

CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC
CURSO PREPARATORIO DE GRADO
GERENCIA COMERCIAL

CELEBRITIES SUITES

ANDREA MUNEVAR LINARES
DIANA PAOLA PINEDA SIERRA
CRISTIAN JEFFREY AMAYA MUÑOZ

BOGOTA D.C. 24 de Julio de 2009

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN
2. ANÁLISIS DE LA EMPRESA
 - 2.1. Naturaleza Objeto
 - 2.2. Objeto
 - 2.3. Misión
 - 2.4. Visión
 - 2.5. Objetivos Estratégicos
 - 2.6. Valores
 - 2.7. Organigrama
 - 2.8. Entrevista
 - 2.8.1. Historia de la Organización
 - 2.8.2. Soporte fotos - videos
3. ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO
 - 3.1. Definición de Bienes y Servicios
 - 3.1.1. Servicios
 - 3.1.2. Bienes
 - 3.2. Tipos de Suites
 - 3.2.1. Executive Suite
 - 3.2.2. Family Suites
 - 3.2.3. Bussines Suite
 - 3.2.4. Wellnes Suite
 - 3.3. Servicios Incluidos
 - 3.4. Planes Especiales
 - 3.5. Análisis comparativo Frente a la Competencia
 - 3.6. Triplicación de los momentos de verdad
 - 3.6.1. Reservas
 - 3.6.2. Check- in
 - 3.6.3. Check - Out
 - 3.7. Procesos y procedimientos por Área del servicio
 - 3.7.1. Recepcion
 - 3.7.2. Botones
 - 3.8. Grafos de descomposición de tareas
 - 3.8.1. Protocolo Aeropuerto
 - 3.8.2. Botones
 - 3.8.3. Recepcion
 - 3.8.4. Restaurante
 - 3.9. Identificación de Procesos y Procedimientos PQR
 - 3.10. Grafo de Servicios Ofertados

INTRODUCCION

Actualmente las empresas se enfrentan a un mundo cada vez más competitivo y globalizado, por lo cual estas deben concebir estrategias mucho más complejas, debido a la existencia de mayor número de variables e interrelaciones. El desarrollo y los cambios que experimenta el mercado, precios y nuevos productos, hace que las empresas deban esforzarse para adaptarse y mantenerse al día en relación a dichos cambios; además deben implementar acciones que les permitan estar en influir en su medio, en lugar de reaccionar ante él, buscando el medio de ejercer el control sobre las operaciones.

Se ha escogido el hotel Celebrities Suites por tener una filosofía de operación enfocada en la búsqueda de la experiencia, basándose en los principios de la calidad que estos ofrecen a sus clientes. Se destaca en su infraestructura, teniendo 45 habitaciones en donde a demás de ofrecer alojamiento, el arte es el protagonista pues invita a sus visitantes a que interactúen con él, ofrece un servicio personalizado lo que brinda mayor satisfacción a sus visitantes.

Los fundamentos teóricos que se sustentan en este trabajo, contemplan el análisis del modelo de competitividad en la gerencia del servicio desarrollado por Michael Porter, el diseño de programa de calidad de servicio implementado por Peter Drucker, ya que nos va a permitir una clara guía que nos permita establecer la misión, visión, objetivos estratégicos, que nos lleven a mejorar la productividad de la empresa por que es importante tener en cuenta que toda empresa para tener éxito debe planificar a largo, mediano y corto plazo asignar los recursos necesarios para reducir conflictos internos, cuando las decisiones importantes nacen de la subjetividad, y no del análisis que es la base fundamental de nuestro trabajo.

La creación del estudio empresarial sectorial que nos brinda la gerencia comercial ayuda a las organizaciones a aprovechar oportunidades claves que conlleven a reducir el impacto que pueda generar las amenazas externas, puesto que da las herramientas para sacar mayor provecho de las fortalezas y disminuir al máximo las debilidades que la organización pueda presentar.

que se logren los objetivos establecidos, marcando la diferencia entre el éxito y el fracaso, también ayuda a que las organizaciones sean más rentables, minimizar la resistencia al cambio, incrementar la productividad, ya que se establecen actividades planificadas que generan las estrategias necesarias para desarrollarse y crecer.

Es importante resaltar que el éxito de este estudio viene dado por la implementación, seguimiento y evaluación de las estrategias desarrolladas pues estas nos van a permitir si es necesario replantear las mismas.

En el estudio de este proyecto también estudiamos factores sociales, económicos, y culturales en donde encontramos nuevos modelos que fortalecen la participación y solidaridad, que permiten nuevas formas de expresión. Encontramos en estas un valor importante y fundamental en la vida de los hoteles el "servicio" que es el resultado de un acto o sucesión de actos de duración y localización definidas conseguidas gracias a medios humanas y materiales puestos a disposición de un cliente individual o colectivo.

A medida que pasa el tiempo y que se desarrolla mucho más nuestro trabajo, el análisis que le debemos hacer a nuestra empresa se hace más complejo, pues cuanto más la conocemos más nos encontramos con variables que nos hacen reflexionar en profundizar e investigar todos sus procesos buscando posibles fallas en sus sistemas que nos permitan darle una solución.

A lo largo de la mayor parte de nuestra existencia todos hemos pertenecido a una organización, enfrentando muchos cambios y desafíos que nos impone el mercado para lograr cumplir con las tareas diarias.

Todas las organizaciones tienen un programa o un método para alcanzar sus metas, por ello es de gran importancia que se obtenga en la organización una gerencia adecuada ya que esta llevara a nuestra organización por el camino correcto, o por el contrario si no está bien manejada nos puede llevar al fracaso de nuestra organización.

La organización es la principal actividad que marca una diferencia en el grado en que las organizaciones alcanzan su éxito teniendo unos objetivos estratégicos bien marcados que a medida del tiempo van a depender del desempeño de la organización.

En este trabajo en donde hemos formado nuestra propia organización, esperamos que los objetivos propuestos desde que empezó nuestro modulo los podamos alcanzar con gran éxito, pues de esto depende el desarrollo de nuestro trabajo, y en cómo nos adaptemos y aportemos a organizaciones

futuras en las cuales esperamos cada uno de nosotros estar pues para eso le estamos poniendo un gran empeño en el desarrollo de este trabajo que nos ha despejado muchas dudas y nos ha llevado a tener muy claro como es y desde donde se forma una organización.

Para la realización de nuestro trabajo tratamos de tener un enfoque muy parecido al científico, pues en este tuvimos que tener muchos conceptos claros, determinación de hechos a través información obtenida por medio de nuestro hotel, clasificándolos para encontrar información de momentos de verdad, que nos permitiera determinar sus posibles fallas para que a su vez nos ideáramos soluciones para que estos momentos de verdad fueran más concisos y tuvieran la fuerza necesaria que le permitiera tanto al cliente interno, como externo lograr la mayor satisfacción.

Para alcanzar un trabajo óptimo se necesitaron estudiar distintas variables por medio de momentos de verdad, grafos, estructuras, que nos permitieran desglosar lo mas íntimo de la organización que hemos escogido y a la cual pertenecemos ya que al analizar y estudiar la misma, nos toca integrarnos totalmente a la organización para experimentar sus vivencias y así poder hacer nuestro trabajo con propiedad y a si mismo poder diagnosticar pautas de variables que nos permita re direccionarla necesario para Ser nosotros como equipo una posible solución.

En la actualidad para alcanzar el éxito en el análisis de las organizaciones se debe estudiar muy en su interior su estructura para saber distinguir variables que nos lleven a tener variables que nos permitan diagnosticar sus posibles fallas y darles una notable solución.

2. ANALISIS DE LA EMPRESA

2. ANALISIS DE LA EMPRESA

2.1. Naturaleza del Objeto

Nombre: Inmobiliaria Moderno Park S.A
Nit: 0000095819-1 Régimen Común
Domicilio: Bogotá
Dirección: Calle 74 N. 10 – 33
Email: gerencia@celebritysuites.com

2.2. Objeto

El objeto de Celebrity Suites es la administración, explotación y desarrollo de programas inmobiliarios así como también administrar edificios y conjuntos al igual la prestación de servicios a terceros como office services, room services sea directamente o como outsourcing.

2.3. Misión

Celebrity Suites tiene como misión realizar las ilusiones de nuestros clientes mediante la generación de ambientes temáticos e interactivos con celebridades.

2.4. Visión

Para el 2013 queremos convertirnos en el mejor business apartment de Suramérica.

2.5. Objetivos Estratégicos

- ✓ Mantener un equipo motivado, capacitándolos constantemente en los procesos y procedimientos que nos permitan tener una mejor calidad en nuestro servicio.
- ✓ Mejorar la productividad; generando procesos óptimo, estandarizando los manuales operativos de cada una de las áreas de nuestro hotel.
- ✓ Desarrollo de un negocio que genere buenos dividendos.
- ✓ Mantener el hotel en perfectas condiciones, teniendo presente la innovación en el arte y una tecnología de punta que es lo que nos caracteriza.

- ✓ Conocer a profundidad a nuestros clientes, consumidores y decidores de compra para darles el producto indicado, en el momento indicado y de la manera indicada.
- ✓ Aumentar el posicionamiento y reconocimiento de nuestro hotel sabiendo segmentar nuestras empresas y mercado objetivo.
- ✓ Aumentar el porcentaje de clientes fieles de 38% a 50%, siendo el proveedor preferido en alojamiento y eventos.
- ✓ Aumentar el porcentaje de ocupación de 60 a 75%.
- ✓ Mantener una ocupación estable los fines de semana y temporadas de vacaciones de 65% ofreciendo planes atractivos.

2.6. Valores Corporativos

- ✓ Lealtad a nuestra compañía
- ✓ Agilidad
- ✓ Calidez
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Integridad
- ✓ Compromiso

2.7. Análisis de funciones

2.7.1. Organigrama Ver tabla de anexos

2.7.1.1. Manual de funciones Jefe de Sistemas

- ✓ Verificar que el ordenador del sistema hotelero funcione correctamente.
- ✓ Controlar que el Internet en todo el hotel no tenga fallas.
- ✓ Verificar que el tarificador funcione de manera adecuada y que haga cobros automáticos de las llamadas que se realicen desde las habitaciones.
- ✓ Controlar el correcto funcionamiento de la planta telefónica.
- ✓ Llevar un reporte de llamadas realizadas de los huéspedes y los clientes internos.

2.7.1.2. Gerente Comercial

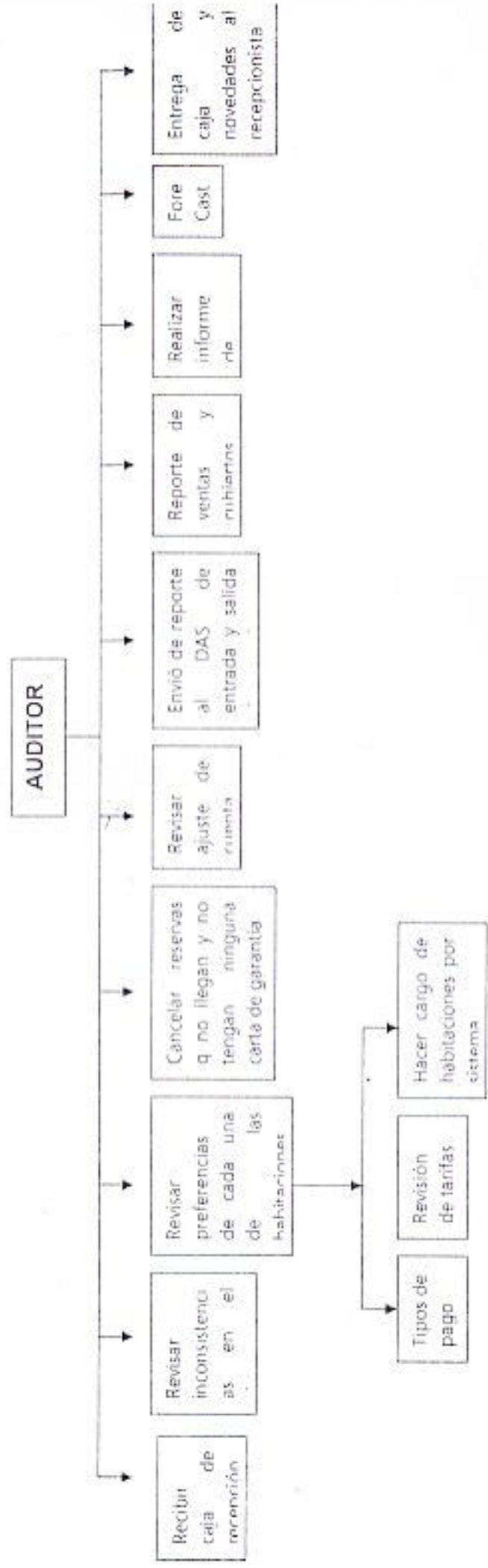
- ✓ Estar al tanto del reporte de ventas.

- ✓ Tener planificado y organizado las tarifas corporativas que en conjunto con gerencia se realizan.
- ✓ Llevar un plan de visitas y llamadas a empresas haciéndoles un buen seguimiento.
- ✓ Invitar a personas de empresas a que conozcan el hotel y sus servicios.
- ✓ Planear estrategias en conjunto con su equipo para aumentar la ocupación del hotel.

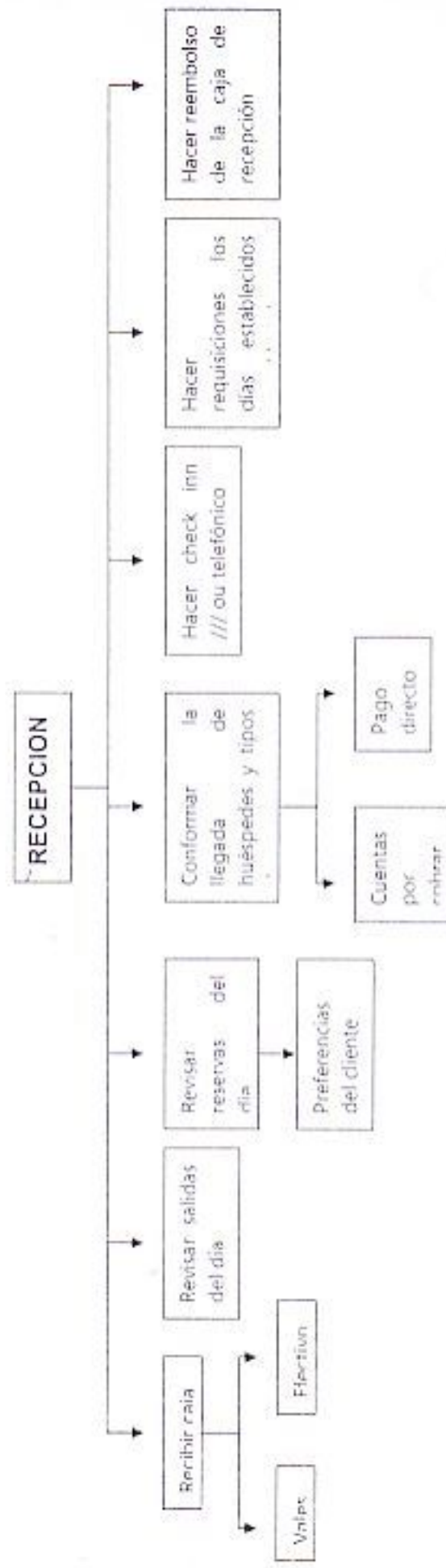
2.7.1.3. Jefe de Alojamiento

- ✓ Elaborar, manejar y controlar el presupuesto del área
- ✓ Revisar y corregir la auditoria nocturna y reporte de ventas
- ✓ Realizar la facturación de otros ingresos
- ✓ Verificar las tarifas asignadas por ventas
- ✓ Garantizar el servicio de transporte a los huéspedes con la tarifa e ingreso adecuado
- ✓ Registrar las novedades del área y revisar que se cumplan en el menor tiempo posible
- ✓ Supervisar y hacer un arqueo al manejo de la caja menor
- ✓ Elaborar y controlar requisiciones del área
- ✓ Elaborar la planeación estratégica del área
- ✓ Realizar seguimiento de la planeación estratégica del área
- ✓ Supervisar el orden y aseo del área
- ✓ Realizar gerencia de turno
- ✓ Realizar las funciones de recepción
- ✓ Revisar planilla de transporte
- ✓ Elaborar informes para junta directiva.
- ✓ Asignar y distribuir horarios del personal del área
- ✓ Revisar asignación de habitaciones
- ✓ Revisión de alojamientos e ingreso de las comisiones de mercadeo
- ✓ Reembolso de caja menor
- ✓ Realizar el control de soporte de reservas compañías
- ✓ Hacer el cobro de no show
- ✓ Realización incidencias de nómina
- ✓ Controlar el cumplimiento del horario del personal a cargo
- ✓ Elaborar solicitud de dotaciones del personal a cargo
- ✓ Tomar reservas y asignaciones especiales
- ✓ Realizar reuniones con su área para buscar el mejoramiento en sus procesos.
- ✓ Coordinar capacitaciones para su personal.

2.7.2. Diagrama de Procesos Auditor
2.7.2.1.



2.1.1.1. Recepción



2.8. Entrevista Gerente
2.8.1. Soporte fotos-video

3. ANALISIS DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

3.1 Definición de Bienes y Servicios

3.1 Servicios

- ✓ Business Center
- ✓ Prensa Diaria
- ✓ Parqueadero
- ✓ Lavandería y Planchado
- ✓ Servicio de Transporte
- ✓ Acceso al Gimnasio Bodytech
- ✓ Salón para Reuniones
- ✓ Restaurante
- ✓ Bar
- ✓ Oficinas Temporales
- ✓ Piscina (Gimnasio Moderno)
- ✓ Transporte Vip
- ✓ Total Assistance
- ✓ Diseño Vanguardista
- ✓ Tecnología de Punta
- ✓ Suites de Gran Formato

3.1.2 Bienes

- ✓ Alimentación
- ✓ Hospedaje
- ✓ Licores
- ✓ Arte
- ✓ Electrodomésticos
- ✓ Prensa
- ✓ Amenites

3.2 Tipos de Suites

3.2.1 Executive Suite

- ✓ 1 Alcoba
- ✓ Cocina
- ✓ Baño
- ✓ Sala
- ✓ Comedor 40-60 Mt²

- ✓ Pétalos
- ✓ Champagne
- ✓ Velas
- ✓ Lencería de Lujo
- ✓ Seguro hotelero

Plan criterion Fin de Semana

- ✓ Alojamiento
- ✓ Desayuno Tipo Americano
- ✓ Cena Criterion
- ✓ Seguro Hotelero

Plan Romántico Fin de Semana

- ✓ Alojamiento
- ✓ Desayuno Tipo Americano
- ✓ Seguro Hotelero

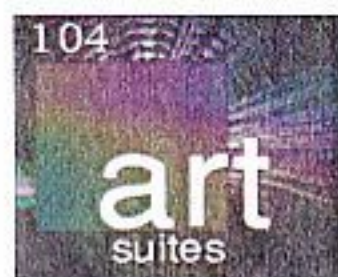
Plan Wellnes

- ✓ Alojamiento
- ✓ Seguro Hotelero
- ✓ Entradas Gimnasio Bodytech
- ✓ Transporte
- ✓ Clases grupales, maquinas y aerobics
- ✓ Zonas Húmedas
- ✓ Sauna y Turno
- ✓ Desayuno Tipo Americano servicio en la Suite
- ✓ Plan para dos personas

Plan Teatro

- ✓ Alojamiento
- ✓ Impuestos
- ✓ Desayuno Tipo Americano servido en la suite para dos personas
- ✓ Boletas de Teatro para dos personas
- ✓ Transporte

CELEBRITIES SUITES



Servicios

- ✓ Lavandería
- ✓ Periódico a la habitación
- ✓ Desayuno
- ✓ Parqueadero
- ✓ Piscina (Gimnasio Moderno)
- ✓ Gimnasio (Bodytech Cll. 85)
- ✓ Internet inalámbrico en la habitación tipo wallers
- ✓ Room Services
- ✓ Cajilla de seguridad digital
- ✓ Recepción Aeropuerto – Hotel
- ✓ Variedad de ambientes en cada habitación
- ✓ TV Pantalla Plana Lcd 32"
- ✓ Home Theater
- ✓ Llamada despertador
- ✓ Cocina Dotada
- ✓ Cama Queen
- ✓ Equipos audiovisuales y tecnológicos para reuniones de negocios en la habitación
- ✓ Salón de eventos

Servicios

- ✓ Lavandería
- ✓ Periódico a la habitación
- ✓ Desayuno
- ✓ Parqueadero
- ✓ Gimnasio y Zona Húmeda (Bodytech)
- ✓ Internet inalámbrico en la habitación tipo wallers
- ✓ Room Services
- ✓ Cajilla de seguridad digital
- ✓ Recepción Aeropuerto - Hotel
- ✓ Dos ambientes en cada habitación
- ✓ Sala
- ✓ Comedor
- ✓ Cocina dotada
- ✓ TV Pantalla Plana 29"
- ✓ Home Theater
- ✓ Llamada Despertador
- ✓ Terraza BBQ
- ✓ Cama King size
- ✓ Salón de eventos - Marmorek

TIPOS DE SUITES

- ✓ Executives
- ✓ Family
- ✓ Wellnes
- ✓ Pent House

PLANES ESPECIALES

- ✓ Plan noche de bodas
- ✓ Plan criterio Fin de Semana
- ✓ Plan Romántico Fin de Semana
- ✓ Plan Wellnes
- ✓ Plan Teatro

UBICACIÓN

- ✓ Calle 73 N. 10-33

IMAGEN

Imagen moderna que logra captar la atención del cliente por lo novedosa e imponente.

PUBLICIDAD

- ✓ Pagina web
- ✓ Brouchure
- ✓ Publicaciones en revistas
- ✓ Eventos
- ✓ Individuales
- ✓

TIPOS DE SUITES

- ✓ Suites Largas Estadias
- ✓ Suites con tina
- ✓ Suites con escritorio
- ✓ Suites con Jacuzzi
- ✓ Suites con Gimnasio
- ✓ Suites para Familias

PLANES ESPECIALES

- ✓ Plan Noche de Bodas

UBICACIÓN

- ✓ Calle 104 N. 104-19

IMAGEN

Imagen corporativa que se proyecta como un hotel galería, captando la atención del cliente por lo creativa.

PUBLICIDAD

- ✓ Pagina Web
- ✓ Eventos
- ✓ Publicaciones en revistas
- ✓ Tipo Galería

3.6 Tipificación momentos de verdad

3.6.1 MOMENTO DESDE QUE SE HACE UNA RESERVA

- ✓ Teniendo el hotel en el cual nos queremos hospedar lo buscamos bien sea por Internet o por el directorio.
- ✓ Si es por Internet entramos a su página vemos sus tarifas y sus servicios y procedemos a hacer la reserva por medio de SABRE que es el programa que más se utiliza para hacer reservas por Internet y esperamos la confirmación.
- ✓ Si llamamos para hacer una reserva telefónica pedimos información sobre el hotel: sus servicios, sus tarifas y con que viene esa tarifa y qué tipo de habitaciones tiene este. Si se hace la reserva para garantizarla reservas pide los números de una tarjeta de crédito para garantizar la habitación, si no pues si el hotel se llena nuestra reserva la que no está garantizada va quedando en lista de espera. En seguida la persona de reservas pide una dirección de correo electrónico para reconfirmar la reserva y para agradecer por la escogencia.
- ✓ Y nos ofrece el servicio de protocolo en el aeropuerto, es decir que un conductor del hotel valla a esperarlo al aeropuerto a su llegada, si se hace, se pide la aerolínea y el número del vuelo, este tiene un costo adicional.

3.6.2 MOMENTO DE LLEGADA AL HOTEL (check-in)

- ✓ Cuando llegamos al hotel el botones nos recibe amablemente dándonos la bienvenida y preguntándonos como nos fue en nuestro viaje, y nos dirige hacia la recepción.
- ✓ En la recepción, el recepcionista nos pregunta nuestro nombre para buscar la reserva, nos pide nuestro documento de identidad, nos confirma los días que vamos a estar alojados en el hotel, nos pide la tarjeta de crédito y nos hace firmar el registro y el voucher que se deja por garantía.
- ✓ Ya registrado el botones acompaña a nuestro huésped enseñándole el hotel, como el restaurante, el bar, el gimnasio, y nos va explicando los servicios que ofrece nuestro hotel.

- ✓ En la habitación el botones no la enseña mostrándonos el minibar, la cajilla de seguridad, y nos indica cómo llamar a recepción por si se nos ofrece algo.
- ✓ Ya en nuestra habitación y dependiendo a nuestras necesidades podemos pedir Room Service, una llamada a despertar o servicio de lavandería. En la mesa hay una cartilla con las extensiones del hotel y la manera en cómo debemos marcar para hacer una llamada.
- ✓ Dentro del hotel puedo disfrutar del restaurante, del bar o si lo necesito del Business center, aunque nuestro cuarto cuenta con Internet tipo Wi fi.

3.6.3 MOMENTO DE SALIDA (check-out)

- ✓ Al momento de mi salida llamo a recepción para que me tengan lista mi cuenta y pido por favor me tengan un transporte listo y que el botones suba a ayudar con mi equipaje.
- ✓ En la recepción se me pregunta si tuve consumos del mini-bar para ser cargado a mi cuenta.
- ✓ Se me entrega una pre-cuenta para revisarla si estoy de acuerdo pido también que me carguen el taxi a mi cuenta.
- ✓ Entrego mi tarjeta de crédito para hacer el pago, y pido por favor las cuenta de alojamiento en la factura me salga aparte de las demás.
- ✓ El recepcionista me entrega el vaucher para destruirlo, mi tarjeta y la factura, no sin antes desearme buen viaje y que tenga un pronto regreso.
- ✓ El botones me acompaña hacia el taxi en donde ya dejo el equipaje y me despide cordialmente.

3.7 Procesos y procedimientos por Área de Servicio

3.7.1Recepcionista

Para una buena prestación del servicio un recepcionista debe seguir una serie de pasos:

- ✓ Tener siempre una actitud de servicio, esto quiere decir una buena presentación personal y siempre mirar a los ojos al cliente.

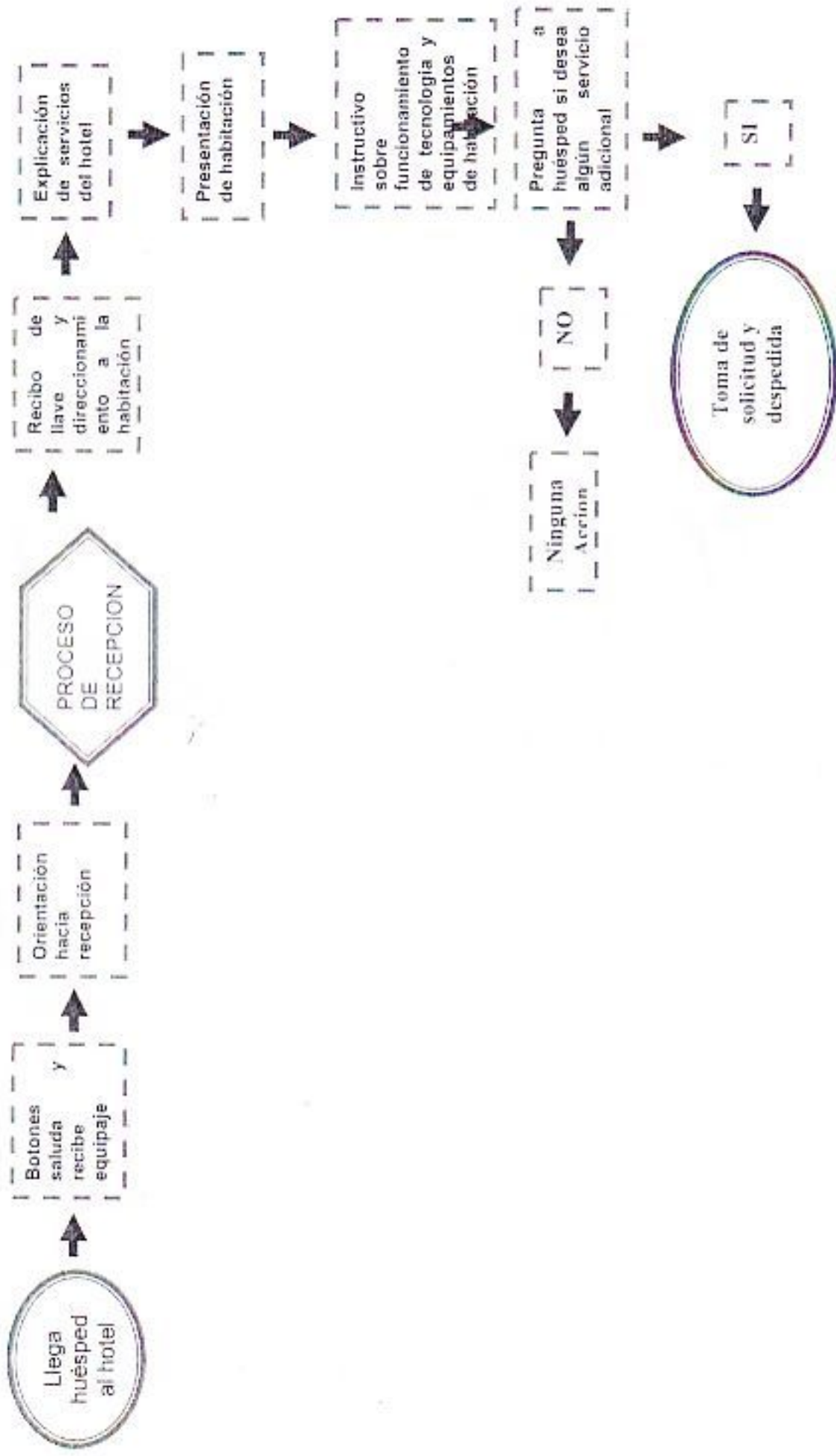
- ✓ Estar pendiente de la correspondencia dejada y de entregar los mensajes en las habitaciones.
- ✓ Confirmar las llamadas a despertar.
- ✓ En el check-in saludar, dar la bienvenida, darse a entender explicando y mostrando todos los servicios del hotel.
- ✓ Programar transportes para la hora que un huésped le pida.
- ✓ En el check-out revisar el mini-bar, preguntar al huésped como estuvo su estadía, despedirlo deseándole un buen viaje y un pronto regreso y acompañarlo hasta el transporte.
- ✓ Apoyar al recepcionista en momentos de verdad, como contestando el teléfono, llevando pedidos a la habitación, conversar con el huésped mientras el recepcionista le hace el check-in o el check-out.

- ✓ Mirar en el sistema las salidas que hay en el día para preparar todas las pre-cuentas pues un check-out no se puede demorar más de 5 minutos.
- ✓ Mirar las llegadas para preparar las llaves de cada habitación.
- ✓ En conjunto con el ama de llaves revisar el estado de todas las habitaciones para asignarlas a los huéspedes del día.
- ✓ Entregar y recibir correctamente la caja que tiene una base en dinero y unos vales que se utilizan para compras o pagos que el hotel tenga.
- ✓ En un check-in debe pedir todos los datos del cliente, pedir una garantía, asignarle en el sistema la habitación que el ama de llaves previamente según la preferencia que tenga el huésped ha asignado, hacer check-in telefónico, hacer firmar el registro y el voucher de garantía.
- ✓ En el check-out si es pago directo hacer el pago bien sea en efectivo o con tarjeta de crédito, y si es una cuenta compañía leer la carta para saber que le cubre la empresa y que paga el huésped y facturar a nombre de la empresa con los soportes firmados por el huésped.
- ✓ Mientras se hace el check-out se le entrega al huésped una encuesta para que califique nuestro servicio.
- ✓ Hace check-out en el sistema y en el teléfono.
- ✓ Llenar un formato de en donde se consignan los dólares, los vouchers, los billetes, las monedas, que se han recibido en el check-out, imprimir el movimiento de cajero en el sistema, y registrar en un libro un número que tiene el formato de entrega de movimiento.

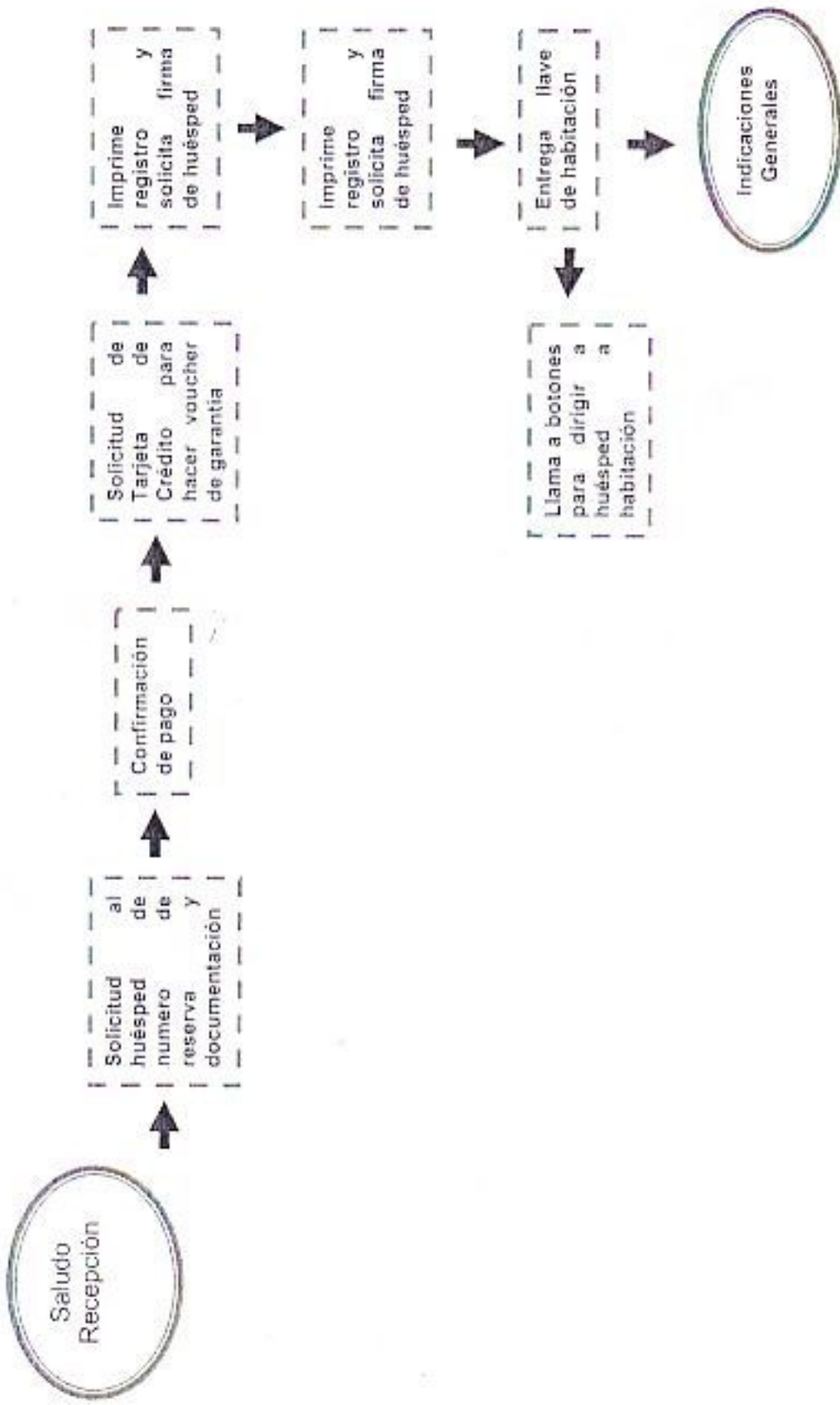
3.7.2 Botones

- ✓ Recibir el turno con las novedades y las tareas que hay que realizar en el día.
- ✓ Revisar el equipaje dejado por los huéspedes en la bodega.
- ✓ Pedir listados de huéspedes en casa, llegadas y salidas.

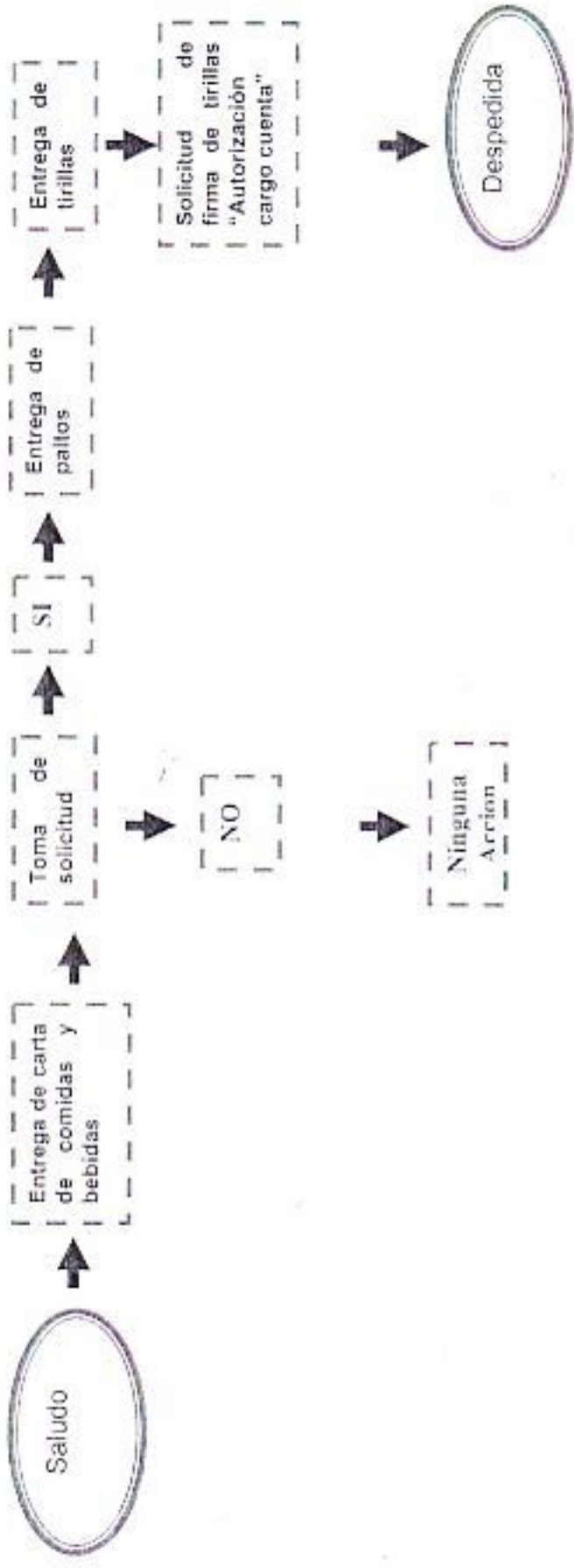
3.8.2 Botones



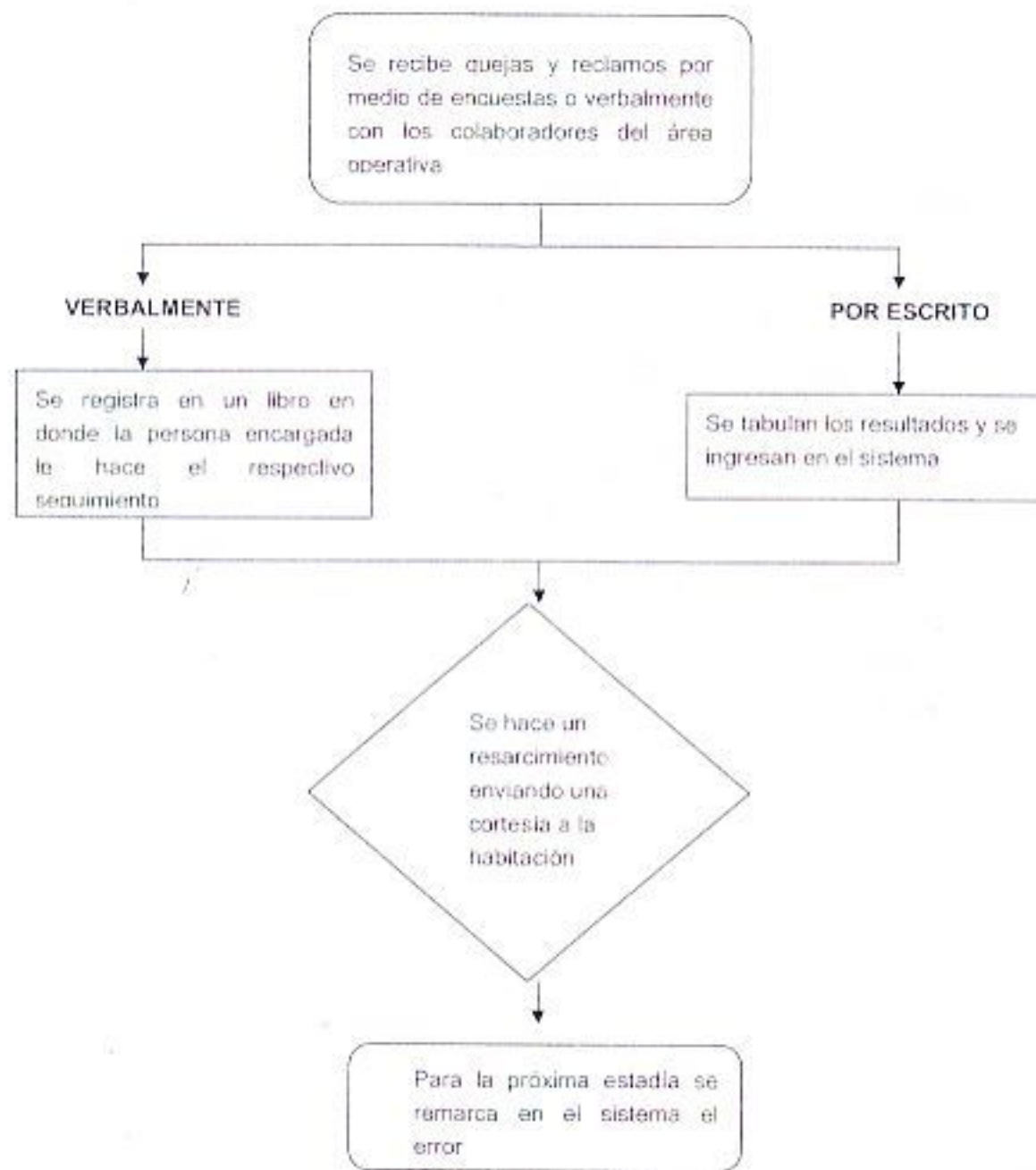
3.8.3 Recepción



3.8.4 Restaurante



3.10 Descripción Procesos y Procedimientos PQR



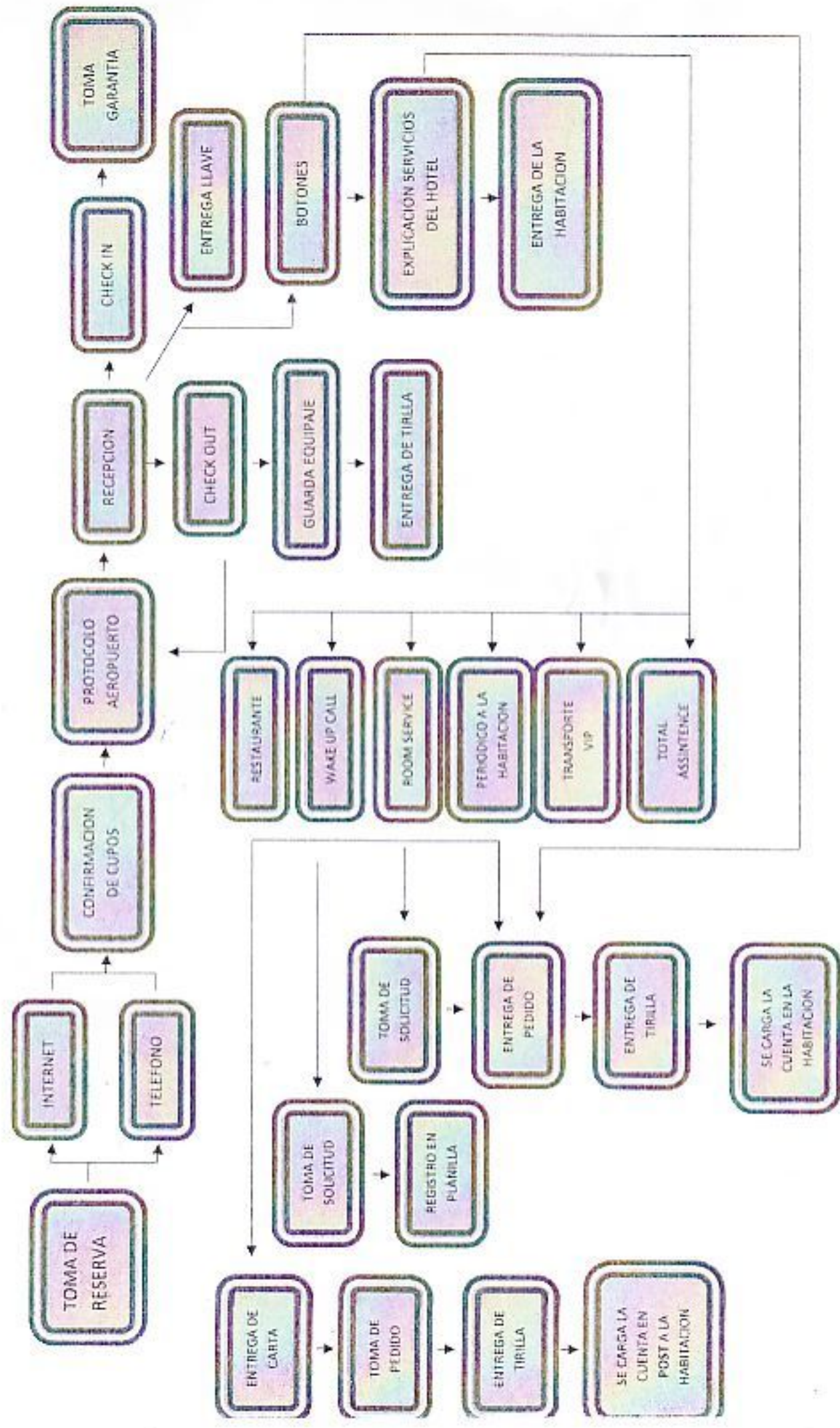
3.11 Cuadro de clasificación de Servicios Ofertados

| ORIGEN | NATURALEZA DE LOS SERVICIOS | | | PSICOLÓGICOS |
|-------------|--|--|---|---|
| | FÍSICOS | COMERCIALES | FINANCIEROS | |
| PROVEEDORES | <p>Lencería Pintura Cerámicas Lámparas Espejos Vajillas</p> <p>Sofás</p> <p>Electrodomésticos Inclinatoria de Cocina Arte Silla Amenites Pintura</p> | <p>Garantía Manuales de Funcionamiento Tamaños y colores de lencería</p> | <p>Descuentos Precios</p> | <p>Calidad Marca Aceptación del Público</p> |
| HOTEL | <p>Señalización Parqueadero Ambientación Temática Infraestructura Colores y Arte 34 Suites Espacio</p> | <p>Página web Eventos Culturales Visitas Empresariales</p> | <p>Descuentos Empresariales Pagos Virtuales Voucher de Garantía Abonos Cambios de Divisas</p> | <p>Decoración Cumplimiento Calidad Confort Seguridad Atención Personalizada</p> |

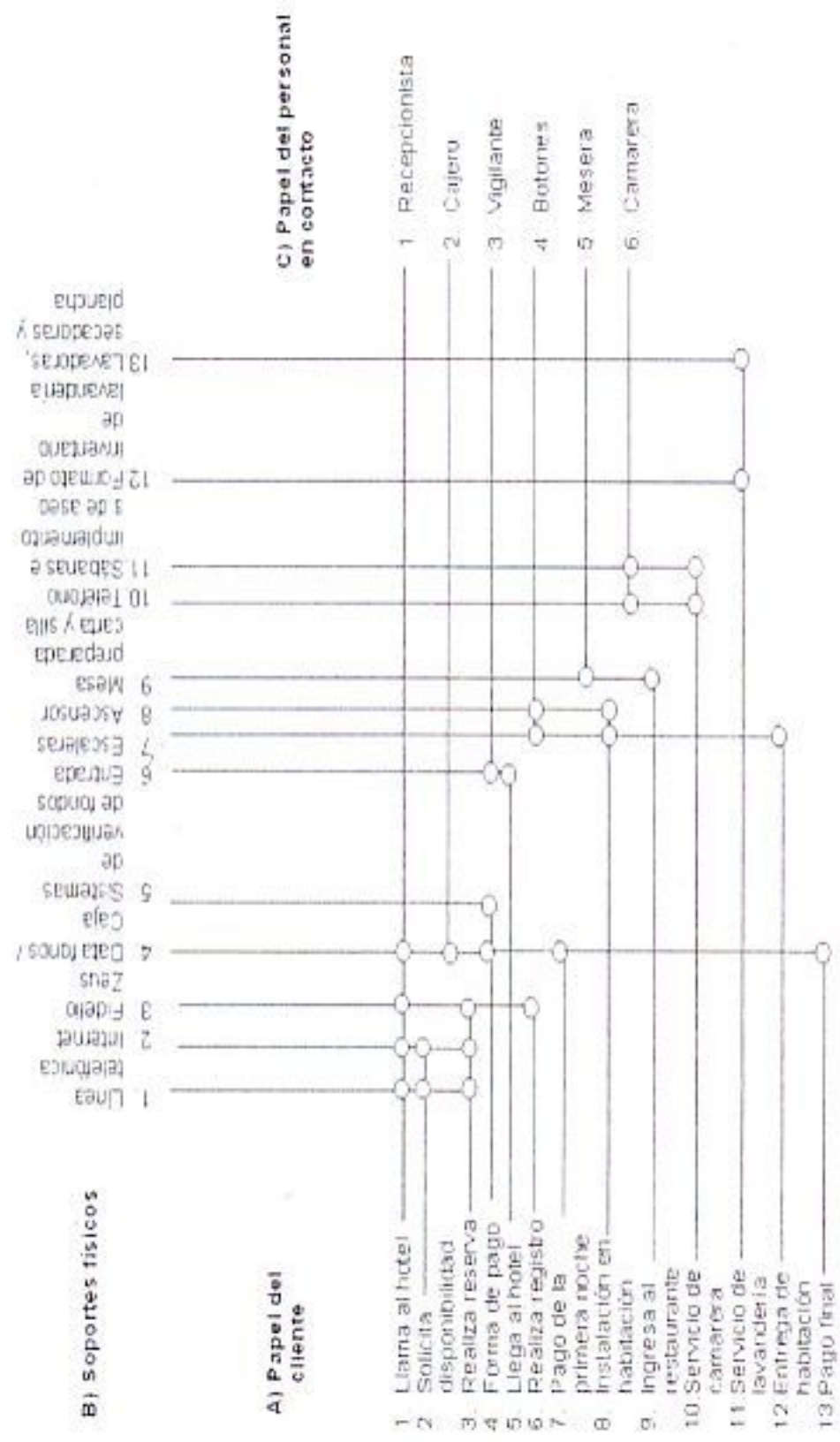
3.12 Cuadro de Flujo del Servicio

| ANTES DE LA COMPRA FUERA DEL HOTEL | DENTRO DEL HOTEL | DURANTE LA ESTADIA DEL HOTEL | DESPUES DE LA ESTADIA DEL HOTEL |
|--|---|---|---|
| Internet: info. General Galería de fotos Reservaciones | Servicio Limpieza Armonía Infraestructura | Decoración: Zonas y Ambientes Servicio Empatía de los Colaboradores Apropiación del espacio | Actualización de Datos Formateo de Quejas y Reclamos Preferencias Seguimiento de Quejas y Reclamos |
| Teléfono: Reservaciones Consulta de planes Eventos | Seguridad Servicio Arte | | |

3.13 Grafo del servicio



3.13 Grafo Servuccion

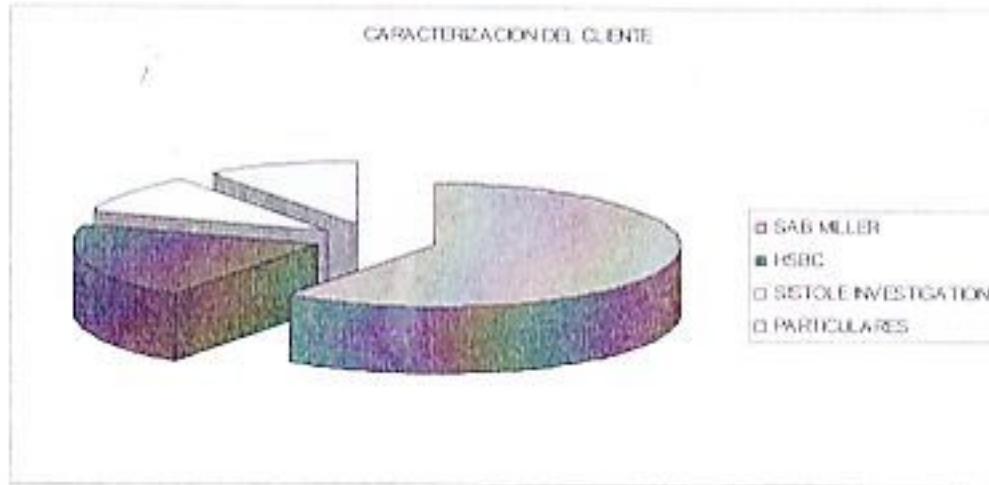


4. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL CLIENTE EXTERNO

4.1. CARACTERIZACIÓN DEL CLIENTE

De acuerdo al estudio del target de clientes en hotel Celebrities Suites se evidencia un alto porcentaje de ocupación en este por parte de Altos ejecutivos y consultores de empresas tales como petroleras, tecnológicas, telecomunicaciones, servicio al cliente y licores

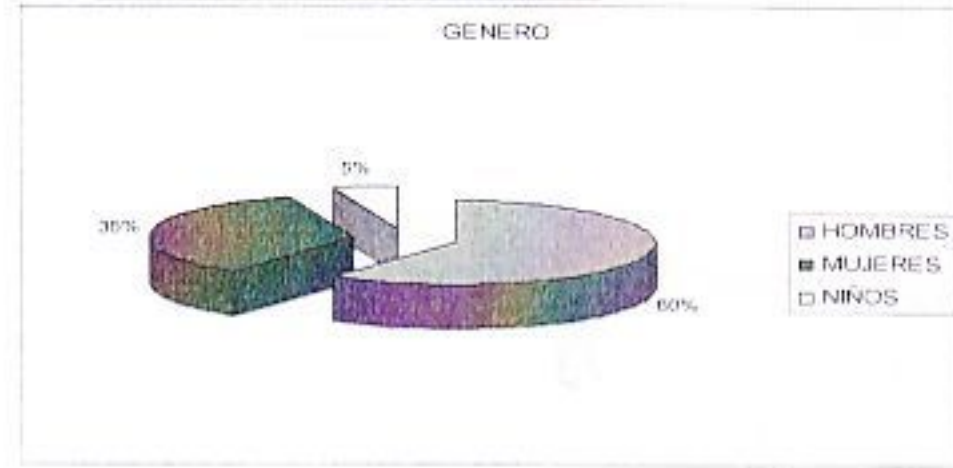
| % | EMPRESAS |
|-----|-----------------------|
| 60% | SAB MILLER |
| 20% | HSBC |
| 10% | SISTOLE INVESTIGATION |
| 10% | PARTICULARES |



Según el resultado de las encuestas realizadas se registro un alto porcentaje de ocupación por el género de los hombres siendo este un 60%, seguido del 35% Mujeres y el 5% niños

4.2. GENERO

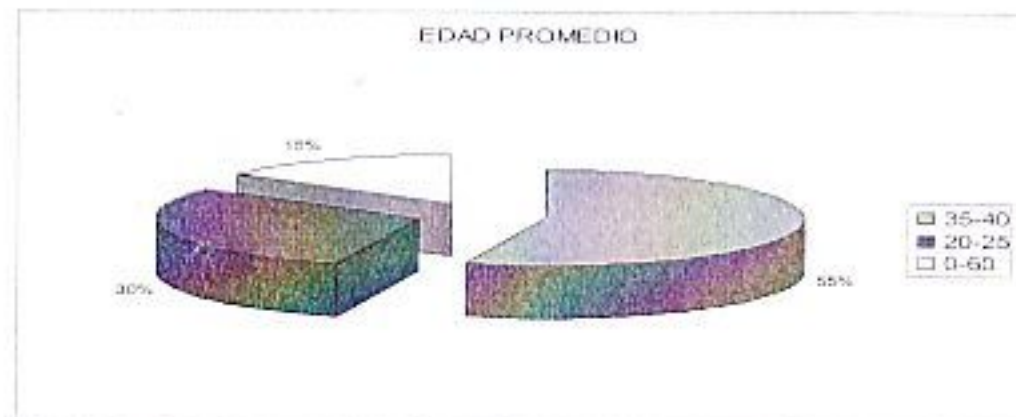
| % | GENERO |
|----|---------|
| 60 | HOMBRES |
| 35 | MUJERES |
| 5 | NINOS |



4.3. DATOS EDAD PROMEDIO

La edad promedio de los huéspedes oscila entre 0 meses – 60 Años distribuidos de la siguiente manera:

| % | EDAD | TIPO DE CLIENTE |
|-----|-------|---------------------------------------|
| 55% | 35-40 | Ejecutivos Alto Perfil |
| 30% | 20-25 | Grupos Viajeros via Internet |
| 15% | 0-60 | Familias Viajes Reservas Via Internet |



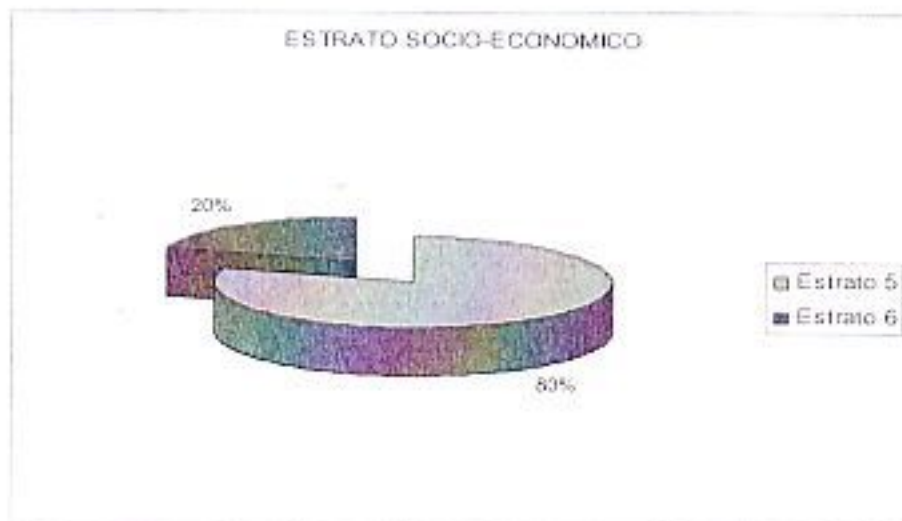
4.4. MOTIVO DE FRECUENCIA

| | |
|-----|----------|
| 70% | Bussines |
| 30% | Turismo |



4.5. ESTRATO SOCIO-ECONOMICO

| % | ESTRATO ECONOMICO | SOCIO- |
|-----|-------------------|--------|
| 80% | Estrato 5 | |
| 20% | Estrato 6 | |



5. INVESTIGACIÓN CLIENTE EXTERNO

5.1 ENCUESTA

CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC
CURSO DE ALTA GERENCIA EN EL SERVICIO
GERENCIA COMERCIAL



Buenos Días somos estudiantes de la Corporación Universitaria Unitec y estamos realizando un curso de alta gerencia en el servicio, por tal motivo escogimos el hotel Celebrities Suites para estudiar la calidad del servicio que este ofrece.

Agradecemos la atención prestada para realizar esta encuesta.

Nombre: _____

M F

Sexo:

0 a 20

20 a 30

30 a 40

40 a 50

Edad:

Nacionalidad: _____

En una escala de 1 a 5 considerando 1 como Malo y 5 como Excelente califique:

1. Encuentra atractiva la temática que maneja el hotel?

2. Como considera usted que es la rapidez del servicio al momento de realizar el Check in // Check Out?

3. Como considera la ubicación del hotel?

4. Cree usted que el hotel se anticipa a sus necesidades?

SI NO

5. Los servicios ofrecidos por el hotel satisfacen sus necesidades?

SI NO

6. Cuál es el motivo de su visita?

★ Descanso

★ Negocios

★ Personal

★ Otros

Cual? _____

7. Cree usted que el hotel cuenta con el personal suficiente para atender a sus huéspedes?

SI NO

8. Como califica el servicio brindado por el personal del hotel?

9. Como califica la presentación personal de los colaboradores del hotel?

10. Como califica la Bienvenida del hotel?

11. Como califica los siguientes servicios?

★ Total Assistance _____

★ Ama de Llaves _____

★ Wake Up Call _____

★ Restaurante _____

★ Botones _____

★ Recepción en el aeropuerto _____

8. Los servicios ofrecidos por el hotel satisfacen sus necesidades?

| | |
|----|---|
| SI | 5 |
| NO | 2 |



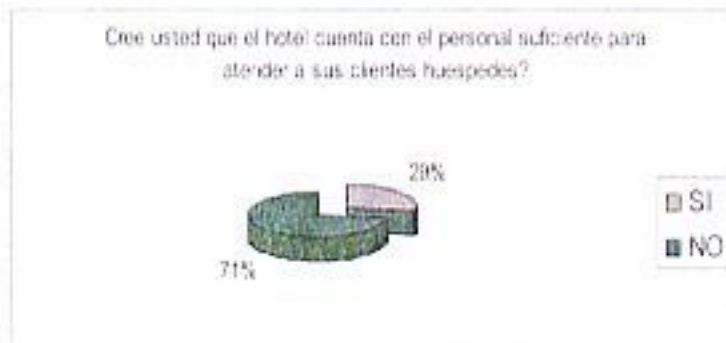
9. Cuál es el motivo de su visita?

| | |
|----------|---|
| DESCANSO | 3 |
| NEGOCIOS | 4 |
| PERSONAL | |
| OTRO | |



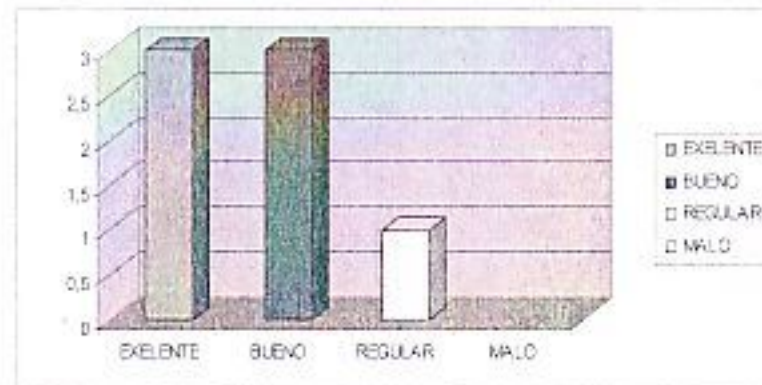
10. Cree usted que el hotel cuenta con el personal suficiente para atender sus necesidades?

| | |
|----|---|
| SI | 2 |
| NO | 5 |



11. Como califica el servicio brindado por el persona del hotel?

| CALIFICATIVO | RANGO | % |
|--------------|-------|---|
| EXELENTE | 5 | 3 |
| BUENO | 4 | 3 |
| REGULAR | 3 | 1 |
| MALO | 1 | |



12. Al llegar a la habitación del hotel encuentra un espacio acogedor como si estuviese en su propia casa?

SI NO

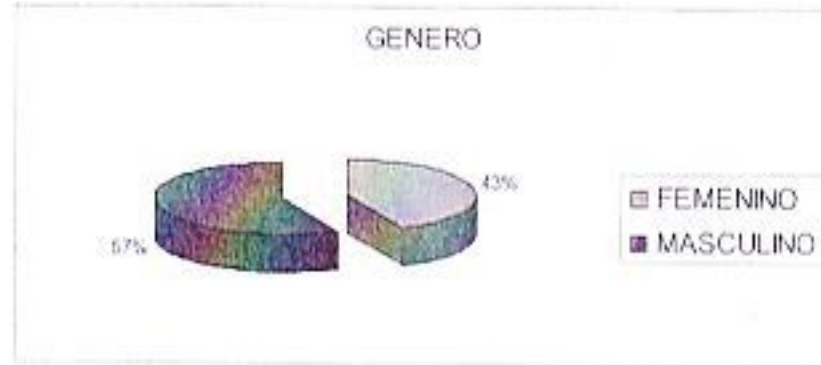
13. En su experiencia con nosotros como califica la limpieza y orden de las habitaciones?

14. A manera de sugerencia a que celebridad le gustaria encontrar en su próxima estadia en el hotel?

5.2 ANALISIS ENCUESTAS

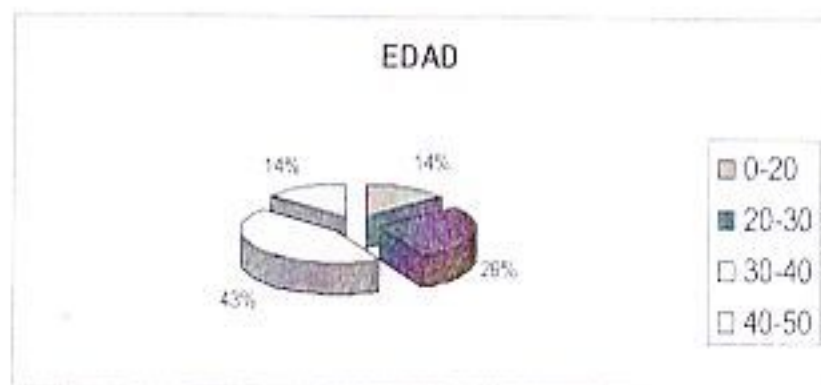
1. GENERO

| GENERO | # PERSONAS |
|-----------|------------|
| FEMENINO | 3 |
| MASCULINO | 4 |



2. EDAD

| EDAD | % |
|-------|---|
| 0-20 | 1 |
| 20-30 | 2 |
| 30-40 | 3 |
| 40-50 | 1 |



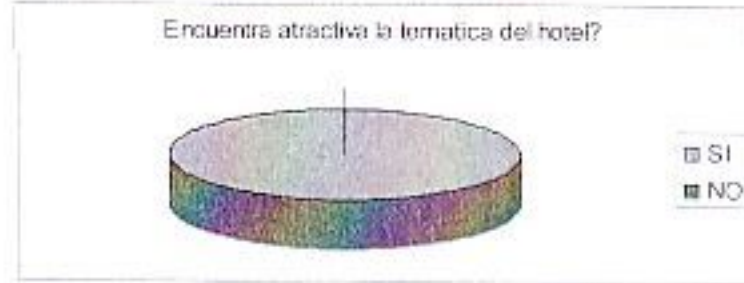
3. NACIONALIDAD

| NACIONALIDAD | % |
|--------------|---|
| MEXICANOS | 4 |
| ESPAÑOLES | 3 |
| AMERICANOS | 1 |



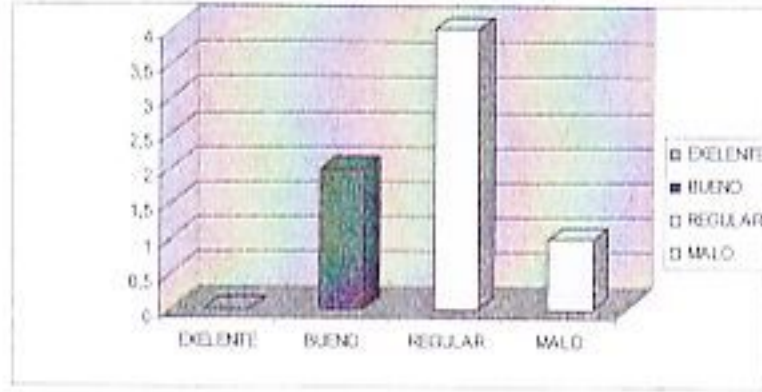
hotel?

| | |
|----|---|
| SI | 7 |
| NO | 0 |



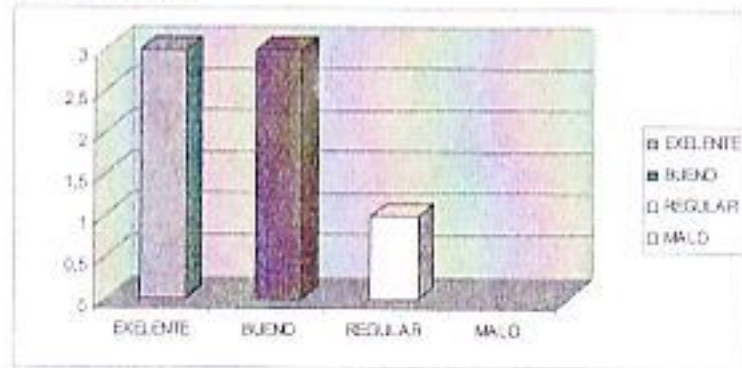
5. Como considera que es la rapidez del servicio al momento de realizar el Check In // Out?

| CALIFICATIVO | RANGO | % |
|--------------|-------|---|
| EXELENTE | 5 | 0 |
| BUENO | 4 | 2 |
| REGULAR | 3 | 4 |
| MALO | 1 | 1 |



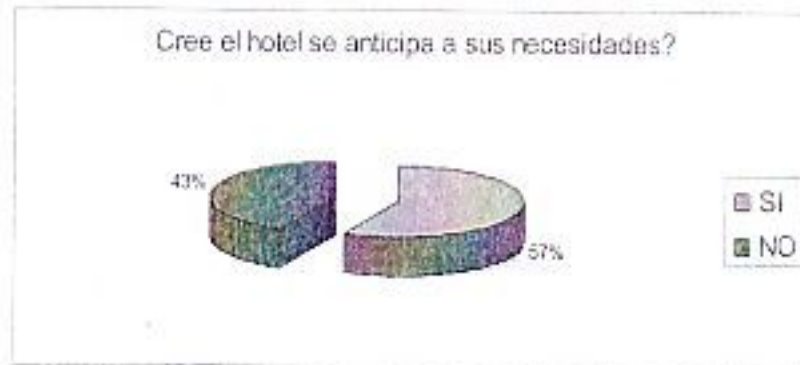
6. Como considera la ubicacion del hotel?

| CALIFICATIVO | RANGO | % |
|--------------|-------|---|
| EXELENTE | 5 | 3 |
| BUENO | 4 | 3 |
| REGULAR | 3 | 1 |
| MALO | 1 | 0 |



7. Cree que el hotel se anticipa a sus necesidades?

| | |
|----|---|
| SI | 4 |
| NO | 3 |



7. CONCLUSIONES

Gracias a este diplomado de alta gerencia en el servicio, con la dirección y emprendimiento del profesor Julio Arbeláez quien por medio de su buena actitud, conocimiento, nuevos métodos de educación como el yoga antes de cada clase y experiencia como administrador hotelero brindo todas las herramientas necesarias, para poder estudiar al hotel celebrities suites, el cual nos abrió sus puertas y nos dio la oportunidad de poder hacer esta investigación.

Con el apoyo del gerente Juan Francisco Parra y el conserje Edgar Quintero quienes compartieron todo su conocimiento y experiencia, se llega a la conclusión que si se quiere ser competitivos y entrar en el sector hotelero se debe estar con toda la disposición de innovar en el mercado, como lo demostró el hotel celebrities suites con su nuevo concepto temático de celebridades y suites exclusivas para negocios.

Donde la idea es crear una experiencia totalmente nueva para ejecutivos de alto perfil de diferentes empresas donde su estadía y su forma de hacer negocios cambie y tengan todas las herramientas facilidades y tecnología para sus reuniones de negocios y presentaciones.

Por medio de esta investigación se dedujo como el porcentaje de extranjeros e inversionistas que llegan han crecido en gran proporción lo cual es muy positivo para nuestro país ya que esto quiere decir que estamos saliendo de la imagen de oscuridad y violencia que llevábamos por tantos años y tenemos más posibilidades de crecer y ser reconocidos en el mundo como un país de oportunidad y éxito.

Así como también como los hoteles temáticos son los hoteles del futuro ya que su único fin no es vender una cama si no dar toda una experiencia un claro ejemplo es Celebrities donde las estrellas son los anfitriones y cada noche se puede ir cambiando de celebridad ya que cada habitación está diseñada y tematizada.

Una vez de lleno en la organización se pudo visualizar que es una empresa pequeña que aun flaquea en varios aspectos importantes en cuanto a procedimientos se trata, ya que no cuenta con una estandarización de procesos y procedimientos, lo que refleja la falta de un lenguaje propio de la cultura Celebrities, ocasionando mantener al descubierto pasos claves en la elaboración del servicio.

Se puede evidenciar que a falta de personal para esta empresa en desarrollo ocasiona que no se les pueda brindar un trato personalizado y ágil a los huéspedes,

lo que hace que la descomposición de tareas no se pueda cumplir a cabalidad, puesto que dejan al aire pasos y procedimientos que pueden influir en un futuro servicio.

En la actualidad es muy importante mantener una estandarización del servicio y un stock de productos pues esto facilita y genera una cultura de servicio encaminada a satisfacer al huésped, lo que genera un alto nivel de ocupación ya que es el huésped quien va a sentir el orden, calidez, agilidad y servicio en todo su contexto para así mismo distinguir al hotel no solo por su infraestructura y su arte si no por su servicio.

Celebrities suites maneja un cliente de alto perfil lo que le permite mantener unas tarifas de altas lo que genera mantener todos sus activos aun siendo un hotel con pocas habitaciones en comparación con los del sector, actualmente esto se ve reflejado en el constante crecimiento de las cadenas hoteleras por las facilidades que brinda el gobierno para la remodelación y creación de suites y/o habitaciones; factor que también el hotel ha sabido manejar creando e innovando constantemente sus suites, estando a la vanguardia de la tecnología para día a día cumplir con la visión que este mantiene "Para el 2013 queremos convertirnos en el mejor bussines apartment de Suramérica."

Con este estudio hemos sabido diferenciar las fortalezas y debilidades que tiene la compañía en su política interna y a su vez que factores intervienen en el desarrollo y/o crecimiento del mismo; para estar al tanto de que puntos críticos se deben mejorar o que pasos se deben completar para con esto mejorar el servicio y alcanzar una mayor rentabilidad.

Con el estudio y la creación del plan estratégico queremos:

1. Convertirse en un lugar de moda
2. Que sea el lugar preferido para la realización de eventos vuelva un lugar preferido
3. Que sea un lugar de referencia. Esto se va hacer por medio de Prensa y revistas Avisos en publicaciones afines locales e internacionales.

Debemos transmitir el Concepto Celebrities en todos los niveles. Y qué mejor forma que hacerlo sentir como personas importantes. "En Celebrities el mundo gira en torno a usted" por esto creamos una estrategia donde se realizará una velada donde los trabajadores serán los invitados especiales y allí se emitirá el mensaje que Celebrities quiere transmitir a sus huéspedes-Será una experiencia para quienes son los encargados de hacer sentir lo que realmente Celebrities quiere para sus clientes. Será una experiencia para quienes son los encargados de hacer sentir lo que realmente Celebrities quiere para sus clientes.

Los recibirán los personajes que tiene Celebrities Bienvenida por parte de vocero Celebrities Toque de un artista reconocido Atención en las habitaciones carta de bienvenida firmada por la celebridad Al siguiente día: entrega de press kit y bono cortesía .

Ofreceríamos un paquete completo: Transporte aeropuerto, hotel aeropuerto, Alimentación, Alojamiento en el Hotel, Traslado hotel club de golf hotel y muchos más planes que cautiven a nuestro cliente. Ofreceríamos un paquete completo: Transporte aeropuerto Alimentación Alojamiento en el Hotel Traslado hotel club de golf hotel y esta y muchas más estrategias se pueden ir creando para que el hotel fresca y se posicione en el mercado de una forma más fuerte y competitiva.

Podemos concluir gracias a este estudio con un enfoque claro que quiere, que tiene y para donde va el hotel es muy importante.

El trabajo en grupo aportó mucho para nuestro desarrollo como profesionales, ya que nos dio el reto de enfrentarnos a nuestros temores y el saber mantener siempre una buena energía y buena actitud ante cualquier reto que se nos presente en la vida.