

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN**



**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO  
REALIZADO EN HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL  
MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA  
VERAPAZ.**

**TEDY FERNANDO FETZER BOTZOC**

**COBÁN, ALTA VERAPAZ, OCTUBRE DE 2015**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO  
REALIZADO EN HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL  
MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA  
VERAPAZ.**

**PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO DE NORTE**

**POR**

**TEDY FERNANDO FETZER BOTZOC**

**CARNÉ 200940290**

**COMO REQUISITO PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**COBÁN, ALTA VERAPAZ, OCTUBRE DE 2015**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS  
RECTOR MAGNÍFICO**

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

**CONSEJO DIRECTIVO**

PRESIDENTE: Lic. Zoot. M. A. Fredy Giovani Macz Choc  
SECRETARIA: Licda. T.S. Floricelda Chiquin Yoj  
REPRESENTANTE DOCENTE: Ing. Geólogo Cesar Fernando Monterroso Rey  
REPRESENTANTE EGRESADOS: Ing. Agr. Julio Oswaldo Méndez Morales  
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES: Br. Fredy Enrique Gereda Milián  
PEM. César Oswaldo Bol Cú

**COORDINADOR ACADÉMICO**

Lic. Zoot. Erwin Gonzalo Eskenasy Morales

**COORDINADOR DE CARRERA**

Lic. Erick Jerónimo Milián Santa Cruz

**COMISIÓN DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN**

COORDINADOR: Lcda. Olga Tatiana Monterroso Braham De Cáceres  
SECRETARIA: Lcda. M.A. Clara Delia Romero Suárez De Flohr  
VOCAL: Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul

**REVISOR DE REDACCIÓN Y ESTILO**

Ing. Milton Haroldo Rivera Chen

**REVISORA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

Lcda. Olga Tatiana Monterroso Braham De Cáceres

**ASESORA**

Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE —CUNOR—  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7951-3645 y 7952-1064  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 15 de Octubre de 2015  
Ref. No.: 15/CADE-263-2015

Señores  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Asesoría del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, elaborado por el estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Tedy Fernando Fetzer Botzoc, Carné No. 200940290.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul  
Asesora



c.c.archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE —CUNOR—  
Cobán Alta Verapaz  
Teléfono: 7951-3645 y 7952-1064  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 19 de Octubre de 2015  
Ref. No.: 15/CADE-264-2015

Señores  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, elaborado por el estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Tedy Fernando Fetzer Botzoc, Carné No. 200940290.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

Lcda. Olga Tatiana Monterroso de Cáceres  
Revisora del Informe



c.c.archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE —CUNOR—  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7951-3645 y 7952-1064  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 21 de Octubre del 2015  
Ref. No.: 15/CADE-265- 2015

Señores:  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión en cuanto a Redacción y Estilo del Trabajo de Graduación titulado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, elaborado por el estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Tedy Fernando Fetzer Botzoc, Carné No. 200940290.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

Ing. Milton Haroldo Rivera Chen  
Revisor de Redacción y Estilo



c.c. archivo



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE—CUNOR—  
Cobán Alta Verapaz  
Teléfono: 7951-3645 y 7952-1064  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A.V. 21 de Octubre de 2015  
Ref. No.: 15/CADE-266-2015

Licenciado  
Fredy Giovani Macz Choc  
Director Centro Universitario del Norte, CUNOR.

Respetable Señor Director:

Habiendo conocido los dictámenes favorables de la asesora, revisor de trabajos de graduación y revisor de redacción y estilo; esta Comisión concede el visto bueno al Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA, DEL MUNICIPIO DE COBÁN, DEL DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, elaborado por el estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Tedy Fernando Fetzer Botzoc, Carné No. 200940290**, previo a optar al título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Atentamente.

  
Lcda. Annie Leobeth Dubón Xitimul  
Vocal

"Id y Enseñad a Todos"



  
Lcda. Clara Delia Romero Suárez de Flohr  
Secretaria



  
Lcda. Olga Tatiana Monterroso Braham  
Coordinadora Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas



c.c. archivo.

## HONORABLE COMITÉ EXAMINADOR

En cumplimiento a lo establecido por los estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a consideración de ustedes el Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado, realizado en Hotel Alcázar de Doña Victoria, del Municipio de Cobán, del Departamento de Alta Verapaz, como requisito previo a optar al título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.



Tedy Fernando Fetzer Botzoc

200940290

## **RESPONSABILIDAD**

“La responsabilidad del contenido de los trabajos de graduación es: Del estudiante que opta al título, del asesor y del revisor; la Comisión de Redacción y Estilo de cada carrera, es la responsable de la estructura y la forma”

Aprobado en punto SEGUNDO, inciso 2.4, subinciso 2.4.1 del Acta No. 17-2012 de Sesión extraordinaria de Consejo Directivo de fecha 18 de julio del año 2 012.

## **DEDICATORIA A:**

- Dios                      Por guiarme y permitirme terminar esta etapa de mi vida satisfactoriamente.
- Mis padres              Héctor Fetzer y Julieta Botzoc, por todo el amor y apoyo incondicional brindado en cada momento de mi vida.
- Mis hermanos        Pablo y Brenda por el apoyo y comprensión brindado en estos años.

## **AGRADECIMIENTO A:**

Hotel Alcázar de Doña Victoria	Por concederme desarrollar mi práctica profesional en sus instalaciones y por el apoyo brindado.
Centro Universitario del Norte	Por los conocimientos adquiridos de esta honorable casa de estudios.
Mis amigos y compañeros	Karen, Jonatan, Victor, Marvin, William, Raquel y Francisco por todo el apoyo y los momentos vividos.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b>	i
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>OBJETIVOS</b>	3

### CAPÍTULO 1

#### DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA

1.1. Caracterización del área de práctica	5
1.1.1. Localización	5
1.1.2. Recursos	5
a. Materiales	5
b. Humanos	6
1.1.3. Situación tecnológica	7
1.1.4. Situación económica	7
1.1.5. Situación social y ambiental	7
1.1.6. Situación político - legal	8
1.2. Descripción general de la empresa	8
1.2.1. Visión	10
1.2.2. Misión	10
1.2.3. Objetivos	10
1.2.4. Situación administrativa	10
1.2.5. Situación de mercado	12
1.3. Matriz de oportunidades y debilidades	14
1.4. Descripción de la problemática	15
1.5. Jerarquización de la problemática	22

### CAPÍTULO 2

#### DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS

2.1 Plan anual 2015	23
2.2 Campaña publicitaria	25
2.3 Control de inventarios de existencias en el área de bodega	27

### CAPÍTULO 3

#### ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Plan Anual	31
3.2 Campaña Publicitaria	32

3.3 Control de inventarios de existencias en el área de bodega	33
<b>CONCLUSIONES</b>	35
<b>RECOMENDACIONES</b>	37
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	39
<b>ANEXOS</b>	41

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Capital Humano	6
Cuadro 2 Matriz de oportunidades y debilidades de Hotel Alcázar Doña Victoria	14

## RESUMEN

El presente trabajo del ejercicio profesional supervisado –EPS- fue realizado en la empresa Hotel Alcázar de Doña Victoria cuya actividad principal es la prestación de servicios de hostelería en Cobán, Alta Verapaz, tomando en cuenta las condiciones en las que se encontraba, se realizaron propuestas técnicas para mejorar su rendimiento.

Durante el desarrollo del –EPS- se realizó un análisis general de la empresa para determinar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, a través de estos se encontraron las áreas a mejorar o a potencializar que dieron lugar a la realización de la jerarquización por medio de la herramienta árbol de problemas y su posterior intervención.

Seguidamente se procedió a elaborar un plan de trabajo que permitiera la ejecución de las propuestas, para con ello mejorar el rendimiento general de la organización y por ende aumentar la productividad, apoyado de revisión bibliográfica sobre los temas priorizados para que estos pudieran estar efectivamente estructurados e implementados.

Los principales aportes del presente trabajo fueron: la realización del plan anual 2015, que permite llevar a cabo de manera eficaz cada una de las actividades planteadas, así como un presupuesto para cada estrategia; de igual manera se propuso como el desarrollo de una campaña publicitaria aplicada al nivel de ventas que eleve el número de visitantes a la organización; finalmente el diseño y aplicación de un *software* para el control de inventarios del área de bodega el cual permitió generar un ordenamiento de las entradas y salidas a dicha área.

Las propuestas descritas han sido planteadas para contribuir al rendimiento de las actividades administrativas y operativas de Hotel Alcázar de Doña Victoria, garantizando así su posición en el mercado competitivo.

## INTRODUCCIÓN

El presente informe proporciona el desarrollo del trabajo realizado en el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- en la empresa Hotel Alcázar de Doña Victoria, ubicada en la ciudad de Cobán del departamento de Alta Verapaz; informe que muestra la situación de la organización, establecida a través del diagnóstico realizado, y que de acuerdo a los resultados obtenidos se plantearon propuestas en función al fortalecimiento de las debilidades encontradas y en busca de la efectividad y eficiencia administrativa de la empresa.

El capítulo uno describe la unidad de práctica, el análisis de la situación administrativa, operativa y de mercadeo, así como la realización de la matriz de oportunidades y debilidades, la descripción de la problemática y su jerarquización.

El capítulo dos, presenta las actividades realizadas para fortalecer la organización, siendo estas; la elaboración e implementación del plan anual 2015, el diseño y desarrollo de una campaña publicitaria, así como la aplicación de un control de inventarios a través de la creación de un software destinado al área de bodega.

El capítulo tres, presenta el análisis y discusión de resultados obtenidos de las intervenciones realizadas.

Posteriormente se describen las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos, en las cuales se da a conocer el desarrollo de cada propuesta, siendo los resultados obtenidos: con el plan para el año 2015 el logro de generar un orden en las acciones estratégicas para las diferentes áreas de la organización,

nombrando a las personas responsables de su ejecución, la temporalidad y el presupuesto asignado para cada una de ellas; con la campaña publicitaria se dan a conocer los servicios que actualmente presta la organización en general y así, elevar el nivel de ventas, proyectando de esta forma el posicionamiento de la empresa; y finalmente con el *software* como herramienta del control de inventarios destinado para el área de bodega, se logró garantizar un orden en los procesos de entradas y salidas de insumos, así como mejorar el flujo de circulación de materia prima y administrativamente disponer de información conveniente y oportuna.

## OBJETIVOS

### GENERAL

Incrementar el rendimiento general de las actividades administrativas y operativas realizadas en las instalaciones de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

### ESPECIFICOS

- a) Crear el plan anual 2015 para fortalecer las actividades de la organización.
- b) Diseñar una campaña publicitaria, que establezca estrategias para posicionar a la organización en el mercado.
- c) Elaborar un control de inventarios de existencias en el área de bodega, a través de un *software*.



## **CAPÍTULO 1**

### **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA**

#### **1.1. Caracterización del área de práctica**

La empresa Hotel Alcázar de Doña Victoria cuenta con la actividad principal de elaboración y distribución de todo tipo de productos de consumo humano, habitaciones, centro de convenciones, en general para la atención y servicio al turismo.

##### **1.1.1. Localización**

Hotel Alcázar de Doña Victoria se encuentra ubicado en 1ª.  
Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

##### **1.1.2. Recursos**

El inmueble en donde se encuentra ubicada la organización es propio, además dispone de lo siguiente:

###### **a. Materiales**

- 1) Vehículos: 2 microbuses tipo panel, 1 microbus marca Toyota, línea Hiace, y 1 microbus marca Changan, los mismos son utilizados para el reparto y transporte de alimentos a los distintos eventos.

2) Maquinaria y mobiliario y equipo: 6 enfriadores, 3 congeladores, 3 hornos industriales, 6 estufas industriales, 3 tanques de gas de 600 galones, para el área de cocina, así mismo cuentan con 2 generadores de energía eléctrica y una planta de teléfono, camas matrimoniales e imperiales para el área de hotel, así como mesitas de noche, televisores y lámparas de mesa para las 50 habitaciones de la organización.

#### **b. Humanos**

Actualmente la organización es atendida por 31 colaboradores distribuidos en las distintas áreas y puestos descritos a continuación

**CUADRO 1  
CAPITAL HUMANO**

<b>Puesto</b>	<b>No. de trabajadores</b>
Gerente Administrativo	1
Recepcionistas	2
Ama de Llaves	1
Banquetes	2
Recamaras	2
Áreas públicas	1
Jardinería	1
Meseros de restaurante	2
Meseros de eventos	5
Cocina de restaurante	2
Cocina de eventos	12

**Fuente:** Investigación de Campo, EPS año 2014.

### **1.1.3. Situación tecnológica**

En cuanto a tecnología la empresa posee con un sistema de circuito cerrado, específicamente para la seguridad del hotel; 5 computadoras, 1 en el área de recepción, 2 en gerencia, 1 en banquetes y 1 en el almacén; un POS, para cobro de tarjetas de crédito; servicio de internet y Wifi para todas las áreas del hotel.

### **1.1.4. Situación económica**

La empresa pertenece al sector terciario o de servicios y sus recursos provienen de capital propio, aportado principalmente por la propietaria.

### **1.1.5. Situación Social - ambiental**

Actualmente el Hotel cuenta con alianzas con instituciones como EDECRI y FUNDABIEM con el objetivo de insertar a la sociedad a personas con capacidades especiales,

La organización busca constantemente como parte de su responsabilidad social contribuir al medio ambiente y actualmente está certificada como *GREEN DEAL* nivel 3, por el manejo de desechos de las distintas áreas del hotel, como restaurante y áreas administrativas; además dispone de trampas atrapa grasa con en el objetivo de retener la grasa al ser arrojados los desechos líquidos al río.

### **1.1.6. Situación político-legal**

La empresa está inscrita ante la Superintendencia de Administración Tributaria como empresa individual, de carácter lucrativa, con el Número de identificación tributaria NIT No. 755002-2.

Hotel Alcázar de Doña Victoria cuenta con patente de comercio extendida por el Registro Mercantil, en donde se le da potestad para la elaboración y distribución de todo tipo de productos de consumo humano, habitaciones, centro de convenciones y en general para la atención y servicio al turismo.

Posee licencia sanitaria extendida por el Centro de Salud de la ciudad de Cobán, A.V. y los colaboradores que tienen contacto directo en el área de producción de alimentos disponen de tarjeta de salud, pulmones, manipulación de alimentos, extendida por dicha entidad.

La organización se encuentra registrada en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social IGSS, con lo cual tienen derechos y obligaciones, cumpliendo de esta manera con el pago que corresponde a la cantidad de colaboradores en la entidad.

### **1.2. Descripción general de la unidad de práctica**

Hotel Alcázar de Doña Victoria fue fundado el 29 de agosto del 2001, siendo su propietaria la señora Blanca Rosa Chenal García de Fernández. La organización como generadora de actividad económica busca posicionarse en el mercado a través de la necesidad de cubrir la demanda del medio local, nacional e internacional en lo que respecta a

servicios y productos de hotel, centro de convenciones, restaurante, bar y catering.

Dicha demanda tendría que ser cubierta con normas específicas de producción, sobre todo dándole un constante seguimiento a la cadena del suministro y por ende un control de calidad total en lo que respecta a la inocuidad tanto de los productos como de los servicios.

La entidad en la actualidad cuenta con quince años en el medio local y ha tenido una constante y vanguardista participación en la innovación del manejo del turismo a nivel local, provocando el despertar de inversiones significativas para el crecimiento y desarrollo de la región, los principales lugares de acción del mismo es el departamento de Alta Verapaz y en algunos casos a nivel país.

Los servicios que presta Hotel Alcázar Doña Victoria y que ha puesto a disposición de la demanda local e internacional son los que exige hoy día el turismo y que ha llevado a la fecha a estar en constante innovación de infraestructura, talento humano y un manejo óptimo de los recursos financieros.

La organización ha cubierto demanda en materia de alimentación, habitaciones, eventos y presentaciones de diversa naturaleza.

La institución con más de una década de creación, lleva sobre sus espaldas un gran compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial, -RSE-.

### **1.2.1. Visión**

Exceder las expectativas de nuestros clientes a través de una experiencia vivida cada que nos visiten, cumpliéndoles con productos y servicios de alta calidad y oportuna entrega, en un contexto colonial y naturaleza sin igual.

### **1.2.2. Misión**

Ser la empresa líder de productos y servicios al turismo en la región.

### **1.2.3. Objetivos**

Optimizar de forma eficiente y eficazmente el uso de los insumos, certificarse en controles de calidad CC a nivel mundial, llevar a cabo Buenas Prácticas de Manufactura BPM, garantizar la inocuidad de los alimentos y obtener mayores competitivas, práctica permanente de la cultura justo a tiempo (Just and time JAT), mantenimiento sano de una cultura y clima organizacional.

### **1.2.4. Situación Administrativa**

La organización actualmente cuenta con la siguiente Situación administrativa y situación de mercado.

#### **a. Planeación**

Se realiza un plan de acción semanal, en el cual se establecen objetivos para cada uno de los colaboradores,

así mismo cuentan con un formato de la distribución de la planificación semanal, pero se evidencio que existen diferencias en su ejecución, ya que el mismo no siempre se realiza a cabalidad, lo que representa demoras en tiempos y perdida en recursos e insumos. Los procedimientos y políticas no se encuentran por escrito, a diferencia de la visión, misión y objetivos, los cuales están establecidos por escrito.

### **b. Organización**

No posee una estructura definida, no cuenta con un organigrama descrito. La descripción de funciones por departamento se encuentra desactualizada, lo que influye en gran medida en duplicidad de funciones; cuentan con seis áreas específicas las cuales son; área de producción o cocina, área de hospedaje, área administrativa, área de almacén, área de parqueo y área recepción; todas las áreas le reportan directamente al gerente, por lo que existe centralización en la toma de decisiones y poca participación de los colaboradores en la resolución de cualquier situación que le competa.

### **c. Integración**

Se realizan capacitaciones mensuales y talleres de forma ocasional, con el objetivo de mejorar la integración del personal y así los trabajadores puedan aportar en la toma de decisiones, sin embargo dichos talleres no han generado los resultados deseados, la selección del personal es realizada por el gerente de forma verbal, no se cuenta

con procesos de selección de personal establecidos formalmente.

#### **d. Dirección**

La dirección que actualmente ejerce es, liderazgo democrático, partiendo del conocimiento que tengan los colaboradores, para con ello lograr que la toma de decisión sea consensuada y concreta, para lo cual no todos los colaboradores logran tener la atención deseada; así como liderazgo situacional, establecido mediante la condiciones encontradas en el área de trabajo. La comunicación se da únicamente de forma oral.

#### **e. Control**

Se carece de controles adecuados y los que se aplican, en su mayoría son de tipo básicos, mediante la utilización de vales de entregas, confrontándolos con la recepción de los productos solicitados, estos se realizan principalmente en el área de cocina y almacén.

### **1.2.5. Situación de mercado**

#### **a. Servicio**

Los servicios que ofrece actualmente Hotel Alcázar de Doña Victoria son dos principalmente; Hostelería que representa el alquiler de habitaciones de diferentes tipos, alquiler de salones y el segundo servicio de restaurante el cual representa la venta de diferentes platos de comida. La

estrategia que actualmente se utiliza es de diferenciación, potencializando los servicios con los que cuentan en la actualidad la organización para poder atraer a más consumidores.

**b. Precio**

Son establecidos en base a los precios que el mercado y la competencia manejan actualmente, utilizando una estrategia por comparación.

**c. Plaza**

El área de influencia que actualmente maneja Hotel Alcázar de Doña Victoria es el área de Alta Verapaz y ocasionalmente otros departamentos, el área de ubicación presenta condiciones favorables de localización que permiten que los usuarios lleguen con facilidad o lo identifiquen fácilmente, pero la misma no se ha utilizado como una fortaleza para poder seguir creciendo, y acaparando mayor porcentaje del mercado.

**d. Promoción**

Actualmente se realizan solamente promociones por redes sociales y una valla publicitaria ubicada en la entrada a Cobán, Alta Verapaz.

### 1.3. Matriz de oportunidades y debilidades

Como parte de la investigación se realizó un análisis de oportunidades y debilidades con el objetivo de conocer cada una de las áreas de trabajo de Hotel Alcázar de Doña Victoria, y con la finalidad de detectar la existencia de posibles problemas administrativos, para analizar y proponer alternativas viables de solución que ayuden a la erradicación de los mismos.

**CUADRO 2**  
**MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES DE HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA**

<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor acceso a la información y mayor conocimiento del cliente.</li> <li>• Aparición de nuevos nichos de mercado.</li> <li>• Creación de una política oficial tendiente a fortalecer a Guatemala como país destino para el turismo internacional</li> <li>• Menores costos de intermediación por la aplicación de nuevas tecnologías.</li> <li>• Gran variedad de atractivos turísticos para la época de eventos en el año.</li> <li>• Existe una buena disponibilidad de fuerza de trabajo en el área para trabajar en las instalaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de planificación a corto plazo.</li> <li>• Disminución en las ventas en el área de restaurante y hotel.</li> <li>• Desconocimiento de existencias en el área de bodega.</li> <li>• Los procedimientos de la organización no se encuentran estandarizados ni se encuentran establecidos por escrito.</li> <li>• Carencia de control estratégico referidos a desperdicio de recursos e insumos en el área de restaurante, tiempos extensos entre pedidos a proveedores, desorden y lentitud en la realización de los procesos productivos y deficiente control en</li> </ul>

	<p>la administración y logística de la cadena de suministros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuentan con caja chica dentro de la organización.</li> <li>• Área reducida en las instalaciones como; parqueo y lavandería.</li> <li>• Duplicidad de funciones dentro de la organización.</li> <li>• Carencia de estrategias de mercadeo.</li> <li>• Inexistencia de un sistema de control de calidad.</li> <li>• Falta de identificación y compromiso con la empresa.</li> <li>• Insatisfacción de los clientes por el servicio brindado.</li> <li>• Planificación a largo plazo solo a nivel de planteamiento.</li> </ul>
--	---

**FUENTE:** Investigación de campo, EPS año 2014.

#### **1.4. Descripción de la problemática**

A continuación se presenta una serie de problemas que afectan el desarrollo del proceso administrativo de la organización. Se hace una breve descripción de cada uno de los mismos.

##### **a. Carencia de planificación a corto plazo**

La carencia de una planificación a corto plazo se deriva del desconocimiento de la realización de planes, desconfianza hacia los resultados de planes, desconocimiento de la ejecución de

estrategias a seguir en el corto plazo, no creer que es importante establecer las metas de la organización, no considerar de importancia las directrices de la organización, desconocimiento de la ejecución de directrices a corto plazo, creer que no es necesaria la implementación de planes.

Lo expuesto con anterioridad tiene como consecuencia, el no contar con metas y objetivos establecidos, presupuestos irreales que arrojan error, objetivos mal formulados, baja productividad global de la empresa, falta de normas y políticas bien definidas y acordes a la visión empresarial, desconocimiento de la realidad en la que opera la organización, generación de estancamiento organizacional, deficiencia en la realización de procesos administrativos, dificultad en la toma de decisiones.

#### **b. Disminución en las ventas en el área de restaurante y hotel**

La reducción en las ventas en las diferentes áreas es causada por un aumento en los precios al consumidor final, aumento de la competencia y disminución de la calidad de los servicios, así como la falta de innovación, lo cual hoy día mantiene a las organizaciones en el mercado competitivo.

Esto ha generado el no cumplir con las metas propuestas, una reducción en las ganancias, inestabilidad laboral y alta rotación; en general provoca cambios en la estructura de la organización e inestabilidad empresarial.

**c. Desconocimiento de existencias en el área de bodega**

El desconocer la cantidad de insumos con los que dispone la organización ha sido el resultado de no llevar un orden de vales de entregas y solicitud de productos, ausencia de planificación en los pedidos de un responsable de almacén de recepción y salida de productos, stocks mínimos y de control de movimientos diarios.

Lo anterior genera descontrol en los inventarios, pérdidas de los mismos por extravió de productos e insumos, pérdida económica, desconfianza laboral, menor disponibilidad de recursos e insumos, descuadres, menor capacidad de producción por faltantes.

**d. Los procedimientos de la organización no se encuentran estandarizados ni se encuentran establecidos por escrito**

Procedimientos informales en la ejecución de actividades ha sido causado por la falta de estandarización y documentación de las formas más convenientes de ejecutar procesos, carencia de planeación de procedimientos y personal que los desempeñan; lo cual ha generado, elevación de recursos, costos, tiempos, baja productividad, desorganización, incumplimiento de metas y objetivos.

**e. Carencia de control estratégico**

La falta de un control efectivo es resultado de la inexistencia de estrategias, desconocimiento de aplicación de métodos de control, carencia de planes de mejora continua, ausencia de planes alternativos, estrategia organizacional errónea, lo cual genera efectos como; disminución de la rentabilidad, productividad,

desperdicio de recursos e insumos de la organización, elevación de costos, altos niveles de desperdicios y despilfarros.

El débil control de los insumos por el manejo inadecuado de productos perecederos, pedidos de insumos sin atender la demanda, carencia de control de recursos utilizados en los procesos de producción, repercute en pérdida de ganancia, reducción excesiva, disminución del inventario sin utilizar los recursos, aumento de los costos y descuadre en inventarios.

La ausencia de planificación para la solicitud de pedidos y la inexistencia de programación de compras en base a la demanda, ocasiona descontrol de inventario de materia prima, elevación de costos y por ende pérdida de ganancias.

El descontrol en general de la cadena de suministros ha sido provocado por la deficiencia en la logística de adquisición y distribución de insumos dentro la organización, errónea planificación de los procesos de logística, provocando pérdidas de insumos y productos, bajo rendimiento organizacional así como no cumplir con las metas y objetivos establecidos.

#### **f. No cuentan con caja chica dentro de la organización**

Esto se debe al temor a fugas de capital, desconfianza entre niveles jerárquicos, falta de voluntad para la creación de este rubro, esto tiene como resultado la mala utilización de recursos financieros disponibles, descuadre en las ventas, desorganización financiera y el no poder cumplir con los imprevistos de la organización.

#### **g. Área reducida en las instalaciones**

El área de estacionamiento se ha vuelto insuficiente para la demanda generada, esto se debe a la falta de capacidad instalada y por carecer de un presupuesto para ampliación de infraestructura. El espacio físico insuficiente para ampliaciones, esto ha creado, insatisfacción de los consumidores, reducción del número de visitantes, servicios incompletos, caos vehicular, susceptibilidad a pérdida de vehículos.

El área de lavandería reducida por la inexistencia de espacio físico, no se cuenta con presupuesto para ampliación de instalaciones, y existe indecisión para la inversión.

Lo descrito anteriormente, provoca la elevación de tiempos por no disponer de insumos en el área de trabajo, altos costos de transporte y materia prima no disponible.

#### **h. Desorden y lentitud en la realización de los procesos productivos**

El desorden en los procesos es causa del no contar con estándares productivos en los mismos, desconocimiento de elaboración de planes de control, falta de iniciativa para la generación de planes pro mejora, falta de supervisión en procesos realizados empíricamente lo cual provoca un aumento de tiempo para la realización de los procesos, pérdida en las ganancias, reducción en el área de producción y pérdidas de capital.

**i. Duplicidad de funciones dentro de la organización**

La duplicidad de funciones causada por no contar formalmente con descriptores de puestos y funciones ha causado duplicidad de funciones, comunicación deficiente y bajo rendimiento de los trabajadores por no tener lineamientos a seguir.

**j. Carencia de estrategias de mercadeo**

El carecer de estrategias de mercadeo ha generado desconocimiento de métodos para la creación de estrategias, para la ejecución de planes de *marketing*, temor a tomar riesgos, no querer invertir, esto ha provocado menor afluencia de visitantes, disminución en las ventas, aumento en los precios, no cumplir con las metas propuestas, pérdida de participación en el mercado.

**k. Inexistencia de un sistema de control de calidad**

La inexistencia de un sistema de control de calidad ha sido causado por la carencia de estándares de calidad establecidos, desconocimiento de la creación de métodos de calidad y de la aplicación de métodos de control de calidad, falta de planes de mejora continua y capacitaciones al personal para mejorar la calidad de los productos, esto ha provocado menor calidad en los productos y servicios, disminución de consumidores satisfechos, disminución en las ventas directas, generación de malos comentarios de los servicios y productos, disminución de la rentabilidad y disminución de participación en el mercado, entre otros.

## **I. Falta de identificación y compromiso con la empresa**

El que los colaboradores no se encuentren identificados con la organización es debido a la comunicación inefectiva, ausencia de inducciones corporativas, no compartir los valores de la organización y poca motivación de los colaboradores debido al clima organizacional.

Lo anterior tiene como resultados la insatisfacción laboral, débiles relaciones interpersonales, conflictos, alta rotación de personal, atención inadecuada a los consumidores traduciéndose todo esto en baja productividad.

## **m. Insatisfacción de los clientes por el servicio brindado**

La insatisfacción de los clientes se debe principalmente a la deficiente integración de personal, a carecer de tiempo para la realización de procesos, a la baja cantidad de colaboradores experimentados, a la deficiente planificación para la realización de actividades y mejora de procesos, a no tener identificadas las necesidades de capacitación, al desequilibrio organizacional, bajo nivel de comunicación entre niveles jerárquicos y a la realización de actividades no técnicas.

Lo anteriormente expuesto provoca deficiente realización de actividades laborales, conformismo, insatisfacción laboral, tareas realizadas de manera errónea, incumplimiento de las metas propuestas, menor calidad en la realización de actividades, inefectividad por parte de los colaboradores, generación de actividades inconclusas.

## **n. Débil planificación a largo plazo**

La débil planificación a largo plazo ha sido causada por el desconocimiento de la creación de estrategias, carencia de conocimiento para la elaboración acciones a mediano plazo, desconocimiento de la ejecución de planes de mejora continua, no considerar importante la ejecución de planes a mediano plazo.

Esto ha provocado no tener establecidas metas y objetivos a mediano plazo, no saber hasta dónde puede llegar la organización, desconocimiento de la realidad en cual opera la organización, carecer de estrategias corporativas, no poder medir los resultados de los procesos de la organización, presupuestos establecidos de forma errónea, no poder evaluar los rendimientos generados, desequilibrio organizacional, dificultad para la toma de decisiones.

### **1.5. Jerarquización de la problemática**

- a. Carencia de planificación a corto plazo
- b. Disminución en las ventas en el área de restaurante y Hotel
- c. Desconocimiento de existencias en el área de bodega

## **CAPÍTULO 2**

### **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS**

A continuación se describen cada una de las actividades realizadas en la organización:

#### **2.1 Plan Anual 2015**

El plan anual es una herramienta administrativa fundamental para la organización, en la que se establecen los objetivos, directrices, políticas y estrategias que se deben cumplir en el corto plazo, específicamente con una duración efectiva de un año.

El plan 2015 adaptará los objetivos generales de la organización a cada departamento, logrando traducir la estrategia global del mismo en el día a día de sus trabajadores, y así lograr con ello la consecución de los objetivos y de las metas propuestas a corto plazo. Utilizando las herramientas adecuadas de inteligencia de negocio y realizando un seguimiento exhaustivo del plan, se logrará evitar desviaciones en los objetivos.

La generación de un plan anual, permitió un aumento en la productividad de la organización manteniendo un mayor orden en la realización de actividades y consecución de metas y objetivos, así como establecer cual deberá ser el camino a seguir en el corto plazo.

El desarrollo de la implementación de un plan anual para darle formalidad y continuidad al plan estratégico constituye una propuesta efectiva para la empresa, ya que no se cuenta con una planificación a corto plazo, se carece de objetivos definidos, estrategias y guías de acción a corto plazo y no cuenta con un método para establecer y detectar áreas con problemas en la organización.

Este proceso pretende disminuir las debilidades que se encuentran en la organización y aumentar los aspectos positivos, logrando desarrollar mejores estrategias a seguir para la prevención de la problemática a corto plazo, estableciendo metas a seguir, para con ello lograr los resultados esperados.

Se estableció el objetivo general anual en base a lo que se pretende alcanzar en el transcurso del periodo que abarca el plan, el mismo fue generado en consenso con el gerente de la organización.

Se definieron los objetivos específicos anuales los cuales fueron realizados en relación al objetivo general y lo que se espera lograr con la realización del plan.

Se procedió a la descripción de actividades a realizar para el logro de los objetivos, detallando cada una de las actividades que se realizaran en el transcurso del año que abarque el plan, estas fueron establecidas en relación a años anteriores y a las necesidades actuales de la organización.

Se determinaron las estrategias a utilizar contemplando las diferentes áreas de la organización y sus necesidades, para que las mismas fueran

acorde a cada una de ellas, separando principalmente el área de restaurante y hotel.

Posteriormente se elaboró el presupuesto, estableciendo las cantidades monetarias necesarias para su ejecución y tomando en cuenta que las mismas fueran realizadas por completo y a un menor costo.

Seguidamente de haber establecido las actividades y el presupuesto para cada una de las mismas, se procedió a estipular los plazos de ejecución de los mismos, tomando en cuenta la capacidad con la que cuenta la organización en la actualidad y el no perjudicar la realización de alguna actividad ya planificada.

La estipulación de cada uno de los responsables de las actividades planificadas para el plan, se realizó en base a las capacidades y destrezas que pudieran poseer los colaboradores, a fin de que se realicen de la mejor forma y en el menor tiempo posible.

Finalmente se evaluaron los resultados con base al cumplimiento de los objetivos establecidos previamente para el plan y para dar a conocer al gerente de la organización y sus colaboradores.

## **2.2 Campaña publicitaria**

Se entiende por campaña publicitaria a aquel grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés generado en determinado conjunto de personas.

Las campañas publicitarias tienen como objetivo posicionar un determinado producto novedoso o reubicar uno ya existente en un espacio socioeconómico específico, por lo cual se apunta a intereses, emocionalidades o formas de pensar de ese grupo socioeconómico para brindar elementos tales como fascinación, deseo, identificación, sensación de pertenencia.

En la organización es necesaria la implementación de una campaña publicitaria debido a que los posibles clientes desconocen la cartera de servicios y la calidad de los mismos, debido a que existe una disminución en las ventas causada por la reducción de visitas a la organización y a la falta de estrategias de mercadeo.

Esta campaña permitirá aumentar los aspectos positivos y disminuir los aspectos negativos de la organización y por ende poder posicionar al Hotel en la mente de los consumidores y así, llegar al mercado deseado.

El establecimiento de los objetivos se llevó a cabo en relación al alcance que se pretendía que tuviera la campaña publicitaria, y lo que se espera lograr con la realización de la misma.

El *brief* fue llevado en base a la definición del público objetivo, el establecimiento de las características y condiciones del mercado potencial, la definición del entorno competitivo, la situación actual de mercado y condicionamiento de medios, para con ello poder establecer que mecanismos eran los más indicados para poder llegar a los consumidores potenciales, esto se realizó en acompañamiento de la gerencia.

El mensaje publicitario para los diferentes medios fue elaborado en la relación a lo que se pretendía comunicar a los clientes potenciales, mencionando puntos claves de la organización y de los servicios con los que se cuenta en la actualidad.

El plan de medios se elaboró con base a los medios de comunicación que se decidieron emplear, tomando en cuenta los más accesibles económicamente y fáciles de difundir.

La adecuación del mensaje al medio y presupuesto se procedió adecuando el mensaje en relación al medio previamente elegido y a la cantidad disponible para difundirlo.

Con la coordinación de la campaña y calendarización se procedió a establecer la planificación de la distribución y su puesta en marcha, así como las fechas en las que se difundirían los mensajes publicitarios y los lugares en donde se llevaría a cabo la entrega de las mismas.

El sistema de control utilizado para la campaña publicitaria fue llevado a cabo mediante la recepción de los objetos publicitarios, para con ello, poder contabilizar el medio por el cual se habían enterado de los servicios que prestaba la organización y con ello poder establecer la funcionalidad de los mismos.

### **2.3 Control de inventarios de existencias en el área de bodega**

El control de inventarios es una herramienta que permite a la organización saber a ciencia cierta la cantidad exacta de entradas y salidas de los insumos, así como en que departamentos se están utilizando y quiénes serán los encargados de utilizarlos.

Este control organiza el movimiento de entradas y salidas que conforman el inventario de mercancía de la empresa, logrando principalmente con ello, contar con un mejor orden de la materia prima disponible y de la necesidad futura de la misma en el menor tiempo posible.

Este control, permite establecer la problemática de la organización relacionada a la administración de inventario de materia prima existente en la organización, buscando primordialmente la estabilidad de la misma en el menor tiempo posible.

De igual manera, permitirá disminuir con ello los aspectos negativos de la organización como la disminución en la rentabilidad y el mal uso de recursos materiales, contribuyendo a la certeza de la ubicación de materia prima dentro de la organización.

En la generación de políticas y objetivos del control de inventarios se procedió con la creación de un *software*, así como los objetivos del mismo para la organización, para que con ello se logren establecer los parámetros de acción del mismo, estos fueron redactados con el acompañamiento de la gerencia de la organización.

Se procedió a realizar el recuento de la existencia de materia prima e insumos de la empresa, así como la catalogación e identificación de los productos, rotulando cada uno de los estantes donde estarían colocados cada uno de ellos, así como la clasificación de los mismos por área de trabajo, para luego poderlos ingresar en la base de datos.

El establecimiento del stock se realizó utilizando los datos de años anteriores para poder calcular con ello un promedio de ventas y por ende la utilización de insumos y así poder realizar las actividades en la

organización, con el objetivo de contar siempre con materia prima para cualquier actividad que se desee realizar en la misma.

Seguidamente se brindó la capacitación a la persona encargada de la bodega, tomando en cuenta que el objetivo principal del software es el de proveer a la organización de un orden en las entradas y salidas de productos a la misma, se le instruyó con el ingreso de productos y generación de informes diarios, semanales y mensuales. En la capacitación participó el gerente de la organización previendo que pudiera existir rotación de personal en algún momento.

La evaluación del control se efectuó en base a su implementación y funcionamiento durante las primeras semanas después de haberlo ejecutado, estableciendo un mayor orden de los recursos que entran y salen de la misma.



## **CAPÍTULO 3**

### **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

A continuación se presenta el análisis y discusión de cada una de las actividades realizadas en la organización.

#### **3.1 Plan anual 2015**

Mediante el establecimiento del plan anual se logró establecer los objetivos a corto plazo, así como las acciones a seguir para poder concretarlos. Durante la asignación de responsables y los plazos de ejecución de cada uno de las actividades realizadas, uno de los beneficios logrados fue que a través de la planificación de las actividades se logró un ordenamiento en las operaciones diarias de la organización, de esta manera se direccionaron los esfuerzos de los colaboradores para poder lograr con ello enfocar los esfuerzos de todos en un mismo sentido.

Dicho plan se realizó partiendo de lo expuesto en el plan estratégico para que ambos se complementaran en los objetivos trazados para la empresa, y lograr con ello establecer un presupuesto para cada una de las actividades que se realizaran en el transcurso del año y así como asignar quienes serán las personas encargadas de realizar las mismas.

Así mismo se establecieron tres ejes estratégicos sobre los cuales se plantean las principales actividades de la organización los cuales son; talento humano, servicio al cliente y mercadeo, siendo estos en los cuales se centran las actividades planificadas para el año del presente plan. Con ello se pretende que las actividades de la organización sean ejecutadas

de una forma correcta y eficiente, proyectando un mejor manejo sus recursos para el año del presente plan y permitiendo generar el punto de partida para los años siguientes.

### **3.2 Campaña Publicitaria**

Con la elaboración y puesta en práctica de la campaña publicitaria se pretendió elevar el porcentaje de ventas, causando un incremento en la afluencia de visitantes a las instalaciones, todo ello mediante la fijación de los objetivos de la campaña que fueron realizados mediante un consenso con la administración y lo que se pretendía lograr con la ejecución de la misma.

Las actividades llevadas a cabo para la puesta en marcha de la campaña publicitaria fueron; realización del *brief* publicitario, la elaboración del mensaje, la elaboración del plan de medios, su adecuación al presupuesto que se tenía disponible y su respectiva calendarización y control, actividades que contribuyen al éxito de dicha campaña, ya que después de su ejecución se observa un aumento en la afluencia de visitantes a las instalaciones de la organización.

Se implementaron 4 mensajes publicitarios en diferentes medios los cuales fueron trifoliales, volantes, afiches y mensajes mediante redes sociales puntualmente *Facebook*, logrando con los mismos cumplir con los objetivos trazados.

La campaña publicitaria permitió dar a conocer los principales servicios con los que cuenta la organización en la actualidad y ampliar la cantidad de visitantes a la misma, debido a que al difundir los mensajes publicitarios

en los diferentes medios, se logra abarcar un mayor grupo de clientes potenciales en diferentes áreas del municipio.

### **3.3 Control de inventarios de existencias en el área de bodega**

Con la elaboración e implementación del control de inventarios en el área de bodega se logró generar una base de datos para contar con el número preciso de las existencias y los movimientos realizados en la empresa y así contribuir con la optimización de los recursos y poder establecer cantidad económica de pedido y puntos de reorden como estrategia básica de liderazgo en costos dentro la competitividad.

Esta propuesta tuvo a bien la elaboración y aplicación de un *Software* en *Microsoft Access* en el cual se pueden registrar las entradas y salidas de productos de dicha área, así como la cantidad de existencias por producto y la cantidad mínima de existencias que se tiene en bodega, esto permite tener un control más efectivo.

Para que el proceso de control de inventario fuera completo se estableció un proceso de análisis de los datos históricos de la empresa para tener un pronóstico de la demanda y los tiempos de incremento de la misma y por ende generar con ello un stock mínimo por producto, así como la catalogación y rotulación de los productos que se encuentran en almacén, logrando con estas actividades un mayor orden.

De esta misma forma se realizó la capacitación del uso del *software* al encargado de bodega con el objetivo principal de que la utilización del mismo fuera correcta y de esta manera promover su uso en el largo plazo, así mismo se socializo con el gerente de la organización tomando en cuenta que pudiera existir rotación de personal de bodega en algún momento.

Por consiguiente, se pretende que su utilización sea continua y en plazo más amplio, y con el uso del *software* mejorar el sistema y poder generar un proceso más eficiente y rápido.

Además del beneficio proporcionado con la implementación del *Software* para la organización, proveyendo de un mayor control de entradas y salidas a la misma, se pudo establecer que otro de los beneficios del mismo es reducir el número de extravíos de materia prima, así como el eficientizar los procesos reduciendo la lentitud en los procesos generados del área de bodega.

## CONCLUSIONES

La planeación y la implementación de acciones incrementaron el rendimiento general de las actividades administrativas y operativas de la empresa Hotel

Mediante la creación del plan anual se establecieron las estrategias en las áreas de servicio al cliente, talento humano y mercadeo; asignando sus respectivos responsables en el periodo que corresponde, así mismo se procedió a generar el presupuesto de ejecución, permitiendo de esta forma mejorar la calidad en los servicios, el entorno administrativo y operativo de la organización.

La campaña publicitaria aumentó el porcentaje de ventas, puesto que está dirigido a grupos de la población, considerados como clientes potenciales.

El control de inventarios a través del diseño y aplicación de un *software* generó ordenamiento de las entradas y salidas de insumos, a través de la identificación, catalogación e ingreso de productos a la base de datos de la organización, obteniendo eficiencia los procesos realizados en dicha área.



## RECOMENDACIONES

Evaluar periódicamente la aplicación de herramientas efectivas en materia administrativa y mercadológica generadas a través de las propuestas planteadas y del seguimiento brindado a las acciones puestas en marcha, las cuales fortalecieron el posicionamiento de Hotel Alcázar Doña Victoria en el corto plazo, logrando que la organización se centre en aprovechar sus ventajas competitivas para captar participación de mercado.

Cumplir con las actividades que se plantearon en cada uno de los ejes estratégicos, así como utilizar las experiencias del plan 2015 para la planificación de actividades de los próximos años.

Continuar con las actividades del *brief* publicitario desarrollado, evaluando nuevas estrategias de *marketing* para años posteriores, ya que el mercado es cambiante y así mismo se debe de actualizar la forma en la que se pretende llegar al mercado objetivo.

Mantener actualizado el *software* generado para el control de inventarios del área de bodega para con ello disponer de forma eficiente de los insumos en área de bodega; así mismo proyectar su aplicación a otras áreas de la organización y que requieren ordenamiento, de esta forma se pretende a futuro trabajar con modelos de optimización como EOQ o cantidad económica de pedido y punto de reorden, logrando alcanzar una de las estrategias básicas de la competitividad como lo es el liderazgo en costos y la contribución para mejorar la toma de decisiones en la organización.



## BIBLIOGRAFÍA

- Chase, Richard, Et.Al. *Administración de operaciones producción y cadena de suministros*. México: McGraw-Hill, 2 009.
- Fleitman, Jack. *Evaluación Integral*. México, D.F.: McGraw-Hill, 2 002.
- Homs, Ricardo. *La esencia de la estrategia de marketing*. México: Cengage Learning Editores, 2 011.
- Koontz, Harold, Et.Al. *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw-Hill, 2 012.
- Megginson, Leon, Et.Al. *Administración conceptos y aplicaciones*. México: Compañía Editorial Continental, 1 988.
- Metzerg, Michael y Victor Donaire. *Gerencia estratégica de mercadeo*. Nicaragua: Cengage Learning Editores, 2 007.
- Mondy, Wayne y Robert Noe. *Administración de recursos humanos*. México: Pearson Educación, 2 005.
- Robbins, Stephen. *La administración en el mundo de hoy*. Pearson Educación, 1 998.
- . *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación, 2 004.
- . y Mary Coulter. *Administración*. México: Pearson Educación, 2 010.
- Soriano, Claudio. *The marketing plan*. Guatemala. Editorial Díaz de santos, año 2 002.



Stanton, William. *Fundamentos de marketing*. México, D.F.: McGraw- Hill, 2 007.



V.ººº  
*[Handwritten signature]*

**Adán García Véliz**  
**Licenciado en Pedagogía e Investigación Educativa**  
**Bibliotecario.**



# ANEXOS

# **ANEXO 1**

**PLAN ANUAL**

---

**HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA  
2015**

## CONTENIDO

Visión.....	1
Misión.....	1
Objetivos.....	1
Ejes Estratégicos.....	2
Talento Humano.....	2
Servicio al cliente.....	3
Mercadeo.....	9
Evaluación de resultados.....	12
Presupuesto.....	13

## **PLAN ANUAL HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA**

### **Visión**

Ser la empresa de servicios y productos de hotel y restaurante, líder en la región, cubriendo las expectativas del turismo.

### **Misión**

Exceder las expectativas de nuestros clientes a través de una experiencia vivida cada que nos visiten, cumpliéndoles con productos y servicios de hotel y restaurante de alta calidad y oportuna entrega, en un contexto colonial y naturaleza sin igual.

### **Objetivos de plan**

#### **General**

Proporcionar información que sirva como base para la estructuración de las estrategias y directrices operativas de Hotel Alcázar de Doña Victoria para el año 2016.

#### **Específicos**

Generar bienestar para el talento humano (RSE)

Alcanzar el 60% de ocupación anual

Lograr la eficiencia en la administración en la cadena de suministros

Mejorar continuamente los procesos de servicio

Mantener, como mínimo, el monto de utilidad anual percibida durante el 2014

## **Ejes Estratégicos**

### **a. Talento humano**

#### **Actividades:**

- **Realización de un diagnóstico de necesidades de capacitación**

**Estrategia:** Implementar un diagnóstico de necesidades de capacitación.

**Líneas de acción:** Se contratará un experto para la realización de este diagnóstico, el cual tiene como objeto principalmente establecer las necesidades que van surgiendo después realizar determinadas capacitaciones, para con ello lograr estar orientados al crecimiento y fortalecimiento continuo de la organización.

**Resultado:** Mantener un nivel óptimo de servicio en las instalaciones de la organización.

**Periodo:** 10 de Abril al 15 de Mayo de 2,015.

**Responsable:** Experto contratado por la gerencia.

- **Capacitación para el mejoramiento de la atención al cliente**

**Estrategia:** Desarrollar un plan de capacitación al personal destinado al mejoramiento de la atención con los clientes.

**Líneas de acción:** Se realizarán capacitaciones constantes durante todos los meses del año comenzando en el mes de enero, realizando de 1 capacitación mensual, todo ello con el objetivo de mejorar el trabajo en equipo e integrar a los distintos niveles de la organización para con ello lograr que cada una de las actividades que se realicen en las instalaciones del Hotel sean de calidad.

**Resultado:** Contar con personal capacitado dirigido hacia la prestación de un mejor servicio hacia el cliente.

**Periodo:** 31 de Enero al 15 de Diciembre de 2,015.

**Responsable:** Epesista de la Universidad San Carlos de Guatemala y la gerencia.

## **b. Servicio al Cliente**

### **Actividades:**

- **Sistematización en el manejo de medios de comunicación interna**

**Estrategia:** Adquisición de radios de comunicación corta (boquitoquis) para las diferentes áreas de la organización, fortalecimiento de sistema LAN en las instalaciones del Hotel.

**Líneas de acción:** Se realizará la coordinación con los encargados de las diferentes áreas de la organización de forma en que este sistema ayude en la comunicación sobre temas relacionados a sus funciones y las de sus colaboradores y lograr con ello eficientizar los procesos de la organización.

**Resultado:** Contar con una red de comunicación más práctica y eficiente para poder prestar servicios más rápidos.

**Periodo:** 10 de Febrero al 25 de Febrero de 2,015.

**Responsable:** La Gerencia.

- **Construcción de Rampas para discapacitados**

**Estrategia:** Inversión en las áreas de difícil acceso para personas con discapacidades.

**Líneas de acción:** Se realizarán rampas con las medidas adecuadas para el tránsito de sillas de ruedas a las distintas áreas de las instalaciones, buscando con ello contar con un servicio de mayor calidad pensando en los distintos clientes que pueden visitar el Hotel y lograr con ello abarcar un mercado más amplio.

**Resultado:** Prestar un servicio de calidad hacia un público específico.

**Periodo:** 5 de Agosto al 25 de Septiembre de 2,015.

**Responsable:** Jefe de obras y albañiles.

- **Construcción de un spa, sauna, sala de masajes y un pequeño gimnasio**

**Estrategia:** Generar un servicio agregado a las instalaciones del Hotel Alcázar de Doña Victoria, buscando con ello aumentar su repertorio de Servicios.

**Líneas de acción:** Construcción de un área en el segundo nivel de las instalaciones del Hotel adaptada para poder prestar los servicios de Spa, sauna y sala de masajes, así como contar con un pequeño gimnasio en esta área. Difundir la información sobre los nuevos servicios que presta la organización a nivel local, primeramente se realizara el Spa, Sauna y sala de masajes por los movimientos de infraestructura que llevan los mismos, por último establecerá un pequeño gimnasio para lograr con ello ampliar los servicios que presta en el actualidad el Hotel.

**Resultado:** Prestar un nuevo servicio a los visitantes, con lo cual se logre un sentido más de confort en el mismo lugar.

**Periodo:** 5 de Enero al 26 de Febrero de 2015.

**Responsable:** Jefe de obras y albañiles.

- **Instalación de calentadores industriales para duchas de habitaciones**

**Estrategia:** Actualización de sistema de calentamiento de agua.

**Líneas de acción:** Se llevará a cabo la adquisición de 20 calentadores para las habitaciones de la organización, previamente se realizara la instalación de los mismos, las características de los calentadores cubrirán las deficiencias que actualmente disminuyen el servicio de la misma.

**Resultado:** Mejorar el servicio que presta la organización para que los visitantes se lleven una mejor impresión de la misma.

**Periodo:** 20 de Enero al 27 de Febrero de 2,015.

**Responsable:** Experto Electricista.

- **Ampliación de servicios sanitarios del área de restaurant**

**Estrategia:** Prestar un servicio más amplio y atractivo para los visitantes de la organización.

**Líneas de acción:** Se realizará una ampliación del área de servicios sanitarios del área de restaurant, llevando a cabo una ampliación de dos servicios sanitarios más, específicamente uno en para damas y el otro para caballeros y así mismo contar con un ambiente con mayor amplitud.

**Resultado:** Contar con un área más amplia en los servicios sanitarios del área de restaurant.

**Periodo:** 20 de Febrero al 5 de Abril de 2,015.

**Responsable:** Jefe de obras y albañiles.

- **Estandarización de recetas de cocina**

**Estrategia:** Realizar por medio del Cheff de cocina la realización de un recetario con el objetivo de crear una homologación de sabores y cantidades necesarias para poder realizar los distintos platillos que sirve el Hotel Alcázar de Doña Victoria.

**Líneas de acción:** Captar cada una de las recetas que se utilizan en las instalaciones de Hotel Alcázar de Doña Victoria, esto será

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

realizado por el Cheff Principal, luego se establecerán las cantidades óptimas para cada uno de los platillos, realizando pruebas de los diversos platillos para poder establecer el sabor óptimo para cada uno de ellos, por ultimo elaborar un documento tipo recetario que contenga cada una de las mismas de manera formal y especifica.

**Resultado:** Homogenizar los sabores y la cantidad de materia prima utilizada en la realización de los platillos, optimizando con ello los recursos y lograr mantener la misma calidad de los platillos.

**Periodo:** 2 de febrero al 30 de marzo de 2,015.

**Responsable:** Gerencia y área de restaurant.

- **Adquisición de cámaras de seguridad de VRC**

**Estrategia:** Establecer controles informáticos para beneficio de la gerencia, de los clientes de Hotel y de los colabores de la organización.

**Líneas de acción:** Colocar 2 cámaras en el área de parqueo, 2 en las áreas públicas, 1 en cada uno de los salones del Hotel Alcázar de Doña Victoria, todas unidas a un circuito cerrado, con administración en una pantalla en la oficina del Gerente, todo esto con el objeto de prestar un servicio de mayor calidad para los clientes y evitar inconvenientes con la realización de las labores diarias por parte de los colaboradores.

**Resultado:** Prestar un servicio de mayor calidad y seguridad en las distintas áreas de la organización.

**Periodo:** 1 de Septiembre al 30 de Septiembre de 2,015.

**Responsable:** La gerencia.

- **Elaboración de un control de inventarios en el área de almacén y cálculo de Stock mínimo de inventarios.**

**Estrategia:** Generar un control de inventarios en el área de almacén, para con ello lograr establecer cuál es la procedencia de cada uno de los productos que ingresan a las instalaciones y si su uso es el adecuado.

**Líneas de acción:** Generar un recuento de cada una de las existencias en el área de almacén del Hotel Alcázar de Doña Victoria, seguidamente establecer las necesidades futuras de productos que no están en existencia, luego establecer la cantidad idónea con las que se debe de contar para poder prestar un buen servicio, finalizando con el ingreso y creación de un software para tener de manera más práctica las existencias y necesidades de productos en el Hotel.

**Resultado:** Contar con materia prima disponible siempre que sea necesario y reducir la merma en el área de restaurant.

**Periodo:** 5 de Enero al 29 de Febrero de 2,015.

**Responsable:** Epesista de la Universidad San Carlos de Guatemala.

### c. Mercadeo

#### Actividades:

- **Realización de una Campaña publicitaria**

**Estrategia:** Realizar un campaña publicitaria destinada a fortalecer la afluencia de clientes a las instalaciones del Hotel, enfatizándose en los medios de comunicación específicos como trifoliales, afiches y publicaciones en internet.

**Líneas de acción:** Realizar un campaña publicitaria destinada a la población en general, buscando con ello lograr incentivar a las personas a visitar y utilizar los servicios que presta Hotel Alcázar de Doña Victoria, realizando la distribución en las principales arterias de la ciudad y en las partes circunvecinas de la misma.

**Resultado:** Generar mayor cantidad de visitantes a las instalaciones del Hotel y por ende aumentar las ventas.

**Periodo:** 1 de Diciembre al 5 de Febrero 2,015.

**Responsable:** Epesista de la Universidad San Carlos de Guatemala.

- **Lanzamiento de un plan publicitario de la Media Maratón de Cobán**

**Estrategia:** Realizar un plan publicitario destinado a los visitantes del Municipio de Cobán, Alta Verapaz.

**Líneas de acción:** Generar un paquete promocional a la vista de los consumidores especialmente por medio del internet, redes sociales, trífolios, afiches y volantes, distribuidos en las diferentes áreas del Municipio y algunas áreas circunvecinas, logrando con ello captar a un público potencial, prestando los servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

**Resultado:** Aumentar la cantidad de visitantes a las instalaciones del Hotel Alcázar de Doña Victoria, en esta época y con ello lograr un aumento significativo en las ventas.

**Periodo:** 1 de Mayo al 24 de Mayo de 2,015.

**Responsable:** La gerencia.

- **Lanzamiento de un paquete para el Día del Cariño**

**Estrategia:** Promocionar los servicios de la organización mediante medios publicitarios.

**Líneas de acción:** Se llevará a cabo mediante la exposición de los servicios que presta la organización, utilizando como plataforma el Día del Cariño de manera que los visitantes vayan conociendo los servicios de la organización, mediante una velada en las instalaciones de la misma, acompañada de una cena y su hospedaje.

**Resultado:** Mayor afluencia de visitantes a las instalaciones de la organización, así como dar a conocer los servicios que presta el mismo.

**Periodo:** 1 de Enero al 14 de Febrero de 2,015.

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

**Responsable:** Epesista de la Universidad San Carlos de Guatemala.

- **Promocionar el servicio de restaurant al público**

**Estrategia:** Mediante una campaña publicitaria dar a conocer los servicios que la organización ofrece.

**Líneas de acción:** Llevar a cabo una campaña publicitaria para promocionar el servicio de restaurant con el que cuenta la organización, mediante la utilización de varios medios publicitarios audiovisuales en el área de Cobán, Alta Verapaz

**Resultado:** Dar a conocer el servicio de restaurant de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

**Periodo:** 1 de Junio al 30 de Junio de 2,015.

**Responsable:** Gerencia y área de restaurant.

- **Establecer alianzas con comisionistas**

**Estrategia:** Realizar alianzas estratégicas con comisionistas para promocionar los servicios de la organización a nivel local.

**Líneas de acción:** Se llevará a cabo el contacto de comisionistas para poder ampliar el rango de acción de la organización mediante la promoción de los mismos en diferentes medios de comunicación y promoción, tomando en cuenta que los mismos optaran por este servicio un porcentaje de utilidad sobre las ventas y contactos realizados para la organización.

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

**Resultado:** Aumentar la productividad de la organización y contar con más visitantes para la misma en el menor tiempo posible.

**Periodo:** 1 de agosto al 30 de agosto de 2,015.

**Responsable:** La gerencia.

### **Evaluación de resultados**

Esta evaluación se debe llevar a cabo mediante el establecimiento de la revisión de los objetivos plasmados en el presente plan, logrando de esta manera visualizar que los mismos se están realizando según los plazos establecidos y tomando en cuenta el presupuesto previamente previsto, cumpliendo con cada uno de los ejes previamente establecidos y en el periodo en el cual se llevó a cabo el mismo.

Existen actividades que se cumplirán en los plazos establecidos posteriores a la ejecución del presente documento, haciendo mención que mediante el uso de cuestionarios pasados a los clientes que visitan las instalaciones de la organización se procedió a establecer que existe un aumento en la calidad de los servicios prestados por los colaboradores.

Mediante entrevistas al personal, también se pudo establecer que los colaboradores se encuentran más identificados con la organización y que actualmente están compenetrados en la consecución de metas para la misma, así como que mediante encuestas se consiguió establecer que por medio de los planes y paquetes publicitarios se logró incentivar la asistencia de clientes potenciales a la organización.

<b>Presupuesto de Actividades Plan Operativo Anual</b>		
<b>Eje Estratégico</b>	<b>Actividades</b>	<b>Monto</b>
<b>Eje estratégico de talento humano</b>	Realización de un diagnóstico de necesidades de capacitación y capacitaciones laborales.	Q. 4,000.00
	Capacitación para el mejoramiento de la atención al cliente	Q. 9,000.00
<b>Eje estratégico de servicio al cliente</b>	Sistematización en el manejo de medios de comunicación interno	Q. 3,000.00
	Construcción de Rampas para discapacitados	Q. 10,000.00
	Construcción de un spa, sauna, sala de masajes y un pequeño gimnasio	Q. 100,000.00
	Instalación de calentadores industriales para duchas de habitaciones	Q. 25,000.00
	Ampliación de servicio de baños del área de restaurant	Q. 12,000.00
	Estandarización de recetas de cocina	Q. 5,000.00
	Adquisición de cámaras de seguridad de VRC	Q. 20,000.00
	Elaboración de un control de inventarios en el área de almacén y cálculo de Stock mínimo de inventarios.	Q. 5,000.00
<b>Eje estratégico de mercadeo</b>	Realización de una Campaña publicitaria	Q. 2,925.00
	Lanzamiento de un paquete promocional de la Media Maratón de Cobán	Q. 60,000.00
	Lanzamiento de un paquete para el Día del Cariño	Q. 10,000.00
	Promocionar el servicio de Restaurant al público	Q. 10,000.00
	Establecer alianzas con comisionistas	1 y 5 % S/Monto
	<b>TOTAL</b>	<b>Q. 275,925.00</b>

Fuente: Investigación de campo, EPS año 2014.

# **ANEXO 2**

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

# **CAMPAÑA PUBLICITARIA**

---

## **HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA 2015**

## CONTENIDO

Objetivos.....	1
Brief Publicitario.....	2
Mensajes publicitarios.....	5
Plan de medios publicitarios.....	10
Precios de herramientas publicitarias.....	13
Coordinación de la campaña publicitaria.....	13
Cronograma de ejecución.....	14
Presupuesto.....	14
Sistema de control y evaluación.....	14

## **CAMPAÑA PUBLICITARIA HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA**

### **Objetivos**

#### **General**

Incrementar las ventas de Hotel Alcázar de Doña Victoria

#### **Específicos**

- Potencializar la imagen de la entidad
- Diversificación de promociones
- Definir objetivamente los costos de las promociones para ofertar al mercado local un precio competitivo
- Atraer más consumidores
- Despertar el interés de los servicios
- Mostrar la calidad de los servicios
- Aumentar la participación en el mercado
- Posicionar una marca o lema publicitario
- Persuadir, incentivar, estimular o motivar la compra o el uso de los productos
- Incrementar la afluencia de público

## **Brief Publicitario**

### **Descripción**

La organización se genera a través de la necesidad de cubrir la demanda del medio local, nacional e internacional en lo que respecta a servicios y productos de hotel, centro de convenciones, restaurante, bar y catering.

Dicha demanda tendría que ser cubierta con normas específicas de producción, sobre todo dándole un constante seguimiento a la cadena del suministro y por ende un control de calidad total en lo que respecta a la inocuidad tanto de los productos como de los servicios.

La entidad en la actualidad tiene más de quince años en el medio local y ha tenido una constante y vanguardista participación en la innovación del manejo del turismo a nivel local, provocando el despertar de inversiones significativas para el crecimiento y desarrollo de la región, los principales lugares de acción del mismo es el departamento de Alta Verapaz y en algunos casos a nivel país, actualmente no cuenta relaciones formales con otras empresas.

Dentro de los servicios del Hotel Alcázar Doña Victoria ha puesto en disposición de la demanda local e internacional son los que exige hoy día el turismo y que ha llevado a la fecha a estar en constante innovación de infraestructura, talento humano y un manejo óptimo de los recursos financieros.

La organización ha cubierto demanda de índole institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de habitaciones, eventos y presentaciones de diversa naturaleza.

## **Oportunidad**

La organización desea informar de sus servicios a las personas residentes en el Departamento de Alta Verapaz e incentivar su uso.

## **Carácter y personalidad de la marca**

Es una institución que parte de una corporación hotelera que se proyecta a las familias guatemaltecas, especialmente las que residen en el municipio de Cobán, Alta Verapaz; para dar atención confiable, con una variedad de servicios, calidad y precios económicos.

## **Grupo objetivo**

Los servicios van dirigidos a las personas en general, pero a pesar de considerar al público joven como un importante mercado, para efecto de la presente propuesta, se tomó en cuenta únicamente a las personas de 18 a 65 años debido a que es más probable que tengan la capacidad adquisitiva para pagar el precio de los servicios o decidir a qué lugar prefieren asistir.

Por lo que el grupo objetivo está integrado por personas del género femenino y masculino, de estado civil indistinto, de 18 a 65 años. Además, que tengan por lo menos un hijo o hija y de un nivel socioeconómico medio, y sus ocupaciones varían desde profesionales de educación media, vendedores de pequeños comercios o empleados de mostrador, trabajadores por cuenta propia, empleados de mantenimiento, amas de casa o trabajadoras domésticas, obreros. Que residen en el municipio de Cobán, Alta Verapaz en las áreas urbanas, urbana marginales de las mismas, no excluyendo a las zonas y municipios aledaños a la ubicación de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

## **Condicionamiento de medios**

De acuerdo a la información obtenida al trabajo de campo en dónde se evalúa la preferencia de los medios publicitarios, tanto de los usuarios reales y potenciales, se verifica la preferencia de medios específicos como afiches, trifoliales, periódicos e Internet, que logren captar la atención del grupo objetivo por medio de colores e imágenes adecuadas al concepto publicitario que se utilizará. Además se pretende que por este tipo de medios se proporcione una publicidad clara, concisa.

Dentro del material publicitario propuesto está el material para exteriores, afiches, volantes y trifoliales; brindando la ventaja de que sean vistos por el grupo objetivo mientras caminan, utilizan el transporte público y/o quieran consultarlos en un momento determinado.

## **Situación actual del mercado**

A pesar de que la organización presta sus servicios a la comunidad hace aproximadamente 10 Años no es el único de la localidad, pero así mismo es uno de los más respetados y de renombre en la actualidad.

Posee la ventaja de contar con instalaciones propias en una ubicación céntrica y fácil para el acceso de los visitantes del lugar, así como de tener una amplitud de servicios y productos a ofrecer.

Su principal competencia son los Hoteles ubicados en las cercanías de Cobán, Alta Verapaz, como; Casa Kirva Hotel, Hotel Casa de Antaño, Park Hotel, Hostal de Acuña, Casa Gaia, y otros Restaurant como Casa Chevéz y Café Dieseldorff

## Mensajes Publicitarios

### Volantes:



¡Ven y Disfruta de un fin de Semana con la Naturaleza!

PAQUETE DE SEMUQ CHAMPEY

Incluye:

- Transporte
- Box lunch
- Entradas
- Guía
- Tour a Cuevas de Bombilpeck

**ALCAZAR**  
  
**DONA VICTORIA**

Tels: 79521143 – 79521388  
[INFO@HOTELESCOBAN.COM](mailto:INFO@HOTELESCOBAN.COM)

**Afiches:**

¡Realiza tu evento en el Hotel Alcázar de Doña Victoria!

Te ofrecemos los siguientes servicios:

Eventos:

- Hospedaje
- Restaurant
- Wifi gratis
- Salones
- Bar
- Spa
- Parqueo
- Seguridad

Tels: 79521143 – 79521388  
INFO@HOTELSCOBAN.COM



1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

## Redes Sociales:



¡Realiza tu evento en el Hotel Alcázar de Doña Victoria!

Te ofrecemos los siguientes servicios:

Eventos:

- Restaurant
- Hospedaje
- Wifi gratis
- Salones
- Bar
- Spa
- Parqueo
- Seguridad

Tels: 79521143 – 79521388  
INFO@HOTELSCOBAN.COM

Imprime este afiche y llévalo al solicitar tu evento y se te dará un descuento



**Volantes de Promoción del 14 de febrero:**



**¡Cupido te flecho con Hotel Alcázar de Doña Victoria!**

Celebra este día con tu pareja con una:

- Cena romántica
- Hospedaje
- Música en vivo

Tels: 79521143 – 79521388  
INFO@HOTELESCOBAN.COM

**Al presentar este volante se te dará un descuento en tu reservación.**



## Trifoliar

### OTROS SERVICIOS

Además del servicio de alojamiento, el Hotel Alcázar de Doña Victoria cuenta con las siguientes facilidades: Amplio parqueo para 50 vehículos, restaurante de 7:00 a 21:00 horas, centro de Negocios (Fax, Internet), lavandería, operadora de Turismo "Aventuras Turísticas", viajes Expresos a todo el país, caja de Seguridad



### MAPA DE UBICACION



### HOTEL ALCAZAR DE DOÑA VICTORIA

1ª. AVENIDA 5-34 ZONA 1, COBÁN, ALTA VERAPAZ



## HOTEL ALCAZAR DE DOÑA VICTORIA

### HISTORIA

Hotel Alcázar Doña Victoria se genera a través de la necesidad de cubrir la demanda del medio local, nacional e internacional en lo que respecta a servicios y productos de hotel, centro de convenciones, restaurante, bar y catering, fundándose el 29 de agosto del 2001.

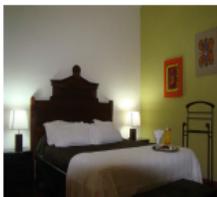


### PRODUCTOS QUE SE OFRECEN

Los productos que ofrece actualmente Hotel Alcázar de Doña Victoria son dos principalmente;

#### Hostelería:

Que representa el alquiler de habitaciones de diferentes tipos, alquiler de salones.



#### Restaurante:

El cual representa la venta de diferentes platillos de comida y servicios de catering.



Tel: 79521143 - 79521388  
INFO@HOTELSCOBAN.COM

## **Plan de Medios Publicitarios**

### **a) Objetivo de medios**

|

Informar al mercado de Alta Verapaz sobre los servicios que presta Hotel Alcázar de Doña Victoria.

### **b) Alcance y frecuencia**

Alcanzar el 60% del grupo objetivo, con un mínimo de dos impactos por persona, durante el mes de enero de 2015.

### **c) Razonamiento de medios**

- Material del punto de venta:

Material publicitario que se coloca en el punto de venta para impulsar la decisión de compra; además mantiene informado al grupo con datos relevantes y decisivos.

- Vehículos de medios:

trifoliar, afiche, volante y publicidad por internet.

## **Material POP**

### **1) Trifoliar**

Se presenta el diseño de un trifoliar de tamaño 8.5 x 11 pulgadas, full color, elaborado de papel Couché 80. Este boceto muestra los principales servicios que ofrece Hotel Alcázar de Doña Victoria en sus instalaciones, transmitiendo con ello confianza al grupo objetivo, con el cual se pretende posicionar en la

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

mente del usuario real y potencial. Además, se utilizan los colores azul; siendo el primero, el color que siempre ha identificado a la Organización y el segundo, un color muy utilizado por el sector hotelero que es el color amarillo, representando de esta misma forma los colores del logotipo de la organización, el trifoliar contiene información relevante como: una breve descripción de la función de Hotel Alcázar de Doña Victoria, descripción de los servicios, la dirección del establecimiento para brindar una mejor ubicación. También se colocan los teléfonos, y el blog que se presenta como opción de consulta para quienes prefieran utilizar Internet, así como el correo electrónico para obtener una comunicación directa. Finalmente se presentan los horarios de atención y el logotipo de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

Serán distribuidos en puntos estratégicos como: las instalaciones Hotel Alcázar de Doña Victoria a los usuarios reales y potenciales que lleguen durante y después de la campaña publicitaria. Igualmente en los lugares aledaños al Hotel, como; el centro de la ciudad de Cobán, oficinas, alrededores de Plaza Magdalena. , se distribuirán los fines de semana, debido a que en esos días se encuentra reunida toda la familia en sus hogares. Sin embargo, para hacer entrega a los comercios y locales debe llevarse a cabo de lunes a viernes y en horario hábil durante el mes de enero de 2014.

Para distribuir los trifoliales en las instalaciones, se propone lo lleve a cabo la recepcionista, durante el horario de atención al público. En cuanto a la distribución para los lugares aledaños a la instalaciones del Hotel, comercios y locales; estará a cargo de tres personas designadas por la gerencia.

## **2) Afiche**

Se ha diseñado un afiche de 18 x 24 pulgadas, full color, de papel Texcote 12, con la misma imagen y lineamientos del boceto del trifoliar, descripción de

servicios, la dirección, teléfonos, la dirección del blog y el correo electrónico; proporcionando de esta manera tres opciones para solicitar información.

Adicional se presentan los horarios de atención y el logotipo de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

Serán colocados dentro de las instalaciones de la Organización para informar constantemente al personal, usuarios reales y potenciales de los servicios que tiene a disposición Hotel Alcázar de Doña Victoria. Igualmente, serán ubicados en puntos clave de la Ciudad de Cobán, Alta Verapaz, por ser lugares de mucha concentración de personas del grupo objetivo que le interesa abarcar a la institución.

Estos serán ubicados por el personal operativo de Hotel Alcázar de Doña Victoria, en los lugares descritos anteriormente. Así mismo, se plantea colocarlos cualquier día de la semana de lunes a viernes, en un horario hábil durante el mes de enero 2015.

### **3) Volante**

Se ha diseñado un volante con medidas 8.5 x 5.5 pulgadas, full color, elaborado con papel Couché 80. Con información relacionada a un paquete de viaje a Semuc Champey, ofreciendo los servicios que se prestan por dicha promoción. Finalmente se presenta la ubicación, teléfonos, correo electrónico, blog y horarios de atención.

Serán distribuidos por el personal operativo de Hotel Alcázar de Doña Victoria en los alrededores de la Ciudad de Cobán Alta Verapaz.

Además lugares estratégicos de concentración del grupo objetivo, como salidas de centros comerciales, iglesias y parques cercanos a las instalaciones y que se

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

encuentren dentro del perímetro de las instalaciones, con la finalidad de motivar a la población a utilizar los servicios de la organización.

#### **4) Publicidad por Internet**

Se presenta un mensaje publicitario en la red social Facebook el cual muestra los servicios que presta Hotel Alcázar de Doña Victoria, que tiene como objetivo principal dar a conocer el producto/servicio al usuario que consulta frecuentemente el Internet, servirá de apoyo para llegar a la parte del grupo objetivo que mostró interés por el uso de dicho medio.

#### **Precios de herramientas de promoción utilizadas en la campaña publicitaria.**

<b>No.</b>	<b>Herramienta de promoción</b>	<b>Precio por unidad en (Q)</b>
1	Volantes	Q. 1.50
2	Trifoliar	Q. 3.00
3	Afiches	Q. 150.00

#### **Coordinación de la campaña publicitaria y puesta en marcha**

La campaña publicitaria se llevó a cabo las dos últimas semanas del mes de Enero, específicamente los trifoliales y volantes fueron distribuidos la semana del 19 al 25 de enero de 2,015 y los afiches y mensajes por internet fueron distribuidos la semana del 26 al 31 de enero del año 2015, la cual se llevó a cabo principalmente en los lugares aledaños a la organización y distribuidos a nivel local en la ciudad de Cobán, Alta Verapaz.

<b>CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA</b>		
<b>Medio Publicitario</b>	<b>Enero de 2,015</b>	
	<b>Semana del 19 al 25</b>	<b>Semana 26 al 31</b>
Volantes		
Trifoliales		
Afiches		
Mensajes por internet		

### **Presupuesto utilizado para la ejecución de la campaña publicitaria**

<b>No.</b>	<b>Herramienta de promoción</b>	<b>Precio por unidad en (Q)</b>	<b>Unidades</b>	<b>Sub-total</b>
1	Volantes	Q. 1.50	500	Q. 450.00
2	Trifoliar	Q. 3.00	75	Q. 225.00
3	Afiches	Q. 150.00	15	Q. 2250.00
	<b>TOTAL</b>			Q. 2925.00

### **Sistema de control y evaluación de la campaña**

La evaluación de la campaña publicitaria se llevó a cabo estableciendo el número de personas que visitan y utilizan los servicios de Hotel Alcázar de Doña Victoria después de haber implementado la presente campaña publicitaria, tomando como referencia que los visitantes que lleven uno de los medios escritos que se distribuyeron en la localidad o que mencionen que se enteraron por estos medios tendrán un descuento en uso de los servicios que presta la organización y esto servirá para poder establecer el impacto que causó dicha campaña.

# **ANEXO 3**

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

# **CONTROL DE INVENTARIOS DE EXISTENCIAS EN EL ÁREA BODEGA**

---

**HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA  
2015**

## CONTENIDO

Políticas de control de inventarios.....	1
Objetivos.....	2
Catalogación e identificación de productos.....	3
Rotulación de estantería.....	4
Generación de base de datos.....	4
Establecimiento del stock mínimo de inventario.....	10
Capacitación al encargado.....	10
Evaluación del control de inventarios.....	11

## **CONTROL DE INVENTARIOS DE EXISTENCIAS EN EL ÁREA BODEGA HOTEL ALCÁZAR DE DOÑA VICTORIA**

### **POLITICA DEL CONTROL DE INVENTARIOS**

1. El encargado de bodega será la persona encargada de actualizar la base de datos de almacén de manera semanal.
2. El ingreso y salida de productos al área de almacén se realizara utilizando la base de datos.
3. De no encontrarse en las instalaciones del Hotel el encargado de bodega, será su auxiliar el que tenga la potestad de actualizar la base de datos de almacén.
4. Se realizará una revisión mensual de los productos que se utilizan con mayor frecuencia en las instalaciones del Hotel y cuáles son los que no se utilizan con mucha frecuencia.
5. Se realizará la actualización del stock de inventarios en periodo de 6 meses.
6. El cálculo del stock de inventarios deberá ser realizado por el Gerente de la organización.
7. El ingreso de una línea de productos a la base de datos de almacén será realizado por el encargado de bodega.
8. La solicitud de productos escasos será realizado por el encargado de bodega, directamente a gerencia.

9. Será obligación del encargado de bodega notificar por escrito a gerencia de encontrar productos vencidos o maltratados en el área de almacén.
10. La solicitud de salida de productos del almacén se realizara por escrito para poder llevar el control del mismo.
11. El control de temperaturas de productos perecederos será realizado por el encargado de bodega.
12. El encargado de bodega será la única persona facultada para poder dar de baja alguna línea de productos del área de almacén, con el permiso de gerencia.
13. El Chef y sus auxiliares deberán de realizar la solicitud de los productos que utilizaran para la realización de sus actividades con 24 horas de anticipación.
14. De necesitar un pedido mayor de productos los encargados de cocina deberán notificar al encargado de bodega con 3 días de anticipación.
15. Serán el gerente y el encargo de bodega los facultados para poder extraer información sobre productos en el área de almacén.

## **OBJETIVOS**

- Evitar el desabastecimiento de productos
- Evitar el exceso de inventario
- Maximizar los márgenes de beneficio de la organización
- Proveer de un mejor control de existencias en almacén

- Conocer las existencias en almacén
- Facilitar la toma de decisiones de la organización
- Reducir el extravió de productos e insumos en el área de bodega
- Optimizar los procesos en el área de almacén
- Anticipar las necesidades futuras de productos
- Proveer de una mejor organización de la diversidades de productos que se manejan en el área de almacén
- Facilitar la búsqueda de productos en el área de almacén
- Establecer que productos se utilizan con mayor frecuencia

### **Generación de base de datos de materia prima y catalogación e identificación de los productos**

#### **Catalogación e identificación de productos**

En esta fase se procedió a realizar un recuento de cada una de las existencias de productos en el área de almacén, realizando una división entre productos perecederos y no perecederos, con el objetivo de generar un orden entre productos y obtener los datos de existencias para poder introducirlos seguidamente en la base de datos.

## Rotulación de estantería

Después de haber catalogado los productos y realizar su debida identificación se procedió a colocarlos en orden en el área de almacén, utilizando para ello una rotulación para que de esta forma sea más fácil poderlos encontrar, en un futuro y así lograr tener un mejor orden en esta área.

## Generación de Base de Datos

Para esta fase se procedió a realizar una base de datos que contendrá las existencias de almacén de Hotel Alcázar de Doña Victoria, la cual fue realizada en Microsoft Access con el objetivo de que pueda ser más fácil de manipular para el encargado de almacén y para personas que necesiten información del mismo, el software y sus atributos se describen a continuación:

La siguiente imagen muestra la pantalla principal del Software diseñado para el control de inventarios de Hotel Alcázar de Doña Victoria.

**Imagen No. 1 Pantalla principal del software**



1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

La utilización del mismo se describe a continuación:

La imagen No. 1 muestra la pantalla principal del software que contiene 3 columnas las cuales son Ingreso de información en la cual se podrán encontrar 2 botones los cuales sirven para registrar el ingreso de productos y el segundo para establecer las salidas de almacén, seguidamente la segunda columna denominada Reportes de movimientos muestra dos botones los cuales son; informe de salida en el cual se puede establecer las salidas de almacén en conjunto y el segundo es el informe de ingreso de productos en el cual se muestra un desplegado de los ingresos que se han tenido en almacén de manera conjunta, finalmente la tercera columna muestra los reportes de existencias con dos botones el primero existencias mínimas mostrando los productos que están por debajo de 5 unidades y el segundo botón la existencia por producto, seleccionando el producto para que nos muestra cual es la existencia actual.

### Imagen No. 2 Pantalla de Ingreso de productos

The screenshot displays the 'Ingreso de Productos' form within a web browser. The browser's address bar shows 'INICIO' and 'FormularioProductos'. The form header includes the title 'Ingreso de Productos', a logo for 'ALCAZAR DONA VICTORIA', and buttons for 'Cerrar formulario' and 'Borrar registro'. The form fields are as follows:

CodigoProducto	<input type="text"/>
DescripcionProducto	<input type="text" value="Cloro/Litro"/>
CantidadIngreso	<input type="text" value="300"/>
FechaIngreso	<input type="text" value="06/02/2015"/>
Existencia	<input type="text" value="300"/>

At the bottom of the form, there is a date and time display: 'martes, 10 de febrero de 2015 10:43:27 p.m.'. Below this are buttons for 'Agregar Registro', 'Buscar registro', and 'Cerrar formulario'. The status bar at the very bottom shows 'Registro: 1 de 4', 'Sin filtro', and a 'Buscar' button.

1ª. Avenida 5-34 Zona 1, Cobán, Alta Verapaz.

En la imagen No. 2 se muestra la pantalla de ingreso de productos en la cual se deben de ingresar el código de producto, la descripción del producto, la cantidad de ingreso, la fecha en la que está ingresando y la existencia actual.

### Imagen No. 3 Pantalla de ingreso de salida de productos

The screenshot displays a web application interface for 'Ingreso Salidas'. At the top, there are tabs for 'INICIO' and 'FormularioPedidos'. The main header area contains the title 'Ingreso Salidas', the Alcazar Dona Victoria logo, and buttons for 'Cerrar formulario' and 'Borrar registro'. The form fields are as follows:

NumeroPedido	<input type="text" value="10"/>
CodigoProducto	<input type="text" value="2"/> <input type="text" value="Jabon/Litro"/>
CantidadSalida	<input type="text" value="20"/>
FechaSalida	<input type="text" value="25/02/2015"/>
Existencia	<input type="text" value="90"/>

Below the form, there is a date and time display: 'martes, 10 de febrero de 2015 10:44:56 p.m.'. Navigation buttons include 'Agregar Registro', 'Buscar registro', and 'Cerrar formulario'. At the bottom, a footer shows 'Registro: 1 de 6' and a search bar with 'Sin filtro' and 'Buscar'.

En la imagen No. 3 se muestra la pantalla de ingreso de salida en la cual se deben de ingresar el número de pedido que se está realizando, el código de producto, la cantidad saliente de almacén, la fecha en la que se está retirando y la existencia actual.

## Reportes de informes

### Imagen No. 4 Pantalla reporte del registro de salidas

INICIO		Formulario Pedidos			
<b>Registro de Salidas</b>					
NumeroPedido	CodigoProducto	DescripcionProducto	CantidadPedido	FechaSalida	Existencia
10	2	Jabon/Litro	20	25/02/2015	90
11	3	Frijoles/Lata	4	06/02/2015	0
12	3	Frijoles/Lata	1	06/02/2015	0
13	4	Vino/Botella	5	06/02/2015	70
14	4	Vino/Botella	5	06/02/2015	70
15	4	Vino/Botella	20	06/02/2015	70

martes, 10 de febrero de 2015 Página 1 de 1

En la imagen No. 4 se muestra un consolidado del registro de salidas que se han efectuado mostrando los números de pedidos, el código del producto, su descripción, la cantidad de pedido, la fecha de salida y la existencia actual.

### Imagen No. 5 Pantalla reporte del ingreso de productos

INICIO		Informe Ingreso de Productos			
<b>Reporte de Ingreso de Productos</b>					
CodigoProducto	DescripcionProducto	CantidadIngreso	FechaIngreso	Existencia	
1	Cloro/Litro	300	06/02/2015	300	
2	Jabon/Litro	100	06/02/2015	90	
3	Frijoles/Lata	500	06/02/2015	0	
4	Vino/Botella	100	06/02/2015	70	

martes, 10 de febrero de 2015 Página 1 de 1

En la imagen No. 5 se muestra un consolidado del registro de ingresos de productos que se han efectuado mostrando el código del producto, su descripción, la cantidad de ingreso, la fecha de ingreso y la existencia actual.

### Imagen No. 6 Pantalla reporte de existencias



La imagen No. 6 muestra la pantalla del reporte de existencias ingresando la cantidad mínima que se desea verificar en algún producto existente el software busca cuales oscilan en este número y los muestra en la pantalla siguiente, Imagen No. 7.

## Imagen No. 7 Pantalla Informe de consultas

Codigo Producto	Descripcion Producto	Existencia
3	Frijoles/Lata	0

martes, 10 de febrero de 2015 Página 1 de 1

## Imagen No. 8 Pantalla existencia por producto

**Control de Inventarios  
Hotel Alcazar de Doña**

**Ingreso de Información**  
Ingreso de Productos  
Ingreso de Salidas

**Reportes de Movimientos**  
Informe de Salidas de Productos  
Informe de Ingreso de Productos

**Reportes de Existencias**  
Existencias Mínimas  
Existencia por Producto

Introduzca el valor del parámetro  
Ingrese Nombre de Producto  
Aceptar Cancelar

martes, 10 de febrero de 2015  
10:40:40 p.m. Salir a Windows

La imagen No. 8 muestra la pantalla del reporte de existencias por producto ingresando el nombre del producto que se desea verificar se procede a ingresarlo en este recuadro para que el software busque el mismo y establezca la siguiente imagen No. 9 con la cantidad que se cuenta en la actualidad.

## Imagen No. 9 Pantalla existencia por Nombre

Existencia		
CodigoProducto	DescripcionProducto	Existencia
4	Vino/Botella	70

martes, 10 de febrero de 2015 Página 1 de 1

### Establecimiento del Stock Mínimo de Inventario

Mediante la siguiente fórmula matemática se procedió a calcular el Stock mínimo de inventario para el área de almacén de Hotel Alcázar de Doña Victoria, tomando en cuenta los datos establecidos mediante la recopilación y recuento de existencias en dicha área y datos históricos mostrados por la gerencia sobre las necesidades que se han presentado en los últimos años sobre las necesidades de productos en las diferentes áreas de la organización.

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Ventas Actuales} + \text{Ventas Históricas}}{2}$$

### Capacitación al encargado del control de inventarios y socialización a colaboradores de la implementación del control de inventario

En esta etapa se procedió a realizar la capacitación al encargado del área de almacén, mostrándole cada uno de los procesos que debe de seguir para poder manipular de la mejor forma dicho Software, así como la forma adecuada de la utilización de un control de inventarios, cuáles son sus objetivos, políticas y que es lo que puede ganar mediante su implementación.

## **Evaluación del control de inventarios**

La evaluación del presente control de inventarios se planteó mediante la ejecución de la base de datos e introducción de los productos que se encuentran en el área de almacén y la debida capacitación al encargado de dicha área sobre el manejo adecuado de las herramientas que presta el software.



# CUNOR

CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE  
Universidad de San Carlos de Guatemala



15218

El Director del Centro Universitario del Norte de la Universidad de San Carlos, luego de conocer el dictamen de la Comisión de Trabajos de Graduación de la carrera de:

## Administración de Empresas

Al trabajo titulado:

**"Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado realizado en el Hotel Alcázar de Doña Victoria, del municipio de Cobán, del departamento de Alta Verapaz"**

Presentado por el (la) estudiante:

**Tedy Fernando Fetzer Botzoc**

Autoriza el

# IMPRIMASE

*"Id y enseñad a todos"*

Lic. Zoot. M.A. *Fredy Giovanni Macz Choc*  
DIRECTOR



Cobán, Alta Verapaz octubre del 2015