



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

TRABAJO INVESTIGATIVO

JOSE FRANKLIN TRIANA CALDERON

SEMINARIO
DIRECCION Y VENTAS:
MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA RESERVAR EL
HOTEL DESDE CASA

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
SEDE ESPINAL
2019



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

TRABAJO INVESTIGATIVO

JOSE FRANKLIN TRIANA CALDERON

SEMINARIO
DIRECCION Y VENTAS:
MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA RESERVAR EL
HOTEL DESDE CASA

ADRIANA MATALLANA MOLINA
Docente Universitaria

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
SEDE ESPINAL
2019



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución
NoComercial CompartirIgual 4.0
Internacional



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

TABLA DE CONTENIDO

- Introducción
1. Título
 2. Descripción del proyecto
 - 2.1. Planteamiento del problema y justificación de necesidades y pertinencia
 - 2.2. Marco teórico y estado del arte.
 3. Objetivos del proyecto
 - 3.1. Objetivo General
 - 3.2. Objetivos Específicos
 4. Metodología propuesta.
 - 4.1. Modalidad de investigación
 - 4.2. Tipo de investigación
 - 4.3. Método
 - 4.4. Técnicas e instrumentos de investigación
 5. Cronograma de actividades.



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

INTRODUCCION

El presente documento se centra en indicar que el servicio al cliente se ha convertido en motivo esencial en la decisión del cliente al escoger donde realizar la compra de algún producto y/o servicio, en especial en las empresas en las cuales su naturaleza es la prestación de servicio, como la industria hotelera.

Todo esto da como resultado que el servicio actualmente sea un factor fundamental en la competitividad en los negocios. El servicio al cliente es el pilar fundamental de una empresa, es la base para conquistar al público. A nivel mercadeo el cliente es el factor fundamental no solo en la parte monetaria, sino también para el área publicitaria; se considera que un cliente satisfecho atrae un mínimo de 4 clientes más por la buena propaganda que hace, por el contrario un cliente insatisfecho genera una mala propaganda que puede llegar a más o menos a 10 clientes evitando que ellos conozcan el sitio y realicen especulaciones por lo que escucharon.

por consiguiente, el servicio al cliente requiere de importantes compromisos y esfuerzos por parte de todos los miembros de una organización para realizarse de manera adecuada. Con este trabajo se exponen algunas sugerencias o recomendaciones a directivos y colaboradores en general del HOTEL EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO interesados en implementar o mejorar sus estrategias de servicio para la satisfacción de sus huéspedes, la mejora de su imagen empresarial y por ende la competitividad de la organización.



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

1. TÍTULO

MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA RESERVAR EL HOTEL DESDE CASA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Como en toda empresa de servicios, un hotel debe intentar buscar la excelencia en la atención al cliente. Es por ello, que el principal activo que debe poseer una empresa hotelera es su reputación.

HOTEL EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO, necesita más que nunca poseer una imagen y reputación fuerte, tanto offline como online, en busca de que tanto antiguos como nuevos potenciales clientes tomen sus decisiones influenciados por los comentarios difundidos en Internet por los anteriores huéspedes del hotel o que directamente piden información sobre él a sus amigos o contactos en Redes Sociales.

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN EN TÉRMINOS DE NECESIDADES Y PERTINENCIA.

Debido a la crecimiento demanda de exigencias por parte del turista y la competencia avante en el municipio de Purificación, es indispensable que el personal que trabaja día a día en el HOTEL EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO debe estar lo suficientemente capacitado y motivado como para desarrollar su función con la mejor calidad y eficiencia posibles.

A su vez, el propietario y/o administrador del HOTEL EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO, tienen que aportar las herramientas necesarias, brindar la formación adecuada y generar el ambiente laboral más apropiado para que sus empleados presten un servicio al cliente de calidad. Por consiguiente, es necesario comprender tanto al cliente externo como interno.

Es importante satisfacer al cliente interno (los empleados del hotel):

- ✓ Estableciendo un ambiente de trabajo adecuado, salarios competitivos y reconocimiento de logros y contribuciones.



Universidad Cooperativa
de Colombia

- ✓ Reforzándoles los conocimientos profesionales adecuados para poder prestar un servicio de calidad, como un adecuado manejo de los últimos adelantos tecnológicos que facilitan la atención personalizada de los huéspedes.
- ✓ Y por último, reuniones semanales con el personal, donde se hable de la calidad del servicio que se está prestando, en busca de retroalimentar y obtener datos muy valiosos y a reorientar lo que este fallando.

De esta forma, el cliente externo (los huéspedes del hotel), podrá ser entendido en sus gustos y necesidades, teniendo en cuenta que cada vez los turistas son más heterogéneos. Hay una creciente necesidad de contar con servicios tecnológicos de primer nivel y tener una comunicación directa y en tiempo real, con sus proveedores turísticos.

Por lo tanto, el hotel, debe tener la capacidad de brindar un servicio online con el cual puedan reservar directamente hospedaje y/o alimentación desde su móvil, a partir de un trato más personal y cálido.

2.2 MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE.

El turismo es un fenómeno que abarca muchas dimensiones, donde el turista exige y demanda nuevas vivencias continuamente. Por lo que hay que hacer modificaciones y adaptarse para no quedar obsoleto y terminar cerrando puertas.

El turismo es una actividad económica importante para Colombia. Tolima es uno de los treinta y dos departamentos que, junto con Bogotá, Distrito Capital, forman la República de Colombia. Purificación está localizada al Suroriente del departamento del Tolima, Patrimonio cultural, histórico y turístico. Entre ellos: Santuario Nuestra Señora de la Candelaria y del Amparo, Cárcel Municipal (Lugar en el cual Bolívar instaló su residencia - sitio de arribo de sus tropas en la Villa de las Palmas), Puente sobre el Río Magdalena, Parque Recreacional de Villa de las Palmas - Piscina con olas, Cascadas Veredales Campo Alegre, entre otros. Hacen de Purificación un turismo alternativo fuera de lo convencional donde se puede disfrutar de los atractivos naturales y las manifestaciones culturales que el mismo tiene. De esta forma, aprovechando este tipo de turismo, es necesario que se disponga de una capacidad hotelera para el disfrute de los visitantes.

El Hotel EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO, uno de las empresas primeras empresas hoteleras, ubicada en la vía principal y central del municipio



Universidad Cooperativa
de Colombia

debe adaptarse a las nuevas exigencias del turismo, Como consecuencia, surge la actividad de innovación, presente en todos sus ámbitos, adoptando una actitud abierta al cambio para tomar posición y competir mejor en el mercado.

El turismo requiere contar con recursos humanos capacitados para su desarrollo, que cumpla estándares de competitividad y calidad en sus servicios. Por lo tanto, el objetivo del Hotel es crear sentido de pertenencia a partir del servicio al cliente, empoderándose del Patrimonio por el cual se reconoce a Purificación como destino turístico, escalándose hacia un servicio offline como online mediante la constante capacitación al personal que tiene contacto directo con el cliente.



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir al mejoramiento de las debilidades que poseen los clientes internos del Hotel EL PALMAR - ANTIGUO PARADOR TURÍSTICO, para convertirlas en oportunidades y fortalezas, en busca de una mejor eficiencia y competitividad ante la competencia hotelera.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar la situación actual de la gestión de servicio al cliente que brinda el hotel.
2. Sensibilizar a los empleados del Hotel en cultura organizacional: Misión, Visión y Valores del Hotel.
3. Diseñar estrategias que eleven los niveles de conocimientos, habilidades y destrezas de los clientes internos.



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

4. METODOLOGÍA PROPUESTA

4.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Cuali-cuantitativa: Su consideración y aplicación incidió de forma directa dentro del análisis de la población que se considera estudiar para obtener la información que se requería a fin de fortalecer la investigación, además se la vio involucrada dentro del planteamiento de los diversos datos estadísticos en los cuales se hizo referencia.

4.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- ✓ Descriptiva:

En razón que se utiliza el conocimiento existente sobre la prestación de servicios y atención al cliente en el hotel.

4.3. MÉTODO

- ✓ Inductivo – Deductivo: Investigación como proceso sistemático para determinar las causas y efectos o factores que influyen internamente y los aspectos externos generales.

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- ✓ Observación: Se realizó a través de las visitas del investigador donde se percibió el ambiente de manera inadecuada en cuanto a la falta de amabilidad por parte del personal que tiene contacto directo con el cliente.



Universidad Cooperativa
de Colombia

Sede Espinal

5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Archivo adjunto en Excel