



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**REDISEÑO DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN W.K.KELLOGG
PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN
ZAMORANO Y CONVERTIRLO EN HOTEL UNIVERSITARIO**

AUTORA:

Ribadeneira Chedraui Fabiola

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

Bolaños Dila, Msc.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Fabiola Eugenia Ribadeneira Chedraui**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA

Msc. Dila Bolaños

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar, Msg.

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Fabiola Eugenia Ribadeneira Chedraui

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Rediseño del Centro de Capacitación W.K.Kellogg para mejorar el servicio de alojamiento en Zamorano y convertirlo en hotel universitario”** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2015

AUTORA

Fabiola Eugenia Ribadeneira Chedraui



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Fabiola Eugenia Ribadeneira Chedraui

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Rediseño del Centro De Capacitación W.K.Kellogg para mejorar el servicio de alojamiento en Zamorano y convertirlo en hotel universitario”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2015

LA AUTORA:

Fabiola Eugenia Ribadeneira Chedraui

AGRADECIMIENTO

El poder haber llegado hasta aquí a mis 45 años, después de haber librado algunas batallas en el tiempo, es producto de mucho esfuerzo, dedicación pero sobretodo de querer hacerlo. En este camino hubo muchas personas que me apoyaron a tomar la decisión de iniciar con un sueño a pesar del tiempo que no consideramos perdido sino invertido en aprender a vivir.

Mi papá Roberto, es mi principal fuente de inspiración y de empuje, el que me enseñó tantas cosas de la vida que me han ayudado a ser la mujer que hoy soy. Mi mami Teresa, sin la que no hubiera podido jamás continuar en mi carrera. Mis queridos padres que no dejan de alegrarse por cada paso firme que doy, a ellos gracias!

Mi esposo Memo Suárez, quien siempre confió en mí y en mis capacidades; siempre apoyándome a seguir.

Mis amados hijos José, Fernando y Valeria quienes se alegran y hablan con orgullo de lo que se puede llegar a lograr teniendo la actitud correcta.

Mis compañeros de trabajo de Unidad Educativa Santiago Mayor, quienes fueron testigos de mis inicios y que siempre me apoyaron a continuar.

Mi tutora, que supo guiarme con paciencia y siempre dispuesta a despejar todas mis dudas en cualquier momento y a pesar de estar en países diferentes.

Fabiola Ribadeneira Chedraui

DEDICATORIA

Es muy grato para mí dedicar este trabajo a mis hijos José Francisco, Fernando Javier y Valeria Trujillo Ribadeneira, quienes han sido siempre mi mejor motivo para superarme y crecer.

Con este trabajo culmina mi carrera universitaria y una muestra de que nunca es tarde para cumplir con los sueños y con las metas que uno se traza.

Fabiola Ribadeneira Chedraui



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final del Tutor
Ribadeneira Chedraui Fabiola Eugenia	

Msc. Dila Bolaños
TUTORA

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN

AGRADECIMIENTO.....iv

DEDICATORIA.....v

CALIFICACIÓN.....vi

INDICE GENERAL.....vii

INDICE DE TABLAS.....ix

INDICE DE GRÁFICOS.....x

RESUMEN.....xi

ABSTRACT.....xii

Contenido

INTRODUCCIÓN.....Pág. 1

Capítulo 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.1. Antecedentes de la investigaciónPág. 3

1.2. Problema de la investigación.....Pág. 3

1.2.1. Árbol del problema.....Pág. 4

1.2.2. Planteamiento del problema.....Pág. 5

1.2.3. Sistematización del problema de investigación.....Pág. 5

1.3. Objetivos de la investigación.....Pág. 5

1.3.1. Objetivo General.....Pág. 5

1.3.2. Objetivos específicosPág. 5

1.4. Justificación de la investigación.....Pág. 6

1.5. Marco de referencia de la investigación.....Pág. 7

1.5.1. Marco TeóricoPág. 7

1.5.2. Marco Conceptual.....Pág. 10

1.5.3. Marco LegalPág. 11

1.6.	Aspectos metodológicos de la investigación.....	Pág. 14
1.6.1.	Tipos de estudio.....	Pág. 15
1.6.2.	Método de investigación.....	Pág. 15
1.6.3.	Fuentes y técnicas para la recolección de información	Pág. 15
1.6.4.	Tipos de muestreo.....	Pág.15
1.7.	Tratamiento de la información.....	Pág. 18
1.8.	Conclusiones de los resultados obtenidos.....	Pág. 26
1.8.1.	Resultados e impactos esperados.....	Pág. 26

Capítulo 2: ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1	Análisis de la situación actual.....	Pág. 27
2.2	Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas...	Pág. 29
2.3	Presentación de resultados y diagnósticos.....	Pág. 31

Capítulo 3: PROPUESTA DE CREACIÓN

3.1.	Título del proyecto.....	Pág. 32
3.2.	Justificación.....	Pág. 32
3.3.	Fundamentación.....	Pág. 32
3.4.	Localización.....	Pág. 34
3.5.	Temporalización.....	Pág. 34
3.6.	Equipo técnico.....	Pág. 34
3.7.	Financiamiento.....	Pág. 35
3.8.	Análisis FODA.....	Pág. 38
	CONCLUSIONES.....	Pág. 39
	RECOMENDACIONES.....	Pág. 40
	BIBLIOGRAFÍA.....	Pág. 41
	ANEXOS.....	Pág. 43

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- ¿Qué tan frecuente se hospeda en Centro Kellogg?.....	Pág. 18
Tabla 2.- ¿Cómo calificaría en servicio?.....	Pág. 19
Tabla 3.- ¿Cómo calificaría al personal?.....	Pág. 20
Tabla 4.- ¿Cómo calificaría las instalaciones?.....	Pág. 21
Tabla 5.- ¿Recibió lo que esperaba por el precio que pagó?.....	Pág. 22
Tabla 6.- ¿Repetiría su experiencia?	Pág. 23
Tabla 7.- ¿Recomendaría Centro Kellogg a otros?.....	Pág. 24
Tabla 8.- ¿Recomendaría una reestructuración del Centro Kellogg?....	Pág. 25
Tabla 9.- Análisis FODA.....	Pág. 38

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Árbol del problema.....	Pág. 4
Gráfico 2.- Encuesta a huéspedes.....	Pág. 17
Gráfico 3.- Frecuencia del uso de los servicios de Centro Kellogg.....	Pág. 18
Gráfico 4.- Frecuencia del uso de los servicios de Centro Kellogg.....	Pág. 18
Gráfico 5.- Calificación a la calidad del servicio del Centro Kellogg	Pág. 19
Gráfico 6.- Calificación a la calidad del servicio del Centro Kellogg.....	Pág. 19
Gráfico 7.- Calificación al servicio ofrecido por el personal.....	Pág. 20
Gráfico 8.- Calificación al servicio ofrecido por el personal.....	Pág. 20
Gráfico 9.- Opinión sobre las instalaciones.....	Pág. 21
Gráfico 10.- Opinión sobre las instalaciones.....	Pág. 21
Gráfico 11.- Opinión sobre la conformidad de la relación precio-servicio.....	Pág. 22
Gráfico 12.- Opinión sobre la conformidad de la relación precio-servicio.....	Pág. 22
Gráfico 13.- Información sobre clientes fieles.....	Pág. 23
Gráfico 14.- Información sobre clientes fieles.....	Pág. 23
Gráfico 15.- Información sobre el impacto hacia otros.....	Pág. 24
Gráfico 16.- Información sobre el impacto hacia otros.....	Pág. 24
Gráfico 17.- Huéspedes que están de acuerdo con una restructuración.....	Pág. 25
Gráfico 18.- Huéspedes que están de acuerdo con una restructuración.....	Pág. 25
Gráfico 19.- Vista de las instalaciones del Centro W.K.Kellogg.....	Pág. 28
Gráfico 20.- Organigrama.....	Pág. 35
Gráfico 21.- Presupuesto.....	Pág. 37

RESUMEN

Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano cuenta con un lugar de alojamiento que ha funcionado por más de veinte años y por tratarse de una institución muy tradicional y conservadora, se ha descuidado un poco el hecho del desarrollo de nuevas estrategias que le permitan competir a nivel de un hotel universitario. El objetivo de este trabajo es el de considerar ciertos cambios que representen un rediseño en su estructura, a fin de incrementar los niveles de calidad en el área de servicio. Para ello se ha hecho un análisis de la oferta, un estudio del grado de satisfacción de sus usuarios y un plan de mejora que involucra al recurso humano, servicios e infraestructura.

Con este rediseño se pretende fomentar la importancia de un servicio de excelente calidad con personal capacitado para poder ejecutar las acciones de venta, promoción y atención en el mismo.

Centro de Capacitación W.K.Kellogg cuenta con los recursos necesarios para poder ser calificado como un hotel de excelente calidad, solo hace falta llevar a cabo unos cuantos cambios de poca inversión y recuperable a mediano plazo. El principal objetivo es utilizar lo que ya se tiene de manera más eficiente y efectiva a fin de aprovechar al máximo sus cualidades.

Palabras claves: Calidad, capacitación, mejoramiento, servicio, rediseño.

ABSTRACT

Zamorano Panamerican Agricultural University has an accommodation place that has worked for more than twenty years. Because the university is a very traditional and conservative institution, there are not new strategies in process in order to be converted and categorized as a University Hotel. The objective of this project is to consider some changes that represent a re-design to increase quality levels in service. For this purpose, there is a service analysis, satisfaction levels study and an improvement plan that includes human resources, services and infrastructure.

The re-design plan wants to reinforce the importance of an excellent quality of service with qualified people in charge, capable to run all the activities involved: sales, promotion and customer service.

The W.K.Kellogg Training Center has all the resources to become an excellent university hotel, it just need to make some little changes with low cost and medium term recovery finance plan. The main goal is to utilize what they have in a more efficient and effective way to take advantage of their attributes.

Key words: Quality, training, improvement, service, re-design.

INTRODUCCIÓN

Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano es una universidad con 73 años de historia. Nace de la inspiración y el apoyo del Señor Samuel Zemurray, presidente de la United Fruit Company en los Estados Unidos de América.

Durante varias semanas en 1941, Popenoe exploró las tierras altas centroamericanas para desarrollar el proyecto. Finalmente seleccionó una hacienda de aproximadamente 1,500 hectáreas en el Valle de Yegüare, a unos 30 kilómetros de la capital de Honduras. El nombre ZAMORANO proviene de la familia que previamente fue dueña de la hacienda, oriunda de la provincia de Zamora, España.

La construcción de "La Escuela" inició a finales de 1941. Popenoe se convirtió en el Director Fundador de la institución, sirviendo hasta 1957. Desde entonces, la pequeña institución creció, convirtiéndose hoy en día en un centro universitario de excelencia. Su sistema académico se caracteriza por el "Aprender Haciendo", razón por la cual los estudiantes viven en el campus y reciben formación teórica y práctica durante once meses en el año por cuatro años. Es un programa de internado donde los estudiantes solo pueden salir con permisos los fines de semana, específicamente los sábados a partir de las 11:00 am, una vez que han terminado sus labores de la mañana y deberán regresar el domingo antes de las 6:00 pm. El panamericanismo es otro de los pilares fundamentales de Zamorano, instituido desde sus inicios en la década de los 40. Los estudiantes que llegan provienen de más de 20 países, primordialmente de Latinoamérica y residen en el campus en dormitorios universitarios.

La universidad cuenta con un extenso campus de gran belleza natural, jardines coloridos y una arquitectura hermosa muy singular. La propiedad total tiene cerca de cuatro mil hectáreas, entre bosque natural que incluye dos micro cuencas, grandes áreas productivas, muchos sitios de esparcimiento y edificaciones diversas. Áreas verdes, senderos y lagunas

sostienen una gran cantidad de especies silvestres que encuentran en el campus de Zamorano un refugio natural. Muchas de ellas son aves migratorias que viven en estos espacios durante ciertas épocas del año. (ESCUELA AGRICOLA PANAMERICANA, s.f.)

En el año 1.998 se planteó la creación de un lugar de alojamiento para satisfacer las necesidades de los visitantes, familiares de estudiantes, profesores invitados, organismos internacionales que tienen vinculación con la universidad, etc. Se crea el Centro de Capacitación W.K.Kellogg con el propósito de atender talleres, conferencias, capacitaciones, pudiendo además contar con habitaciones donde hospedar a los visitantes.

El Centro Kellogg, como se lo conoce internamente, fue terminado gracias a una importante donación de la empresa que lleva este mismo nombre y existe hasta el momento como una de las pocas opciones de alojamiento en el Valle del Yegüare. Con el pasar de los años y las diferentes administraciones, la calidad del servicio se ha visto afectada y en este trabajo se quiere plantear un rediseño para considerar convertir este Centro de Capacitación en un exitoso hotel universitario.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes de la investigación

El Centro de Capacitación W.K.Kellogg está ubicado dentro del campus de la Escuela Agrícola Panamericana en el Valle del Yegüare, que se encuentra a 37.5 Km. de la capital de Honduras, Tegucigalpa. Fue creado en el año 1.988 y cuenta con habitaciones, apartamentos y salas de reuniones. (Escuela Agrícola Panamericana Zamorano. Derechos Reservados 2009)

La idea de su creación surge por la necesidad de alojamiento de los visitantes de los estudiantes y personal de Zamorano que vive dentro del campus o de quienes viajan para realizar actividades o prestar servicios a la universidad.

El Centro no ha logrado cubrir las necesidades aún existentes ya que no ofrece un servicio de calidad satisfactoria, sus habitaciones no tienen lo necesario para brindar comodidad, no cuentan con personal capacitado y carecen de presupuesto para hacer mejoras. Al no tener los ingresos suficientes, dependen del presupuesto de la universidad, convirtiéndose en una carga financiera. Existe un gran potencial en este lugar, ya que a diario se reciben visitas nacionales e internacionales con fines muy diversos y la competencia es mínima en el sector. La seguridad dentro del campus es excelente y esto aporta positivamente al momento de ofertar alojamiento. Con unos cambios dirigidos al desarrollo de la cultura de servicio, éste podría llegar a ser un hotel de muy buena calidad.

1.2 Problema de investigación

El Centro de Capacitación W.K.Kellogg recibe huéspedes constantemente provenientes de otras universidades, tanto nacionales como extranjeras, padres de familia de los estudiantes, docentes temporales que mayoritariamente son extranjeros, conferencistas, miembros de la Junta de Fiduciarios, etc. El grado de satisfacción de los visitantes es bastante bajo debido a la calidad de servicio que reciben.

Como se muestra en el gráfico siguiente, una de las causas que en la experiencia de los visitantes es muy obvia es que su personal no está capacitado para crear un ambiente cálido y placentero, lo que afecta directamente a la calidad del servicio; otra causa muy visible es el hecho de que las instalaciones del lugar no han recibido el mantenimiento adecuado y distan de ser las apropiadas, lo que repercute en la imagen del Centro W.K.Kellogg e indirectamente de la universidad. La incomodidad de no contar con servicio de alojamiento y alimentación en un mismo lugar ha sido motivo de queja de muchos y causante de no cubrir la necesidad básica de alimentación de los huéspedes del Centro, ya que tienen que caminar casi un kilómetro para llegar a la Cafetería que tiene horarios muy limitados y como consecuencia de esto, los niveles de satisfacción de los clientes son muy bajos.

1.2.1. Árbol del problema

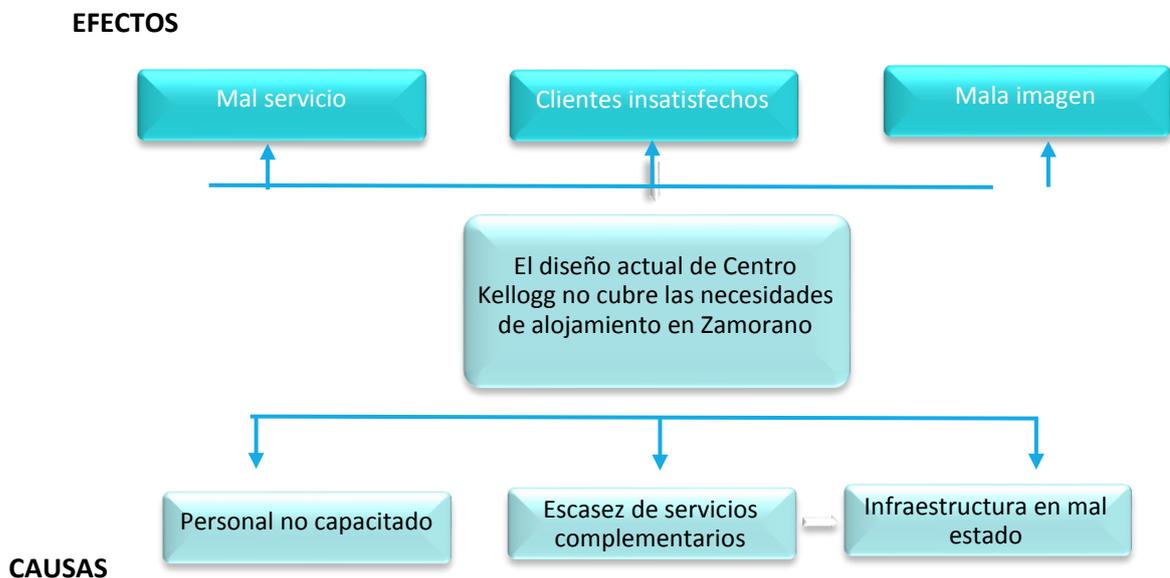


Gráfico 1.- Árbol del problema

Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

1.2.2. Planteamiento del problema

Qué incidencia tendrá el rediseño del Centro W.K.Kellogg en la necesidad de alojamiento en Zamorano?

1.2.3. Sistematización del problema de investigación

- ¿La propuesta del rediseño del Centro Kellogg permitirá cubrir las necesidades de alojamiento en Zamorano de manera efectiva?
- ¿La implementación de un plan de capacitación al personal mejorará el servicio a ofrecer en el Centro Kellogg de Zamorano?
- ¿La incorporación de servicios subirá los niveles de satisfacción de los huéspedes en el Centro Kellogg de Zamorano?
- ¿Iniciar un plan de mejoras en la infraestructura, creará una mejor imagen del centro Kellogg de Zamorano?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Implementar servicios complementarios, capacitación del personal y mejoras en las instalaciones para brindar un servicio de buena calidad a los huéspedes, mejorar la imagen del lugar y obtener niveles de satisfacción altos, captar nuevos clientes y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Crear un plan de capacitación para el personal de Centro Kellogg para mejorar el servicio al cliente.

2. Implementar servicios complementarios para satisfacer las necesidades de los huéspedes de Centro Kellogg de Zamorano.
3. Iniciar un plan de mejoras en la infraestructura de las instalaciones del Centro Kellogg para mejorar la imagen del lugar.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación tiene como finalidad ofrecer una propuesta de cambios en el diseño actual del Centro de Capacitación K.W.Kellogg de Zamorano. La Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano continuamente recibe visitas institucionales, tanto nacionales como internacionales; suelen ser ejecutivos de muy alto nivel, catedráticos de afamadas universidades, familiares de estudiantes y personal de la universidad y otros que simplemente desean disfrutar de los atractivos naturales que ofrece la zona.

Considerando lo relevante de la calidad de servicio desde el punto de vista hotelero y habiendo observado las deficiencias que presenta el centro y en función a la investigación propuesta, se prevé la necesidad de proponer un nuevo diseño a considerar para mejorar las actuales condiciones del lugar.

El Centro Kellogg tiene numerosos puntos a su favor, partiendo del hecho de que su mercado es seguro. Zamorano como tal, tiene innumerables compromisos que atender por sus vínculos con empresarios e instituciones internacionales que año a año apoyan sus funciones y frecuentan la universidad. En Honduras, desgraciadamente los índices de criminalidad e impunidad son muy altos, pero Zamorano está ubicado en una zona privilegiada y además cuenta con un sistema de protección privado que lo hace aún más seguro. Que el Centro esté ubicado dentro del campus universitario lo convierte en un lugar seguro y resguardado. Zamorano está

ubicada en un valle y su estilo es campestre, se lo podría describir como una hacienda gigante con las comodidades de la ciudad.

Por las razones expuestas, es fácil observar el gran potencial en el Centro Kellogg como un hotel que pueda ofrecer a sus huéspedes un ambiente de hospitalidad relajado, cómodo, seguro y de manera muy eficiente poder combinar la tranquilidad del campo con las comodidades de la modernidad. Si este trabajo de investigación arroja un resultado alto de factibilidad, este nuevo modelo beneficiaría principalmente a la universidad y a la comunidad en general, ya que al ofrecer un mejor servicio, definitivamente sus ingresos incrementarían y el recurso humano se puede adquirir de las comunidades cercanas y mejorar su calidad de vida. Al incorporar nuevos servicios como Cafetería, servicio a la habitación, lavandería, salón de belleza, tienda de suvenires, etc., también se abrirían plazas de trabajo y rotación de productos locales.

1.5 Marco de referencia de la investigación

1.5.1 Marco Teórico

Dado que este trabajo de investigación se enfoca en cubrir efectivamente las necesidades de alojamiento enfocado en mejorar la calidad del servicio, resulta fundamental conocer sobre la importancia e incidencia de la calidad y atención centrada en el cliente. Se ha estudiado mucho acerca de cómo satisfacer las expectativas de los clientes y más aún en cómo conseguir la fidelidad de los mismos.

Según un estudio de Achieve Global, la respuesta que las empresas dan, deja mucho que desear y no aceptan su responsabilidad. Casi la mitad de los encuestados afirmó que los peores errores que cometen los encargados de atender al cliente van en línea con la mala educación y falta de respeto

hacia ellos, ya sea por ser groseros, demasiado tajantes o impacientes a la hora de solucionar el problema. Por otro lado, los encuestados también se quejaron de que en muchas ocasiones las personas de atención al cliente no están capacitados para ofrecer una respuesta útil al consumidor. (ANEKIS MARKETING RELACIONAL, 2010)

Según Mariana Pizzo, Ingeniera Industrial de Buenos Aires, Argentina, quien se ha interesado en el área de calidad y Auditora interna de Sistemas de Gestión de Calidad ISO9001, la calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (PARRA) (DE GERENCIA)

La respuesta que causa la calidad del servicio en los clientes es muchas veces erróneamente ignorada pero resulta realmente alarmante conocer lo que dicen las estadísticas acerca de los clientes según su grado de satisfacción.

Los clientes insatisfechos se van a la competencia, además de hablar mal de la empresa que no los atendió bien.

Un cliente satisfecho cuenta su experiencia máximo a 5 personas, mientras que un cliente insatisfecho lo cuenta a al menos 11 personas y ahora el internet permite que un cliente insatisfecho pueda llegar a millones de personas

Conseguir un nuevo cliente cuesta 5 veces más que satisfacer y retener a los actuales.

El 95% de los clientes que se quejaron volverán a nosotros si resolvemos su queja con rapidez. (UNIVERSIDAD DE MALAGA)

El poder resolver las quejas de los clientes implica el hacer cambios organizacionales que no siempre van a ser bien recibidos por los actuales colaboradores de la empresa pero que deberán considerarse seriamente si el actual funcionamiento no está dando los resultados esperados.

Trice y Beyer en “The Cultures of Work Organizations” plantean que los cambios de cultura organizacional son necesarios cuando se ha determinado que no se obtienen los resultados esperados y que la actual no cumple los objetivos planteados. Será entonces imprescindible tomar la decisión y escoger el momento adecuado, preparar a los miembros de la empresa y hacerlos conscientes de la necesidad del cambio, presentarse con optimismo, entender la resistencia al cambio de cultura y demostrar la importancia de llevarla a cabo. En un nuevo modelo de empresa con definida orientación hacia el cliente, el recurso que condiciona los resultados es el humano, en todos los niveles jerárquicos, por lo que debe entrenarse, capacitarse y desarrollarse, para que se convierta en un agente de cambio. (SIMPSON)

1.5.2 Marco conceptual

Glosario de términos

Servicio.- Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales.

Calidad.- Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Hotel.- Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros.

Hostelería.- Conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y comida a los huéspedes y viajeros mediante compensación económica.

Alojamiento.- Lugar donde una persona o un grupo de personas se aloja, aposenta o acampa, o donde está algo.

Infraestructura.- Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera

Cliente.- Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa

Huésped.- Persona alojada en un establecimiento de hostelería o en casa ajena

Personal.- Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, dependencia, fábrica, taller, etc.

Capacitar.- Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.

Satisfacción.- A gusto de alguien, cumplidamente

Imagen.- Figura, representación, semejanza y apariencia de algo

Diseño.- Proyecto, plan

Plan.- Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla

Modelo.- En empresas, u. en aposición para indicar que lo designado por el nombre anterior ha sido creado como ejemplar o se considera que puede serlo

Investigación.- Que tiene por fin ampliar el conocimiento científico, sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica

Deficiencia.- Carencia de alguna cualidad propia de algo

Mejoras.- Medra, adelantamiento y aumento de algo

Implementar.- Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo.

(REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2015)

1.5.3 Marco Legal

En este caso específico de investigación, se ha incluido como respaldo de marco legal, los artículos de la Corte Suprema de Justicia relacionados con la Ley de Universidades Particulares, por ser Zamorano parte de este grupo. Además de considerar que el enfoque de este tema es la hotelería, por lo cual es importante conocer sobre las leyes que intervienen en el funcionamiento de la industria hotelera y su entidad reguladora, el Instituto Hondureño de Turismo.

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA República de Honduras, C. A. LEY DE UNIVERSIDADES PARTICULARES

CAPITULO II

RECURSOS Y PATRIMONIO

Artículo 6.- Los recursos y el patrimonio de la persona jurídica autorizada para la fundación de universidades particulares, estar formado por: a) Los bienes muebles e inmuebles que adquiera a cualquier título; b) Las rentas y productos provenientes de esos bienes; c) Las tasas, derechos y contribuciones que perciban de los alumnos; d) Las herencias, legados y donaciones que acepten; y e) Los ingresos provenientes de otras fuentes.

CAPITULO V

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Artículo 16. Las universidades particulares tendrán los órganos de gobierno y de administración que determinen sus propios estatutos, debiendo, en todo caso, instruir un órgano superior de deliberación y decisión y otro de administración y ejecución. (CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS, 2014)

INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO
ACUERDO EJECUTIVO NÚMERO 030-05

CAPÍTULO I

OBJETO, AMBITO DE APLICACIÓN Y DEFINICIONES

Artículo 3.- Definiciones. Además de los conceptos establecidos en la Ley del Instituto Hondureño de Turismo y sus reformas, se definen los siguientes:

b.12 Hoteles: Comerciante individual o social cuya actividad o giro exclusivo consista en la prestación de alojamiento en forma pública y remunerada, en el que se pueda proporcionar servicios complementarios, dependiendo del tipo de alojamiento de que se trate, sobre la base de una tarifa diaria, semanal o mensual, que cuente como mínimo con cinco habitaciones.

CAPÍTULO V

DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS

Artículo 25.- Funciones, Obligaciones e Infracciones. Los prestadores de servicios turísticos, además de reunir con lo establecido en la definición contemplada en el artículo tres del presente reglamento, deberán cumplir con lo que se establece para cada tipo de prestador de servicios, sin perjuicio de lo estipulado en la Ley y demás reglamentos, normas y disposiciones que al efecto se emitan debiendo estar inscritos en la asociación o gremio conforme al servicio que prestaren.

DE LOS HOTELES

Artículo 53.- Funciones. El prestador de Servicios de alojamiento en hoteles tendrá como mínimo las funciones siguientes: Proporcionar el

alojamiento en las habitaciones acondicionadas para tal fin y prestar los servicios ofrecidos.

Artículo 54.- Obligaciones. El prestador de servicios de alojamiento en hotel tendrá como mínimo las obligaciones siguientes:

- a. Brindar el servicio diario de alimentos y bebidas si tal servicio es ofrecido
- b. Contar con cinco habitaciones como mínimo y brindar el servicio diario de limpieza en las habitaciones y dependencias del hotel
- c. Disponer en cada habitación de baño completo: ducha, servicio sanitario, lavamanos y espejo sobre el mismo, ropero.
- d. Contar con un área de estacionamiento
- e. Ofrecer servicio de lavandería
- f. Dotar las habitaciones de ventilación adecuada y de sistema telefónico según el tipo de hotel de que se trate
- g. Ocupar una edificación construida para ese fin y absolutamente independiente, con área de recepción y administración.
- h. Cuando por motivo de fuerza mayor, no pueda cumplir con la reservación en la fecha aceptada, deberá proveer el alojamiento del huésped en otro hotel de calidad y precios similares y asumir los gastos del traslado al otro hotel.
- i. Llevar un registro de huéspedes

Artículo 55.- Infracciones. Se considera infracciones las siguientes:

- a. Carecer de credencial otorgada por el Instituto Hondureño de Turismo
- b. Incumplir con cualquiera de las obligaciones establecidas en el artículo precedente Las infracciones serán sancionadas con multa de Mil Lempiras la primera vez, Dos Mil Lempiras la segunda vez, Tres Mil Lempiras la tercera vez, cancelación temporal de la certificación o constancia de prestador de servicios turísticos en caso de infracción por cuarta vez y cancelación definitiva por la quinta vez que se cometa infracción.

(INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO)

1.6 Aspectos metodológicos de la investigación

Esta investigación tiene una perspectiva mixta, se iniciara con la aplicación de la técnica participativa, ARBOL DE PROBLEMAS, que nos beneficia a ampliar ideas creativas para identificar el problema y sistematizar los datos recopilados, identificando las causas y efectos del problema beneficiando la investigación. La base de la técnica del árbol es el problema central, las raíces son las causas y el tope del árbol manifiestan las secuelas o efectos. La razón es que cada problema es derivación de los que aparecen debajo del mismo y a la vez es causante de los que están encima, mostrando la vinculación entre causas y efectos.

1.6.1 Tipo de estudio

Esta investigación se presenta de forma descriptiva, indagando los antecedentes del problema para poder entablar discusiones que presenten datos históricos, experiencias anteriores, confirmación de teorías con el fin de especificar las propiedades importantes del problema que se ha planteado como tema de investigación. Con este tipo de estudio se podrá medir lo inherente al Centro de Capacitación K.W.Kellogg mediante la técnica de la observación directa y simple, con el apoyo del uso de encuestas y entrevistas.

1.6.2 Método de investigación

La investigación descriptiva es la ideal en el desarrollo de este tema, ya que permitirá conocer las situaciones, hechos y circunstancias a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, incluye el análisis de los resultados a fin de

justificar las disposiciones y prácticas vigentes o elaborar planes que permitan mejorarlas. Este método es muy utilizado cuando se desea encontrar soluciones a problemas que surgen en organizaciones educativas, gubernamentales, industriales o políticas. (VERDUGA)

1.6.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información

La encuesta será la herramienta de indagación para de esta forma obtener testimonios necesarios sobre las necesidades de alojamiento en Zamorano, niveles de satisfacción de los huéspedes del Centro W.K.Kellogg y prácticas actuales en el funcionamiento del centro.

Para complementar esta información, es fundamental contar con la experiencia y opiniones de los profesionales que se encuentran vinculados con el Centro W.K.Kellogg, por lo que además se hará uso de entrevistas como técnica para verificar y validar nuestra información.

1.6.4 Tipos de muestreo

Característica y cálculo de la muestra

Para este efecto se utilizó el tipo de muestreo aleatorio estratificado, donde la población total representa todos los huéspedes de Centro Kellogg de los últimos dos años. Los estratos que se consideraron fueron: Funcionarios de Zamorano, padres de familia, visitantes que mantienen relaciones institucionales con la universidad y vecinos de la zona.

En total se contactaron veinte (20) personas de diferente sexo, nacionalidad, edad y profesión, haciendo una selección aleatoria simple de cada uno de los estratos en números iguales, es decir, utilizando el método de afijación simple, donde a cada estrato le corresponde igual número de elementos muestrales.

(TIPOS DE MUESTREO)

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de personas al azar que en algún momento han utilizado los servicios del Centro Kellogg en Zamorano, Honduras y que usaremos como instrumento para evaluar la necesidad de cambios en función de mejorar ciertos aspectos de su funcionamiento.

(Véase encuesta en página 17)

**ENCUESTA REALIZADA A HUÉSPEDES DEL CENTRO KELLOGG
SELECCIONADOS AL AZAR DE UNA BASE DE DATOS DE LOS DOS ÚLTIMOS
AÑOS**

Tómese un momento para completar esta encuesta. Su opinión es muy importante.

INFORMACIÓN				
1. ¿Qué tan frecuente se hospeda en Centro Kellogg?	4 o 5 veces al año	3 veces o menos	Esta es la primera vez	
	●	●	●	
CALIDAD				
2. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?	Alta calidad siempre	Buena en general	La calidad varía	Necesita mejorar
	●	●	●	●
PERSONAL				
3. ¿Cómo calificaría al personal de servicio?	Amigable y servicial	Promedio	Necesita mejorar	Inadecuado
	●	●	●	●
INSTALACIONES				
4. ¿Cómo calificaría las instalaciones del Centro Kellogg?	Cómodo y completo	Promedio	Necesita mejorar	Inadecuado
	●	●	●	●
5. ¿Recibió todo lo que esperaba por el precio que pagó?	Si	No		
	●	●		
SU EXPERIENCIA				
6. ¿Repetiría su experiencia en Centro Kellogg?	Si	No		
	●	●		
7. ¿Recomendaría Centro Kellogg?	Si	No		
	●	●		
8. ¿Recomendaría una reestructuración de mejora para el Centro Kellogg?	Si	No		
	●	●		
Comentarios y sugerencias				

Gráfico 2.- Encuesta a huéspedes
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui, 2015

1.7. Tratamiento de la información

1. ¿Qué tan frecuente se hospeda en Centro Kellogg?			
Respuestas			
3 veces o menos		11	55%
4 o 5 veces al año		5	25%
Primera vez		4	20%
Total		20	100%

Tabla 1



Gráfico 3.- Frecuencia de uso de los servicios de Centro Kellogg
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 4.- Frecuencia de uso de los servicios de Centro Kellogg en porcentaje
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

La mayoría de los huéspedes utilizan las instalaciones del Centro Kellogg entre una y tres veces en un año y un grupo considerable entre 4 y 5 veces.

Respuestas	1. ¿Cómo calificaría el servicio?	
Buena en general	4	20%
La calidad varía	10	50%
Necesita mejorar	6	30%
Total	20	100%

Tabla 2



Gráfico 5.- Calificación a la calidad del servicio en Centro Kellogg
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

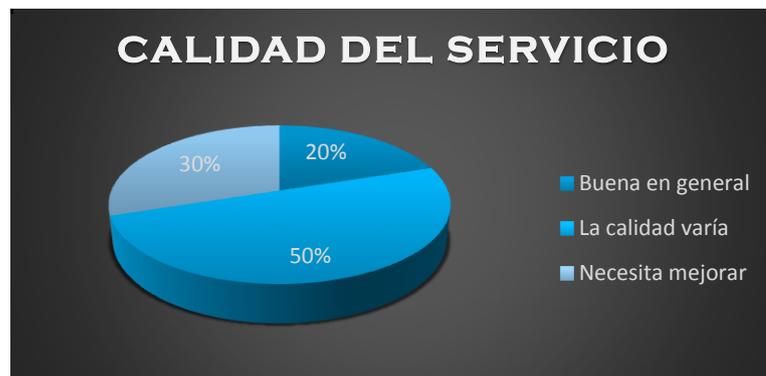


Gráfico 6.- Calificación a la calidad del servicio en Centro Kellogg en porcentaje

Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

La mitad de los encuestados opina que la calidad varía, es decir, que sus experiencias han sido diferentes.

2. ¿Cómo calificaría al personal?		
Respuestas		
Amigable y servicial	2	10%
Inadecuado	6	30%
Promedio	12	60%
Total	20	100%

Tabla 3



Gráfico 7.- Calificación al servicio ofrecido por el personal
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

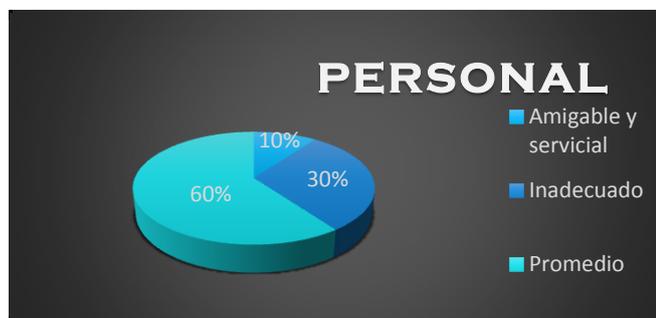


Gráfico 8.- Calificación al servicio ofrecido por el personal en porcentaje
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

Los resultados revelan que la mayoría de los encuestados califican al personal de Centro Kellogg como promedio, siendo una minoría quienes los consideran amigables y serviciales pero solo un poco menos de un tercio de los encuestados lo consideran inadecuado.

4.¿Cómo calificaría las instalaciones		
Respuestas		
Cómodo y completo	2	10%
Inadecuado	1	5%
Promedio	17	85%
Total	20	100%

Tabla 4



Gráfico 9.- Opinión sobre la condición de las instalaciones del Centro Kellogg
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 10.- Opinión sobre la condición de las instalaciones del Centro Kellogg en porcentaje
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

Es notable que la mayoría califica las instalaciones del Centro Kellogg como promedio, son muy pocos quienes llegan a considerarlas cómodas y completas pero tampoco se consideran inadecuadas.

Respuestas	5. ¿Recibió todo lo que esperaba por el precio que pagó?	
N/A		10 50%
no		1 5%
si		9 45%
Total		20 100%

Tabla 5



Gráfico 11.- Opinión sobre la conformidad de la relación precio-servicio
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 12.- Opinión sobre la conformidad de la relación precio-servicio
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

En este factor se consideró la opción N/A, ya que algunos de los huéspedes son invitados de la universidad y para ellos directamente no hay ningún cargo por el servicio. Zamorano paga por sus invitados. Un poco menos de la mitad de los encuestados demuestra conformidad con el precio que pagaron por el servicio recibido.

Respuestas	6. ¿Repetiría su experiencia?	
no		12 60%
si		8 40%
Total		20 100%

Tabla 6



Gráfico 13.- Información sobre clientes fieles.
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 14.- Información sobre clientes fieles en porcentaje
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

Las opiniones entre los huéspedes que han desarrollado una relación de fidelidad con el Centro Kellogg y los que no se muestran convencidos de regresar y repetir su experiencia están muy divididas.

Respuestas	7. ¿Recomendaría Centro Kellogg a otros?	
no		16 80%
si		4 20%
Grand Total		20 100%

Tabla 7



Gráfico 15.- Información sobre el impacto hacia otros
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 16.- Información sobre el impacto hacia otros en porcentaje
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

Una notable mayoría considera que no daría buenas referencias a otros sobre el Centro Kellogg sobre un pequeño porcentaje que si estaría dispuesto a recomendar este lugar de alojamiento.

Respuestas	8.¿Recomendaría un restructuración general de Centro Kellogg?		
no		2	10%
si		18	90%
Total		20	100%

Tabla 8



Gráfico 17.- Huéspedes que están de acuerdo con una restructuración general en Centro Kellogg

Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui



Gráfico 18.- Porcentaje de huéspedes que están de acuerdo con una restructuración general en Centro Kellogg

Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

Es notable la inclinación hacia una restructuración del Centro Kellogg, en términos muy generales, de una u otra forma los huéspedes están de acuerdo en algunos cambios son necesarios.

1.8. Conclusiones de los resultados obtenidos

1.8.1. Resultados e impactos esperados

El Centro de Capacitación W.K.Kellogg está ubicado y funcionando en el campus de la Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano en Honduras; creado para satisfacer necesidades típicas de esta universidad que está situada en una zona rural del país. En Ecuador y específicamente en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil a la que pertenezco, se debería considerar el poder contar con un lugar de alojamiento que satisfaga la necesidad de estudiantes de provincias, padres de familia que visitan a sus hijos, profesores invitados por periodos cortos de tiempo, conferencistas, planificación de congresos, etc. No tengo conocimiento de ninguna universidad en nuestro país que cuente con este servicio.

Entre los hallazgos más importantes del estudio se destaca el hecho de que el Centro Kellogg cuenta con una clientela constante que utiliza sus servicios en más de una ocasión, es decir, que tiene un mercado cautivo y esto se debe a la necesidad de un lugar de alojamiento dentro del campus universitario para quienes mantienen una relación con la universidad. En varios criterios se califica mayoritariamente sus servicios y a su personal como promedio, no llegando a la categoría de ser óptimo pero tampoco cayendo en inadecuado, lo que se podría concluir como la oportunidad de hacer mejoras en un campo que no está totalmente descalificado y que quizás con algunos cambios acertados se podría lograr un nivel de mayor aceptación y excelencia.

Algo muy interesante es la aceptación y conformidad con el precio, ya que considerando la opinión de quienes si pagan por el servicio, se sienten satisfechos a pesar de que los grados de satisfacción en general no son tan altos. Esto lleva a concluir que los precios son razonables y esto es una ventaja ya que ofrece la posibilidad de elevarlos solo un poco para poder

cubrir una parte de lo que se requiera para llevar a cabo este proyecto de mejora.

Y como información fundamental en este estudio, la opinión de una inmensa mayoría que concuerda con la idea de una restructuración general de Centro Kellogg, lo que refuerza la idea de este trabajo de investigación, que era el resultado esperado y por tanto valida este proyecto.

Capítulo 2

Análisis, presentación de resultados y diagnóstico

2.1 Análisis de la situación actual

Centro de Capacitación W.K.Kellogg está ubicado en un lugar privilegiado en medio de un valle hermoso con un clima agradable casi todo el año. Sus instalaciones se prestan para servir de alojamiento acogedor para sus huéspedes. El clima es tan favorable que no se necesita aire acondicionado en las habitaciones ni sistema de calefacción y esto debería tomarse como una ventaja tanto por el ahorro de energía como por la comodidad del visitante.

Por el enfoque hacia cual fue dirigida su creación, tiene movimiento todo el año. Por mucho tiempo fue la única opción de la región y aparentemente esto hizo que se descuidara la calidad del servicio, ya que se contaba con un mercado cautivo y seguro. La presencia de nuevos hoteles en el valle, sumado al declive de su calidad, le ha significado una baja de ingresos en los últimos años, así como el descontento de sus usuarios; desencadenando en consecuencias paralelas que son las que estamos considerando en el árbol de problema. El objetivo de este proyecto es analizar la posibilidad de incrementar calidad a fin de recuperar lo perdido y poder hacer mejoras que conlleven al éxito del funcionamiento de este lugar.

Algo muy rescatable es el hecho de que sus empleados, en la gran mayoría, son locales y eso promueve el desarrollo de la zona donde se encuentra pero desgraciadamente no cuentan con la debida capacitación y eso influye en el servicio prestado.

La construcción del Centro es a base de piedra y madera vista con techos de teja, hermosa a la vista y muy acogedora, así como de acuerdo con el entorno campestre. Conservar la madera a través de los años es indispensable y el mantenimiento general concibe gastos que no han podido cubrirse, hecho que se considera en esta propuesta.

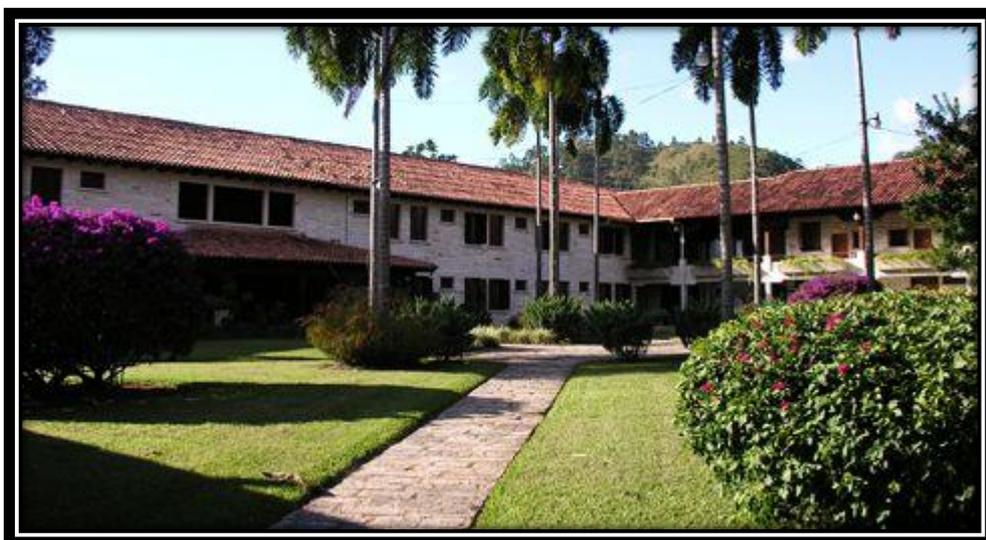


Gráfico 19.- Vista de las instalaciones del Centro W.K.Kellogg
Fuente: Zamorano Honduras Hotel Images

Sus jardines y patio interior son muy bonitos y complementan la belleza del lugar.

Son muchas las ventajas y atractivos que posee el Centro de Capacitación W.K.Kellogg, que deberían ser aprovechadas de mejor manera y llegar a convertirse en un hotel de excelencia.

La propuesta que se está desarrollando es que se pueda levantar con simples cambios y adoptando una postura de incremento de calidad en todo

aspecto, así como la oferta de nuevos servicios. Esto incrementaría sus ingresos y se podría cubrir con ciertas inversiones necesarias para crecer. Capacitar a su personal, mejorar las condiciones en general y ofrecer nuevos servicios.

La Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano está ubicada a 45 minutos de la ciudad y alberga a más de 100 familias residiendo en el campus que podrían ser un mercado que no se ha considerado para ofrecer un lugar de entretenimiento. Aprovechar las instalaciones y organizar bingos, noches de cine, karaoke, presentaciones musicales, etc.

Generalmente, los huéspedes llegan de lunes a viernes, siendo los fines de semana muy bajos y eso debería aprovecharse. Se cuenta con la infraestructura y el personal que es lo más costoso y se está desaprovechando.

2.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

En la ciudad de Ibarra, Ecuador existe un hotel muy tradicional llamado "Hotel Ajaví", que existe desde hace mucho tiempo y es considerado un ícono de esta región. Se planteó su rediseño con el fin de conservar y recuperar su belleza arquitectónica pero dándole un toque de frescura y modernidad sin perder el estilo que lo caracteriza.

Tomado de un trabajo de titulación de la Universidad de las Américas:

“Se plantea el rediseño del interior del Hotel Ajaví, donde el proyecto se dirige a proponer el uso de un concepto nuevo, que permita la utilización de las características de la ciudad de Ibarra, del hotel actual y a la vez sea dinámico manteniendo la misma tipología del uso del hotel, así también se plantea recuperar la edificación mientras se correlaciona un diseño de vanguardia.

Plantear una nueva propuesta de diseño al Hotel Ajaví mediante la modernización y renovación de la edificación, conservando su mismo uso y optimizando el espacio, mejorando su función y forma, enfocándolo a ser un punto de venta importante de acuerdo a requerimientos contemporáneos". (VILLAREAL, 2009)

Este proyecto e llevó a cabo y como resultado del mismo, hoy por hoy este hotel está considerado como la mejor opción en Booking.com, TripAdvisor, EcosTravel.com y Letsbookhotel.com recibiendo comentarios de los huéspedes como estos:

["Silencioso y comfortable "](#)

Opinión escrita 3 semanas atrás

Es un hotel limpio, muy comfortable, la piscina esta libre todo el día y tienen, WiFi y parqueadero incluido, el desayuno es delicioso. El personal es correcto y queda muy cerca de dos centros comerciales y a 10 min del centro de la ciudad.

["Buen hotel"](#)

Escribió una opinión el 27 junio 2015

Cómodo hotel, instalaciones de lujo, Internet, buena comida, garaje, pero le faltan habitaciones familiares o para grupos grandes y aunque carito pero vale la pena. Recomendado para quienes pasen por Ibarra.

["Suprema comodidad"](#)

Escribió una opinión el 24 junio 2015

Aquí en el hotel Ajavi se disfruta en todas las áreas, de la mejor atención todo el personal, está preparado para dar un excelente trato al cliente. Recomiendo cuando llegues a Ibarra visitar el hotel Ajavi por ser el mejor de nuestra provincia cuando lo hagas me darás la razón.

(TRIP ADVISOR, 2015)

Definitivamente todos los cambios que signifiquen mejora serán favorables. Algo muy importante que hay que considerar es la permanencia de lo bueno, de lo que funciona, de lo que atrae y para ello se necesita de mucho análisis y comprensión del concepto de percepción de calidad. Es imprescindible tomar en cuenta satisfacer y superar las expectativas de los clientes y para ello hay que estar en constante innovación ya que hay mucha competencia, pero el valor agregado es lo que marca la preferencia.

Con esta propuesta, lo que se quiere conseguir es recuperar la imagen de excelencia y buen nombre que ya posee Zamorano en el Centro de Capacitación W.K.Kellogg, aprovechar al máximo todas las ventajas que tiene y maximizar su impacto en el servicio que se ofrezca, además de generar mejoras que aporten aún más con el objetivo de llegar a convertirse en la mejor opción de la zona.

2.3. Presentación de resultados y diagnósticos

De acuerdo a las encuestas realizadas y por observación simple en el lugar, resulta muy válido proponer un rediseño considerando los temas antes expuestos. Será necesario hacer un análisis más detallado para lograr la factibilidad del mismo, pero definitivamente sería muy positivo el poder lograr lo planteado en beneficio de la universidad y de la comunidad en general.

Como resultado de lo investigado, la mayoría de las personas que llegan a hospedarse a Centro Kellogg encuentran las siguientes dificultades:

- El personal no es bilingüe
- Las habitaciones son oscuras y la decoración es anticuada
- La madera de los techos sueltan “carcoma” sobre las camas y demás muebles
- No hay oferta de comida o bebidas en el lugar

- Por encontrarse alejado de la ciudad, debería tener artículos de higiene básica a la disposición como pasta dental, cepillos, etc.
- Los horarios de comidas en la Cafetería son muy restringidos
- La Cafetería queda a casi 1Km. de distancia
- No se cuenta con personal que ayude con el equipaje y es un edificio de dos pisos sin ascensor

Capítulo 3

Propuesta de creación

3.1. Título del proyecto

Se plantea un proyecto de “Rediseño del Centro de Capacitación W.K.Kellogg para mejorar el servicio de alojamiento y convertirlo en un hotel universitario”.

3.2. Justificación

Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano es una universidad de mucho prestigio que recibe visitantes de todas partes del mundo. El Centro de Capacitación W.K.Kellogg no se puede considerar como un ente aislado ya que proyecta la imagen de toda la universidad al momento de ofrecer sus servicios. El rediseñar el Centro, considerando puntos muy específicos y claves, generaría ingresos que podrían conseguir su autonomía y no seguir dependiendo del presupuesto asignado por parte de la universidad, que no llega a cubrir las necesidades por completo.

3.3. Fundamentación

La necesidad de contar con un lugar de alojamiento en Zamorano surge ya hace algunas décadas atrás pero se incrementa con el paso de los años por el desarrollo continuo que tiene esta universidad de tanto prestigio a nivel internacional. Nuevas alianzas estratégicas, incremento de oferta

académica, necesidad de capacitaciones, etc. hacen que la demanda de un hotel universitario se incremente. Considerando que ya existe la infraestructura, que es la mayor inversión, Centro Kellogg podría cubrir las necesidades de forma óptima y alcanzar niveles de utilidad considerables que les permitan estar a la altura de lo que se necesita llevando a cabo el proyecto de rediseño que se está planteando.

La comunidad Zamorana está conformada por más de 100 familias que viven en el campus, con personas de todas las edades, a las cuales va dirigida la oferta de nuevos servicios. Existen además estudiantes que no tienen suficiente dinero para salir de la universidad los fines de semana que tienen libre y el Centro de Capacitación W.K.Kellogg podría ser una opción para hacer algo diferente sin salir del campus.

Será necesario realizar un trabajo de mantenimiento y reparación de las instalaciones pero no requiere de mayores cambios, básicamente cambiar la madera en algunos techos y curarla para el futuro contra polilla.

Como parte de la inclusión de nuevos servicios, se ha considerado alquilar una máquina de cafés variados, donde el huésped podrá comprar el de su preferencia: Café mocha, expreso, café con leche, café de sabores (vainilla, caramelo, amaretto) por un valor determinado que no requiere de atención de personal.

Se plantea implementar un área de comedor con mesas y sillas para servirse la comida de Cafetería, que será llevada hasta el Centro W.K.Kellogg por los empleados de la misma sin recargo adicional.

Se ha considerado además incrementar la oferta de entretenimiento ofreciendo noches de Karaoke, películas y conciertos con el equipo audiovisual que ya existe, por lo que esto no genera gastos adicionales. Y en estos eventos, se ofrecería comida a la venta que representaría un ingreso adicional. Las salas de reuniones se prestan para este tipo de actividades y se cuenta con el mobiliario para este fin.

Por las condiciones climatológicas del valle en el que está ubicado, Centro Kellogg puede prescindir de aires acondicionados en sus instalaciones y está construido a base de piedra, madera y teja que se consideraron desde el momento de su construcción como un aporte ambiental.

El Valle del Yegüare, donde se estableció Zamorano hace 73 años, era un lugar despoblado y por ende, sin actividad alguna. A lo largo de estos años, se ha desarrollado la zona de forma considerable por el impacto que la universidad ha causado, dando oportunidades de trabajo a cientos de personas de la localidad, incrementando su calidad de vida y la economía en general. El llevar a cabo este proyecto favorecería al desarrollo profesional de los empleados del Centro, contribuyendo aún más en este aspecto.

3.4 Localización

El proyecto de rediseño del Centro Kellogg se llevaría a cabo en las mismas instalaciones que ya existen, dentro del campus de la Escuela Agrícola Panamericana y posiblemente externamente para el personal a recibir capacitación en áreas determinadas.

3.5. Temporalización

Este es un proyecto que debería cumplirse a mediano plazo, con observación y análisis continuo para reforzar las áreas que se necesiten en el momento oportuno.

3.6. Equipo Técnico

El Centro de Capacitación W.K.Kellogg tiene ya un organigrama definido encabezado por la Gerencia de Servicios, cuentan con un Gerente de Operaciones, Personal Administrativo y Operativo. En primera instancia este

sería el equipo para llevar a cabo este proyecto. Zamorano cuenta con un Departamento de Planta Física y Servicios, a quienes se les pediría apoyo para la ejecución de este proyecto, ya que el Centro W.K.Kellogg pertenece a esta Dirección.

Organigrama

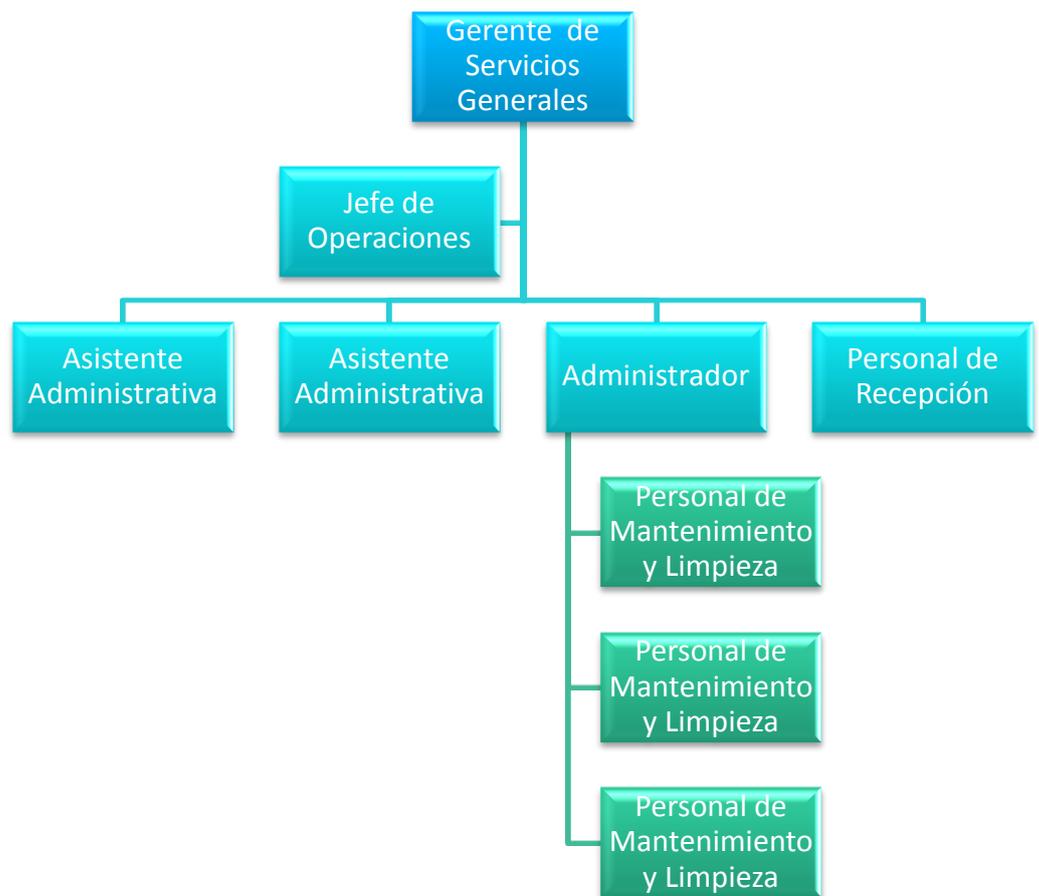


Gráfico 20.- Organigrama existente de Centro Kellogg
Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

3.7. Financiamiento

En esta propuesta se considera conservar lo existente y con una pequeña inversión, poder lograr un máximo de satisfacción de los clientes y abrir un nuevo mercado en la misma comunidad que no está gozando de los servicios del Centro Kellogg. No se ha considerado en el presupuesto la

promoción, ya que todo se manejaría por redes sociales y mediante el correo interno de Zamorano que cuenta con un sistema llamado Zamored que difunde información en forma gratuita a todos los empleados y estudiantes de la universidad que están conectados a la misma a través de una base de datos.

Para lo que se está proponiendo no hace falta contratación de personal, sino la capacitación del personal con el que ya se cuenta. El monto de la inversión lo asumirá Escuela Agrícola Panamericana en calidad de préstamo sin intereses, para ser cubierto en un año a partir de la finalización de los cambios, que se calcula que se completen en 12 meses, es decir, Zamorano otorgará 12 meses de gracia para empezar a cubrir el préstamo.

Zamorano produce madera, por lo tanto el mantenimiento o reparación de los techos reducirá sus costos notablemente.

(Ver presupuesto en página 37)

3.8. Análisis FODA

Para considerar la propuesta presentada como viable y factible, a continuación el análisis FODA realizado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buen ambiente laboral ▪ Accesibilidad a crédito ▪ Recurso humano disponible ▪ Características únicas en la zona ▪ Mercado cautivo ▪ Prestigio de la universidad conocida internacionalmente ▪ Buena infraestructura ▪ Excelente espacio físico ▪ Clima privilegiado ▪ Bajo costo de mano de obra ▪ Producción interna de materia prima que abarata costos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalaciones en mal estado ▪ Personal no capacitado ▪ Falta de iniciativa para ofrecer nuevos servicios ▪ Resistencia al cambio ▪ Conformismo ▪ Problemas con la calidad de los servicios ▪ Incapacidad para reconocer errores ▪ Capital de trabajo mal utilizado ▪ Deficiente habilidad gerencial
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia débil y escasa ▪ Mercado mal atendido ▪ Necesidad permanente de los servicios ▪ No hay necesidad de promoción 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia muy agresiva ▪ Cambio de leyes laborales ▪ Incrementos salariales según ordenanza del gobierno ▪ Cambio de políticas institucionales ▪ Desastres naturales

Tabla 9.- Análisis FODA

Fuente: Fabiola Ribadeneira Chedraui

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de investigación y análisis de la propuesta del rediseño del Centro de Capacitación W.K.Kellogg, se llega a las siguientes conclusiones:

Escuela Agrícola Panamericana es una universidad de mucho prestigio y alta trayectoria cuyos servicios deben mantenerse a la altura del nivel de calidad que ha conseguido a lo largo de su existencia.

Los huéspedes están de acuerdo con la necesidad de mejora que presenta el Centro y específicamente en las áreas donde se ha identificado la mayor debilidad.

Los cambios sugeridos no afectan a los estados financieros actuales del Centro, ya que cuenta con el apoyo de la universidad para solventar la inversión requerida para llevar a cabo la propuesta.

El personal se mantiene en sus funciones, con la oportunidad de desarrollarse como profesionales.

Para la mejora de las instalaciones se usa mano de obra local, ofreciendo plazas laborales temporales en un sector poco desarrollado.

Los recursos humanos, materiales y financieros se encuentran ya a disposición del Centro en su mayoría, lo que representa bajo costo para la ejecución de la propuesta.

RECOMENDACIONES

- Buscar alternativas de capacitación para los empleados de Centro W.K.Kellogg.
- Realizar viajes a hoteles de la ciudad y hospedarse en ellos como grupo para observar detenidamente el servicio.
- Recolectar información de hoteles exitosos para tenerlos como marco de referencia.
- Realizar continuamente encuestas de satisfacción a los huéspedes para estar al tanto de su percepción del servicio.
- Contar con un buzón de sugerencias.
- Prestar atención a las sugerencias recibidas.
- Realizar talleres periódicamente para el personal con invitados especialistas en hotelería.
- Hacer alianza con las universidades de la ciudad de Tegucigalpa para recibir pasantes a realizar sus prácticas pre-profesionales en el Centro y capacitarlos para considerarlos en un futuro como empleados.
- Analizar las propuestas de cambios y correr el riesgo de ejecutarlos
- Analizar la competencia y ofrecer servicios diferenciados.
- Involucrar a otras unidades y departamentos para que aporten con ideas y sugerencias.
- Crear una estrategia de promoción para ser difundida por redes sociales y Zamored.

Bibliografía

ANEKIS MARKETING RELACIONAL. (2010). ANEKIS. *LA IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE*. Obtenido de <http://www.anekis.es/anekis-noticia-fidelizacin-la-importancia-de-la-atencin-al-cliente-119>

Chedraui, F. R. (Julio de 2015).

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS. (2014). LEY DE UNIVERSIDADES PARTICULARES. Obtenido de <http://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/LEY%20DE%20UNIVERSIDADES%20PARTICULARES%20%28ACTUALIAZADA-07%29.pdf>

DE GERENCIA. (s.f.). GERENCIA DE NEGOCIOS EN LATINOAMERICA . Obtenido de <http://www.degerencia.com/mpizzo>

DEFINICION.DE. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/servicio/>

Escuela Agrícola Panamericana Zamorano. Derechos Reservados 2009. (s.f.). *COMUNIDAD ZAMORANA*. Obtenido de <http://comunidad.zamorano.edu/page.aspx?pid=1363>

FUNDACION IBEROAMERICANA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL. (s.f.). *FISO NOTICIAS* . Obtenido de <http://www.fiso-web.org/imagenes/publicaciones/archivos/3970.pdf>

Hernández, N. A. (s.f.). *SERVICIOS DE CALIDAD* . Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm

INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO. (s.f.). REGLAMENTO DEL INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO. HONDURAS.

PARRA, M. E. (s.f.). LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE. SONORA, MEXICO. Obtenido de

<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2015). DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Obtenido de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

SIMPSON, L. (s.f.). *LOS CAMBIOS EN BUSCA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE*. Obtenido de <http://www.hoteljuice.com/marketing-online-hoteles/los-cambios-en-busca-de-la-satisfaccion-del-cliente>

TIPOS DE MUESTREO. (s.f.). Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>

TRIP ADVISOR. (2015). Obtenido de http://www.tripadvisor.com.mx/Hotel_Review-g312858-d308807-Reviews-Hotel_Ajavi-Ibarra_Imbabura_Province.html

UNIVERSIDAD DE MALAGA. (s.f.). CLIENTES INSATISFECHOS. ESPAÑA. Obtenido de http://gradomarketing.uma.es/index.php?option=com_content&view=article&id=103:clientesinsatisfechos&catid=43:blog&Itemid=62

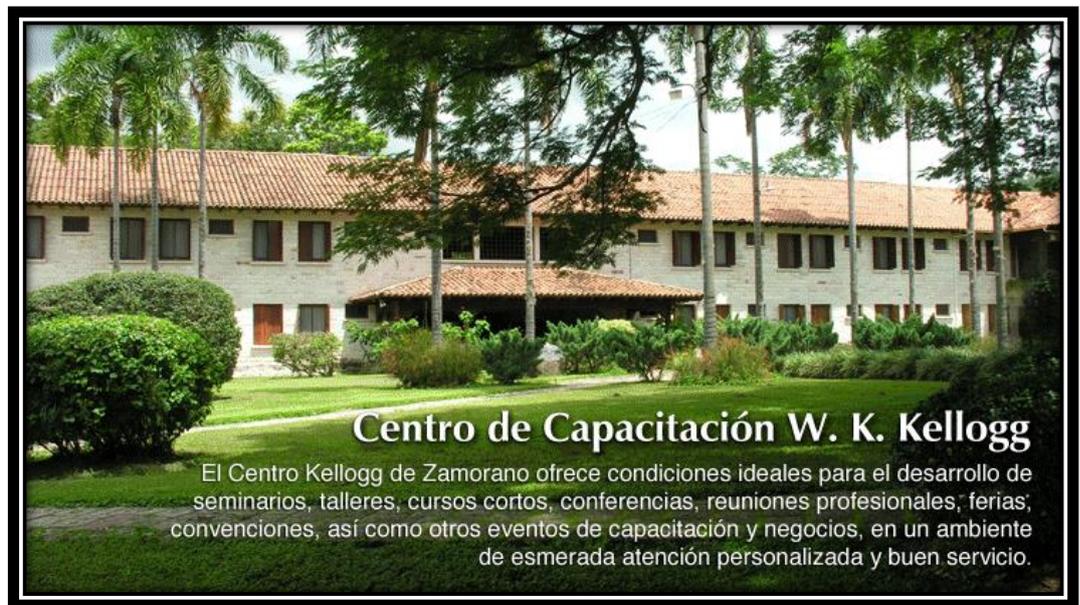
VERDUGA, W. (s.f.). INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA . Obtenido de <http://es.slideshare.net/wenceslao/investigacion-descriptiva-5366924>

VILLAREAL, A. L. (2009). REDISEÑO DEL HOTEL AJAVI, IBARRA. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/663/1/UDLA-EC-TARI-2009-23.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Fotos del Centro de Capacitación W.K.Kellogg

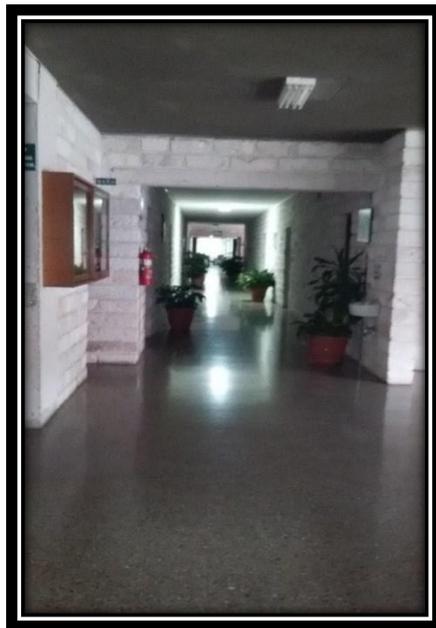


Vista del patio interior del Centro de Capacitación W.K.Kellogg

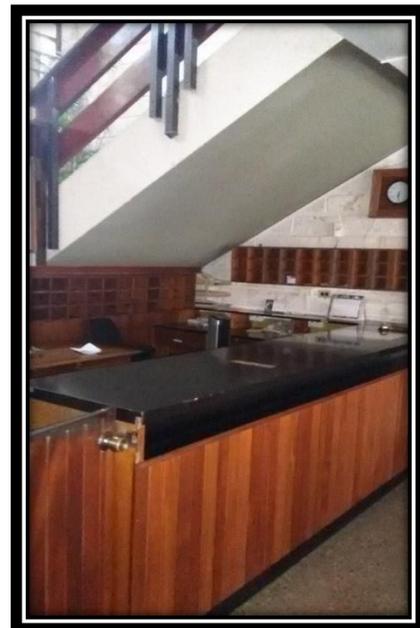




Fachada del Centro Kellogg



Pasillo Planta baja



Recepción



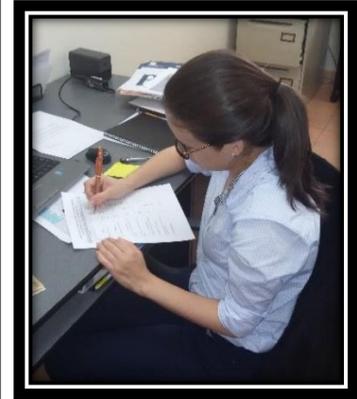
Lobby y área de descanso



Ala de suites en planta alta y salones de reuniones en planta baja

Anexo 2

Encuestas



Encuestas realizadas a empleados de Zamorano que son huéspedes de Centro de Capacitación W.K.Kellogg