

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

SOCIALES

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL

HOTEL REAL INTERCONTINENTAL TEGUCIGALPA

SUSTENTADO POR:

DAVID ALEJANDRO HERNANDEZ LARA

11541124

PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE

NEGOCIOS

TEGUCIGALPA, M.D.C. HONDURAS, C. A.

FECHA: MARZO, 2020

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020

(David Alejandro Hernández Lara)

Todos los derechos son reservados.

AGRADECIMIENTO

Mediante la presente tengo el honor de dar un saludo a todo aquel que integra el Hotel Real Intercontinental de Tegucigalpa. Quiero expresar mi agradecimiento por la oportunidad de desarrollar mi práctica profesional en esta compañía. Laborar en las áreas de Mercadeo y Ventas, Recursos Humanos ha resultado como una gran oportunidad y experiencia para mí. A lo largo del tiempo que efectué las tareas de ambos departamentos conseguí aprender características importantes referidas a mi profesión, las que me serán de ayuda para ser un profesional más destacado. Por esta oportunidad conseguiré culminar una de las partes de mayor importancia de mis estudios profesionales. Deseo que prosigan los triunfos y que continúen abriéndoles las puertas a los recientes profesionales, que al igual que yo, tenemos orgullo y agradecimiento por haber integrado a esta importante compañía. A la vez quisiera agradecer a la licenciada Katia, por todo el apoyo que me brindó durante mi práctica profesional, ya que sin su ayuda no lo hubiera podido lograr.

David Alejandro Hernández Lara

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	VIII
CAPITULO I	1
GENERALIDADES	1
1.1 Objetivo General:	1
1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.3 Misión.....	2
1.4 Visión.....	2
1.5 Valores	2
1.6 Servicios:.....	4
CAPITULO II.....	5
ACTIVIDADES REALIZADAS.....	5
2.1 Visitas.....	5
2.2 Cierre de Venta.....	5
2.3 Tele Mercadeo.....	6
2.4 Base de Datos	6
CAPITULO III.....	7
ACTIVIDADES DE MEJORA	7
3.1 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA	7

3.2 Propuesta de Mejora.....	9
3.3 Impacto Medible	11
CAPITULO IV.....	13
CONCLUSIONES/RECOMENDACIONES	14
4.1 Conclusiones	14
4.2 Recomendaciones.....	15
BIBLIOGRAFIA	16
GLOSARIO	17
ANEXOS	19

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama de la Empresa.....	3
Ilustración 2 Tabla de Estructura Organizacional.....	3
Ilustración 3 Tabla de Divisiones	4
Ilustración 4 Tabla de precios Salesforce	12
Ilustración 5 Capacitaciones	13

Tabla de Anexos

Anexos 1 Cuestionario Ejecutivas de ventas	19
Anexos 2 Cuestionario de Gerencia.....	24
Anexos 3 Cuestionario de Ejecutivas Banquetes.....	27
Anexos 4 Tabulación de Encuestas.....	31
Anexos 5 Tabulación de encuestas	31
Anexos 6 Tabulación de encuestas	32
Anexos 7 Tabulación de encuestas	32
Anexos 8 Tabulación de encuestas	33
Anexos 9 Tabulación de encuestas	33
Anexos 10 Tabulación de encuestas	34
Anexos 11 Tabulación de encuestas	34
Anexos 12 Tabulación de encuestas	35
Anexos 13 Tabulación de encuestas	35
Anexos 14 Tabulación de encuestas	36

RESUMEN EJECUTIVO

En el siguiente informe se detallan las actividades que fueron realizadas en Hotel Real Intercontinental durante la práctica profesional para la carrera de Administración Industrial y de Negocios de UNITEC. Se realizó la práctica profesional en el departamento de ventas y el departamento de Recursos Humanos.

El departamento de ventas tiene como objetivo principal la promoción y venta de todos los servicios que la empresa puede brindar. Mientras que el departamento de Recursos Humanos, se encarga de la contratación y capacitación del personal de la empresa.

Se realizaron diversas funciones en ambos departamentos donde se realizó la práctica, como lo fueron las visitas a los clientes, el ingreso de información a la base de datos y la organización de festividades para los colaboradores de la empresa.

Las propuestas de mejora que se desarrollaron y que hacen énfasis en la implementación de la herramienta de Crm Salesforces y la herramienta del calendario digital de Outlook, para ayudar a la planificación y mejorar la productividad de cada ejecutivo. Para llegar a esta propuesta se realizó un análisis de la situación actual para detectar las principales oportunidades de mejora con la que contaba la empresa en este aspecto. Así mismo, como se detalla posteriormente, se realizó un diagnóstico de innovación y se implementó la herramienta de la casa de la calidad, con el objetivo de empezar a trabajar en las debilidades que tenía la empresa. Todo esto en busca de **una oportunidad de mejora en la administración del tiempo, la planificación del trabajo y mantener la innovación constante.**

En cuanto al impacto medible, se puede pronosticar con las estadísticas del software de fuerza de ventas , que la satisfacción al cliente y las ventas por ejecutiva tendrán un aumento drástico. Se espera también que con la ayuda de las capacitaciones constantes las ejecutivas podrán llevar un mayor control sobre sus clientes y a su vez una mejora en su organización personal.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Objetivo General:

- El objetivo general es proponer una mejora en la administración del tiempo, la planificación del trabajo con los colaboradores y administrar la innovación del departamento de Banquetes Corporativos y Ventas del Hotel Real Intercontinental de Tegucigalpa.

1.2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico de innovación para evaluar la situación actual de la empresa, y mejorar en las áreas débiles.
- Proponer el software de fuerza de ventas para aumentar la productividad, y el incremento en las ventas de las ejecutivas.
- Proponer capacitaciones para la gestión del tiempo de los empleados del área de ventas y banquetes corporativos.

1.3 Misión

Único hotel 5 estrellas integrado al mejor centro comercial del país con un enfoque en la mejor infraestructura, centro de entretenimiento, servicio genuino y la mejor tecnología.

Procuramos generar conexiones emocionales con nuestros clientes en un ambiente seguro y lleno de diversión.

(Intercontinental, 2019)

1.4 Visión

Mantenernos siempre 5 años delante de la competencia, mediante la innovación constante en las operaciones, infraestructura, programas para el desarrollo de nuestro recurso humano y el servicio personalizado ofrecido en nuestros hoteles, obteniendo con ello un mejoramiento en el flujo neto de los accionistas.

(Intercontinental, 2019)

1.5 Valores

Integridad, Excelencia, Amor al Trabajo, Respeto, Solidaridad y Servicio.

(Intercontinental, 2019)

El cuadro que se presenta a continuación, es el organigrama del Hotel Real Intercontinental, y todas sus divisiones internas.

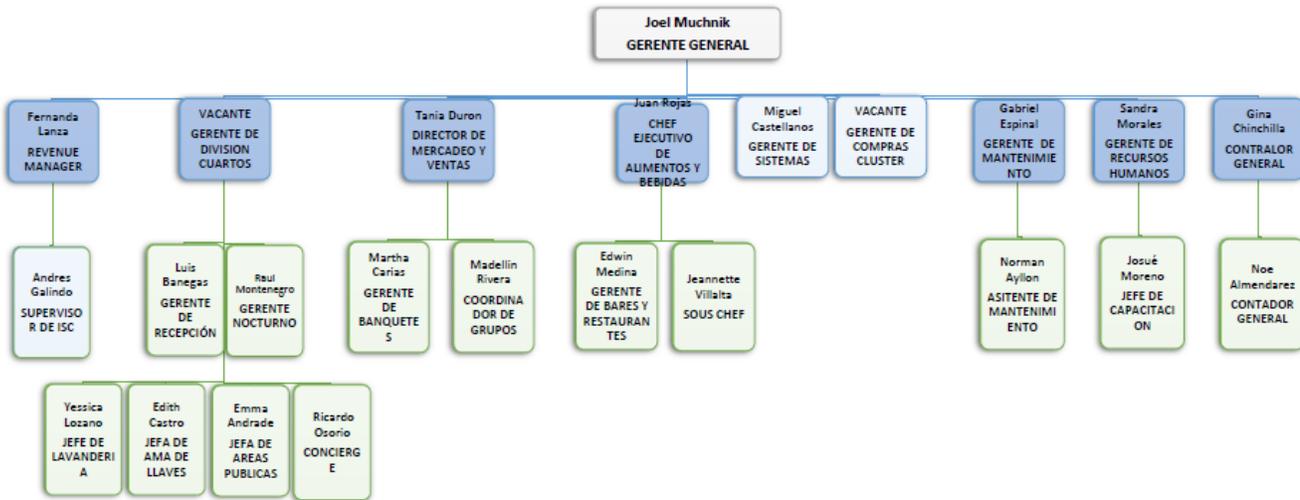


Ilustración 1 Organigrama de la Empresa

(Intercontinental, 2019)

La tabla que se presenta a continuación representa, la escalera de jerarquía en la empresa Hotel Real Intercontinental.



Ilustración 2 Tabla de Estructura Organizacional

(Intercontinental, 2019)

La siguiente tabla que se muestra a continuación, representa las siete divisiones en las que está conformado la empresa Hotel Real Intercontinental.



Ilustración 3 Tabla de Divisiones

(Intercontinental, 2019)

1.6 Servicios:

Hospedaje en habitaciones de lujo

Membresías con beneficios

Masajes y otros tratamientos terapéuticos

Acceso a gimnasio totalmente equipado (solo para huéspedes)

Piscina climatizada

Variedad de alimentos y bebidas en 3 centros de consumo

Exclusividad para clientes VIP

Salones para eventos y reuniones

Trabajos secretariales y ejecutivos en salones de centro de negocio

(Intercontinental, 2019)

CAPITULO II

ACTIVIDADES REALIZADAS

La práctica profesional se realizó en los departamentos de Ventas y Recursos Humanos en la Empresa “Hotel Real Intercontinental. El departamento de ventas se encarga de las ventas y relaciones con los clientes, y en el departamento de Recursos Humanos se encargan de la contratación y capacitación del personal. Las funciones de cada departamento se enlistan a continuación.

2.1 Visitas

Diariamente se realizan 8 visitas al día a distintos clientes corporativos. El objetivo principal de la empresa es crear una conexión emocional entre el cliente y la compañía. La empresa ofrece convenios a clientes corporativos que incluyen tarifas especiales de acuerdo a los distintos servicios que el cliente corporativo desea o requiera. Los convenios en función se basan en los hospedajes y eventos. Posteriormente la empresa negocia con los clientes corporativos, las diferentes tarifas comerciales que les pueden ofrecer con respecto a la producción que ellos pueden garantizarle a la compañía.

2.2 Cierre de Venta

Una vez terminada las visitas del día, los ejecutivos de ventas regresan al departamento a realizar un seguimiento de las empresas que visitaron en el día. Continuando con sus funciones laborales, realizan un seguimiento comercial, el cual consiste en mandar los convenios que anteriormente se negociaron s a los clientes corporativos.

2.3 Tele Mercadeo

En el tele mercadeo, la función primordial es realizar llamadas a empresas que anteriormente han solicitado cotizaciones para eventos o habitaciones con la empresa. El objetivo primordial del tele mercadeo es que los clientes corporativos de compañía sepan se les atenderá cualquier necesidad, o brindará el servicio que requieran.

2.4 Base de Datos

Posteriormente, se ingresa a la base de datos de la empresa que tienen en Excel, todos los nuevos clientes o empresas que desean adquirir los servicios de la compañía y luego se envía al jefe inmediato.

CAPITULO III

ACTIVIDADES DE MEJORA

3.1 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA

El 4 de abril de 1946, Pan American World Airways lanzó su marca internacional de hoteles: InterContinentalHotels. Posteriormente la marca se expandió alrededor de todo mundo llegando a nuestro continente a través Grupo Poma, con su división hotelera llamada Real Hotels and Resourt; Esta división actualmente opera ocho hoteles de la marca Intercontinental en el continente Americano, siendo uno de ellos el Hotel Real Intercontinental de Tegucigalpa, Honduras. Este Hotel se construyó en 1999 y desde entonces lleva funcionando 20 años, en el sector hotelero hondureño. Ofreciendo a sus clientes una experiencia inolvidable, moderna y elegante, distinguiéndose por ser el único hotel cinco estrellas de Tegucigalpa.

En la actualidad, el Hotel Intercontinental de Tegucigalpa está conformado por siete divisiones (Gerencia General, Mercadeo y Ventas, Mantenimiento, Recursos Humanos, Cuartos, Alimentos y Bebidas, Contabilidad). La división de Mercadeo y ventas de la empresa, tiene como objetivo principal la promoción y venta de todos los servicios que la empresa puede brindar. Esta división está conformada por dos equipos de trabajo: Ventas y Banquetes Administrativos. El equipo de ventas está compuesto por: un gerente de ventas, dos ejecutivos de ventas y un asistente de ventas. Este equipo de trabajo tiene como tarea principal la venta de todos los servicios, que ofrece el hotel como pueden ser: Habitaciones, spa, centro de negocios, centros de consumo entre otros.

Luego de dos meses de observación de la rutina diaria de las ejecutivas de ventas, se ha detectado **una oportunidad de mejora en la administración del tiempo, la planificación del trabajo y la innovación constante**. Continuando con la investigación, se observó un estudio realizado en España en el ámbito laboral, que indica que el 65% de las personas que trabajan fuera del horario laboral, es debido a falta de planificación diaria y semanal de sus funciones laborales. Abad, G. G., Gonzalo, Abad, G. G., & Gonzalo. (2020, marzo, 9). En consecuencia, esto afecta su rendimiento laboral del día siguiente y su estado emocional.

Así como los colaboradores deben respetar su hora de llegada, es importante siempre que la empresa respete la hora de salida establecida de cada colaborador de la empresa. Según estudios realizados en La universidad Rafael Landívar con sede en Guatemala, sobre la Administración del tiempo y las consecuencias que puede tener sobre una persona el exceso de trabajo, la investigación demostró que el mal manejo del tiempo y la mala organización pueden provocar este tipo de consecuencias:

- Estrés
- Tensión
- Desmotivación y apatía
- Sentimiento de fracaso.

Por estos motivos se ha decidido plantear estas propuestas de mejora para la empresa Hotel Real Intercontinental.

3.2 Propuesta de Mejora

“El objetivo primordial de la propuesta es **mejorar la administración del tiempo, la planificación del trabajo y la administración de la innovación**, para tener un incremento en la productividad diaria de cada colaborador del equipo de ventas y de banquetes, garantizar el bienestar personal y mantener la innovación constante.

Para llevar a cabo esta investigación y resolver mediante el conocimiento sistemático a partir de la observación, y la descripción. Me parece oportuno incluir el diagnóstico de innovación ya que es una herramienta que permite evaluar la situación actual de la empresa. Con la información recopilada, se obtiene un diagnóstico que ayuda a evaluar la estrategia planteada, optimizar los recursos y tomar mejores decisiones en cuanto a la innovación.

Al igual que con la ayuda las capacitaciones y monitoreo continuo se podrá hacer un estudio en el cual se pueda reflejar si es óptimo o no implementar el software de (fuerza de ventas) para el área de ventas, ya que el área de banquetes corporativos ya cuenta con un programa de fuerza de ventas. Utilizar un software en ventas hace que los procesos manuales sean optimizados para que los ejecutivos de ventas trabajen con más eficiencia. Posteriormente la función del programa es que mejore la administración del tiempo de las ejecutivas de ventas y también la planificación de su trabajo, para tener un incremento en la productividad diaria de cada colaborador del equipo de ventas y a su vez garantizar el bienestar personal.

El programa ayudará al seguimiento constante de sus clientes, con las distintas herramientas que el programa tiene facilitará el trabajo de las ejecutivas de ventas

permitiéndole realizar su trabajo de una forma más eficaz y efectiva y a su vez, incrementar su productividad logrando que puedan cumplir sus metas mensualmente.

Se utilizó una herramienta eficaz para identificar los problemas más comunes entre las ejecutivas, el cual fue el uso de una encuesta. Esta herramienta se aplicó en los departamentos de ventas y banquetes, en total fueron 9 personas a las cuales se les aplicó este instrumento. El objetivo de dicha encuesta fue para poder segmentar los problemas con los cuales las ejecutivas lidiaban constantemente. Una vez terminado de recopilar la información con la ayuda del programa Excel, se realizó la tabulación de dichas encuestas. Con la ayuda de la encuesta se pudo recopilar la información necesaria para plantear una solución a los problemas más frecuentes que tienen las ejecutivas, los cuales eran: falta de planeación diaria, trabajo fuera del horario laboral entre otros. (ver anexo 1-14)

Otra herramienta muy eficaz, que se implementó para seleccionar el problema que la empresa debía abordar primero es la casa de la calidad. Esta herramienta, sirve para segmentar los problemas de la empresa en orden de prioridad, a su vez el programa escoge la solución más óptima para cada problema. (Ver anexo 15)

Una plataforma en la cual se deberá capacitar a las ejecutivas de ventas para que puedan usar, es el calendario digital de Microsoft Outlook. Ya que en las encuestas aplicadas el 50% de las ejecutivas no utilizan un calendario digital para planificar. Esto le ayudará a tener una mejor organización interna y tener un mejor seguimiento de sus actividades diarias.

3.3 Impacto Medible

Iniciando con el mes de enero los resultados del equipo de ventas y banquetes fueron los siguientes: Las ventas de la ejecutiva Diana fueron de \$152,410. Según estudios realizados por el software fuerza de ventas, las empresas logran un incremento del 37% en sus ventas cuando implementan la plataforma de fuerza de ventas (Salesforce, s.f.). Se puede pronosticar que implementando el software de fuerza de ventas la ejecutiva de ventas podrá aumentar sus ventas en un 15% utilizando datos reales, el cual podría ir creciendo constantemente.

Ventas Actuales sin software	Ventas Actuales con software +15%
\$152,410	\$175,271

(Propia, Elaboracion, 2020)

En el cuadro anterior muestra una comparación entre las ventas actuales de la ejecutiva, en comparación a las ventas que podría obtener con la implementación de este software, se habla de un incremento del 15% que mejoraría drásticamente sus ventas.

En cuanto a la satisfacción percibida por el cliente. Los estudios realizados por la compañía fuerza de ventas, demuestran que al momento de implementar esta herramienta la satisfacción del cliente incrementa en un 45%. (Salesforce, s.f.)

En relación a los gastos la empresa necesitara invertir \$150 por la licencia del software de fuerza de ventas (Enterprise), la licencia incluye acceso a todo el programa y la personalización al gusto de la empresa a su vez incluye capacitaciones gratuitas e

inducciones de cómo utilizar el Programa. Se proyecta los gastos de la empresa incluyendo a los 3 empleados de ventas las 2 ejecutivas y el asistente. Serían un costo de \$450 al mes y costo anual sería de \$5400.

En el cuadro a continuación se refleja los costos mensuales de las membresías al momento de adquirir el software de fuerza de ventas.

Essentials	Professional	Enterprise	Unlimited
Small business CRM for up to 10 users	Complete CRM for any size team	Deeply customizable sales CRM for your business	Unlimited CRM power and support
\$25	\$75	\$150	\$300
USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)
TRY FOR FREE	TRY FOR FREE	TRY FOR FREE	TRY FOR FREE

Ilustración 4 Tabla de precios Salesforce

(Paul, 2020)

En cuanto a los gastos sería una pequeña inversión que la empresa necesita realizar para obtener un beneficio mayor, el cual es variable y podría aumentar dependiendo de la situación actual.

En relación con las capacitaciones, el constante capacitamientos a los empleados de la empresa supondrá una mejora drástica en su productividad. Se recomienda que las capacitaciones las deberá hacer una persona especializada en manejo del tiempo y planificación diaria, preferiblemente un colaborador de la empresa

. Se deberán hacer al menos una vez cada dos semana, estas capacitaciones beneficiarán a los departamentos de Ventas y Banquetes Corporativos. Se esperará que con la ayuda de estas capacitaciones el rendimiento laboral y la organización personal de cada colaborador mejore drásticamente.

En el cuadro a continuación se muestra una tabla con la cantidad de personas, tiempo requerido y el costo para las capacitaciones.

Personas Por Capacitar	Tiempo de Capacitación	Costo para la Empresa
Dept. Ventas 3	1 vez cada 14 días	Ninguno, se recomienda utilizar personal interno de capacitación dentro de la empresa.
Dept. Banquetes 4	1 vez cada 14 días	

Ilustración 5 Capacitaciones

(Propia, Elaboracion, 2020)

Temas a capacitar	Duración
Gestión del tiempo	3 horas
Planificación diaria	2 horas
Organización personal	3 horas

(Propia, Elaboracion, 2020)

La tabla a continuación propone ciertos temas los cuales se considera deberían ser tratados para ayudar a solventar los problemas encontrados en la investigación. También se recomienda que se hagan capacitaciones mínimo de dos horas.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES/RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Se logró llevar a cabo un diagnóstico de innovación la situación actual de la empresa en cuanto a la innovación que brindo un análisis de las debilidades de la empresa y sus oportunidades de mejora. Se implemento también la herramienta de la casa de la calidad, que ayudo a identificar los problemas con más urgencia de resolver, ofreciendo también soluciones de cómo solucionar cada problema.
- Se propuso la implementación de la herramienta de Crm Salesforce , debido a los diversos beneficios y oportunidades de mejoras que ofrece para la empresa Hotel Real Intercontinental.
- Es necesario la utilización de un calendario digital, como el que ofrece la herramienta de Outlook para los ejecutivos, esto es con el propósito de ayudarles a organizar las actividades diarias y para que ellos tengan un mejor seguimiento con sus clientes. Además, son necesarias las capacitaciones cada dos semanas para los departamentos de ventas y banquetes en los temas de manejo del tiempo y planificación diaria.

4.2 Recomendaciones

- La empresa debe trabajar en las debilidades reflejadas en el diagnóstico de innovación, para poder mantenerse en constante innovación.
- Es prioritario que la compañía mantenga alimentada la base de datos del CRM para poder realizar análisis posteriores, también es importante mencionar que esta propuesta se encuentra en la fase de implementación y que está sujeta a cambios dependiendo a los resultados que con ella se consigan.
- Analizar y evaluar diversos temas que se podrían ofrecer en las capacitaciones que se relacione con el tema a tratar. Capacitar también sobre las diferentes cualidades que la herramienta de Outlook, el calendario digital puede ofrecerles.

BIBLIOGRAFIA

- Abad, G. G., Gonzalo, Abad, G. G., & Gonzalo. (2020, March 9). Jornada Laboral en las empresas: todo lo que debes saber (e-book). Retrieved March 29, 2020, from <https://www.sage.com/es-es/blog/jornada-laboral-en-las-empresas-todo-lo-que-debes-saber/>
- February, I. P., Paul, I., Ian Paul @ianpaul Ian, @ianpaul, I. P., & Ian. (2020, February 24). Salesforce Pricing 2020: How Much Does Salesforce Cost? Retrieved March 29, 2020, from <https://tech.co/crm-software/salesforce-pricing-how-much-does-salesforce-cost>
- Hotels' and resorts. (n.d.). Retrieved February 16, 2020, from <http://www.realhotelsandresorts.com/>
- “¿Qué Es CRM y Qué Beneficios Para Las Empresas?: Salesforce.” *Salesforce.com*, www.salesforce.com/mx/crm/.
- Somos Roble. (n.d.). Retrieved February 16, 2020, from <https://www.gruporable.com/somos-roble/>
- Villoldo, Adriana Gómez. “QFD LA CASA DE LA CALIDAD: Herramienta De Planificación Del Diseño.” *Manual De Gestión De Calidad Paso a Paso*, 25 July 2018, asesordecabilidad.blogspot.com/2017/03/qfd-la-casa-de-la-calidad-herramienta.html?m=1

GLOSARIO

- **Calendario digital:** Un calendario electrónico es un programa de cómputo que permite a los usuarios utilizar versiones electrónicas de herramientas de oficina diversas tales como un calendario, una agenda, un directorio telefónico y una lista de contactos.
- **Casa de Calidad:** Utilizado para definir la relación entre los deseos de los clientes y las capacidades de las empresas/productos. Se trata de una parte del despliegue de la función calidad (QFD) y se utiliza una matriz de planificación para relacionar lo que el cliente quiere contra cómo una empresa (que produce los productos) va a cumplir esas necesidades.
- **CrM:** Es un término de la industria de la información que se aplica a metodologías, software y, en general, a las capacidades de Internet que ayudan a una empresa a gestionar las relaciones con sus clientes de una manera organizada.
- **Diagnóstico de Innovación:** Sirve para identificar, medir y evaluar las necesidades y oportunidades de una empresa en términos de innovación, que tiene como objetivo tratar de mejorar el desempeño actual de las organizaciones en el mercado.
- **Inversiones Real de S.A:** Es el nombre jurídico de la empresa Hotel Real Intercontinental.
- **Outlook:** Es el servicio de correo electrónico basado en la web de Microsoft.
- **S. A:** Sociedad Anónima.

- **Salesforce:** Es un servicio de gestión de relaciones con el cliente. Ayuda a las empresas a conectarse con sus clientes y conseguir más información sobre ellos. Los servicios de Salesforce permiten a las compañías utilizar la tecnología cloud para realizar un seguimiento a las actividades de los clientes, optimizar estrategias de marketing y coordinar ventas de servicios.
- **Tele mercadeo:** Consiste en el contacto vía telefónica de un asesor en representación de una empresa para ofrecer información acerca de los servicios o productos de esta, a un cliente potencial.

ANEXOS

Anexos 1 Cuestionario Ejecutivas de ventas



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

HOTEL REAL INTERCONTINENTAL

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

CUESTONARIO

Estimado Participante:

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información sobre, la organización personal y el manejo del tiempo. Consta de una serie de preguntas de varios tipos. Al leer cada pregunta trate de responder de la manera más clara y honesta posible. La información recolectada en este cuestionario, servirá para un trabajo de investigación relacionado con el tema anteriormente mencionado. Es de interés que nos pueda brindar

su colaboración para llenar el cuestionario. Toda la información recolectada será para uso de investigación, y confidencial.

Muchas gracias por su tiempo.

Parte I Información Socio demográfica:

Sexo: _____ **Edad:** _____

Tiempo laborando en la empresa: _____ **Cargo dentro de la empresa** _____

Instrucciones

En las siguientes proposiciones que se presentan a continuación circule la respuesta, que considere adecuada.

1. ¿Se considera usted una persona organizada en su área laboral?

Si

No

2. ¿Planifica, día a día sus actividades en su trabajo?

Si

No

3. ¿Fija metas en su área laboral?

Si

No

4. ¿Utiliza un calendario digital en su trabajo, para manejar una mejor planificación de sus actividades?

Si

No

5. ¿Llega puntual a su trabajo?

Si

No

Parte II Enumeración

Instrucciones

En las siguientes oraciones que se le presentan a continuación, enumere en orden de importancia de 1-4 siendo 1 el de mayor importancia.

¿Qué es lo primero que realiza antes de planificar una reunión?

- Verificar mi Calendario, para ver que fechas estoy disponible ()
- Consultar el lugar donde realizare la reunión ()
- Escribir los puntos importantes a hablar en la reunión. ()
- Llamar al cliente, para preguntarle día le gustaría reunirse. ()

Parte III Respuesta Breve

Instrucciones

En las siguientes proposiciones, escriba con sus propias palabras la repuesta que considere adecuada en los espacios en blanco.

1. Si alguna vez se ha sentido estresada o cansada en el trabajo, especifique las razones por las cual se sintió de esa manera.
2. ¿De las funciones que realiza usted en su trabajo, cuál cree que sea la que le toma más tiempo?
3. ¿Escribir brevemente en un párrafo como planifica usted las actividades que realiza en su trabajo?

PARTE IV SELECCIÓN MULTIPLE

Instrucciones:

En las siguientes proposiciones, seleccione la palabra que considere más adecuada, y circule su respuesta.

1. ¿Cuál de estas, no es una característica de una persona organizada?

- **Planifican su día una noche anterior**
 - **Realizan un control de seguimiento a si mismo**
 - **Realizan su trabajo rápido**
 - **Ordenan sus tareas por prioridad**
2. ¿Cuál de todas estas opciones, considera usted que la pueden distraer en su trabajo? (Puede seleccionar más de una)
- El celular
 - Los compañeros de trabajo
 - El ruido ambiental
 - El sueño

Gracias por su Colaboración

(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 2 Cuestionario de Gerencia



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

HOTEL REAL INTERCONTINENTAL

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

CUESTONARIO

Estimado Participante:

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información sobre, la organización personal y el manejo del tiempo. Consta de una serie de preguntas de varios tipos. Al leer cada pregunta trate de responder de la manera más clara y honesta posible. Es de interés que nos pueda brindar su colaboración para llenar el cuestionario. Toda la información recolectada será para uso de investigación, y confidencial.

Muchas gracias por su tiempo.

Parte I Información Socio demográfica:

Sexo: _____ Edad: _____

Tiempo laborando en la empresa: _____ Cargo dentro de la empresa _____

Instrucciones

En las siguientes proposiciones que se presentan a continuación circule la respuesta, que considere adecuada.

1. ¿Considera que las ejecutivas de banquetes, son organizadas?

Si

No

2. ¿Las ejecutivas de banquetes son puntuales con su hora de llegada?

Si

No

3. ¿Considera usted, ¿que las ejecutivas de banquetes necesitan capacitación sobre manejo del tiempo y planificación?

Si

No

Parte II Respuesta Breve

Instrucciones

En las siguientes proposiciones que se presentan a continuación, responda con sus propias palabras de la manera más breve y honesta posible.

1. ¿En su opinión, qué cree que podrían mejorar las ejecutivas de banquetes?
2. ¿Que considera usted, ¿que provoca que las ejecutivas de banquetes no logren irse en su horario laboral establecido?

Muchas gracias por su colaboración.

(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 3 Cuestionario de Ejecutivas Banquetes



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
HOTEL REAL INTERCONTINENTAL

Estimado Participante:

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información sobre, la organización personal y el manejo del tiempo. Al leer cada pregunta trate de responder de la manera más clara y honesta posible. Toda la información recolectada será para uso de investigación, y confidencial.

Muchas gracias por su tiempo.

Parte I Información Socio demográfica:

Sexo: _____ Edad: _____

Tiempo laborando en la empresa: _____ Cargo dentro de la empresa _____

Instrucciones

En las siguientes proposiciones que se presentan a continuación circule la respuesta, que considere adecuada.

¿Se considera usted una persona organizada en su área laboral?

Si

No

¿Utiliza un calendario digital en su trabajo, para manejar una mejor planificación de sus actividades?

Si

No

¿Llega puntual a su trabajo?

Si

No

¿La empresa le brinda beneficios adicionales?

SI

No

Parte II Respuesta Breve

Instrucciones

En las siguientes proposiciones, escriba con sus propias palabras la respuesta que considere adecuada en los espacios en blanco.

Si alguna vez se ha sentido estresado/a o cansado/a en el trabajo, especifique las razones por las cual se sintió de esa manera.

¿Planifica usted las actividades que realiza en su trabajo, si la respuesta es sí explique brevemente su proceso de planificación?

¿Puede delegar responsabilidades a sus compañeros, si la respuesta es sí explique brevemente que funciones a delegado?

PARTE III ESCALA

Instrucciones

En las siguientes proposiciones que se le presentan a continuación, circule el número que opine sea el más adecuado. Siendo 1 – Muy Satisfecho, 2- Satisfecho, 3- Neutral ,4- Insatisfecho, 5- Muy insatisfecho

¿Sus bonos son acordes al esfuerzo realizado en mis ventas? **1 2 3 4 5**

¿Su salario es acorde a las horas laborales que usted realiza? **1 2 3 4 5**

¿Su jefe valora su esfuerzo y consulta por su situación? **1 2 3 4 5**

¿Confía en sus compañeros y sus capacidades? **1 2 3 4 5**

¿Considera que puede cumplir sus funciones laborales en 8 horas de trabajo?

1 2 3 4 5

Gracias por su Colaboración

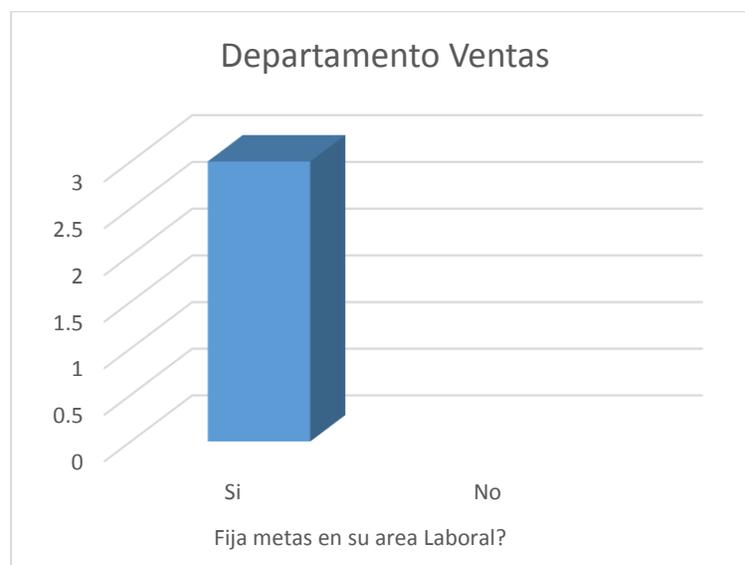
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 4 Tabulación de Encuestas



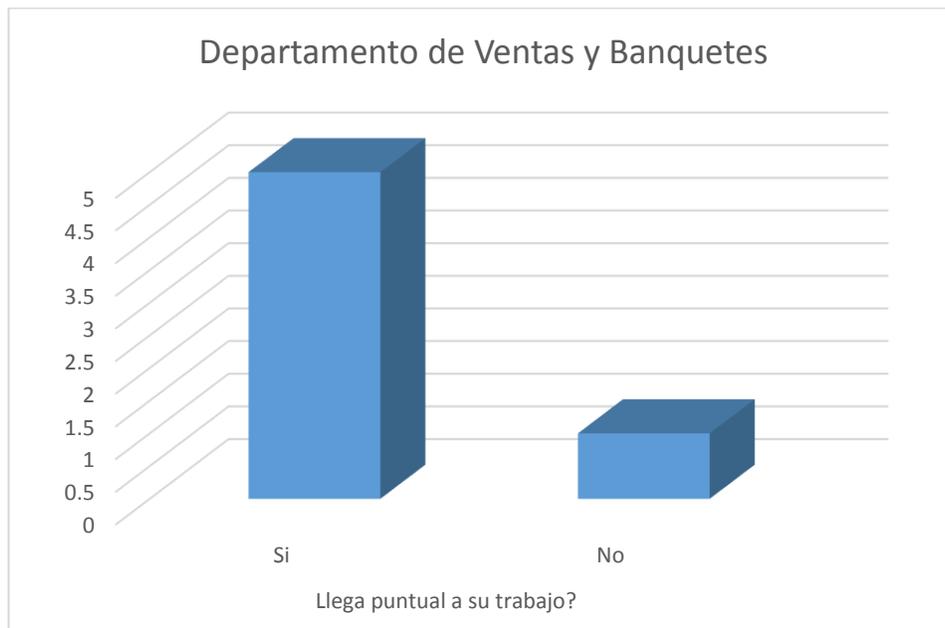
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 5 Tabulación de encuestas



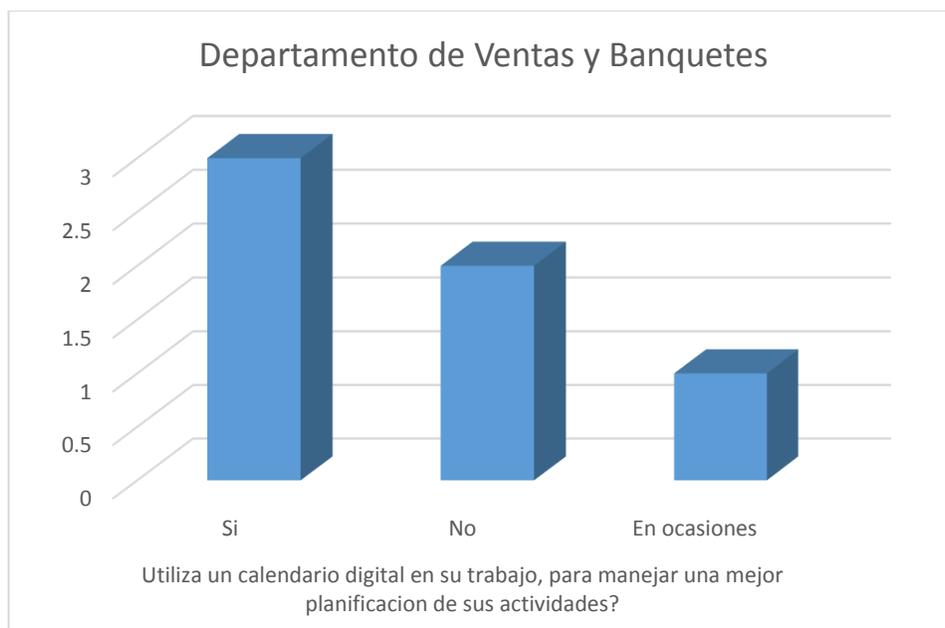
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 6 Tabulación de encuestas



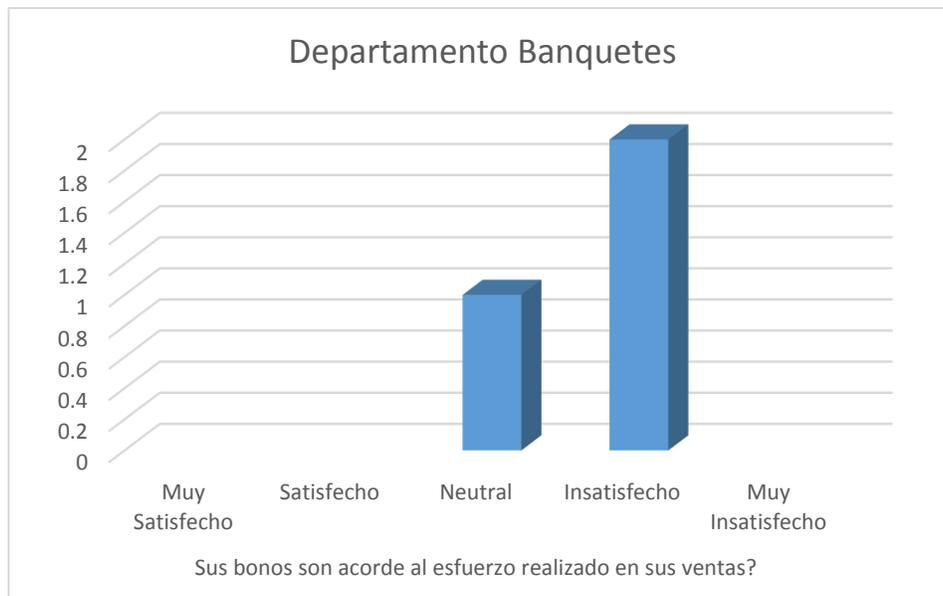
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 7 Tabulación de encuestas



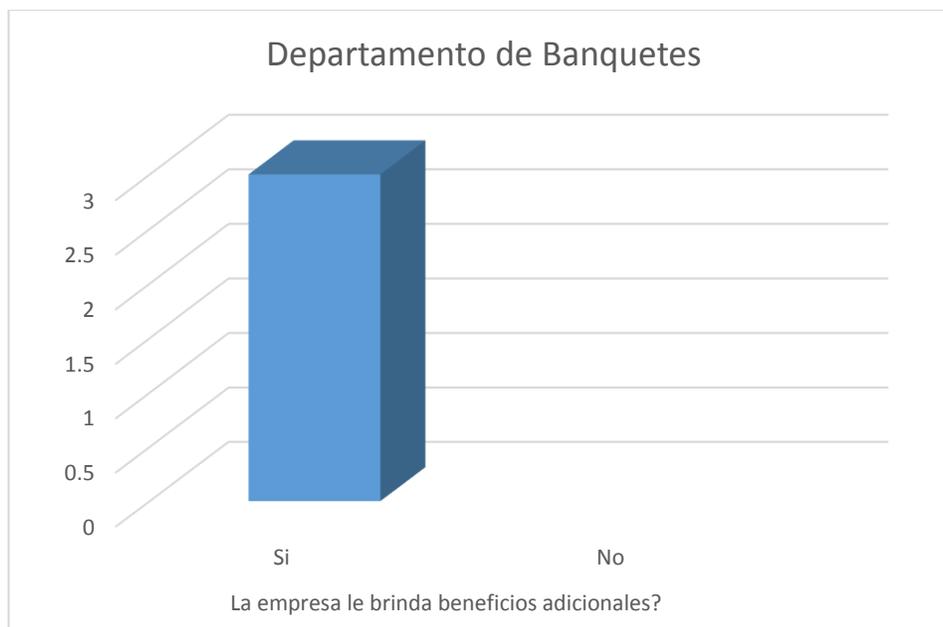
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 8 Tabulación de encuestas



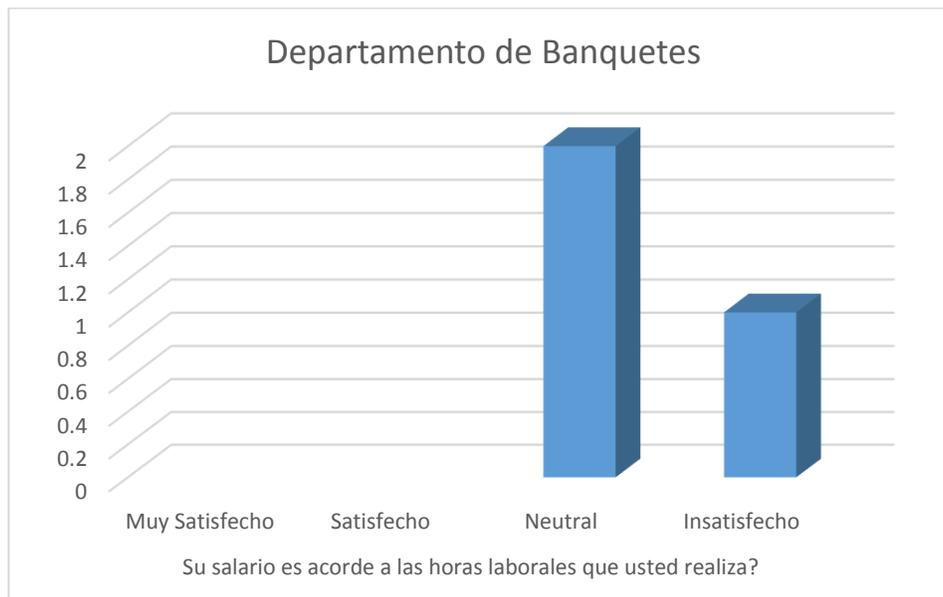
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 9 Tabulación de encuestas



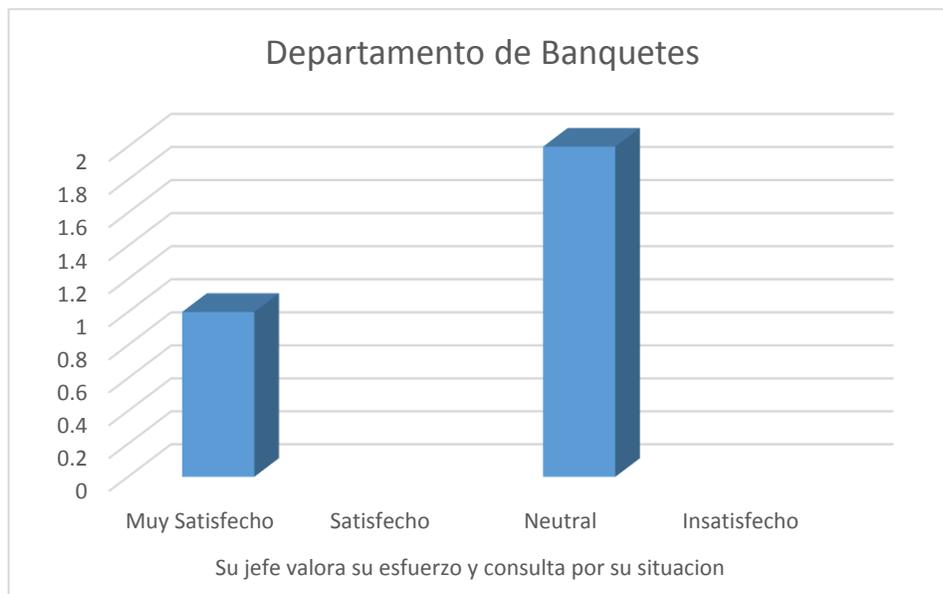
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 10 Tabulación de encuestas



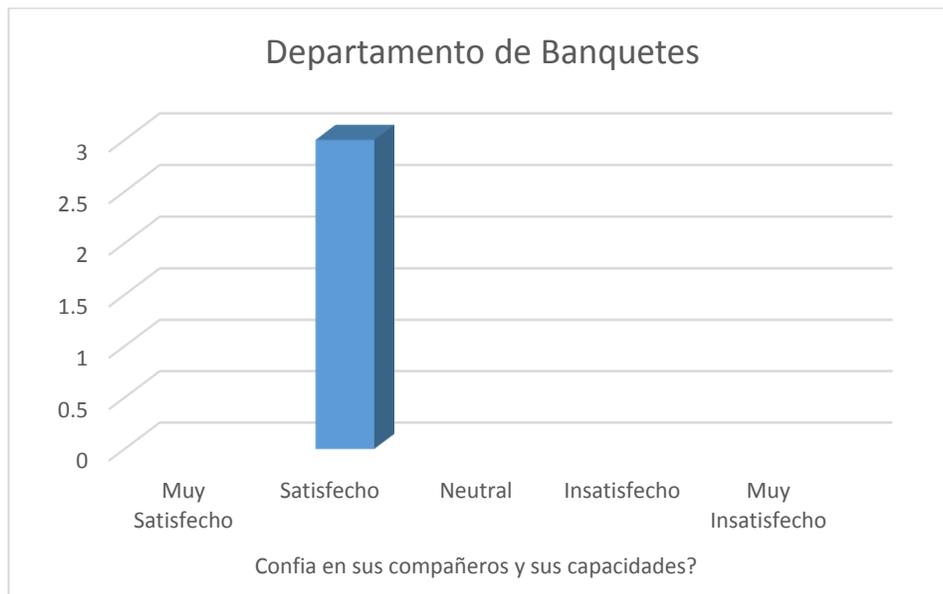
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 11 Tabulación de encuestas



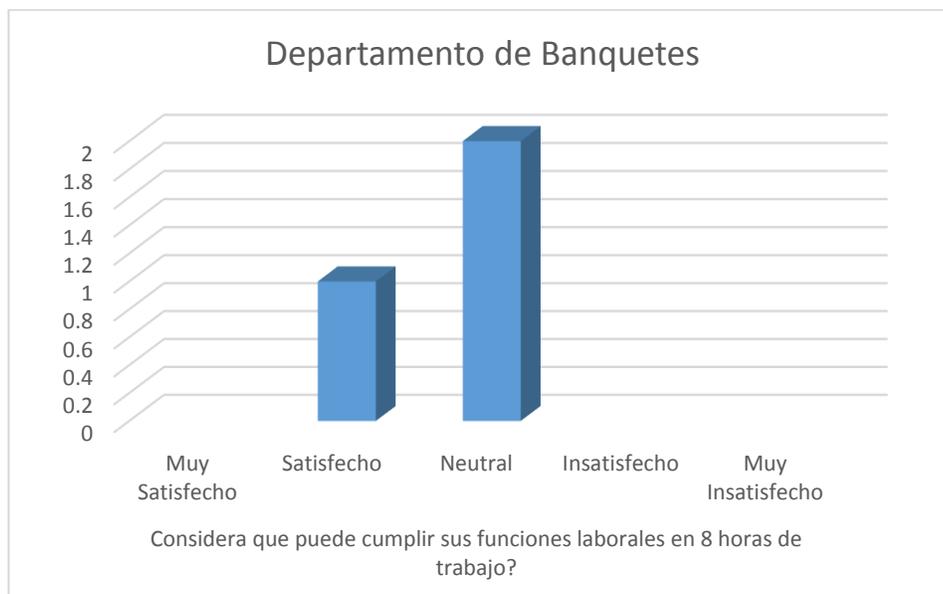
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 12 Tabulación de encuestas



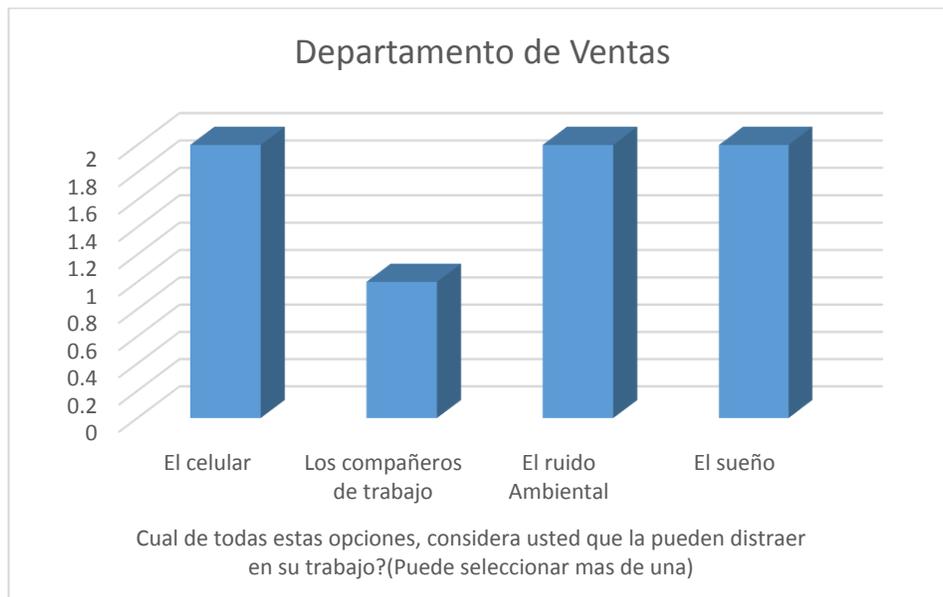
(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 13 Tabulación de encuestas



(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 14 Tabulación de encuestas



(Propia, Elaboracion, 2020)

Anexos 15 Casa de la Calidad

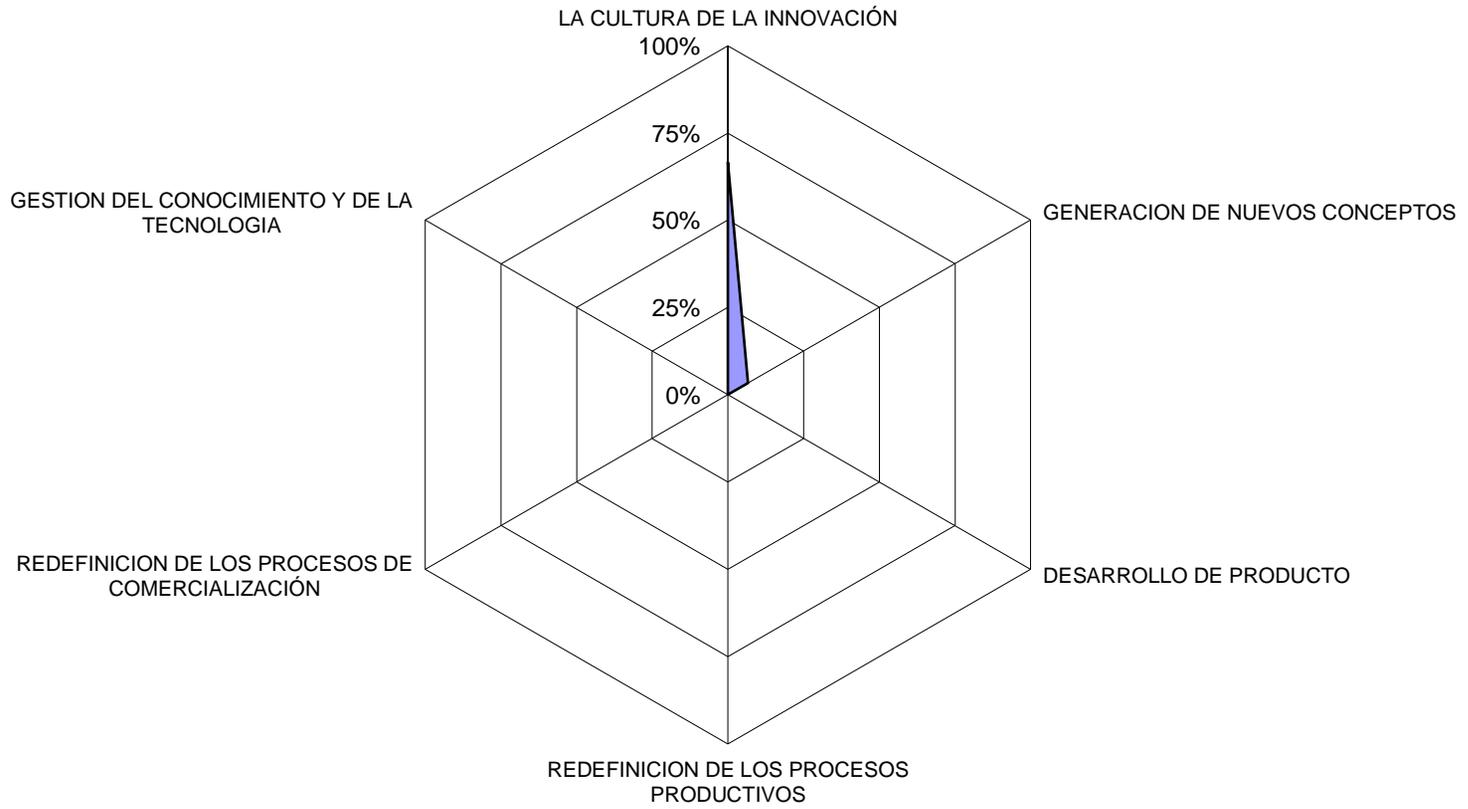
Casa de la Calidad - QFD

Importancia	Creacion de un Menu Express para Clientes Corporativos	Evaluacion de las funciones Laborales	Implementacion de una herramienta para planificacion	Evaluar la posibilidad de mejorar los Bonos y sueldos de los Colaboradores	Evaluación de Competencia (marcar con una x)	
					Mejor	Igual
2	9	3	3	1		x
3	3	9	9	1	x	
3	1	3	9	1	x	
1	1	9	3	9		x
	31	51	63	17		
	-	-	+	-		

Valores objetivo para l

Según el analisis de la casa de la calidad, pude concluir que la empresa se debe enfocar en un problema especifico, la mala planificacion diaria que podria influir en los horarios extendidos. Se concluyo que ese es el problema mas relevante , ya que con la solucion la empresa podra sobresalir con la competencia.

(Villoldo, 2018)



Series1

(Sistema de Gestión a la innovación Tecnológica”)