- Departamento de Administración

- Departamento de Comercial
- Departamento de Reservas
- Departamento de Recepción
- Departamento de marketing

Además, tienen su centro de trabajo en Allgolf los departamentos de:

- Departamento de F&B
- Departamento de cocina
- Departamento de Aprovisionamiento

1.2.6 Instalaciones

En las instalaciones del Hotel se puede encontrar: ³

- Baby club
- Mini Club
- Piscina exterior para adultos y niños ⁴

Respecto a la restauración dentro de las instalaciones se puede encontrar:

- Restaurante Colombus
- Restaurante El Olivo
- La Pérgola
- Lobby Bar

³ Ver Imagen #3, Pág. 47

⁴ Ver Imagen #4, Pág. 48

- Rooftop⁵
- Aura Lounge⁶
- La Trattoria
- Chiringuito piscina
- Chiringuito playa

También se dispone de amplios salones multifuncionales para la celebración de reuniones, convenciones y banquetes con una capacidad máxima entre 350 a 400 comensales.

Además, disponen de un centro de salud y belleza, gestionado por la empresa ALLSPA EXPERIENCE de 800 m2 con dos saunas, baño turco, gimnasio, piscina dinámica y una completa variedad de tratamientos específicos para su relax y bienestar.

1.2.7 Distribución y Tipología de Habitaciones

Oliva Nova Beach & Golf Hotel dispone de 200 habitaciones, todas con terrazas propias, 32 de ellas con solárium y piscina privada.

Las habitaciones están distribuidas entre los edificios:

- A: Habitaciones de la 3101 a la 3205
- B: habitaciones de la 4101 a la 4209
- C: habitaciones de la 5101 a la 5204
- D: Habitaciones de la 6101 a la 6206

⁵ Ver Imagen #5, Pág. 48

⁶ Ver Imagen #6, Pág. 49

- E: Habitaciones de la 7101 a la 7207
- F: Habitaciones de la 8101 a la 8204
- G: Habitaciones de la 1200 a la 1507
- H: habitaciones de la 2100 a la 2610

La clasificación de las habitaciones y sus características son las siguientes:

- Classic Doble: habitación doble y baño completo.
- Classic Suite: Habitación doble con salón en el cual existe un sofá cama y baño completo.
- Premium Grand Suite: Habitación doble con salón imperial en el cual se encuentra un sofá cama y baño completo.
- Classic Family Suite: Tiene dos habitaciones, 2 baños completos y un salón.

CAPÍTULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

La práctica profesional tuvo lugar en Oliva Nova Beach & Golf Resort. Las actividades desempeñadas durante el transcurso de la práctica fueron en el área de Reservas, Recepción y en el departamento Comercial. Antes de que el practicante comenzara a desempeñar las funciones especificadas en el puesto de trabajo ellos brindaron una pequeña charla llevada a cabo en las oficinas principales de CHG en la cual le fue explicados orígenes de la empresa. El motivo de la charla fue para dar a conocer a los nuevos pasantes que se están integrando a la familia CHG cuáles son los valores de la empresa y cómo funciona la misma. De tal manera que los practicantes puedan llegar a entender y sentir respeto por la empresa a la cual estarán sirviendo durante la duración de esta.

Una vez culminada la charla se le fue dado un pequeño recorrido de las instalaciones y asimismo se le presento a los jefes de departamento con los cuales se relacionaría durante su práctica.

2.1.1 Recepción

El counter es un área física suministrada por el hotel donde el personal atiende a los huéspedes para su check-in y documentación, así mismo les proporcionan información a los clientes acerca de los lugares alrededor del complejo y la atención es personalizada y directa. Durante el proceso de check-in se detectan necesidades especiales y se busca atender al huésped de forma amable. ⁷

⁷ Ver Imagen #7, Pág. 49

Recepción también realizan el check-in y check-out del complejo de apartamentos dentro del residencial Las Dunas y las villas y apartamentos dentro de la urbanización. El software de gestión hotelera que es utilizado por el Hotel es OPERA el cual está dividido en 3 plataformas y cada una de ellas corresponde a las propiedades dentro del grupo Construcciones Hispano-Germanas (Hotel, Dunas y Villas y Apartamentos).

Otra de las tareas desempeñadas por el colaborador es facturar el efectivo que se encuentra en las lavadoras y secadoras de la residencial. Este proceso se lleva a cabo todos los días de la semana al revisar los compartimientos de dinero de las lavadoras para poder facturar el efectivo que está en las máquinas con el propósito de tener un mejor control del flujo de efectivo diario.

También se realiza la revisión de cardex de los huéspedes cada semana en el cual se comprueba que toda la información como ser nombres, apellidos y numero de identidad este completado y se envía las hospederías a la guardia civil y policía de la comunidad Valenciana, ya que es obligatorio para todos los hoteles de Valencia realizar esta tarea.

2.1.1.1 Check-in y Check-out

El primer paso que realizan los huéspedes para poder hospedarse en el complejo de apartamentos es hacer el check-in durante el cual se recolecta la información básica para rellenar la ficha policial obligatoria.

Está establecido en la comunidad valenciana que la hora de entrada es a las 5:00 pm y la hora de salida es antes de las 10:00 am; por lo cual los huéspedes tienen que presentarse

dentro de ese horario para realizar el proceso de check-in y check-out. En el momento que se presentan a recepción para hacer check-in se les solicita el DNI o pasaporte de la persona cuyo nombre aparece en la reserva y de todos los acompañantes adultos, se procede a hacer copia de todos ellos para guardarlos en el expediente del huésped y se explica en qué bloque y piso está ubicado su apartamento, los restaurantes que se encuentran dentro del resort y su horario, al igual que las actividades que pueden realizar.

En caso de que los huéspedes no pudiesen llegar dentro de ese horario, se les prepara un casillero en el cual se le deja un plano que indica donde está ubicado su apartamento y las llaves del mismo. Cada casillero tiene una combinación diferente y se les notifica a los clientes que número de casillero les corresponde y cuál es la contraseña mediante un correo electrónico o llamada telefónica

Con respecto a los apartamentos y villas ubicadas en Denia, el proceso de check-in es un poco diferente debido a que cuando se trata de apartamentos en este lugar, se llama a los clientes y se les pregunta alrededor de que hora llegaran ya que de acorde a la hora en que lleguen es donde se les hará entrega de las llaves de su apartamento y el día siguiente, el personal de recepción revisa si fueron a recoger la llave, y si recogieron la llave se les hace check-in en OPERA.

En el caso del complejo de apartamentos en Dunas, cuando ya los huéspedes están listos para realizar el check-out, pasan por la recepción donde realizan el pago de la estancia y les preguntan si todo estuvo bien y agradable durante la misma.

Los recepcionistas llaman todos los días al departamento de Gobernantas y se les notifica acerca de las entradas y salidas para ese día, cuáles son los apartamentos que necesitan estar

listos o que tienen algún grado de prioridad sobre otros; y se hace el parte de todo lo que se habla con ellas, al igual que de las incidencias que ocurren con los huéspedes o sus apartamentos.

2.1.2 Reservas

El departamento de reservas es uno de los más importantes dentro de un hotel debido a que tiene como función principal recibir y controlar las reservas de habitaciones en el hotel, el complejo de apartamentos y las villas que se encuentran en la urbanización.

El personal de reservas tiene que cumplir con ciertos requisitos y tener un muy buen servicio al cliente, saber técnicas de ventas y tiene que hablar al menos 2 idiomas adicionales de su lengua natal. Actualmente, los agentes de este departamento hablan los siguientes idiomas: español, inglés, francés, alemán, ruso, portugués e italiano.

Dentro de las tareas que tiene un agente de este departamento es procesar reservas a través del correo electrónico o teléfono, al igual que peticiones para otros departamentos y comunicarlo a la persona adecuada, conocer la tipología del hotel, villas y los apartamentos al igual que las características y ubicación de cada una de ellas.

Igualmente, al realizar una reserva se le comunica a recepción y a gobernanta para que se aseguren que las habitaciones están limpias y disponibles.

En algunos casos, los clientes hacen solicitudes especiales como ser una habitación en específico; y en casos como estos el agente de reservas tiene que comunicar a gobernanta acerca de esas solicitudes e informar al huésped si es posible o no.

La razón principal por la cual él estuvo en el departamento de reservas por 2 semanas fue para familiarizarse con los productos que ofrece Oliva Nova Beach & Golf Resort. Dentro de estos productos se encuentran las habitaciones de hotel, apartamentos, villas, los servicios de organización de eventos empresariales, comuniones y bodas, entre otros.

Durante el tiempo transcurrido en reservas él llevó a cabo varias funciones entre las cuales están la captación de llamadas y reservas, la elaboración de presupuestos para los clientes, la elaboración de reservas que llegaron mediante la página web, motores de reserva y por teléfono, al igual que revisar la asignación de habitaciones.

2.1.2.1 Atención Telefónica y Captación de Reservas

La atención telefónica es un medio de comunicación de gran importancia para poder consolidar y generar un valor agregado para la empresa y suele ser relacionada con el posicionamiento de la empresa, por lo cual es esencial ofrecer un buen servicio. En el caso de Oliva Nova Beach & Golf Hotel, la atención telefónica tiene una importancia muy alta debido a que ayuda a solucionar dudas y problemas relacionados con las reservas y/o estancias.

Cuando se presta atención telefónica a los clientes hay que tener en cuenta varias cosas como ser la actitud personal ya que puede ser fácilmente transmitida; por lo cual se requiere una concentración absoluta, estar relajado y sonar seguro de sí mismo ya que el tono de voz también influye mucho durante una llamada. Igualmente, hay que escuchar activamente al cliente y determinar las ocasiones en las cuales es mejor escuchar y no interrumpir a los clientes.

Muchos clientes potenciales y huéspedes llaman diariamente porque tienen preguntas o dudas con respecto a tipología de habitaciones, ubicación del hotel o de su apartamento, tarifas, entre otras. Se les brinda atención telefónica a clientes en muchas ocasiones y eso usualmente conlleva a captar una reserva y que el cliente esté feliz y satisfecho con el establecimiento.

El grado de dificultad de esta tarea fue un poco elevado al comienzo ya que se necesita saber muy bien cuáles son los productos y servicios que ofrece el hotel, al igual que determinar las necesidades del cliente para poder realizar la venta, por lo cual durante los primeros días se tuvo que preguntar la mayoría de las cosas, pero con la práctica y estudiando todo el material relacionado con los servicios y productos ofrecidos, se pudo desempeñar la tarea sin mucha dificultad.

2.1.2.2 Revisión de Reservas

La toma de datos es muy importante durante una reserva, al igual que asegurar que todas las casillas apropiadas sean rellenas durante la misma. Debido a que la información que se requiere en una reserva es confidencial y privada, es necesario que el agente se cerciore que es correcta y verdadera; tanto para el beneficio del cliente como para el de la empresa. Durante el proceso de realizar la reserva el cliente puede hacer peticiones especiales como tener cava y bombones en su habitación, algún tipo de decoración o habitación en particular, o que tal vez quiere contar con los servicios Premium durante su estancia o tener media pensión o completa. Es por ello que es muy importante prestar atención durante la llamada o al leer el correo electrónico cuando la reserva está siendo realizada.

Por ese motivo, todas las reservas son revisadas un día antes de la fecha de entrada para asegurarse que todos los datos de la misma sean los correctos, principalmente revisar las fechas de entrada y salida, la cantidad de personas y la tarifa; ya que todo tiene que concordar con el tipo de habitación que el cliente solicitó. Una vez que las reservas han sido revisadas, se emite un reporte en el cual se detalla si la reserva fue realizada de la forma correcta o no.

2.1.2.3 Revisión de Correo Electrónico

Una de las tareas realizadas constantemente es la revisión del correo a través del cual llegan reservas para el hotel y el resto de apartamentos ubicados dentro y fuera del resort. Esta es una tarea que necesita ser llevada a cabo varias veces al día ya que llegan peticiones de reservas en cualquier momento, y en algunas situaciones cuando la solicitud de información o reserva no está muy clara como ser que no especifica la cantidad de noches o de personas, se contacta al cliente para clarificar los servicios que necesita, la información que tiene el hotel y la que hace falta para poder responder dicha solicitud.

El departamento Reservas en Oliva Nova Beach & Golf Hotel es conformado por 7 personas, de las cuales cada una tiene una función en particular por desarrollar. Durante la mañana, se distribuyen todas las reservas que llegaron el día anterior ya que cada persona realiza las reservas de un segmento o agencia determinada.

2.1.2.4 Confirmación de Reservas

Hoy en día, la confirmación de una reserva es muy importante para que el cliente sienta tranquilidad al saber que su reserva si fue gestionada y para poder tener el conocimiento acerca de las políticas de cancelación de reservas y del hotel. En algunos casos, el software de gestión OPERA no genera la confirmación automáticamente por lo cual en el momento en el que es realizada la reserva, se confirma el correo electrónico y se revisa si la confirmación fue enviada antes de proseguir a la siguiente reserva. La razón por la cual no genera automáticamente la confirmación es debido a una falla en el programa la cual ya estaba siendo corregida.

2.1.3 Comercial

El departamento Comercial tiene como función principal el vender los productos y espacios que ofrece el resort. Este departamento es fundamental en las empresas ya que ayuda a cumplir los objetivos establecidos por la misma, lo cual conlleva a un crecimiento. Los comerciales tienen que tener conocimientos de todos los departamentos del hotel ya que están en contacto constante como ser con reservas cuando entra un grupo y necesita alojamiento, con el departamento de Alimentos y bebidas cuando dicho grupo requiere servicios de F&B, compras para suplir las cosas que necesitaran durante la estancia del grupo, entre otros.

En el caso de Oliva Nova, el área comercial tiene una función más importante que eso, ya que se encarga de organizar eventos MICE, eventos sociales, traer nuevos equipos

deportivos para que utilicen las instalaciones, traducir documentos, dirigir el servicio de banquete, llevar un control etc.

El Oliva Nova Beach & Golf Resort cuenta con comerciales externos e internos. Los externos son agencias o personas con muchos contactos en el rubro los cuales son contratados para promocionar y vender los productos del hotel en territorio nacional e internacional en segmentos de mercado específicos. Los comerciales internos se encargan de vender los productos localmente y llevan a cabo los eventos dentro de las instalaciones del hotel

2.1.3.1 Traducción

El menú tiene una importancia muy alta dentro de un establecimiento turístico, especialmente cuando una gran parte de los ingresos viene por parte de F&B, por lo cual es muy importante que la carta o menú esté disponible en todos los idiomas más hablados por los clientes que visitan al resort; en el caso de Oliva Nova Beach & Golf Resort es alemán, inglés, francés, ruso y español. Una de las actividades realizadas fue la traducción de menús que se ofrecen en los eventos sociales y MICE al igual que los catálogos para las bodas, comuniones, y servicios extras como ser DJ, sillas extras, decoración, etc.

Cada espacio físico dentro del hotel tiene su propio menú y cada menú tiene varias opciones como ser un Finger buffet, cocktails, menús ejecutivos y de trabajo, coffee break, entre otros.

Una presentación agradable de los platillos no es suficiente, es necesario entender en que consiste el plato para que los clientes tengan interés en él, y la forma de hacerlo es a través de la carta en diferentes idiomas. Hubo situaciones en las cuales el personal no pudo informar muy bien a los clientes de la composición de los menús debido a que traducir en el momento los platillos no es tan fácil y para los clientes también es un poco más incómodo.

Por esa razón el departamento comenzó a trabajar en la traducción de este tipo de documentos tan importantes y ahora cuando se tiene clientes cuya lengua nativa no es el español, simplemente se comparte la información acerca de los menús que son ofrecidos en el resort y los servicios extras que pueden contratar. Los menús se mantienen en formatos digitales e impresos para ser compartidos con los clientes de la forma en que ellos lo soliciten.

2.1.3.2 Contratos e Instrucciones Operativas

Otra de las actividades que desempeñó fue la elaboración de contratos para MICE y eventos sociales. La "Q" de Calidad Turística, es un certificado de calidad específico para el sector turístico, el cual permite a sus miembros poder diferenciarse de sus competidores ya que es que es el símbolo que representa un servicio de mayor calidad, ayuda a mantener y mejorar la competitividad de esos negocios. (Autónomos, 2017)

Para poder ser miembro de la Q de calidad se paga una cuota anual y cada miembro es sometido a una revisión exhaustiva de calidad de cada una de las áreas que conforman ese negocio. Por lo tanto, los contratos e instrucciones operativas tienen una importancia muy significativa para el departamento Comercial. Los contratos son revisados con la jefa de

departamento y posteriormente con los abogados para tener la certeza de que es jurídicamente vinculante. Todas las instrucciones operativas fueron revisadas al igual que los procedimientos a seguir para los diferentes escenarios, se crearon nuevas instrucciones y las antiguas fueron actualizadas siguiendo los lineamientos establecidos por la Q de calidad. También elaboró una nueva plantilla para el contrato, ficha de contacto, factura proforma, estimación de costes y encuesta de satisfacción para utilizar con MICE y eventos sociales.

Dicha revisión toma lugar todos los años en el mes de octubre en el cual él inspector escoge eventos aleatoriamente para revisarlos y comprobar que si están todos los documentos requeridos por la Q.

Si algo no fue realizado de la forma adecuada, el inspector lo notifica y pasa un reporte al jefe de departamento para que sea mejorado. Si hay reincidencias en esta misma tarea puede ocasionar que el establecimiento pierda el sello de “Q de calidad”.

2.1.3.3 Organización para los Eventos

Dentro de las funciones desempeñadas está la organización previa, durante y post-evento. No importa si es un cumpleaños, una boda, un congreso, comunión o reunión, todo evento requiere una planificación previa que abarca desde la estimación de costes del evento hasta que el evento ya ha finalizado y todo se ha facturado. Esta es una de las tareas más importantes desempeñadas por los agentes del departamento Comercial. Desde el contacto inicial con el cliente se mantiene comunicación constante y fluida hasta que finaliza el

evento y todas las facturas han sido pagadas, de esta manera el hotel puede comprobar que sus estándares de calidad están siendo cumplidos.⁸

Dicha planificación requiere muchas horas de trabajo para que todo este perfecto ya que se tiene que poner en contacto con todos los proveedores que son necesarios durante el evento, coordinar y planear cada detalle, hacer el diseño de minutas y su impresión, al igual que marca sitios, entre otros.

La organización de un evento conlleva muchos pasos, dentro de los cuales, todos son de gran relevancia para que el evento sea un éxito y los clientes estén felices y satisfechos con los servicios recibidos.

Durante los eventos y horas laborales existe un código de vestimenta debido a que la presentación personal de los comerciales es de mucha importancia porque es un reflejo de cómo es su trabajo y la profesionalidad de los mismos.

2.1.3.4 Team Building

Las actividades Team Building son actividades que, como lo dice su nombre son para fortalecer la conexión, el trabajo en equipo y la cohesión entre los trabajadores con el objetivo de mejorar la coordinación entre ellos y la relación con la empresa. En el caso de estas; consistió en la búsqueda de nuevas actividades que se pueden realizar principalmente para MICE y eventos sociales. La tarea consistió en tener contacto con las empresas cuya finalidad es la realización de actividades que motiven el trabajo grupal.

⁸ Ver Imagen #8, Pág. 50

Los presupuestos fueron solicitados a estas empresas y se negoció con ellos para que brindaran un mejor precio. Otra de las tareas relacionadas con las actividades Team Building fue diseñar un afiche con imágenes, descripciones y precios de cada actividad que ofrece el hotel como ser mundo marino que es renta de catamaranes por la bahía de Denia, Javea, entre otros destinos; Gymkhana acuática, Geocaching, Masterchef Paella, entre muchas otras actividades.

2.1.3.5 Fotografías

Las fotografías son esenciales para que el cliente final pueda tener una idea de cómo quedará un espacio físico, y si este funcionará para el evento que desea realizar. Se creo un Google Drive con todas las fotos actualizadas que pueden ser mostradas a los clientes, tanto para el segmento MICE como para bodas y comuniones. Dicho trabajo tomo bastante tiempo en ser realizado ya que tuvo que coordinar con el departamento Marketing una sesión de fotos de todos los espacios en el hotel y esperar que ellos hicieron una selección de las mejores fotos de esa sesión y la anterior, para después poder clasificar las fotografías por segmentos y espacios. Para un agente de comercial es muy beneficioso siempre contar con fotos actualizadas ya que, al mostrarlas a los clientes potenciales, ellos se pueden crear una idea de las distintas maneras en que puede ser utilizado el espacio, ver los tipos de montaje que ofrece el resort, al igual que pueden observar la calidad de los proveedores con los cuales trabaja el hotel como ser empresas de mantelería, decoración, floristerías, entre otras. (Work Meter, s.f.)

El Oliva Nova Beach & Golf Resort se destaca por la calidad de sus platillos al igual que su presentación, y por esta razón fue realizada una sesión fotográfica de los diferentes platillos que son ofrecidos en los diferentes puntos de restauración dentro del resort. Como la mayoría de los eventos empresariales y bodas que se realizan en Oliva Nova son de clientes fuera de la costa valenciana, es muy importante que se les muestre no solo la calidad y sabor de la comida, sino que esos platillos también cuentan con una presentación espectacular ya que, en la mayoría de los casos, los servicios de restauración son los que más influyen a la hora de tomar una decisión y elegir un hotel para llevar a cabo ese evento.

2.1.3.6 Grupos

Al recibir una petición para un evento en el hotel es muy importante revisar cuales son las salas que están disponibles y hacer un bloqueo de las mismas para poder comenzar a realizar una estimación de costes que se le enviará al cliente. El siguiente paso es crear un cardex y grupo del cliente con estado tentativo en el cual se detallan las fechas del evento, la cantidad de personas, el segmento de mercado y tarifas, esto se hace para obtener una proyección futura más precisa.

Una vez que el cliente recibe la estimación de costes y está conforme con los términos negociados, se procede a realizar el contrato que detalla explícitamente todos los servicios contratados por el cliente al igual que el importe de los mismos y las políticas de cancelación y pago. Es muy importante mantener una comunicación constante con el grupo durante la duración del evento y una vez que este finaliza se hace la facturación de todos los cargos que aparecen en la PM y es añadido cualquier cargo adicional que haya surgido

durante el mismo. Una vez que el grupo realiza el pago, se procede a cerrar la PM y el grupo.

2.1.3.7 Introducción de Rooming List

La Rooming List es una parte esencial para la realización de un evento. Dicha lista es un documento el cual es elaborado y enviado por la empresa organizadora del evento la cual contiene todos los datos necesarios para hacer las reservas de alojamiento de sus invitados. Es muy común que durante el transcurso de tiempo en el cual se contrató los servicios hasta la fecha del evento sucedan cambios, especialmente en la lista de personas que asistirán, es por ello que es de vital importancia estar revisando constantemente la Rooming list para que no se de algún malentendido con las habitaciones de los asistentes al evento.

En el Hotel Oliva Nova se realizaron muchos eventos grandes, principalmente del segmento MICE al igual que un par de bodas y comuniones. Cuando se realizan eventos o bodas de esta magnitud se ingresa y actualiza la rooming list al igual que la asignación de habitaciones constantemente. Cada vez que una nueva habitación era ingresada a la rooming list se comprueba que tiene la tarifa y descuento de grupos. Dicha tarea se realiza en el software OPERA y se hace en base a los listados que son enviados frecuentemente por los organizadores del evento.

2.1.3.8 Subcontratación de Servicios para los Clientes

Debido a que el hotel es de 4 estrellas, muchos otros servicios son ofrecidos a los huéspedes como ser alquiler de vehículos, transfers, green fees, padel, entre otros.

También ayudo en la contratación de este tipo de servicios para los grupos que realizaban eventos en el hotel. Los servicios más comunes que son solicitados por los clientes son transfers de un lugar a otro, green fees en el campo de golf, tee times, renta de bicicletas o de vehículos.

2.1.3.9 Bono Regalo

Los bonos regalo son certificados gratuitos y usualmente incluyen noches de alojamiento y desayuno en el hotel y en algunos casos circuitos spa y green fees gratuitos.

Un nuevo diseño fue creado para los bonos que serán emitidos durante el 2017-2018. Se tuvo en cuenta la estética y diseño del hotel para poder desarrollar dicha plantilla y fue presentado a la directora de comercial y Marketing para ser revisado y aprobado.⁹

2.1.3.10 Tele Marketing

Una de las funciones más importantes realizadas en el departamento Comercial es el tele marketing el cual consiste en comercializar los productos y servicios que ofrece el hotel a través de teléfono o cualquier otro medio de comunicación. Actualmente se cuenta con una base de datos en la cual aparecen todas las agencias nacionales e internacionales, tour

⁹ Ver imagen #9, Pág. 50

operadoras, entre otras empresas con las cuales el hotel ha trabajado o trabajan actualmente. Esta tarea es de mucha importancia ya que permite informar a los clientes actuales y potenciales acerca de los servicios y productos que ofrece el hotel al igual que vender esos servicios de una forma más personalizada. Dicha base de datos fue actualizada con información de la persona de contacto en dicha empresa.

CAPÍTULO III

3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS

Durante el transcurso de la práctica profesional se observó los diferentes procesos y procedimientos que la empresa lleva a cabo para mantenerse funcional, de los cuales, varios de ellos podrían utilizar estrategias o procesos alternativos para lograr una mejor eficiencia en el trabajo. A continuación, se explicará acerca de las actividades alternativas implementadas y cuál fue el resultado de aplicarlas.

3.1.1 Orden de Servicio

Mantener una comunicación clara entre departamentos en un hotel representa un gran desafío para los empleados; la comunicación tiene que ser fluida y clara para poder realizar un evento con éxito. Hay muchos factores que influyen en la planificación de un evento como ser la coordinación de la llegada del grupo ya que llegan a través de diferentes medios de transporte, que las habitaciones estén listas y el proceso de check-in sea rápido, los servicios que son ofrecidos por el departamento de F&B, la limpieza de los espacios que serán utilizados, los servicios técnicos y audiovisuales que serán requeridos; entre otros. Todos estos factores tienen que ser tomados en consideración al crear las órdenes de servicio para los eventos.

Se pudo observar durante los primeros eventos realizados que había una falta de comunicación clara entre departamentos debido a que casi siempre había incidencias durante el mismo que podrían haber sido evitadas fácilmente desde un inicio si todas las áreas involucradas tuviesen un claro entendimiento de que funciones les corresponde.

Algunas de las incidencias mencionadas previamente son: montaje incorrecto o con la mantelería inadecuada para el evento, composición de un platillo no acorde a las especificaciones del cliente, no se reflejaban las personas con alergias y a que es alérgico, fallas en el equipo de sonido y micrófonos, falta de staff necesario para llevar a cabo el evento (mesero, cocineros, etc), los tiempos en el servicio de banquete no eran los adecuados, etc.

La manera en la cual cada área es notificada de las funciones que les toca realizar es a través de una orden de servicio cuyo formato fue creado en 2010 y desde entonces no ha habido una nueva versión de esa plantilla.

Se realizó una encuesta, la cual fue aplicada para uso exclusivo del establecimiento y no se permitió hacer uso de ella fuera del propósito original, en la cual se pidió a los empleados su opinión acerca de la orden de servicio actual y que se podría hacer para mejorar la comunicación entre departamentos. Los resultados, los cuales fueron mostrados al practicante, pero no se permitió hacer uso de ellos para ser representados en dicho informe, muestran que la orden de servicio actual es considerada un poco confusa y no es explícita con las funciones que corresponden a cada área.

En la mayoría de los eventos siempre surgen incidencias, pero en el caso de Oliva Nova, estas incidencias eran debido a que las personas y departamentos involucrados en el desarrollo del evento no entendían claramente cuáles son las funciones que tenían que desempeñar o no estaba detallado explícitamente lo que se requería de dicho departamento; por esta razón se realizó una nueva versión de dicha orden en la cual se detalla el área, la

fecha y hora, las actividades que tienen que realizar, las especificaciones de los clientes como ser platillos en específicos, color, textura, alergias, etc.

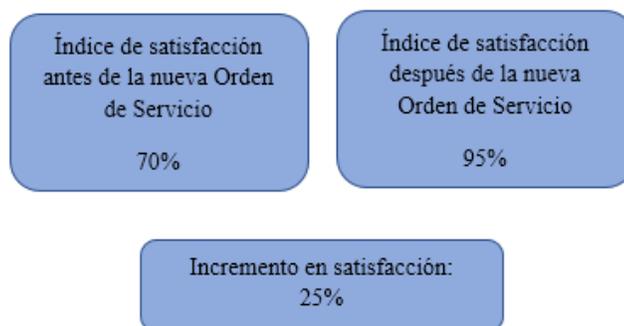
La nueva versión fue llevada a la directora de Comercial y de RRHH quienes comentaron que la idea era muy buena y dio la aprobación para que se implementara en un evento futuro. En el mes de septiembre se realizó la primera boda menor de 50 pax, ya que por políticas del departamento Comercial no se realizaban bodas tan íntimas. Se tomó la decisión de aceptar dicha boda para probar la efectividad de la nueva orden de servicio.

El evento fue un éxito total ya que las funciones de cada área estaban detalladas explícitamente y no se presentaron incidencias durante el mismo; la pareja de novios estaba tan satisfecha que recomendó el hotel a varios de sus amigos y colegas lo que llevó a que se realizarán 4 bodas más en el mes de octubre, el cual es considerado temporada baja para bodas.

Debido al incremento en la cantidad de bodas en temporada baja y los buenos comentarios que realizaron los clientes, la directora de Comercial y de RRHH tomaron la decisión de utilizar el nuevo formato en todos los eventos futuros, gracias a esto las incidencias previamente mencionadas disminuyeron y el índice de satisfacción de los clientes aumentó en un 25%.¹⁰

Se tomó la muestra de los 3 últimos eventos realizados el mes para calcular el índice de satisfacción, el cual se midió a través de la encuesta de satisfacción que es aplicada a los clientes por el agente de comercial.

¹⁰ Ver Imagen #10, Pág. 51



Fuente: Encuesta de satisfacción Oliva Nova ¹¹

El índice de satisfacción fue basado en el resultado final de la encuesta que se entrega a los clientes, por motivo de confidencialidad no se pudo compartir dichos resultados ya que es exclusivamente para uso del hotel. Dicho promedio fue determinado utilizando una fórmula (Suma de los valores otorgados en cada pregunta/cantidad de preguntas) y a través de ella se pudo comprobar que la nueva orden de servicio permitió tener un lineamiento más claro de las actividades que cada persona debía realizar, y a consecuencia de ello aumentó la eficacia al igual que el índice de satisfacción.

Mediante la orden de servicio nueva se pudo observar que se presentaban menos incidencias durante el evento, los clientes estaban muy felices y realizaban comentarios muy positivos.

3.1.2 Objetos Olvidados

La cantidad de objetos olvidados por los huéspedes es mucho más frecuente de lo que se cree y aunque la mayoría de estos objetos no tiene un valor monetario muy grande, si tienen

¹¹ Ver Imagen #11, Pág. 51

un valor sentimental para sus dueños. El procedimiento estándar es que el departamento de Gobernantas lleve un control de los objetos olvidados que dejan los huéspedes, ya sea en lugares que no son tan visibles al momento que la mucama realiza la limpieza o en algún lugar de las zonas comunes del hotel.

Cae bajo la responsabilidad del hotel guardar los objetos que han sido olvidados, sin embargo, se presentó constantemente el problema de que olvidaban algún artículo y cuando se llamaba a Gobernanta para preguntar por el mismo, ellas decían que dicho artículo había sido entregado a recepción o que simplemente no estaba. Esto causaba problemas entre ambos departamentos y con el cliente ya que el huésped se disgustaba mucho al saber que no encontraban el artículo que dejó olvidado.

En una ocasión en particular, el cliente había dejado olvidado un iPad en el apartamento en el cual se hospedó y se dio cuenta hasta el día siguiente que había dejado su artículo por lo cual llamó a Recepción para preguntar por el objeto y la respuesta del departamento de Gobernanta fue que no habían encontrado dicho objeto y que iban a buscar nuevamente. El cliente volvió a llamar el día siguiente preguntando por su artículo y le dijeron que había sido encontrado por lo cual el cliente mandó un mensajero al hotel para recoger el iPad. Cuando el mensajero se presentó en el hotel, le dijeron que había un error y que no fue el objeto de ese cliente que habían encontrado. El día siguiente el cliente se presentó en las instalaciones muy molesto, solicitó llenar una hoja de reclamación debido al inconveniente y dejó muy malas críticas en Booking y TripAdvisor. Debido a que el hotel está categorizado como 4 estrellas, los clientes esperan ser tratados muy bien y que este tipo de situación no se presente.

Sin embargo, este tipo de inconveniente se presentó en varias ocasiones y en la mayoría de ellas no se encontraban los artículos debido al mal control y manejo de los objetos perdidos, por esta razón, se elaboró un cuadro de objetos perdidos que es controlado por Recepción en el cual se especifica los detalles del artículo, en que habitación o zona fue encontrado y por quién, al igual que requiere de la firma de la persona que lo entrega y lo recibe en recepción ya que ahí es donde se mantiene la caja de objetos olvidados. Al momento de entrega, al objeto se le pone una pegatina con la fecha y lugar donde fue encontrado.

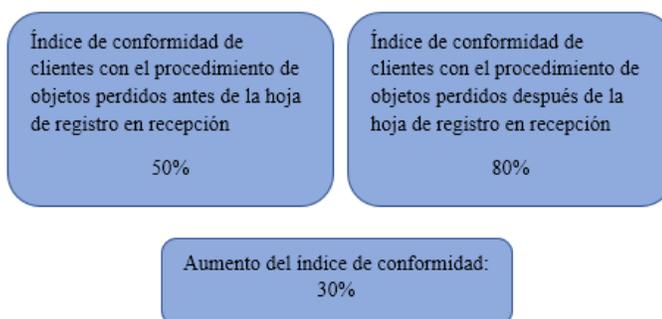
Los objetos olvidados estarán en posesión del hotel por 6 meses y si no son reclamados por su legítimo dueño, después de este periodo de tiempo el empleado que encontró el artículo podrá llevárselo. Este control se mantiene de forma electrónica y física, y es actualizado todos los días la final de turno con los nuevos objetos olvidados.

La implementación de esta hoja de registro en Recepción permitió tener un mejor control de los objetos olvidados por los clientes, de tal forma que cuando el cliente llama preguntado acerca de un objeto olvidado, simplemente se revisa el registro y se le informa al cliente si se encontró su artículo. Dicho control fue evaluado después de 3 semanas de ser implementado.¹²

Esto ocasiono cambios positivos, que los comentarios positivos en las redes sociales aumentaran al igual que la calidad de servicio con el cliente y se logró disminuir la cantidad de hojas de reclamación que eran llenadas.¹³

¹² Ver Imagen #12, Pág. 52

¹³ Ver Imagen #13, Pág. 52 y 53



Fuente: Karla V. Rodríguez

Se comprobó mediante los comentarios verbales y los que aparecen en redes sociales que los clientes estaban más satisfechos con este nuevo método de control de los objetos olvidados al igual que mediante la encuesta de satisfacción que se envía automáticamente a todos los clientes al hacer check-out. Los resultados de la encuesta son manejados por el departamento de Calidad, pero son resultados de uso exclusivo para el hotel.

3.2 PROPUESTA DE MEJORA

La siguiente propuesta es con el objetivo de mejorar la productividad y eficacia de los empleados a través de un programa de entrenamiento constante que va orientado al Departamento de Recursos Humanos del Oliva Nova Beach & Golf Resort.

3.2.1 Capacitación Constante

La Capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal

administrativo de una empresa u organización adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para aumentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña. (Definición ABC, s.f.)

Una empresa que brinda capacitación constante a sus colaboradores jamás se quedará en el pasado, sino que irá evolucionando con el mercado y podrá hacerles frente a sus competidores ya que se mantienen al día con la información y habilidades.

Es necesario saber utilizar las herramientas que se proporcionan para poder realizar el trabajo de forma correcta por lo cual la capacitación es de vital importancia. El Oliva Nova Beach & Golf Resort utiliza el software OPERA el cual es una plataforma empresarial para las operaciones y distribución del hotel. Dicho sistema ofrece las capacidades totales de la próxima generación que un hotel necesita para mejorar la experiencia de sus huéspedes y mejorar la eficiencia operativa. (Oracle, s.f.)

Este programa es utilizado por todos los departamentos del hotel, pero hay muchos nuevos empleados que no saben cómo utilizar dicho programa. Se determinó que no se había realizado capacitaciones de OPERA basándose en los comentarios verbales realizados por varios colaboradores.

Se pudo observar la situación de un empleado nuevo en el departamento de Comercial, el cual nunca había trabajado con OPERA y se vio la dificultad con la cual realizaba las tareas correspondientes a su puesto de trabajo como ser ingresar el cardex de un grupo a OPERA. Al empleado nuevo le tomaba alrededor de 20-25 minutos y al resto le tomaba 10 minutos realizar dicha función y atrasaba al resto de los compañeros pidiendo ayuda ya que no podía realizar estas actividades por sí solo. Dicho sistema es algo confuso ya que tiene

muchas opciones diferentes con nombres similares y este programa es esencial para desempeñar al menos un 60% de las tareas.

Esta situación no solo fue evidente con este empleado, sino que también en otros dos empleados del departamento de reservas. Esta área trabaja mucho con este programa y debido a que dos de sus nuevos miembros no sabían utilizar el sistema, no podían tomar llamadas por lo cual no podían hacer reservas y la carga laboral de estos colaboradores tuvo que ser distribuida entre el resto de los compañeros mientras ellos aprendían como usar OPERA.

En la siguiente tabla se mostrará como la falta de capacitación afecta la eficacia y el tiempo que toma realizar las actividades lo que se traduce en pérdidas económicas:

Tabla 1 Actividades y Tiempo

Actividades	Tiempo estimado para la actividad	Tiempo que necesitan los empleados nuevos	Diferencia total de tiempo
Ingresar grupos a Opera	10 min	25 min	15 min
Ingresar Rooming List	30 min	45 min	15 min
Actualizar Rooming list	20 min	30 min	10 min
Crear PM	5 min	12 min	7 min
Crear facturas	5-8 min	20 min	12 min
Perdida total de minutos por día por empleado			59 min

Fuente: Karla V. Rodríguez

Como se puede observar hay un margen significativo en el tiempo que tarda en realizar las actividades un nuevo empleado. Sabiendo que existe una falta de entrenamiento en este software que es vital para que un colaborador realice su trabajo, la capacitación es una muy buena solución para mejorar este problema, la calidad del trabajo y la eficacia operacional.

3.3 IMPACTO DE LA PROPUESTA

3.3.1. Mejorar la Eficacia Operativa

El Oliva Nova Beach & Golf Resort no cuenta con un programa de capacitación para los nuevos colaboradores. La cantidad de empleados nuevos incrementa solamente en temporada de verano debido a la afluencia de turistas por lo cual se recomienda que la capacitación tome lugar dos semanas antes de que comience dicha temporada durante un día laboral. (Indeed, s.f.)

Dicho entrenamiento será impartido por un miembro del departamento de Recursos Humanos ya que es el departamento adecuado para manejar las capacitaciones dentro del establecimiento. (Expansión, s.f.)¹⁴

Tomando en cuenta la información detallada en la Tabla 1, se pudo calcular a cuanto equivale monetariamente la pérdida de 59 min diarios y el costo de esta inversión.

Costo de tiempo no Aprovechado	
Salario mensual	€ 1,479.00
Costo por minuto trabajado	€ 0.10
Horas laborales por día	8
Perdida de minutos diarios por empleado	59 min
Perdida total diaria por empleado	€ 6.06

Fuente: Karla V. Rodríguez

¹⁴ Ver Imagen #14, Pág. 53

Como se puede observar, el equivalente de 59 min perdidos diarios por la falta de capacitación se traduce a una pérdida por día y empleado de € 6.06.

En la siguiente tabla podemos observar cuanto sería la inversión para realizar cualquier tipo de capacitaciones dentro del resort. No se toma en cuenta el salario del instructor ya que sería interno y durante horas laborales.

Inversión para capacitación interna	
Componentes del gasto por capacitación	
1. Gastos directos de capacitación:	
1.2 Materiales de capacitación ¹⁴	€ 36.74
1.3 Alquiler de local ¹⁵	€ 100.00
1.4 Pack de megafonia	€ 20.00
Gastos totales directos de capacitación	
Cantidad de horas de capacitación por temporada	6
Gasto promedio por capacitación	€ 156.74

Fuente: Karla V. Rodríguez

Se estima que la inversión a realizar para implementar las capacitaciones se verá reflejada en ganancias económicas para la empresa y hará que el nivel de productividad operacional aumente, al igual que se lograra que los clientes estén más satisfechos con la calidad y eficacia del trabajo. Todo esto contribuye a un enfoque positivo en el rendimiento de la empresa.¹⁵

¹⁵ Ver Imagen #15, Pág. 54

CAPÍTULO IV

4.1 RECOMENDACIONES

4.1.1 A Oliva Nova Beach & Golf Resort

Ser un Resort 5 estrellas requirió de mucho trabajo y esfuerzo por parte de todo el equipo de Oliva Nova y ahora son uno de los Resorts más lujosos de la Costa Valenciana. El Oliva Nova trata de brindar nuevas experiencias a sus huéspedes brindando el más alto nivel de calidad posible en todos los servicios que ofrece, pero para ello es necesario continuar teniendo en cuenta a los clientes internos y la satisfacción de los mismos, al igual que brindarles oportunidades de crecimiento ya que causa un sentido de lealtad en los colaboradores hacia la empresa y eso conlleva a que la empresa siga desarrollándose y posicionándose en el mercado nacional e internacional.

4.1.2 A Universidad Tecnológica Centroamericana

La práctica profesional es la oportunidad perfecta para aplicar todos los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de la carrera. UNITEC, siendo la universidad más prestigiosa en Honduras debería de tener acuerdos con empresas en la industria hotelería y turística tanto a nivel nacional como internacional donde los estudiantes pudiesen desarrollar su práctica profesional en un ambiente que le permita desenvolverse y adquirir mucho más conocimiento que solo puede ser adquirido a través de la experiencia, para que cuando tenga que ingresar en el mercado profesional el estudiante este bien preparado tanto con la parte teórica como la práctica.

4.1.3 A Estudiantes

Llevar a cabo la práctica profesional les permite vivir muchas experiencias tanto en el ámbito laboral como personal. Si tienen la oportunidad de realizar su práctica profesional fuera del país, no lo piensen dos veces. Es una experiencia inigualable y aprovechen su tiempo al máximo, adquieran todos los conocimientos que puedan, tomen la iniciativa y den su mejor esfuerzo ya que al final son un miembro más de la compañía y es muy satisfactorio saber que has ganado la confianza de tus compañeros debido a la forma en que se desempeñaron durante su pasantía.

4.2 CONCLUSIONES

- Se adquirieron muchas competencias y habilidades como ser el trabajo en equipo, comunicación, pensamiento crítico; las cuales son necesarias para poder desempeñarse en puestos de trabajo dentro del sector turístico, especialmente en la parte comercial y eventos.
- Se obtuvo la habilidad para poder resolver problemas con rapidez lo cual representa una parte muy importante en el rubro turístico ya que suceden incidencias a cada momento de las cuales, la gran mayoría no estaban previstas.
- Se logró desarrollar propuestas de mejora para incrementar la eficiencia y satisfacción al cliente dentro de los departamentos en los cuales laboro el practicante.

BIBLIOGRAFÍA

CHG. (2013). *Manual del empleado*. Oliva, Valencia.

CHG. (s.f.). *Construcciones Hispano Germanas*. Obtenido de Construcciones Hispano Germanas

Definición ABC. (s.f.). *Definición ABC*. Obtenido de
<https://www.definicionabc.com/general/capacitacion.php>

EFE. (15 de Marzo de 2017). *Agencia EFE*. Obtenido de <https://www.efe.com/efe/comunitat-valenciana/economia/turismo-valencia-destaca-el-potencial-de-como-destino-cruceros/50000882-3208271#>

Europa Press. (2017). Obtenido de <http://www.europapress.es/turismo/destino-espana/costa-blanca/noticia-pernoctaciones-comunidad-valenciana-crecieron-21-noviembre-20171222164101.html>

Expansión. (s.f.). Obtenido de <https://www.datosmacro.com/smi/espana>

ICTE. (s.f.). *Calidad Turística Hoy*. Obtenido de
<http://www.calidadturistica hoy.es/ESP/m/1/Inicio/Inicio>

Indeed. (s.f.). Obtenido de <https://www.indeed.es/salaries/T%C3%A9cnico/a-recursos-humanos-Salaries>

Oracle. (s.f.). *Oracle*. Obtenido de
<https://www.oracle.com/industries/hospitality/products/opera-cloud-services.html>

Work Meter. (s.f.). *Work Meter*. Obtenido de <https://es.workmeter.com/blog/bid/353436/qu-es-el-team-building-y-c-mo-ayuda-a-la-productividad-de-las-empresas>

GLOSARIO

Bienvenido: Porta tarjetas donde se muestra toda la información acerca del hotel incluyendo restaurantes y sus horarios al igual que números de teléfono para recepción y para reservas.¹⁶

Cardex: Ficha de contacto

Catamarán: Es un tipo de barco que tiene de dos cascos unidos por una base y esqueleto; y puede ser de vela o a motor.

Comerciales: Un agente del departamento de comercial

Denia: Es una ciudad de la Comunidad Valenciana en España

DNI: Documento Nacional de Identidad

Finger buffet: Es una especie de aperitivos que se comen estando de pie y utilizando los dedos.

F&B: Departamento de Alimentos y Bebidas

Gobernanta: Persona encargada de la limpieza y del servicio en un hotel u otros establecimientos.

Green fees: Son las tarifas que se tienen que pagar para poder jugar al golf. Estas tarifas varían dependiendo del campo de golf y del nivel que tiene el jugador.

Gymkhana acuática: Son pruebas y juegos que involucran agua (usualmente se realizan en la playa o en la piscina)

¹⁶ Ver imagen #16, Pág. 54

Masterchef Paella: Es una actividad que consiste en dos grupos compitiendo para ver quien logra hacer la mejor paella valenciana y cada grupo es guiado por un chef.

MICE: Meetings, Incentives, Congresses, and Events

Minutas: Carta o menú que se utiliza usualmente en bodas, comuniones y eventos sociales.

OPERA: Software de Gestión hotelera

Parte: Es un informe o reporte que habla de incidencias o sucesos en un lugar o área específica.

PM: Posting Master (habitación donde se hacen todos los cargos de un grupo)

"Q" de Calidad Turística: Es un certificado de calidad específico para el sector turístico

Rooming list: Listado nominativo de las habitaciones de una empresa de alojamiento.

Tee time: Es la hora designada en la cual un grupo de profesionales comienza a jugar la ronda de golf.

Transfers: Traslados de un lugar a otro

ANEXOS

Imagen #1: Logo Oliva Nova Beach & Golf Resort



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #2: Mediterranean Equestrian Center



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #3: Vista aérea del Complejo Turístico



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #4: Piscina



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #5: Premium Rooftop



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #6: Aura Lounge



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #7: Recepción de Las Dunas



Fuente: Karla V. Rodríguez

Imagen #:8: Montaje de Boda



Fuente: Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #9: Plantilla Bono Regalo



Fuente: Karla V. Rodríguez

😊 Personal eficiente y de trato excelente. Muy cerca de la playa, se puede ir caminando. Piscina interior climatizada para los días malos. Actividades infantiles todos los días. Tuvimos un problema con el menaje de cocina, y nos lo solucionaron en seguida.
Perfecto para quien quiere Playa-Hotel

Se alojó en Septiembre de 2017

Escrito en 23 de septiembre de 2017



F
España
1 comentario

8,3 **Muy bien**

😞 Nada

😊 Todo, limpieza, cómodo, a tres minutos de la playa, el gym, las piscinas, el personal muy atento en todo, súper bien, volveremos

Se alojó en Septiembre de 2017

Fuente: Booking.com

Imagen #14 Cotización de materiales de Capacitación

Shopping Cart

	Price	Quantity
 <p>Kirkland Signature Purified Drinking Water, 16.9 Ounce, 40 Count by Kirkland Signature In Stock Shipped from: sandkwholesale Gift options not available. Learn more Delete Save for later</p>	\$31.99	1
 <p>BIC Round Stic Xtra Life Ball Pen, Medium Point (1.0 mm), Black, 36-Count by BIC In Stock Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift Learn more Delete Save for later</p>	\$4.99	1
 <p>AmazonBasics Narrow Ruled 5 x 8-Inch Writing Pad - Canary (50 sheets per pad, 12 pack) by AmazonBasics In Stock Ships in Certified Frustration-Free Packaging Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift Learn more Delete Save for later</p>	\$6.99	1

crocs Unisex Crocband Clog, Navy, 5 US Men / 7 US Women has been moved to Save for Later.

Subtotal (3 items): \$43.97

Fuente: Amazon

Imagen #15: Cotización de Alquiler de sala para capacitación



PRO-FORMA: **Fecha:** 14/01/2018
Contacto: Karla Rodríguez
Empresa: Oliva Nova Beach & Golf Resort
Dirección:
CIF:

FECHA	TOTANOCHES	PRECIO	TOTAL	IVA incl.	COMENTARIOS	
ALOJAMIENTO						
14-enc.	No solicitado					
ALIMENTACION Y BEBIDAS						
14-enc.	No solicitado					
SALAS						
14-enc.	Sala Velásquez	1	1	250.00 I	100.00 I 21%	Montaje teatro o Escuelas Uso para empleados Media Jornada
EXTRAS						
14-enc.	Pack audiovisuales	1	1	20.00 I	20.00 I 21%	Incluye: - Pantalla y proyector - Sistema de sonido - Wifi

BASE IMP.	- I
IVA 10%	- I
BASE IMP.	39.17 I
IVA 21%	20.83 I
TOTAL	120.00 I

Fuente: Depto. Comercial, Oliva Nova Beach & Golf Resort

Imagen #16: Bienvenido



Fuente: Karla V. Rodríguez