

	<p>Trabajo de Prácticas Profesionales como Opción de Grado</p>	
---	---	---

**DISEÑO E IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA DE CAPACITACION EN EL
AREA COMERCIAL Y MIEMBROS DEL EQUIPO DE TRABAJO DE RECEPCION Y
VIGILANCIA EN EL HOTEL**

Yeraldin Isabel Tovar López

Código:

2013227095

Trabajo de grado para optar por el título de Administradora de Empresas Turísticas y
Hoteleras

RAFAEL FERNANDO TAPIA PEREZ

Tutor de prácticas profesionales

JOHAN TRUJILLO DUQUE

Tutor empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERA
SANTA MARTA
2021

INDICE

	INTRODUCCION	4
1.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	5
	1.1 Aspectos legales, económicos y organizacionales	5
	1.2 Filosofía institucional	
	1.2.1 Misión	
	1.2.2 Visión	
2.	INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO	7
	2.1 Descripción del área de trabajo.	7
	2.2 Descripción de las actividades asignadas.	8
3.	AUTOEVALUACION	9
4.	CONCLUSIONES.	9
5.	RECOMENDACIONES GENERALES	10
6.	PROPUESTA O PLAN DE MEJORA	10
	6.1 Nombre de la propuesta o plan de mejora	11
7.	DIAGNÓSTICO.	11
8.	PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
9.	JUSTIFICACION	12
10.	OBJETIVOS	13
	10.1 Objetivo General	
	10.2 Objetivos específicos	
11.	REFERENTES TEÓRICOS	13
12.	PLAN DE ACCIÓN	16
13.	RESULTADOS OBTENIDOS	17
14.	CONCLUSIÓN	18
15.	BIBLIOGRAFÍA	19
16.	ANEXOS	20

1) INTRODUCCION

En el presente documento, se encontrara encontrar la propuesta realizada por la estudiante Yeraldin Isabel Tovar Lopez como proyecto de grado para la obtención del título de Administración de Empresas Turística y Hotelera de la Universidad del Magdalena durante el periodo de prácticas cursado en el primer semestre del año 2021 en el Hotel Mendihuaca Caribbean Resort By Lewe. En el documento se propone inicialmente el diseño e implementación del programa de capacitación en el área comercial y miembros del equipo de trabajo de recepción y vigilancia en el hotel. Tomando en cuenta que la atención y el servicio al cliente es considerada una parte fundamental de toda empresa, ya que al demostrarse la capacidad que se tiene en esta áreas y al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a que se mantenga la preferencia de los mismos. Debido al aumento de la competencia, mejorar y fortalecer la atención y la calidad del servicio ha venido tomando más fuerza ya que mientras más competencia exista, los clientes tienen una mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es por ello que irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes es de gran importancia, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir donde tomarlo.

Actualmente para toda empresa es indispensable desarrollar las habilidades que poseen los colaboradores para lograr un avance integro dentro de la empresa. Para ello, es necesaria la implementación de capacitaciones a su personal, en especial las áreas de comercial, recepción y vigilancia. Estas capacitaciones facilitan el crecimiento de las competencias personales y empresariales. Por lo tanto, la capacitación para los colaboradores es un proceso fundamental para que los mismos tengan los conocimientos en áreas de atención, servicio, higiene, entre otros, para brindar un servicio al cliente eficiente.

Esta propuesta tiene como finalidad la elaboración de un programa de capacitaciones que permitan fortalecer y ampliar la calidad de los servicios, así como adquirir destrezas en el manejo de nuevas técnicas y formas de atención al momento de la realización y organización de eventos, esto con la finalidad de poder estructurar adecuadamente la forma óptima de llevarlos a cabo.

2) GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Nombre: MENDIHUACA CARIBBEAN RESORT BY LEWE

Dirección: Km 35 vía Santa Marta - Riohacha, Santa Marta, Magdalena

Teléfono: 420 9606

Correo: Comercial@mendihuaca.com.co

Razón social: Lewe Hotels S.A.S

Nit No. 900713654-1

Nombre del Representante: William Fallad Figueroa

Antigüedad Operacional: 27 años

Número de Empleados: 104

Actividad Económica: 2551101: Alojamiento en “hoteles”, “hostales” y “aparta hoteles” Hospedaje día a día

2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONOMICOS Y ORGANIZACIONALES

Descripción de la Empresa

MendiHuaca Caribbean Resort by Lewe Hotels; Se encuentra a 10 minutos vehículo del parque nacional Tayrona. Las habitaciones son cómodas y están decoradas en colores tropicales, todas tienen baño privado, TV y aire acondicionado. MendiHuaca Caribbean Resort alberga un restaurante donde la comida es una propuesta de la comida de autor con toques de preparaciones internacionales sin dejar atrás las raíces de la costa caribe colombiana y bar que sirve bebidas tradicionales junto con toques de sabores y colores del sector, también hay un Gimnasio tipo Crossfit y un espacio para eventos y cuenta con una recepción 24 horas, además, tiene una sala de juegos y servicio de lavandería. La ciudad de Santa Marta se encuentra a 60 minutos en vehículo y el aeropuerto internacional Simón Bolívar está a 70 minutos del hotel.

Tamaño y sector empresarial

MendiHuaca Caribbean Resort by Lewe Hotels, cuenta con 16 módulos (edificios) para un total de 160 villas divididas en apartamentos múltiples, desde acomodaciones dobles hasta óctuples. Adicionalmente el Resort cuenta con un restaurante con capacidad para 150 personas alojadas. El hotel cuenta con una planta fija de personal de 64 colaboradores y en temporadas altas se cuenta con un personal extra de 40 colaboradores adicionales a la planta, aproximadamente.

Política de Calidad

Condominio Mendihuaca Caribbean Resort tiene como política asegurar la calidad de todos nuestros servicios (alojamiento, alimentos, bebidas, eventos y complementarios) mediante el mejoramiento continuo de nuestros procesos, prestando un excelente servicio, teniendo una infraestructura adecuada, con personal competente y motivado; satisfaciendo y superando así las expectativas y requisitos de nuestros copropietarios, huéspedes y visitantes. De esta manera consolidamos la lealtad de nuestros clientes externos e internos, incrementando la sostenibilidad económica y el desarrollo integral de nuestros colaboradores, proveedores, medio ambiente y comunidad en general.

Organigrama



2.2) FILOSOFIA INSTITUCIONAL.

Misión

Somos el único resort ubicado en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta y el parque nacional natural Tayrona. Brindando satisfacción a todos nuestros visitantes;

ofreciendo un servicio de excelencia en descanso, tranquilidad, confort, recreación, negocios y exquisita gastronomía. Comprometidos con la sostenibilidad del medio ambiente y bienestar, crecimiento y desarrollo de nuestros colaboradores.

Visión

En el 2025 será el primer resort en Santa Marta con todas las comodidades del modernismo rodeado de un entorno ecológico, donde se pueda llegar a un verdadero descanso familiar y realizar eventos empresariales o sociales, brindando un servicio de calidad que genere satisfacción en los clientes. Buscando un enfoque innovador con nuevos paquetes, tours ecoturísticos, estrategias de marketing, campañas publicitarias y modernización de las instalaciones.

Objetivos de calidad

- Satisfacer y superar las expectativas y requerimientos de nuestros clientes.
- Asegurar el bienestar de los colaboradores, a través de capacitaciones e incentivos, creando un ambiente de motivación y trabajo en equipo.
- Desarrollar la innovación en los procesos, buscando la eficiencia y eficacia operacional y administrativa, mediante la mejora continua.
- Aumentar la sostenibilidad económica, mediante la racionalización de los costos y gastos y el aprovechamiento de la capacidad instalada

Valores corporativos

- Integridad, confianza, honestidad, transparencia.
- Responsabilidad, puntualidad, lealtad, amor por la institución.
- Alegría, entusiasmo, simpatía, higiene y pulcritud.
- Respeto, disciplina, perseverancia.

3) INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO

3.1.) DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.

El Departamento Comercial está dirigido por el Coordinador Comercial, que es el máximo responsable de la empresa en términos comerciales ya que este será el encargado de: Fijar los precios según las diferentes temporadas. Negociar y firmar acuerdos de colaboración y contratación con Agencias de Viajes, Tour Operadores, y Empresas

3.2) DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

El cargo como aprendiz del Área de Comercial tiene diversas funciones específicas que lo componen:

- Funciones a realizar durante la práctica:
- Realizar cotizaciones, seguimiento y reserva a través de la web, redes y teléfonos
- Entrega de bonos a recepción para control de alimentación de grupos mayores a 10 pax
- Llevar base de datos completa de cotizaciones
- Llevar base de datos de reservas realizada en el área en conjunto
- Acompañamiento a clientes en reconocimiento de instalaciones

- Realización del informe semanal de cenas románticas o complementos a las áreas involucradas
- Apoyo en la tabulación mensual de encuestas de satisfacción y comentarios Booking y realización de informe.

4) PROPUESTA

Teniendo en cuenta que se requiere fortalecer las capacidades del personal de las áreas de Comercial, Recepción y Vigilancia para apoyar y mejorar la calidad a la prestación de servicios se propone, el uso de jornada de capacitación básica al personal con el fin de fortalecer el servicio, lo cual permita atender las diferentes solicitudes, incidentes, quejas, reclamos y orientación de servicios. Para este proceso se recomienda la gestión estratégica de preparación al personal en general y enfocado principalmente al comercial, a su vez es una herramienta de orientación y acompañamiento ya que es un instrumento importante que contiene las metodologías y estrategias de capacitación, teniendo como resultados trabajadores sensibilizados, para garantizar la calidad en el servicio y el incremento de utilidades para la empresa.

4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

DISEÑO E IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA DE CAPACITACION EN EL AREA COMERCIAL Y MIEMBROS DEL EQUIPO DE TRABAJO DE RECEPCION Y VIGILANCIA EN EL HOTEL

4.2 DIAGNÓSTICO.

El Hotel Mendihuaca Caribbean Resort pese a ser el único hotel ubicado en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta y el parque natural Tayrona y contar con una planta de

empleados dotados en distintas áreas, requiere para su fortalecimiento empresarial brindar a sus empleados capacitaciones enfocado principalmente al área comercial, recepción y vigilancia que permitan que estos adquieran y se mantengan actualizados en técnicas de atención y servicio al cliente. Es bien sabido que adquirir todas las estrategias posibles en atención y servicio al cliente permite a toda empresa satisfacer mejor las necesidades, ser más competitivos y cumplir con las necesidades y expectativas de los diferentes clientes.

Mediante la aplicación de encuestas a empleados y clientes, podremos conocer las percepciones de ambos buscando conocer las fortalezas y debilidades a la hora de resolver conflictos e identificar las falencias en los servicios que se ofrecen y fortalecer el ambiente laboral.

Matriz **DOFA** del servicio

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación hacia el personal de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo tecnológico y la innovación de productos.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad de los clientes. • Adaptarse al medio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada de nuevos competidores al mercado. • Saturación del mercado.

Tabla 1. Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas)

4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Toda empresa prestadora de servicios para perdurar en el mercado debe tener en cuenta los comentarios y percepciones de sus clientes. Aun cuando el hotel tiene buenos comentarios de sus clientes y ha podido generar una publicidad voz a voz de sus buena atención y buenos servicios, es importante siempre que se mantenga al personal idóneo y capacitado. Al hacer un análisis de la planta de personal se evidencia que se debe fortalecer al personal administrativo y de operaciones, se debe aumentar la capacidad de atención personalizada de parte del personal, trabajar en brindar

un servicio más rápido y oportuno, capacitar continuamente al personal para evitar que se presenten inseguridades a la hora de prestar un servicio.

Estas falencias si no se tratan e identifican pueden con el tiempo generar inconvenientes con la prestación del servicio, ya que si los clientes no se encuentren satisfechos por el servicio recibido puede traer consigo la pérdida de clientes actuales y futuros ocasionando un bajo número de clientes y al mismo tiempo una baja rentabilidad dentro de la empresa.

Por lo anterior se hace necesaria la evaluación de la calidad del servicio del hotel enfocada en identificar las falencias de los empleados. Una vez identificadas las falencias, brindarles las capacitaciones necesarias para cada uno enfocadas en su área de trabajo e identificar sus necesidades para mejorar el servicio.

5. JUSTIFICACION

La calidad del servicio al cliente es un elemento esencial que toda empresa debe de tomar en cuenta para tener clientes satisfechos. Actualmente los clientes son cada día más exigentes, por lo cual las empresas deben realizar periódicamente una evaluación de la calidad de sus servicios.

La presente propuesta se justifica teniendo en cuenta la gran importancia que radica en la Atención y el Servicio al Cliente, ya que este es uno de los factores a través del cual un consumidor o cliente toma la decisión de comprar un determinado producto o adquirir un servicio en relación al que le ofrece la competencia.

En miras a mejorar y fortalecer la atención y el Servicio al Cliente brindado por el Hotel Mendihuaca Caribbean Resort esta propuesta se justifica en la búsqueda de estrategias encaminadas a ofrecer un servicio de calidad al cliente lo cual nos permitirá evitar que se den casos de inconformidad, deslealtad por parte de los clientes, mala imagen frente a la competencia, falta

de oportunidades para expandirse entre otros problemas. Así mismo, con la aplicación de las diferentes estrategias se espera evidenciar cambios en la atención, mejoramiento de la imagen, un ambiente agradable y propicio de trabajo, entre otros aspectos que logren un servicio al cliente de calidad.

6. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de capacitaciones para trabajadores del Hotel Mendihuaca Caribbean Resort para entender y orientar la dinámica de la actividad dirigida hacia el cliente.

6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Capacitar a los trabajadores de las áreas de recepción, comercial y vigilancia para brindar una mejor atención.
- Fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades comerciales
- Brindar acompañamiento constante a las necesidades del personal mediante reuniones que permitan conocer las falencias y puntos débiles.

7. REFERENTES TEÓRICOS

Para el desarrollo propositivo del presente trabajo se tuvo en cuenta algunas teorías bases para la elaboración de la siguiente propuesta.

Marco Conceptual

SERVICIO

“Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

CALIDAD

Se puede definir la calidad como una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua (Gonzalez, 2005), es por ello que se define como un proceso de mejora continua, donde todas las áreas de las empresas participan de forma activa en el desarrollo de bienes tangibles y servicios que satisfagan la necesidad de un cliente, obteniendo un óptimo en productividad.

CALIDAD EMPRESARIAL

La calidad empresarial consiste en tener presente siempre las expectativas de los clientes, para poder satisfacerlas al máximo e incluso superarlas, a la vez que se introduce en la organización una mejora continua para poder cumplir siempre los requisitos establecidos. En la actualidad, un buen concepto de calidad empresarial es aquel que tiene en cuenta no solo la calidad en los productos y procesos, sino también en el servicio, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes. (Lloréns, 2005)

“La Asociación Española para la Calidad (AEC) es una entidad privada sin ánimo de lucro, fundada en 1961, cuya finalidad es fomentar y apoyar la competitividad de las empresas y organizaciones españolas, promoviendo la cultura de calidad y el desarrollo sostenible”. Según la AEC para conseguir una satisfacción plena del cliente deben coincidir los siguientes tres conceptos:

- Calidad programada
- Calidad realizada
- Calidad necesitada por el cliente

Se define así entonces La “Gestión de la Calidad” como un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.

Según Alfonso Gómez en su libro Planeación y Gestión Estratégica (1996) Los grandes “compradores” se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su organización que pudieran influir en la calidad del producto que les suministraban. Todo ello debía estar sistematizado y documentado, y por ello empezaron a obligar a sus proveedores a garantizar la calidad.

La calidad como concepto se aplica a todo proceso de la empresa para lograr un óptimo en sus procesos y mejora de los procedimientos, por tal razón para este caso se debe analizar como la gestión de la calidad se aplica al servicio al cliente permitiendo así que los estándares se mantengan en los más altos para generar buenos resultados en los procesos, punto clave en la prestación del servicio que se debe ofrecer en el hotel.

[\[1\]](#) GOMEZ SENA ALFONSO, Planeación y Gestión Estratégica, Editorial c Graw Hill, 1996.

CALIDAD DEL SERVICIO

Últimamente el concepto de calidad en servicio ha llamado la atención y se le brinda mayor importancia que el desarrollo del producto tangible que se ofrece en un mercado físico, esto debido a que el cliente percibe de forma más rápida y efectiva el servicio que las características de un producto que se debe usar para generar una experiencia.

El servicio ayuda al cliente a experimentar vivencias que generan recordación y fidelización, según Barrera (2006) expresa que la calidad de servicio percibida por el cliente es la resultante de comparar las expectativas sobre el servicio que va a recibir y las percepciones de las actuaciones de las empresas. Si la prestación supera las expectativas, el servicio proporcionado por las empresas será considerado como excelente; si solo la iguala será visto como bueno o adecuado; y si no llega a cubrirlas, entonces el servicio será catalogado como malo, pobre o deficiente.

Martinez Villegas y Picazo Manriquez en el libro de ingeniería de Servicios, mencionan tres puntos clave para comprender la naturaleza de la calidad de servicio

- La calidad debe proporcionarse no en cuanto a lo que define la empresa, sino en función de la definición dada por el cliente
- La calidad debe proporcionarse no solo en el producto, sino también en el servicio, y ambas deben comunicarse apropiadamente al cliente, además de formar atributos de identidad corporativa
- Un producto de calidad es lo que el cliente recibe, mientras que un servicio de calidad se refiere a como lo recibe.

Por tal razón la importancia que tiene el cliente dentro de toda empresa es un punto primordial para percibir mejor la esencia del servicio, nos damos cuenta que es una amalgama de recursos que tienen un solo lineal y se llama el CLIENTE, que es el personaje que decide si el producto es apto o no para entrar en el mercado y que le permita continuar seguir compitiendo en el mismo. Si toda empresa quiere ser exitosa y vender debe centrarse en esa única persona en el cliente, el cual debe ser la razón de ser de la empresa y que impulse el desarrollo de la misma.

Para (Tschohl, 2001) la calidad en el servicio es lo que el cliente piensa que es la calidad, de igual forma menciona que es importante tener en cuenta a los clientes y la forma como han evolucionado la percepción del servicio a través de los años, haciéndola más amplia e incluyendo un mayor número de aspectos que influyen en la toma de decisiones y percepción

CLIENTE

“Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

CALIDAD EN LA ATENCION AL CLIENTE

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

Marco Teórico:

Calidad y servicio al Cliente

El significado global de la palabra calidad según Galgano, es la referencia y el objetivo de cualquier actividad desarrollada en una empresa. Los clientes pretenden un resultado global, de manera que no es posible cuidar de un solo factor sin tener en cuenta los restantes, la persecución de un objetivo limitado puede comprometer la satisfacción del cliente (Galgano, 1993).

Juran (1990) se basa en dos significados críticos para poder definir ampliamente la calidad. El primero se refiere al comportamiento del servicio, es decir si el servicio logra satisfacer a los

clientes, motivo por el cual los clientes solicitaran los servicios. El segundo se refiere a la ausencia de deficiencias, que abarca la insatisfacción de los clientes hacia el servicio, lo que provoca una queja o reclamo por parte del cliente.

A pesar de que existen muchos y variados conceptos sobre lo que es y lo que no es calidad, los diferentes autores coinciden en que el objetivo fundamental de la calidad se encuentra en la satisfacción del cliente. Podemos decir que las empresas proporcionan calidad cuando sus productos o servicios igualan o superan las expectativas de los clientes. Una empresa que se las arregla en todo momento para satisfacer la inmensa mayoría de las necesidades de sus clientes es una empresa que proporciona calidad.

El Servicio al Cliente es un tema tratado por todas las empresas existentes, una constante que toma forma cada vez que se tiene la necesidad marcar diferencia y tener experiencias que lleven al cliente conectarse con la empresa. Por ello la calidad en el servicio es una herramienta de elevadísima importancia para la diferenciación en el mercado.

Es importante tener en cuenta la diferencia entre servicios y servicio al cliente, dado que los servicios comprenden una extensa gama de industrias. Exactamente las compañías a continuación descritas, se consideran de servicios: Comfenalco (bienestar), Ultrabursátiles (servicios financieros), Avianca (transportación de pasajeros), Emcali (servicios públicos). No obstante, el servicio al cliente lo proporciona todo tipo de compañía, ya sea de manufactura, tecnología de información o de servicio; es por esto que muy a menudo el servicio al cliente incluye responder preguntas, tomar pedidos y aspectos relacionados con facturación, manejo de reclamaciones y, quizá, mantenimiento o reparación previamente comprometidos (Torres, 2001).

El servicio al cliente suele ser gratuito para construir una buena relación con el cliente que resulta fundamental que se proporcione un servicio de calidad. Sin embargo, este no debe confundirse con los servicios que son, en sí mismos, lo que una compañía proporciona para su venta. “El servicio al cliente es el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de las empresas” (Zeithaml y Bitner, 2002). Es por esto que el servicio al cliente abarca diversas actividades que tienen lugar antes, durante y después de la venta.

Importancia del servicio al cliente.

Según Mejía (2006), refiere que la importancia del servicio al cliente es generar ventajas y beneficios adicionales del servicio que se brinda puesto que toda organización compite por servicios, para contar con más clientes.

El brindar un servicio de calidad logra que la empresa retenga a sus clientes fieles a través de una serie de actividades en la cual se satisface cada una de las necesidades, para que no busquen otros servicios en otra empresa.

La satisfacción del cliente se puede definir como la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente respecto al producto o servicio ofrecido. Es decir, un cliente está satisfecho cuando su percepción del producto o servicio coincide con o supera sus expectativas.

Capacitación para servicio al cliente

Hoy en día la calidad engloba una serie de términos como respeto, educación, amabilidad, responsabilidad, prontitud, actitud positiva, buena comunicación, es necesario que el personal que labora sea competente y tenga el pleno conocimiento de satisfacer a toda persona que busca un

servicio, para su logro necesitan conocer los tipos de clientes que existen, la presentación fundamental que todo colaborador debe de tener al momento de brindar atención que refleja seguridad e imagen

Teshol (2008) Menciona que toda organización que desee contar con colaboradores capaces de brindar un servicio de calidad se le tiene que educar a través de capacitaciones para que tengan como prioridad satisfacer a los clientes. Existen diversas organizaciones que piensa que es necesario que los colaboradores posean una sonrisa, amabilidad, buena atención a los clientes que visitan la empresa para ello se deben de capacitar y dar seguimiento a cada una de las capacitaciones.

Segal (2013), refiere que un buen servicio al cliente se presta a partir de un clima laboral adecuado para los trabajadores de la empresa. En donde lo comprueba a partir de un estudio que realiza con dos empresas que prestan el mismo servicio, de las cuales una tiene un servicio al cliente bastante deficiente, por lo contrario, la otra empresa demuestra lo que el autor afirma al momento de mencionar que el clima laboral es esencial para tener buen resultado con los clientes. La diferencia entre ambas empresas es precisamente la dirección que toman en base al clima laboral; en la primera empresa ni siquiera le prestaron atención al tema, mientras que en la otra compañía utilizan diferentes métodos como pláticas mensuales que incluyan chistes, historias, juegos, entre otras cosas.

Importancia de la capacitación

La capacitación es una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actividades del

colaborador para que los objetivos de la empresa se cumplan, es necesaria la capacitación constante de los colaboradores, de tal manera se satisfacen las necesidades actuales de la empresa y se prevén las necesidades futuras de la misma (Siliceo, 2004).

Las empresas deben tener una constante adaptación al medio competitivo de hoy en día, para ello están obligados a encontrar mecanismos innovadores que desarrollen a la misma; por lo tanto, se requiere de la capacitación como elemento cultural de la empresa y así lograr un mejoramiento y desarrollo constante y sólido.

PLAN DE ACCIÓN

Para llevar a cabo el desarrollo de esta propuesta se implementará una encuesta en la que se pretende conocer las diferentes opiniones planteadas por los empleados en cuanto a la importancia de una buena atención y servicio al cliente. Esto con el fin de conocer las fortalezas y debilidades, que permitan garantizar un mejor desarrollo de las actividades logrando así el cumplimiento de los objetivos planteados (Fig 2).

Así mismo, se aplicará una evaluación de desempeño la cual permitirá tener la certeza y el conocimiento específico de las fortalezas y debilidades de cada uno de los integrantes del grupo de trabajo. Posteriormente y teniendo la información de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo se podrán adelantar las actividades pedagógicas que requiera cada uno

Este proceso se desarrollará por medio de la implementación de los programas de capacitación y desarrollo de competencias lúdicos recreativos. Para ello, pondremos ejemplos comunes de casos que se pueden presentar durante la realización de alguna eventualidad, como las respuestas a

diversas preguntas, respuesta frente al acoso por parte de clientes, imprevistos, quejas y reclamos entre otros. Con el fin de ver y determinar la reacción y toma de decisiones del empleado.

Una vez desarrollada las encuestas y evaluaciones de desempeño, se hace una retroalimentación (Fig. 3) ante el taller y las áreas en las que cada uno será capacitado.

Temas a desarrollar en la capacitación

Los ejes temáticos a desarrollar en el taller:

- Personalidad y comunicación
- Servicio al cliente
- Estándares de la calidad del servicio
- Servicio al cliente a través de los medios tecnológicos

Objetivos de la capacitación:

- 1.- Fomentar el desarrollo integral de los empleados y en consecuencia el de la empresa.
- 2.- Proporcionar conocimientos orientados al mejor desempeño en la ocupación laboral.
- 3.- Disminuir los riesgos de trabajo.
- 4.- Contribuir al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las empresas.

ACTIVIDADES	OC		NO		DI		EN		FE	
	T		V		C		E		B	
DAR A CONOCER EL PROYECTO	█									
SE APLICA LA ENCUESTA AL PERSONAL	█									
SE APLICA EVALUACION DE DESEMPEÑO	█									
SE DESARROLLA EL TALLER		█	█							
SE DESARROLLA LA PRIMERA FASE DE LA CAPACITACION				█	█	█	█			
SE DESARROLLA LA SEGUNDA FASE DE LA CAPACITACION				█						
SE DESARROLLA LAS ACTIVIDADES LUDICORECREATIVAS					█					
SE VERIFICA LA RETROALIMENTACION						█				

Fig. 2. Cronograma de Actividades



Fig. 3. Fases de desarrollo del talento Humano

RESULTADOS OBTENIDOS

Con esta propuesta se espera obtener resultados que permitan identificar las percepciones en la mejora de la atención y servicio al cliente, así como un fortalecimiento de las capacidades y toma de decisiones de los empleados del salón durante el desarrollo de eventos y su actuación frente a imprevistos. De igual forma se espera que los clientes cumplan sus expectativas y apreciaciones acerca de los servicios ofrecidos.

AUTOEVALUACION

Durante el desarrollo de este trabajo se pudieron aplicar diferentes conocimientos obtenidos en la academia durante la ejecución de las pasantías en el Hotel Mendihuaca Caribbean Resort, es de vital importancia cada una de las actividades que se llevaron a cabo ya que permitieron desarrollar este trabajo en su totalidad.

Dentro de las diferentes fases que tuvo el trabajo, se pudo completar a cabalidad un proceso de investigación integral donde inicialmente se desarrolló como una investigación exploratoria,

donde se identificó desde la experiencia académica y laboral dentro del hotel la raíz principal del problema que se presenta en el mismo desde el servicio ofrecido por el área de comercial, con lo cual se recolectaron los datos necesarios desde la aplicación de encuesta a huéspedes que convirtieron la investigación en descriptiva.

En esta fase se tomaron todos los datos recolectados y sistematizaron de tal forma que se puedan analizar y cruzar variables con el fin de conocer el estado actual del problema del hotel, con lo que se pudo describir a profundidad como el área comercial y vigilancia estaba presentando problemas de comunicación, en el cruce de información entre el servicio ofrecido versus el servicio esperado, desde el ámbito del sistema de manejo de información y datos del cliente en plataformas digitales.

Para el trabajo se escogió el área comercial y vigilancia, debido a que es un determinante en la gestión de la calidad del servicio que se presta al público en general, al ser el primer contacto comercial que se tiene con este. Adicional a la experiencia laboral durante el desarrollo de las pasantías en el hotel y la facilidad para obtener información de estos aspectos, con el fin de que el trabajo fuese el resultado integral y funcional de las actividades que presentan falencias actualmente en el hotel.

RECOMENDACIONES GENERALES

El presente proyecto tiene como recomendación aplicar el plan de capacitación para mejora de las áreas en especial de comercial, recepción y seguridad, con el objetivo de garantizar el mejoramiento continuo de las diferentes quejas o comentarios.

Teniendo en cuenta los comentarios negativos que se manifiestan en las redes sociales por la demora de atención al cliente donde se espera que durante el desarrollo del plan se obtengan resultados positivos que mejoren los procesos.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión, podemos establecer que mantener a los empleados de toda empresa es de gran importancia tanto para el empleado como para el empleador. Esto, se ve reflejado en el mejoramiento frente a las actividades que pueden ejercer a corto y largo plazo, ya que esto se ve reflejado una mejor adaptación de los empleados a las exigencias cambiantes del entorno. Permite además que los empleados tengan una mejor respuesta frente a la resolución de problemas y toma de decisiones. Así mismo, se forman líderes dentro de la organización con lo cual se logra mejorar la comunicación empleado-empleador, al igual que mediante la adquisición de nuevo conocimiento, estos se crean metas individuales, fortaleciendo la seguridad en sí mismos como en sus conocimientos y habilidades.

De igual forma promover estas prácticas es un gran aporte para cualquier empresa, ya que las hace más competitivas generando una mayor rentabilidad y favorece el desarrollo y crecimiento empresarial. Cabe destacar que mantener a los empleados capacitados permite a la empresa contar con personal con el conocimiento y el asertividad frente a diferentes escenarios e imprevistos.

8. BIBLIOGRAFÍA

- **Álvarez (2006)**. Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 5.
- **Bon (2008)**. Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3. Primera edición. Editorial del Gobierno Británico. Reino Unido. p.p. 21
- **Galgano, A. (1993)**. Calidad Total. Madrid: Díaz de Santos

- **Juran Institute (1990).** Designs for World Class Quality; Juran Institute, Wilton, CT
- **Mejía, B. (2006).** Gerencia de Procesos para la Organización y el control interno de Empresas de Salud (5ª.ed). Bogotá Eco Ediciones: Edita
- **Pérez, V. (2007).** Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 6, 8-16.
- **Pizzo, M. (2013).** Construyendo una definición de Calidad en el Servicio. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- **Robbins, S. y Coulter, M. (2005).** Administración (8ª.ed). Prentice-Hall, Inc: Edita.
- **Segal, D. (2013).** Un oasis en el desierto de servicio al cliente. New York Times, BU3.
- **Siliceo, A. (2004).** Capacitación y desarrollo del personal. (4ª.ed.).Limusa, S.A.: Edita.
- **Thompson, I. (2009)** Definición de cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- **Torres, J. (2011).** Posibilidades, logros y desafíos en la implementación de modelos de calidad en los gobiernos latinoamericanos. Estudios Gerenciales, 27 (119) (2011), pp. 33-57

- **Tschohl, J. (2008).** Como conservar clientes con un Buen servicio (1ª.ed).
- **Zeithaml, Valerie y Bitner, M. (2002).** Marketing de servicios. 2 ed. México: McGrawHill, 747 p.

ANEXOS

ENCUESTAS EMPLEADOS

Esta encuesta es aplicada a el personal de las áreas de comercial, recepción y vigilancia del Hotel Mendihuaca Caribbean Resort By Lewe los cuales oscilan entre los 20 y los 50 años.

NOMBRE _____

EDAD _____

SEXO _____

ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIO ALCANZADO

Básica primaria

Básica secundaria

Bachiller

Profesional

TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL _____

1. ¿Posee los conocimientos necesarios para construir información sobre las necesidades requeridas por los clientes Hotel Mendihuaca Caribbean Resort By Lewe del?

SI___ NO

¿Por qué?: _____

2. ¿Realiza cursos relacionados al aprendizaje al servicio al cliente?

SI__ NO

¿Por qué?: _____

3. ¿Está dispuesto a recibir capacitaciones orientadas por la empresa?

SI__ NO

¿Por qué?: _____

4. ¿La comunicación con los clientes que visitan y toman los servicios del Hotel son adecuados:

SI__ NO

¿Por qué?: _____

Esta evaluación de desempeño es aplicada a el personal de las áreas de comercial, recepción y vigilancia del Hotel Mendihuaca Caribbean Resort By Lewe los cuales oscilan

	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		Código:
	FORMATO	Vigencia:	
		Noviembre de 2021	Página: 1 de 2



FECHA DE EVALUACIÓN:

DATOS

NOMBRE **C.C.:**
COMPLETO:

AREA: **CARGO:**

EVALUADOR: **C.C.:**

CARGO:

INSTRUCCIONES

Teniendo en cuenta el logro de los objetivos alcanzados y el nivel de ejecución de los indicadores de éste formato, califique así:
 Lea detenidamente la definición de cada indicador.
 Evalúe al trabajador en el cargo que desempeña actualmente, marque con una X la calificación que mejor expresa el juicio global que mejor lo describa en cada punto.

NIVEL DE EVALUACIÓN

5	Excelente	El trabajador cumple de forma excelente el aspecto a evaluar.
4	Sobresaliente	El trabajador cumple sobradamente el aspecto a evaluar.
3	Satisfactorio	El trabajador cumple bien el aspecto a evaluar.
2	Necesita mejorar	El trabajador cumple de forma suficiente el aspecto a evaluar.
1	No satisfactorio	El trabajador no cumple suficientemente con el aspecto a evaluar.



I TE M	DESCRIPCION	EVALUACIÓN DEL				
		JEFE INMEDIATO CON EL EVALUADO				
1	<p>Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un servicio con el fin que el cliente</p> <p>Obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.</p>					
2	<p>Responsabilidad: Se preocupa por los asuntos del cargo. Responde por las consecuencias de sus actos. Demuestra compromiso con las metas de la Empresa y de su área de trabajo. Enfatiza lo positivo de su organización. Posee un</p> <p>Alto grado de compromiso con el logro de los Objetivos de la organización.</p>					
3	<p>Comunicación: Expresa sus inquietudes en forma constructiva y las comunica a quien corresponde inculcando los valores de la organización para tomar las acciones o correctivos necesarios.</p>					
4	<p>Presentación Personal: Su imagen personal representa el nivel institucional requerido de acuerdo con la naturaleza de sus funciones. El uso adecuado de la dotación personal e industrial</p>					
5	<p>Relaciones Interpersonales: Se interesa en establecer y mantener relaciones cordiales de contacto con personas que intervienen en el desarrollo de los procesos con la finalidad de conseguir los objetivos estratégicos de la empresa con un clima laboral apropiado.</p>					
6	<p>Trabajo en Equipo: Coopera efectivamente con sus compañeros de trabajo. Ofrece ayuda sin solicitársela y se</p> <p>Preocupa por ayudar a conseguir los resultados esperados por el equipo. Trabaja bien con distintos tipos de persona.</p>					
7	<p>Liderazgo: Asume con entusiasmo el liderazgo de los procesos de cambio que requiere la empresa</p>					
8	<p>Puntualidad: Cumple con los horarios establecidos en el trabajo. Llega a la hora programada y entrega trabajos a tiempo, de acuerdo con fechas acordadas y cumple los términos determinados en el reglamento.</p>					
9	<p>Conocimiento del trabajo: Entiende las funciones y responsabilidades del puesto. Posee los conocimientos y Habilidades necesarias para el puesto.</p>					
10	<p>Planificación y resolución: Trabaja de forma organizada. Requiere una supervisión mínima. Identifica problemas.</p> <p>Reacciona rápidamente ante las dificultades.</p>					
11	<p>Productividad: Consigue los objetivos. Puede manejar varios proyectos a la vez. Consigue los estándares de Productividad.</p>					

1 3	Calidad de trabajo: Considera la pulcritud y seguridad de los resultados sin atender los volúmenes de cantidad.						
------------	--	--	--	--	--	--	--

	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		Código:
	FORMATO	Vigencia: Noviembre de 2021	Versión
			Página: 1 de 2

NECESIDADES DE CAPACITACIÓN
Capacitaciones que consideran necesarias a recibir durante el próximo periodo buscando mejoras del desempeño laboral
ASPECTOS RELEVANTES
FORTALEZAS:
ASPECTOS A MEJORAR:
COMPROMISOS DE MEJORA
EVALUADO:
EVALUADOR:
RETROALIMENTACION DEL EVALUADOR

Por favor, realice la retroalimentación sobre la evaluación del desempeño del empleado



FIRMAS

EVALUADO

EVALUADOR

CORDINADOR DE AREA