

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Estrategias de Diversificación de Servicios Para el Incremento de Ventas del
“Centro Residencial Empresarios Exitosos” en el departamento de Retalhuleu.
(Práctica Empresarial Dirigida –PED-)**

Mario Roberto Vásquez García

Retalhuleu, junio 2015

**Estrategias de Diversificación de Servicios Para el Incremento de Ventas del
“Centro Residencial Empresarios Exitosos” en el departamento de Retalhuleu.
(Práctica Empresarial Dirigida –PED-)**

Mario Roberto Vásquez García
Lic. Uri Cruz Díaz, **Asesor**
Licda. Alba Leticia Díaz Duarte, **Revisor**

Retalhuleu, junio 2015

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez Bracamonte de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Vice Decano

Licda. Clara Walesska Zunún Coyoy

Coordinador de Facultad

**Tribunal que Practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida –PED-**

Licda. Claudia López
Examinador

Lic. Marvin Álvarez
Examinador

Lic. Mynor Benavente
Examinador

Lic. Uri Cruz Díaz
Asesor de Tesis

Licda. Alba Leticia Díaz Duarte
Revisor de Tesis



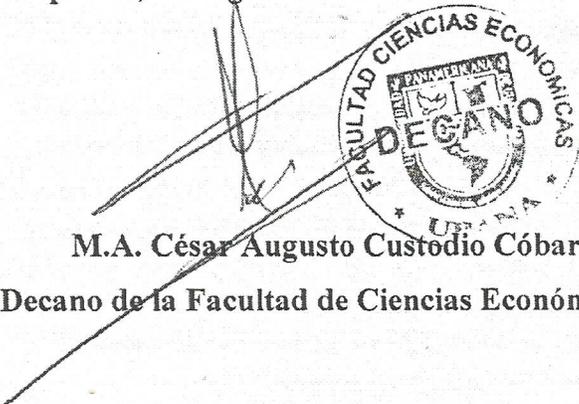
**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.0063-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 17 DE ABRIL DEL 2015
SEDE SAN FELIPE RETALHULEU**

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Uri Cruz Díaz, tutor y Licenciada Alba Leticia Díaz Duarte Revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto – PED- titulada, “Estrategias de Diversificación de Servicios para el Incremento de Ventas del Centro Residencial Empresarios Exitosos, en el departamento de Retalhuleu”, Presentado por él (la) estudiante Mario Roberto Vásquez García, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1203 de fecha 31 de Enero 2015; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administradora de Empresas, en el grado académico de Licenciada.


M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala, 28 de febrero del 2014

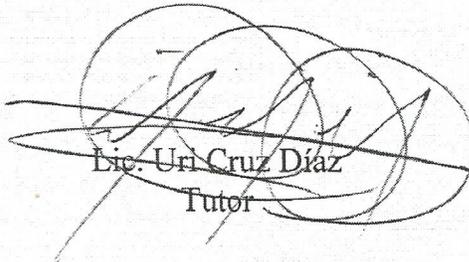
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Estrategias de Diversificación de Servicios Para el Incremento de Ventas del Centro Residencial Empresarios Exitosos”** en el departamento de Retalhuleu, realizada por **Mario Roberto Vásquez García**, estudiante de la **Licenciatura en Administración de Empresas**, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida, con una nota de noventa y uno (91) de 100 puntos.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Uri Cruz Díaz
Tutor

Guatemala, 04 de noviembre de 2014

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la revisión de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Estrategias de Diversificación de Servicios para el Incremento de Ventas del “Centro Residencial Los Emprendedores Exitosos” en el departamento de Retalhuleu,** realizada por **Mario Roberto Vásquez García,** estudiante de la Licenciatura de Administración de Empresas, he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Licda. Alba Leticia Díaz Duarte
Revisor
Colegiado 16,692



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 742.2015

El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que el estudiante **Vásquez García Mario Roberto** con número de carné 0912740 aprobó con **86 puntos** el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día treinta y uno de enero del año dos mil quince.

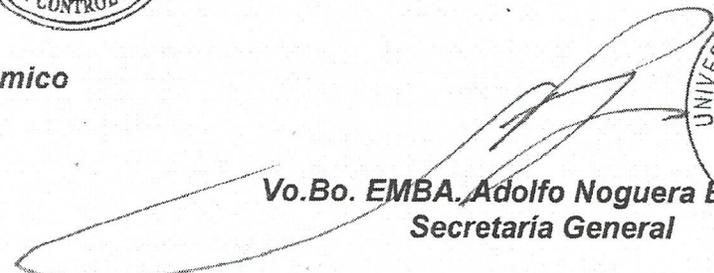
Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los siete días del mes de mayo del año dos mil quince.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora



Registro y Control Académico


Vo.Bo. EMBA Adolfo Noguera Bosque
Secretaría General



DEDICATORIA

- A DIOS:** Al creador por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.
- A MIS PADRES:** Víctor Hugo Vásquez Caseros y María del Carmen García Andrade por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.
- A MIS FAMILIARES:** A mis hermanos Víctor Hugo y Julia Raquel por ser ejemplo de quienes aprendí aciertos y momentos difíciles. A mis sobrinos, que este logro sirva como ejemplo en su futuro, a todos los quiero mucho.
- A MI ESPOSA:** A mi amada esposa que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amiga y compañera inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.
- A MIS HIJAS:** Maria Ximena y Maryangel Beatriz mis princesas para quienes ningún sacrificio es suficiente, que con su luz han iluminado mi vida y hacen mi camino más claro.
- A LA UPANA:** Por haberme aceptado ser parte de ella y poder estudiar mi carrera, así como a todos los licenciados que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.
- A LOS AMIGOS:** Les agradezco la confianza que depositaron en mi, para poder estar siempre en las buenas y en las malas juntos en este proceso universitario.

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1.1. Antecedentes	1
1.2 Marco Teórico	5
1.3 Planteamiento del problema	10
1.4 Objetivo de la práctica realizada	11
1.5 Alcances y límites de la práctica	13
Capítulo 2	15
2 Metodología aplicada en la práctica	15
2.2 Sujetos	15
3 Instrumentos	15
4 Procedimientos	16
Capítulo 3	22
3.1 Presentación de resultados	22
3.2 Análisis e interpretación de Resultados	44

Capítulo 4	50
4.1 Propuesta de solución o mejora	50
Organigrama “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos”	62
Conclusiones	74
Recomendaciones	75
Referencias bibliográficas	76
Anexos	77

Resumen

La creciente cantidad de la actividad comercial en el departamento de Retalhuleu, generada por la inversión que realizó el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada, ha provocado que una gran cantidad de empresarios se dediquen a la prestación del servicio de hotelería y el servicio de restaurante, actividad que ha sido demasiado fuerte y ha saturado el mercado, Retalhuleu después de la ciudad capital, es el departamento que más hoteles tiene. Como consecuencia de esta situación se llevó a cabo un estudio de mercado que permitió el establecimiento de la empresa “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos”, que apertura sus actividades en el mes de enero del año 2013, en el municipio de Retalhuleu del departamento de Retalhuleu, con la intención de brindar un servicio de hospedaje cambiando de forma total el concepto de hotel, por un producto sustituto dirigido a las empresas que desplazan a la costa sur a sus trabajadores por cierto tiempo para realizar estudios de investigación, necesitan que su personal esté por cierto tiempo en el área.

Se ubicó el mercado, las empresas sobre todo las de la ciudad capital, el costo de hospedar a sus trabajadores en hoteles es demasiado oneroso, mientras que en el Centro Residencial de Emprendedores Exitosos, es más económico en comparación al servicio que brindan los hoteles. Se han materializado los objetivos del centro en cuanto a la prestación de los servicios de hospedaje, pero no los relacionados a la venta de alimentos como consecuencia de que los trabajadores sólo consumen dos tiempos de alimentos desayuno y cena, en el día se desplazan a otros departamentos o municipios, el consumo de alimentos se realiza sólo cuando hacen trabajo en la cabecera departamental, por lo que se ha realizado un análisis sobre materializar una nueva inversión que permita incrementar el nivel de ingresos, que permitan cubrir el compromiso financiero que se tiene y que la nueva inversión se realice con la ampliación de un nuevo apoyo financiero para llevar a cabo la construcción del centro de convenciones que permita prestar un servicio más a las empresas locales, regionales y nacionales que proporcionan este servicio, pues en el área sólo existen cinco hoteles.

Introducción

El crecimiento de eventos, culturales, educativos, comerciales, políticos y otros, que se dan en el departamento de Retalhuleu, se desarrollan en ambientes a menudo improvisados e inapropiados como los salones de hoteles. En Retalhuleu sólo prestan este servicio cinco hoteles como lo son Hostales del IRTRA, Gran Karmel, Los Güichos, Hotel la Colonia y Hotel Posada de Don José. El concepto de centro de convenciones tiene un mal concepto en el marco de las actividades de los hoteles en Retalhuleu, se circunscribe a un lugar tipo salón en donde las empresas pueden realizar sus actividades como reuniones foros, entre otros, en donde se debe de pagar cierta cuota por el uso de dicho espacio, no se cuenta con los insumos necesarios para tener reuniones informales con el equipo respectivo, lo cual se refleja en los estudios realizados por observación. Los equipos de trabajo de empresas formales realizan reuniones en gasolineras, el lugar denominado como el Zarco, en Burger King, Mac Donald, canchas deportivas, parques y otros, no se cuenta con un ambiente, equipo y alimentación adecuada al trabajador. De tal forma que se determina la necesidad de implementar este servicio en el mercado con estrategias mercadológicas que permitan un posicionamiento en corto plazo y que se logren los objetivos de la empresa “CREE” en cuanto a la venta de alimentos.

Las características geográficas, económicas y climáticas del departamento de Retalhuleu permiten plantear como alternativa a esta problemática tanto para las empresas como para el centro residencial la creación del centro de convenciones de la empresa “CREE”, diseñado bajo la concepción de módulos espaciales y esquemas funcionales adaptados a las variables impuestas para fomentar y complacer la demanda de eventos formales e informales en el mundo empresarial y social para cumplir la demanda de eventos y el rápido desplazamiento de las empresas capitalinas al centro de convenciones. Las instalaciones propuestas buscan enriquecer los ambientes a través de la relación con el contexto natural, orientación, vientos, insolación vistas, entre otros, el proyecto se desarrolla con base a conceptos y criterios de actividades sociales y comerciales, sin dejar por un lado el turismo.

Capítulo 1

1.1. Antecedentes

En enero del año 2013, se estableció en el municipio de Retalhuleu, del departamento de Retalhuleu, el “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” CREE, con las perspectivas de cambiar el concepto de hotel para las empresas que desplazan a sus trabajadores a la costa sur de Guatemala, a realizar estudios, para lo cual se creó un centro que interactúa con la naturaleza, se tiene un servicio de cafetería, internet, hospedaje y otros servicios para hacer que el trabajador se sienta como en casa. Sin embargo de acuerdo a la inversión realizada se proyectó cierto capital en hospedaje y otro en alimentación, en donde lo más fuerte es la venta de almuerzos lo cual no se obtiene, los trabajadores sólo utilizan este servicio cuando realizan actividades laborales en el municipio de Retalhuleu, se ha llevado a cabo un estudio por observación para la construcción de un centro de convenciones de acuerdo a las características del mercado.

El origen de los centros de convenciones se remonta hacia el año 1000 antes de Cristo, con las caravanas mercantiles que organizaron los habitantes de Egipto, Siria, Palestina, Mesopotamia, algunas tenían significado religioso.

Con la caída del imperio romano después de Cristo hubo un estancamiento de la actividad comercial, luego vino la época del Renacimiento en la comunidad europea se manifestó la capacidad del hombre para transformar la naturaleza, por lo que se dio el auge de las exposiciones en el siglo XIX que se daban en las principales ciudades del mundo, de carácter industrial, comercial y cultural.

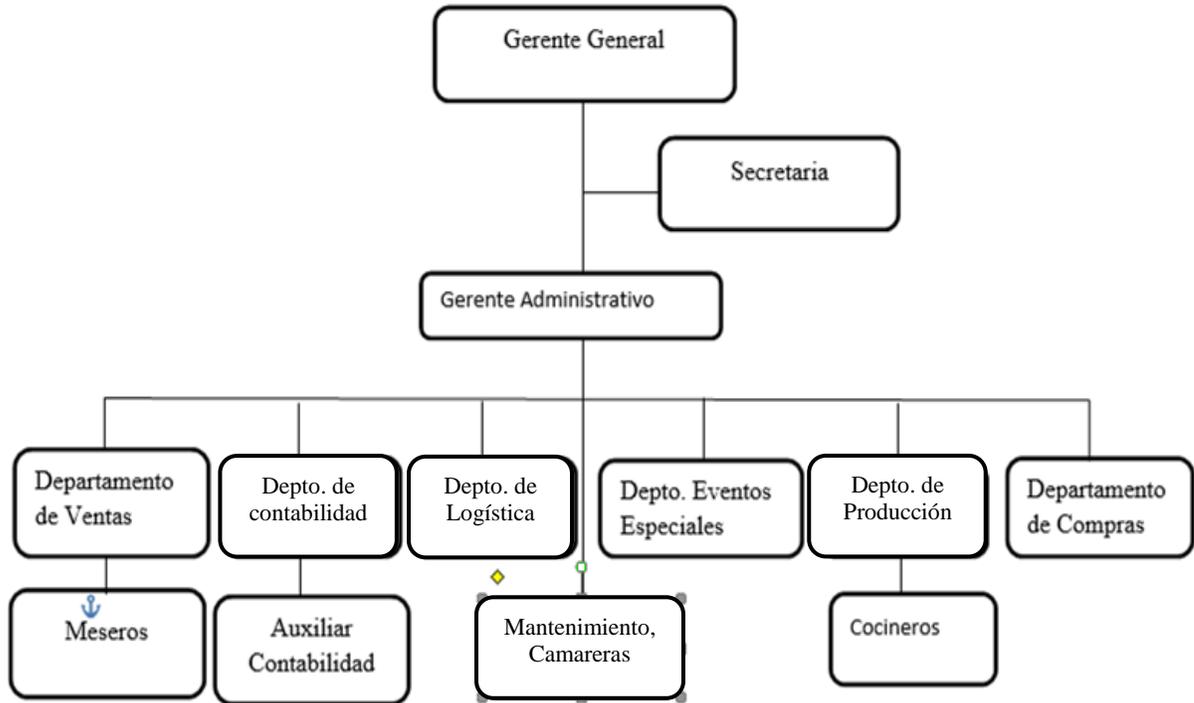
Desde sus comienzos las exposiciones universales ha representado un problema por la necesidad de mostrar diversidad de productos en un espacio pequeño, en un mismo ámbito y en un mismo tiempo, la complejidad de las exhibiciones rebasó durante mucho tiempo los propios propósitos de los organizadores de los certámenes, ello hizo de las primeras exposiciones auténticos bazares al concebirlas en un edificio único para cuya escala era muy difícil encontrar una fórmula capaz desde el punto de vista material, económico, conceptual en la arquitectura tradicional. Este tipo

de exposiciones tiende a desaparecer debido a la gran inversión que se requiere, es por ello que los centros de convenciones y exposiciones son cada día más necesarios en aquellas ciudades que tienen actividades de tipo industrial, comercial económicas, turísticas, culturales, religiosas. Bajo éste concepto el departamento de Retalhuleu, llena las expectativas en cuanto a cada una de las actividades a las cuales se refiere, de forma específica los esfuerzos de CREE van enfocados a actividades comerciales.

En Europa y Estados Unidos, la tendencia es ubicar los centros de convenciones en los núcleos de desarrollo turístico, de negocios o con ambas características. En América Latina se aprovechan particularmente las atracciones turísticas de las zonas, los centros de convenciones se construyen fuera de los núcleos urbanos ligados a conjuntos hoteleros. Existen centros de convenciones de fama internacional a nivel mundial como lo son el Palacio del Congreso de Montecarlo en Mónaco, El Centro de Convenciones de Hamburgo, El Centro de Convenciones de San Luis en Estados Unidos. En Guatemala los centros de convenciones de los hoteles cinco estrellas, Tikal Futura, Portal de Lago, en Quetzaltenango el centro de convenciones del Hotel Gran Karmel que es el más cerca de la región.

En el departamento de Retalhuleu, existe una gran oferta en cuanto a la prestación de servicios de hospedaje y alimentación que en temporadas altas rebasa su capacidad, estas empresas, van enfocadas al sector turismo y no a las de trabajo que se desarrollan en la región, sobre todo las empresas que desplazan a sus trabajadores para realizar actividades de investigación en la zona, por lo que ante esta falta de visión de dichas empresas, el Centro Residencial de Emprendedores Exitosos ha logrado posicionarse en el mercado, se tiene la demanda establecida, el servicio que estas empresas, las de nivel regional y local no cumplen con las instalaciones que el empresario necesita para reuniones, convenciones, exhibiciones, entre otras, por lo que la empresa ha decidido invertir en este tipo de actividad. Se lleva a cabo la presentación de la estructura administrativa, así como los resultados financieros al mes de septiembre para realizar determinar los cambios necesarios en la implementación del proyecto.

ORGANIGRAMA DE RESTAURANTE “CENTRO RESIDENCIAL DE EMPRENEDORES EXITOSOS”



Se da a conocer el organigrama en el presente estudio para determinar cómo se lleva a cabo el proceso administrativo, financiero, mercadológico y productivo de la empresa y de esta forma tener la información necesaria de los movimientos que se realizarán dentro de la estructura administrativa, así como establecer el Diagnóstico de las Necesidades de Capacitación dentro de la empresa (DNC).

RELACIÓN VENTAS, COSTOS Y UTILIDADES

VIABILIDAD FINANCIERA EMPRESA CREE				
Ventas				
	Servicios	A. Apartamentos	S. Alimentación	Total
	Precio Venta	Q 6,000.00	Q 36.00	
	U. Vendidas	72	19250	
	Total Ventas	Q 432,000.00	Q 693,000.00	Q 1,125,000.00
Gastos Variables				
	Compras	Q 820.00	Q 12.00	
	Total compras	Q 59,040.00	Q 231,000.00	Q 290,040.00
Diferencia Com. Venta	D. Com. Vent.	Q 372,960.00	Q 462,000.00	Q 834,960.00
Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Q 372,960.00	Q 462,000.00	Q 834,960.00

Gastos fijos	Sueldos	Q. 403,200.00
	Bonificación	Q. 33,750.00
	Aguinaldo B. 14	Q. 50,750.00
	Vacaciones	Q. 12,600.00
	Indemnización	Q. 29,400.00
	C. Patronal	Q. 20,170.08
	Transporte	Q. 4,500.00
	Energía Elect.	Q. 13,500.00
	Intereses	Q. 78,000.00
	Depreciación	Q. 17,887.50
	Publicidad	Q. 52,500.00
	Teléfono	Q. 5,400.00
Total gastos fijos		Q. 721,307.58

Como antecedentes sobre la situación financiera de la empresa, se establece que durante los nueve meses de actividad comercial, se ha logrado el objetivo en cuanto al alquiler de los módulos que se había establecido en ocho módulos por mes y la venta de alimentos de 96 tiempos de alimentación programados de forma diaria, pero al 30 de septiembre del año 2013, sólo se ha alcanzado un promedio de 70 tiempos de alimentos por día.

De acuerdo a esta información se tiene un desbalance de 26 tiempos de alimentación menos por día, lo que significa que a partir del uno de enero del presente año al 30 de septiembre existe una diferencia de 5,500 tiempos de alimentos que no se han vendido por un monto total de ventas de Q 198,000.00, si se mantiene esta tendencia, significa que el nivel de utilidades proyectadas para fin de año no se alcanzará y de acuerdo a las proyectos con base a los datos de los nueve meses de funcionamiento se tendría una utilidad anual después de impuestos por un monto de Q 104,560.23, lo que significa que la empresa CREE, contará con el efectivo para llevar la amortización al banco por Q 100,000.00 de esta forma obtener un flujo de efectivo de Q 4,560.23.

Para el año 2014 si se presentará una crisis económica o bien el índice de inflación crece, existe la posibilidad que disminuya el nivel de ventas no solamente de alimentos sino también el alquiler de apartamentos lo que significaría la quiebra de la empresa, es por ello que es necesario adoptar las medidas administrativas, financieras y mercadológicas para llevar a cabo la evaluación del proyecto, de construcción del centro de convenciones, que permita diversificar la prestación de servicios y al mismo tiempo enfocar esta nueva actividad a otro mercado de tal forma que se pueda tener una línea de crecimiento, no solamente alcanzarán los objetivos planteados en el primer año de operaciones de la empresa sino que duplicar el nivel de ingresos, de tal forma que la empresa pueda cubrir la deuda actual contraída con el banco de Q 1,300,000.00 sino también el nuevo compromiso financiero al cual la empresa se someterá; se toma en cuenta que ya se tiene el respaldo financiero para solicitar un nuevo apoyo financiero que permita materializar esta propuesta.

1.2 Marco Teórico

Administración: es un proceso muy particular consiste en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos, materiales y financieros.

Dentro de la empresa “CREE” de acuerdo a la forma de llevar a cabo el proceso administrativo se considera como el proceso de lograr que las cosas se realizan por medio de la planeación,

organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, crear un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar de forma entusiasta en conjunto, con otras actividades y ambientes; y lograr así fines determinados bajo los cuales fue creada la empresa.

Uno de los principales autores de la teoría administrativa George R. Terry, la define así “La administración consiste en lograr que las cosas se hagan mediante otras personas.”

Koontz y O'Donnell nos da la siguiente definición de administración: “La dirección de un organismo social y su efectividad en alcanzar objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes.”

V. Clushkov: "Es un dispositivo que organiza y realiza la transformación ordenada de la información, recibe la información del objeto de dirección, la procesa y la transmite bajo la forma necesaria para la gestión, realizando este proceso continuamente.”

Administración en el siglo XXI

1. No juegues de acuerdo con las reglas de competencia dominantes de tu empresa: inventa las tuyas y haz que otros sigan tus pasos.
2. ¡Innovar o Morir!: Desarrolla estrategias y mecanismos conscientes para promover innovaciones, realiza ejercicios de creatividad en toda la empresa.
3. Vuelve a examinar tu empresa para encontrar activos estratégicos escondidos, luego impúlsalos lo más que puedas: quieres ser parte de una empresa excepcional, fíjate en todos tus colaboradores y en todos los procesos, seguro hallarás potencial de valor que podrás aprovechar y apalancar.
4. Desarrolla la inclinación por la velocidad y la acción de tu empresa: el análisis y la reflexión son muy buenas, pero no llegarás a ningún lado sin llevar los planes a la práctica, más vale que seas rápido antes que otros se te adelanten. Mejor dicho, no camines, corre y si puedes cómprate una moto porque tu competencia se mueve más rápido de lo que imaginas.

5. Debes ser proactivo y experimental: tienes una iniciativa en mente pero no sabes cómo decirlo en la junta directiva por miedo al rechazo. Inténtalo y si dan vía a tu idea llévala a cabo, la prueba y el error valen.
6. Rompe barreras: las compañías "virtuales" del siglo XXI están desmantelando las barreras internas que con tanta frecuencia separan gente, departamentos y disciplinas. Sal de lo convencional, empodera a tus colaboradores, dales autonomía y capacidad de decisión, cambia horarios, formas de compensación y de capacitación.
7. Emplea toda tu gente y todas sus capacidades, todo el tiempo: empodera a tus colaboradores, dales autonomía y capacidad de decisión, si tú los contrataste es porque son los mejores cree en ellos.
8. Globaliza tanto tu perspectiva como las bases de tu conocimiento: los mercados de mayor crecimiento en el mundo no sólo están fuera de Estados Unidos, también están fuera de los países de la OECD. Conviértete en un dirigente global, sí así como suena, las economías emergentes tienen crecimientos muy rápidos que puedes aprovechar.
9. Admite que la revolución eco industrial está sobre nosotros: los resultados financieros no son lo único que cuenta, debes pensar en tus hijos y nietos, los lazos entre economía y medio ambiente son más estrechos día a día.
10. Has del aprendizaje organizacional una religión de tu empresa: si tienes la posibilidad de conocerte, aprender rápido y atacar, basado en dicho conocimiento, las debilidades de tu empresa, tendrás una ventaja sobre tus competidores. Si el aprendizaje lo conviertes en oportunidades, nuevos productos, servicios y tecnologías antes que tu competencia, serás líder
11. Desarrolla herramientas estratégicas para medir tu desempeño: no basta con mediciones estáticas de las finanzas o el desempeño de mercados, debes detectar los factores dinámicos que afectan la producción, las finanzas, el mercado y en general, el entorno de tu empresa.

Excelencia: entendida como el conjunto de valores compartidos por toda la organización y que viene a relacionar, en definitiva, la personalidad de la empresa o el modo en que la organización hace las cosas y reacciona ante los problemas

Innovación y cambio: los gerentes de hoy se enfrentan a un entorno en el que el cambio se da a una velocidad sin precedentes, por lo que los principios y criterios válidos en otros momentos en la actualidad no sirven y las empresas tienen que adoptar nuevas formas de actuación para adaptarse a los cambios del entorno e incluso adelantarse a ellos. Esto exige una rapidez de respuesta por parte de las firmas y una mentalidad abierta por parte de la dirección para romper los esquemas preestablecidos y adoptar medidas y procedimientos nuevos y revolucionarios. En definitiva, deben estimularse la innovación y el cambio.

La gestión de la calidad total: a pesar de que los orígenes del estudio de la calidad se sitúan en la década de los 50, de la mano de Deming, la administración de la calidad total (T.Q.M., por sus siglas en inglés) se popularizó en la década de los 80 como un movimiento de respuesta global a la competencia y a las exigencias de los clientes. Surge entonces como una filosofía de administración que busca la satisfacción del cliente, externo e interno, por medio de la mejora continua en todos los procesos de la organización.

La reingeniería: implica un cambio radical de la empresa y requiere que los gerentes reconsideren el modo de hacer las cosas si tuvieran que empezar de cero. El planteamiento se justifica como la única posibilidad de luchar contra los procedimientos que se han convertido en rutina y que se mantienen por inercia a pesar de que las circunstancias hayan cambiado. Junto a los temas comentados, van cobrando cada vez más fuerza otros aspectos que preocupan y que afectan de forma notoria a la administración de empresas, presentándose como los nuevos retos de la dirección. Retos como los cambios en la organización y la fuerza de trabajo, la gestión de la diversidad, el *management* de ideas o la gestión por competencias.

Cambios en la organización y la fuerza de trabajo: en relación con la vinculación temporal y física del trabajador en la empresa: el día laboral evoluciona desde el concepto de establecer un horario rígido de trabajo como es de ocho horas 44 horas a la semana hacia el día laboral flexible; el trabajo no se realiza necesariamente en la fábrica o en la empresa, sino que el trabajador puede hacer su labor desde su casa, desde un avión o desde cualquier otro sitio del mundo; la estabilidad del trabajador ya no se sustenta en el logro de un empleo fijo en una empresa, sino en el desarrollo de su empleabilidad; emerge un colectivo de trabajadores

vinculados a tiempo parcial con la empresa para compatibilizar su vida laboral con otros objetivos personales. Estos cambios relacionados con la fuerza de trabajo presentan nuevos retos a la gerencia que debe dirigir el comportamiento de personas con circunstancias y objetivos diferentes y cuya fuente de motivación y desarrollo profesional la encuentran por vías alternativas a las tradicionalmente utilizadas (promoción, salario, entre otros).

La gestión de la diversidad: en línea con lo anterior, por lo que se refiere a las diferencias en los empleados, pero en estos casos centrados en variables de otra naturaleza, la gestión de la diversidad se presenta como uno de los temas clave que marcan las tendencias de la gestión en un mundo global. Valores como el género, la cultura o la personalidad del empleado aportan puntos de vista, reacciones y comportamientos dispares que afectan al funcionamiento de las organizaciones y que pueden hacerlo positiva o negativamente en función de la capacidad que tenga la dirección para reconocer la contribución que estas diferencias pueden aportar a la organización. El punto de partida para lograr el éxito en esta tarea consiste en reconocer las principales barreras existentes para el aprovechamiento de la diversidad, barreras como el machismo, feminismo, racismo, etc., que producen prejuicios, miedo a lo desconocido y a enfrentarse a formas de pensar diferentes. Los gerentes necesitan reconocer las principales ventajas de su aprovechamiento, reflejadas en la creatividad y el enriquecimiento que puede aportar a la organización; solo aquellas empresas que acepten y reflejen la pluralidad estarán preparadas para satisfacer a sus clientes y favorecer el desarrollo social.

El '*management*' de ideas: como evolución de la importancia del cambio en la empresa y de la innovación, defendido desde los años ochenta, el mayor reconocimiento de la creatividad como origen de la innovación da paso a un mayor estudio de la generación y aprovechamiento de las ideas en las organizaciones, que algunos autores han tenido a bien denominar *management* de ideas. La clave está en reconocer la importancia de la creatividad o capacidad de generar ideas y considerarla como un intangible de la organización capaz de generar ventajas competitivas, valorando la necesidad de gestionar dicho intangible con el mismo rigor que se gestiona el resto de recursos estratégicos. La gestión de la creatividad en

las organizaciones supone tratar de introducir esta actitud como base del comportamiento de la empresa a todos los niveles, individual, grupal y organizativa

La gestión por competencias: va cobrando importancia como un nuevo modelo estratégico para la dirección de recursos humanos que implica un creciente reconocimiento del rol estratégico de esta función dentro de la empresa, así como una mayor participación del conjunto de directivos en las responsabilidades de gestión de personal.

La estrategia de diversificación es la amplitud de productos de la empresa. Con una estrategia de diversificación la empresa llega a nuevos mercados. Es decir, con esta estrategia una empresa puede incrementar su oferta presentando a los clientes varios productos, ya sean relacionados o no con el giro del negocio

Centro de convenciones: un centro de convenciones es un lugar construido con el propósito de juntar asambleas, conferencias, seminarios o agrupaciones de diferentes caracteres, sea comercial, empresarial, científico o religioso, entre otros.

1.3 Planteamiento del problema

El “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” CREE es una empresa que fue fundada en el mes de enero del año dos mil trece, con la ideología de cambiar el concepto en cuanto al servicio que brindan los hoteles con relación al hospedaje y la alimentación, para lo cual se llevó a cabo la construcción de nueve ambientes con capacidad de poder alojar cuatro personas por ambiente, dejando un apartamento sin ocupar por cualquier eventualidad o emergencia de parte de una empresa, el proceso de comercialización se lleva a cabo con empresas regionales y nacionales que desplazan a sus empleados a la costa sur a realizar estudios o actividades comerciales.

Se estableció un vínculo comercial para que se pueda llevar a cabo la reservación de los ambientes con anticipación, se ha llenado la perspectiva con relación al hospedaje u ocupación de los ambientes. Al mismo tiempo se llevó a cabo una proyección de ventas de alimentos de los ocho ambientes por tres tiempos de alimentos por persona 12 por ambiente por ocho ambientes un total de venta de alimentos de 96 tiempos de alimentación diaria. Para la implementación de

dicho proyecto se llevó a cabo la aportación financiera propia y el apoyo financiero de una institución bancaria por un monto de Q 1, 300,000 a un plazo de 13 años, con pagos mensuales de intereses y amortizaciones anuales de Q 100,000.00 anuales.

Ante esta proyección se lleva a cabo la materialización del proyecto, sin embargo no se estimó que los trabajadores de las empresas salen al campo (otros municipios) a realizar las tareas laborales no se tiene el tiempo y sería oneroso el traslado de un lugar a otro sólo para tomar los alimentos, aunado a ello, utilizan otros lugares como otros hoteles o restaurantes de comida rápida, gasolineras, centros deportivos o parques para tener reuniones de trabajo lo que ha provocado que la empresa CREE no tenga la demanda planificada con relación a las proyecciones realizadas, lo cual se refleja en la relación de ventas, costos y utilidades que se da a conocer en los antecedentes. Ante esta situación si se mantiene el nivel de ventas y se materializan los contratos de reservación de los ambientes se logrará un nivel de utilidades que solamente permita cumplir con las obligaciones financieras con el banco, teniendo un mínimo para el flujo de efectivo del año dos mil catorce, ante esta situación de no poder satisfacer a los clientes con lo que desean, existe la posibilidad de emigración de los clientes a hoteles en donde se tenga la disponibilidad de un servicio de espacio para llevar reuniones de trabajo o bien que otra empresa lleve a cabo la construcción de un centro de convenciones y que pueda atraer a los clientes de la empresa CREE. Es por ello que se plantea la siguiente pregunta de investigación, ¿La estrategia de diversificación de servicio con la implementación de un centro de convenciones permitirá elevar las ventas, conquistar un nuevo mercado y por ende mantener la línea de crecimiento para que logre consolidarse en el mercado?

1.4 Objetivo de la práctica realizada

Realizar una propuesta viable y factible que permita a la empresa “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” CREE que permita brindar información administrativa, financiera y mercadológica para que se pueda llevar a cabo una nueva inversión que justifique el crecimiento de la empresa y alcanzar la solvencia financiera en un mediano plazo, así como mantener la línea de crecimiento, esto se alcanzará a través de la aplicación de los conocimientos administrativos,

financieros y mercadológicos de la administración y la participación del personal en todos los niveles jerárquicos lo que permitirá consolidar la empresa en el municipio de Retalhuleu. La historia marca que los negocios que no innovan y no tienen un proceso administrativo flexible tienden a llegar a la quiebra, lo que afectaría grandemente al propietario, a la sociedad con la cancelación de los puestos de trabajo y convertir el centro en un lugar de alquiler como cualquier inmueble en donde sólo se alcance el pago de intereses del financiamiento, la materialización de la presente propuestas es de beneficio para el empresario, para la sociedad en cuanto a la generación de empleo, para los trabajadores, para la empresas que hacen uso de los servicios. Es por ello que el estudio que se manifiesta en la práctica realizada debe de sustentarse en una investigación honesta que manifieste resultados positivos para la implementación de la propuesta que marque el punto de inflexión para elevar el nivel de ingresos y consolidar el proyecto con relación a los objetivos bajo el cual se creó.

Objetivo general

Realizar un estudio financiero integral que permita obtener información para determinar la relación entre los ingresos del “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” con los gastos variables, fijos y los márgenes de utilidad para determinar si se cumplirán con los compromisos financieros obtenidos y el flujo de efectivo para continuar con la actividad comercial en el año dos mil catorce.

Objetivos específicos

Obtener información que permita materializar una propuesta que tenga impacto a corto plazo en los resultados de la empresa, de esta manera aprovechar las inversiones iniciales y la demanda de los servicios establecidos en el mercado potencial.

Establecer una relación comparativa con los resultados actuales de la empresa y los proyectados al aplicar dicha propuesta, determinar la relación de endeudamiento con los resultados de ventas realizadas.

Reestructurar la organización en cuanto al planteamiento y funcionamiento de la estructura administrativa con el fin de no contratar más personal que eleve los costos de la empresa.

Minimizar costos de obtención de mobiliario y equipo a través de contratos Leasing con empresas locales.

Realizar Outsourcing con empresas locales para proveer los servicios de alimentación al nuevo mercado.

Elaborar un Diagnóstico de las Necesidades de Capacitación al personal para materializar la presente propuesta.

Realizar un informe financiero sobre la implementación del nuevo proyecto y establecer los beneficios para la empresa.

1.5 Alcances y límites de la práctica

Teórica

La investigación se realizará con una base teórica en cuanto a conceptos y aplicaciones obtenidas del personal con fuentes bibliográficas físicas y virtuales a través de la red con temas específicos relacionados con el presente estudio administrativo, financiero y mercadológico, con una base sobre la investigación exploratoria.

Espacial

El proceso de investigación se realizará en el lugar en donde se encuentra ubicado el “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” CREE, de forma específica con las empresas que han utilizado el servicio del centro, los trabajadores de las mismas y empresas locales que realizan reuniones de forma continua.

Temporal

La investigación se realizará en un tiempo de tres meses del 31 de agosto al 30 de noviembre del año dos mil trece.

Limitantes

Se tiene la limitante del recurso tiempo en cuanto a combinar las actividades empresariales, educativas, así como la premura de los cierres contables para fin de año.

Se tiene la limitante que esta es una empresa pionera en cuanto a los servicios en la región por lo que no existe bibliografía física, así como con el centro de convenciones por lo que todo se materializa a través del método experimental.

Capítulo 2

2 Metodología aplicada en la práctica

La investigación será de tipo cualitativa y cuantitativa, las cuales permiten reunir conocimientos del comportamiento de la actividad empresarial durante estos meses de operación y determinar las razones del porqué de la situación financiera de la empresa, que permita desarrollar modelos sobre esta actividad empresarial y establecer referencias bibliográfica para posteriores estudios, bajo supuestos del porqué de los resultados de la empresa. Se materializarán ambas investigaciones a través de la aplicación de la investigación exploratoria, la cual permitirá determinar el diseño de investigación, el método de recolección de datos y la selección de la propuesta con base a las conclusiones determinadas.

2.2 Sujetos

Los sujetos de la investigación están constituidos por:

- Todo el personal de “Centro Residencial de Empresarios Exitosos”
- Personal de las empresas que hacen uso de los servicios del centro.
- Personal de las empresas que realizan reuniones de trabajo continuas.

3 Instrumentos

Para llevar a cabo el proceso de investigación se utilizará la boleta de entrevista de forma directa con el personal de las empresas que han hecho uso de los servicios del centro, así como las empresas que realizan reuniones continuas con su personal.

Boleta de entrevista. Las boletas de entrevista se realizarán tipo censo por tener un limitado número de empresas y tener información sin márgenes de error, las cuales se aplicarán a cuatro tipos de personas, a los trabajadores de las empresas que han hecho uso de los servicios, a la

primera línea jerárquica de dichas empresas, de igual manera al nuevo mercado potencial que se ha identificado como son las empresas que realizan reuniones periódicas en el departamento.

4 Procedimientos

Boleta de entrevista: la boleta de entrevista es aplicada a las empresas que han hecho uso de los servicios del centro que en total son 108 en los nueve meses, la entrevista se realizará vía telefónica con la primera línea jerárquica, pues se tiene información con una base de datos de dichas empresas.

Para los trabajadores de dichas empresas se llevará a cabo la aplicación de la entrevista a través de la determinación de una muestra que constituye a 2376 trabajadores personas que se han alojado en el centro durante los nueve meses

Para el primer nivel jerárquico de las empresas que realizan con su personal reuniones continuas como mínimo una vez a la semana, determinadas a través de un censo por observación de los registros de la Superintendencia de Administración Tributaria determinadas a través de una muestra.

La metodología para seleccionar las empresas o trabajadores a entrevistar se realizara a través de un procedimiento aleatorio simple en una calculadora científica FX82 de la siguiente manera.

1. Ingresar el número total de empresas o empleados
2. Presionar segunda función (Shift)
3. Presionar la tecla en donde se encuentra el punto decimal en doble función, en este caso el comando Ran#.
4. Presionar la tecla igual, la cual determinará la persona o empresa que se debe de entrevistar de acuerdo al registro físico que se tenga
5. Se continúa presionando la tecla igual hasta llegar al número de empresas o entrevistas que ha determinado la muestra.

6. En el caso de indicar el mismo número con decimales se tomó el número inmediato a la aproximación si ya existen dichos registros se continua el proceso.

Datos necesarios para llevar a cabo el cálculo de la muestra.

Para todos a excepción de los trabajadores de las empresas locales o regionales que realizan reuniones continuas con su personal por ser una población desconocida, se aplica dicha fórmula en la cual se obtiene una muestra menor al aplicarse una entrevista por cada empresa que sea sujeta de estudio, por lo que se utiliza el mismo número de entrevistas, lo que determina el siguiente proceso de selección de la muestra.

Determinación de la muestra para empresas que han hecho uso del servicio del centro.

POBLACIÓN FINITA CONOCIDA
EMPRESAS QUE HAN HECHO USO DE LOS SERVICIOS DE CREE

$$n = \frac{N Z^2 p q}{(N - 1)e^2 + Z^2 p q}$$

Introducir el tamaño de la población =		108	
Introducir el nivel de confianza o seguridad esperado =		95	%
Valor de "Z" para el nivel de confianza =		1.96	
Introduzca el nivel de precisión o de error permitido =		5	%
Probabilidad de éxito (p) =		0.5	
Probabilidad de fracaso (q) =		0.5	
Tamaño de la muestra (n) =	84		

$$. n = \frac{108 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(108-1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.5} = 84.4720 = 84$$

Se describe las cantidades utilizadas en el proceso de muestreo para determinar la información pertinente para realizar el estudio respectivo.

Descripción de los datos utilizados

N = Población

Z = variante extraída de la tabla de Z

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

$N = 108$

$Z = 1.96$

$P = 0.50$

$Q = 0.50$

$E = 5\%$

De acuerdo al resultado la muestra obtenida corresponde a 84 empresas en donde se aplicará la entrevista a la administración de los niveles jerárquicos superiores que fueron sujetas de estudio, el método que se utilizó para llevar a cabo las encuesta fue completamente al azar de la forma como se detalló anteriormente.

Recabada la información de las encuestas, lo siguiente es tabular los datos de forma separada por medio de gráficas. Se analiza dicha información para llevar a cabo la presentación de los resultados y de esta forma determinar la propuesta de solución a la problemática actual del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” CREE

Esta serie de pasos es aplicable a toda la población que se entrevistó, todas las entrevistas se llevaron a cabo vía telefónica de las empresas y personal que ha hecho uso de los servicios y en el caso del nuevo nicho de mercado identificado se toma de la base de datos de las guías telefónicas o páginas web.

POBLACIÓN FINITA CONOCIDA

PERSONAS QUE HAN HECHO USO DE LOS SERVICIOS DE CREE

Determinación de la muestra para personas que han hecho uso de los servicio de CREE

$$n = \frac{N Z^2 p q}{(N - 1)e^2 + Z^2 p q}$$

Introducir el tamaño de la población =		2,376	
Introducir el nivel de confianza o seguridad esperado =		95	%
Valor de "Z" para el nivel de confianza =		1.96	
Introduzca el nivel de precisión o de error permitido =		5	%
Probabilidad de éxito (p) =		0.5	
Probabilidad de fracaso (q) =		0.5	
Tamaño de la muestra (n) =	331		

$$. n = \frac{2,376 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(2,376 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.5} = 330.3183 = 330$$

Se describe las cantidades utilizadas en el proceso de muestreo y determinar la información pertinente para realizar el estudio respectivo.

Descripción de los datos utilizados

N = Población

Z = variante extraída de la tabla de Z

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

N = 2,376

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$e = 5\%$$

PARA UNA POBLACIÓN FINITA CONOCIDA
NICHOS DE MERCADO IDENTIFICADO

Determinación de la muestra para el nicho de mercado identificado

$$n = \frac{N Z^2 p q}{(N - 1)e^2 + Z^2 p q}$$

Introducir el tamaño de la población =		268	
Introducir el nivel de confianza o seguridad esperado =		95	%
Valor de "Z" para el nivel de confianza =		1.96	
Introduzca el nivel de precisión o de error permitido =		5	%
Probabilidad de éxito (p) =		0.5	
Probabilidad de fracaso (q) =		0.5	
Tamaño de la muestra (n) =	158		

Boleta de entrevista para las empresas como el nicho de mercado identificado

$$. n = \frac{268 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(268 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.5} = 158.1099 = 158$$

Se describe las cantidades utilizadas en el proceso de muestreo y determinar la información pertinente para realizar el estudio respectivo.

Descripción de los Datos Utilizados

N = Población

Z = variante extraída de la tabla de Z

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

$N = 268$

$Z = 1.96$

$P = 0.50$

$Q = 0.50$

$e = 5\%$

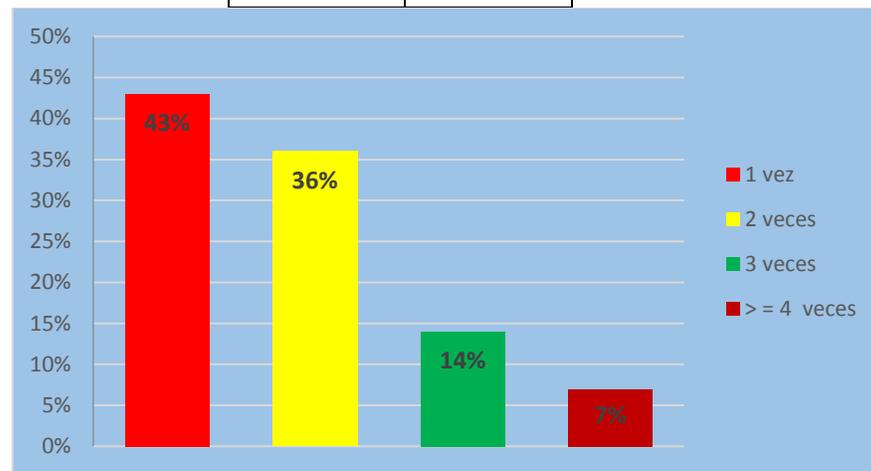
Capítulo3

3.1 Presentación de resultados

Al finalizar el proceso de investigación se plasma la información obtenida, los primeros niveles jerárquicos de las empresas que han hecho uso de los servicios del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” CREE. Las entrevistas se realizaron a las empresas que han hecho uso de los servicios, así como a los trabajadores que se han hospedado en el centro. Asimismo se hizo una investigación de campo para determinar la viabilidad de la construcción del centro de convenciones para determinar la frecuencia de uso posible que se podría dar de dichas instalaciones con las empresas del medio.

1. ¿Cuántas veces en el presente año su empresa ha hecho uso de los servicios del centro residencial” CREE?

	Total
1 vez	36
2 veces	30
3 veces	12
> = 4 veces	6
Total	84

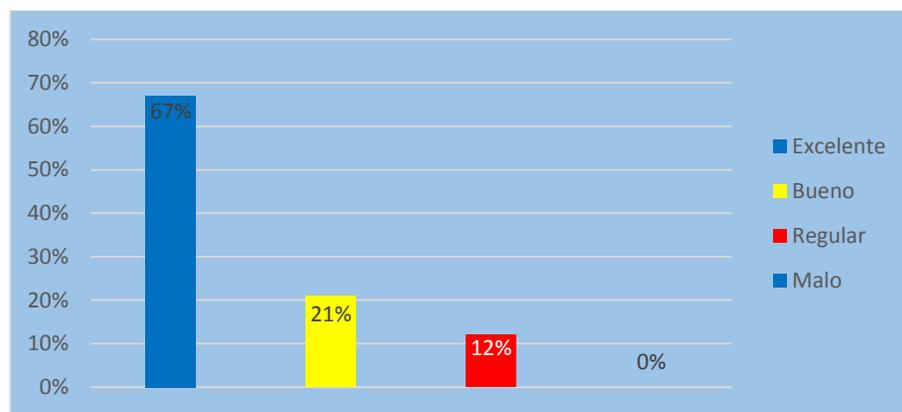


Fuente: Investigación de campo 2013.

Según a los resultados las empresas en un 43% han hospedado a sus empleados una vez, un 36% dos veces, 14% tres veces y un 7% más de cuatro veces. Lo que indica que el centro ha tenido un posicionamiento en el mercado objetivo al cual se han enfocado los esfuerzos.

2. En relación a precios ¿Cómo le parece a su personal el servicio de hospedaje?

	Total
Excelente	56
Bueno	18
Regular	10
Malo	0
Total	84

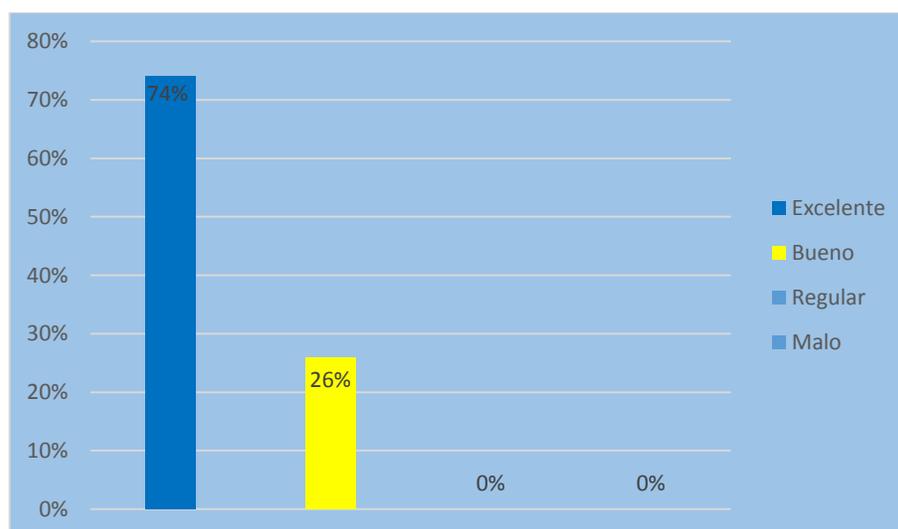


Fuente: Investigación de campo 2013.

Las empresas consideran que la calidad del servicio con relación al precio en cuanto a hospedaje en un 74% lo considera excelente y un 26% bueno, por lo que se logra el objetivo en cuanto a la calidad en el servicio.

3. En relación a precios ¿Cómo le parece el servicio de alimentación a su personal?

Excelente	62
Bueno	22
Regular	0
Malo	0
Total	84

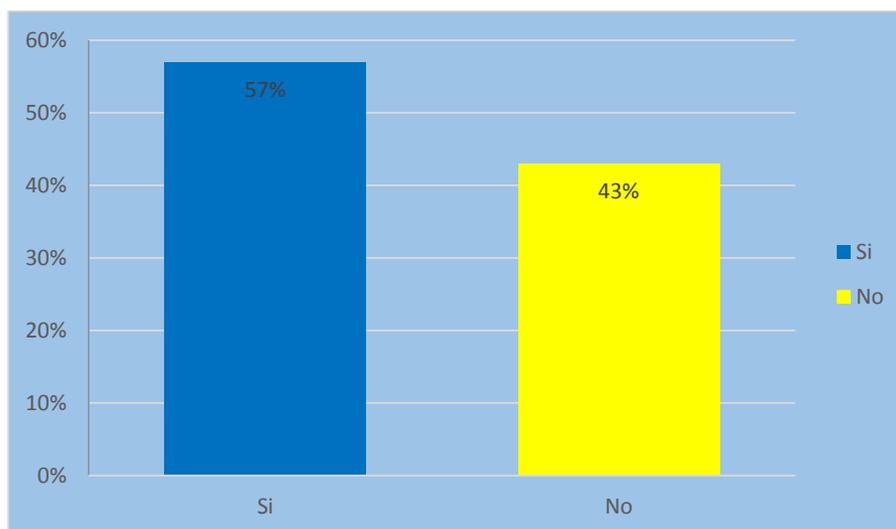


Fuente: investigación de campo 2013.

La calificación que se le da a la calidad del servicio de acuerdo a información del personal de las empresas considera que el 67% es excelente, el 21% buena y un 12% regular, lo que indica que el servicio de calidad en los alimentos se ha descuidado.

4. ¿Ha recibido la empresa quejas del centro de parte de los empleados?

	Total
Si	48
No	36
Total	84

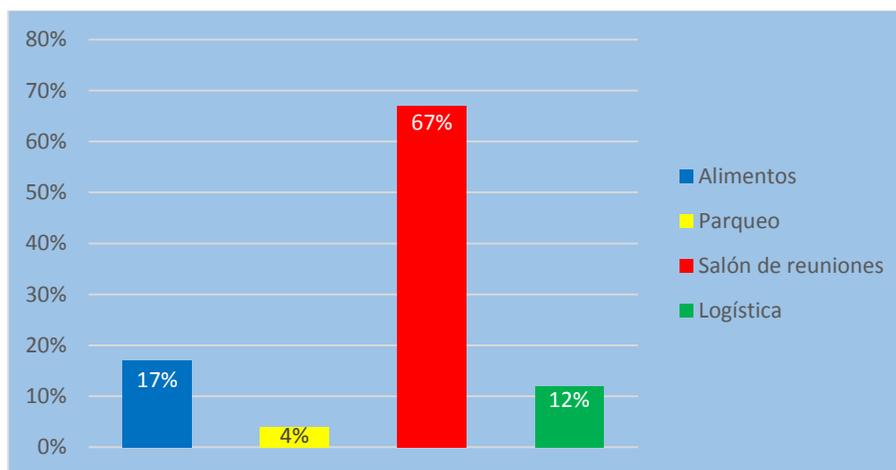


Fuente: Investigación de campo 2013.

A pesar de que se tiene un servicio aceptable en cuanto a la alimentación y hospedaje el 57% de las empresas han manifestado que ha recibido quejas del centro, mientras que un 42% no.

5. ¿En relación a que aspecto ha recibido quejas?

	Total
Alimentos	8
Parqueo	2
Salón de reuniones	32
Logística	6
Total	48

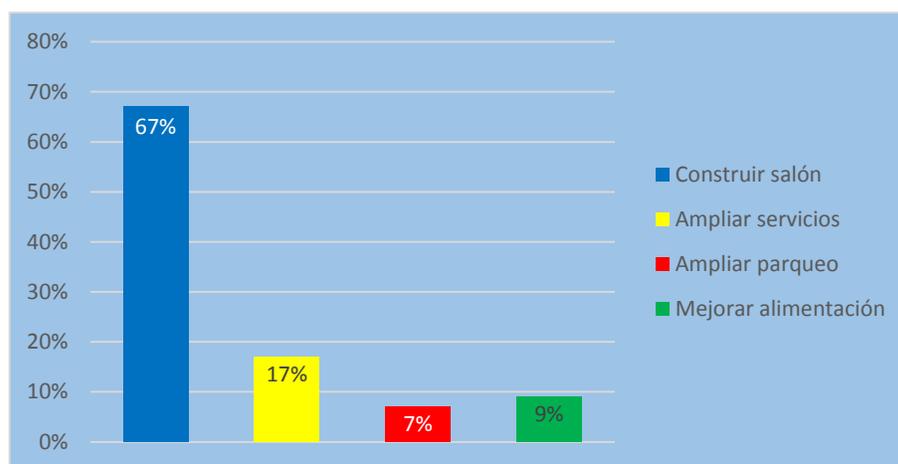


Fuente: investigación de campo 2013.

Al cuestionar a las personas con respecto a que se quejan los empleados han manifestado en un 67% que no se tiene un lugar para realizar reuniones, 17% lo hace de los alimentos, 12% de logística y un 4% del parqueo.

6. ¿Qué recomendaciones haría para que el centro mejore sus servicios?

	Total
Construir salón	56
Ampliar servicios	14
Ampliar parqueo	6
Mejorar alimentación	8
Total	84



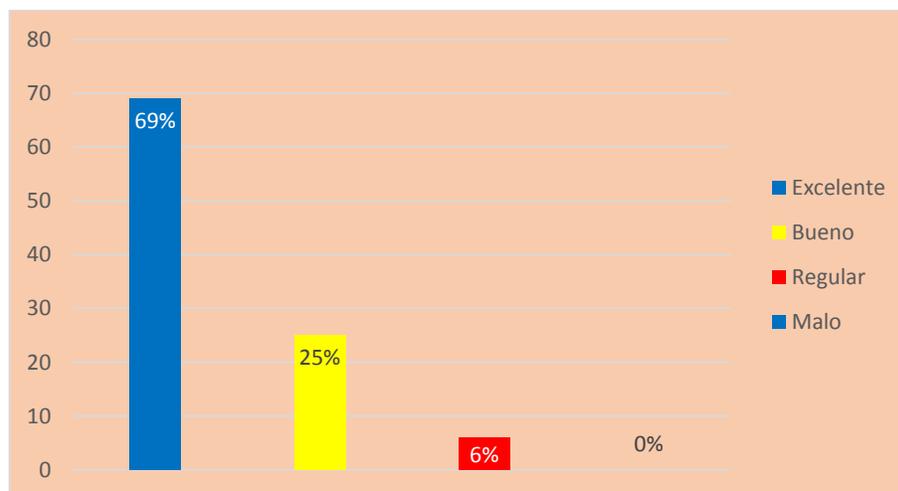
Fuente: investigación de campo 2013.

La información obtenida se considera que para mejorar el servicio se debe de construir un salón para tener reuniones esto lo manifestó el 67%, el 17% ampliar servicios, el 9% mejorar la alimentación y un 7% ampliar el parqueo.

Boleta de entrevistas a clientes que han utilizado los servicios.

1. ¿Cómo le parece el servicio de hospedaje del centro?

	Total
Excelente	228
Bueno	83
Regular	20
Malo	0
Total	331

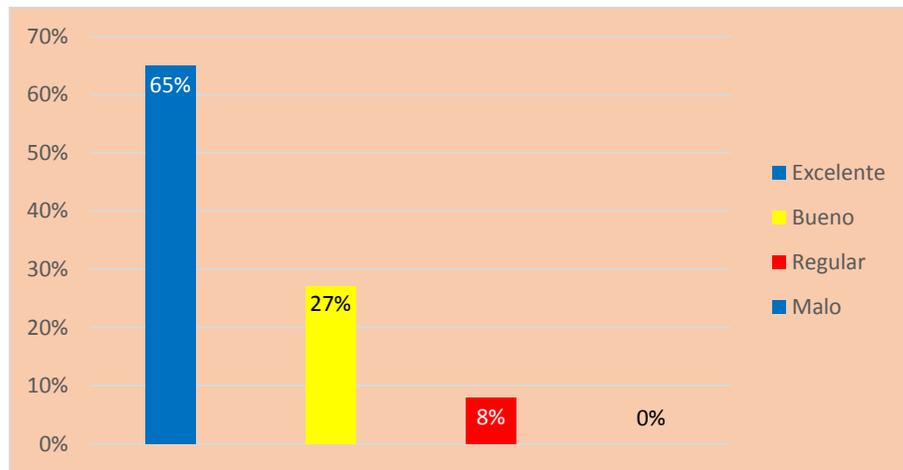


Fuente: investigación de campo 2013.

La información que brindan los trabajadores de las empresas que han hecho uso del servicio del centro, manifiestan en un 69% que el servicio de hospedaje es excelente, 25% que es bueno y un 6% regular.

2. ¿Cómo le parece el servicio de alimentación?

	Total
Excelente	216
Bueno	88
Regular	27
Malo	0
Total	331

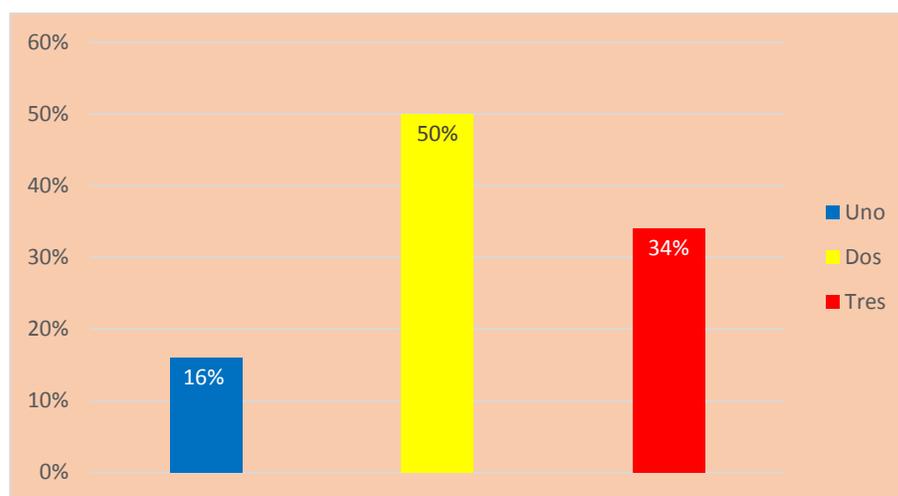


Fuente: Investigación de campo 2013.

Los trabajadores de las empresas consideran en un 65% que el servicio de alimentación es excelente, el 26% es bueno y un 8% es regular.

3. Cuándo se ha hospedado en el centro ¿Cuántos tiempo de alimentación consume?

	Total
Uno	52
Dos	166
Tres	113
Total	331

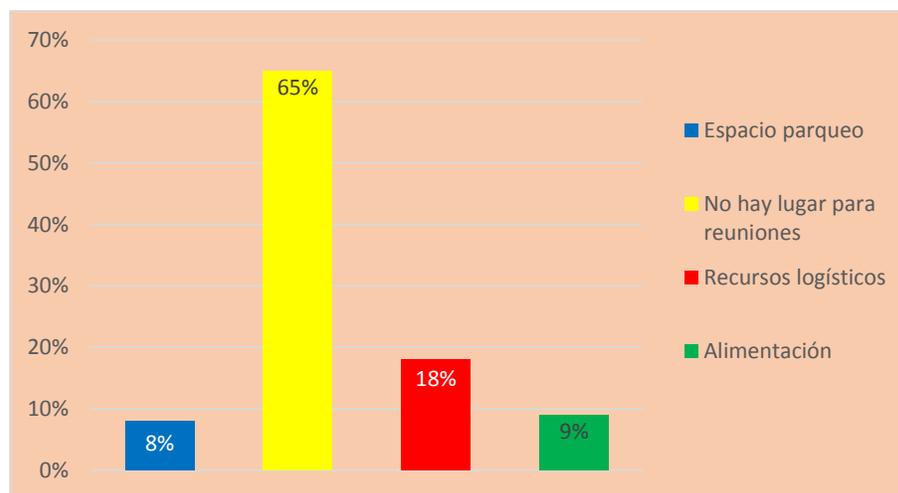


Fuente: Investigación de campo 2013.

Se ha determinado que el 50% de las personas que se hospedan consumen dos tiempos de alimentos, el 16% lo hace una vez y un 34% consume los tres tiempos de alimentación.

4. ¿Qué no le gusta del centro?

.	Total
Espacio parqueo	26
No hay lugar para reuniones	214
Recursos logísticos	60
Alimentación	31
Total	331

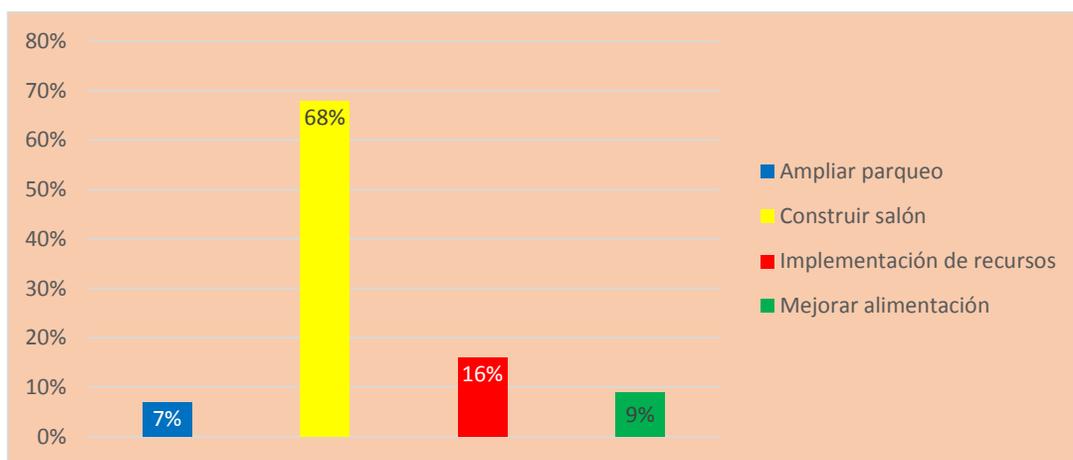


Fuente: Investigación de campo 2013.

Los trabajadores de las empresas manifiestan en un 65% que no se tiene un lugar adecuado para realizar reuniones, no se cuentan con recursos logísticos lo hacen en un 18%, el 9% manifiesta que no le gusta la comida y un 7% el espacio del parqueo.

5. ¿Qué propuestas hará para mejorar el servicio del centro?

	Total
Ampliar parqueo	22
Construir salón	224
Implementación de recursos	54
Mejorar alimentación	31
Total	331



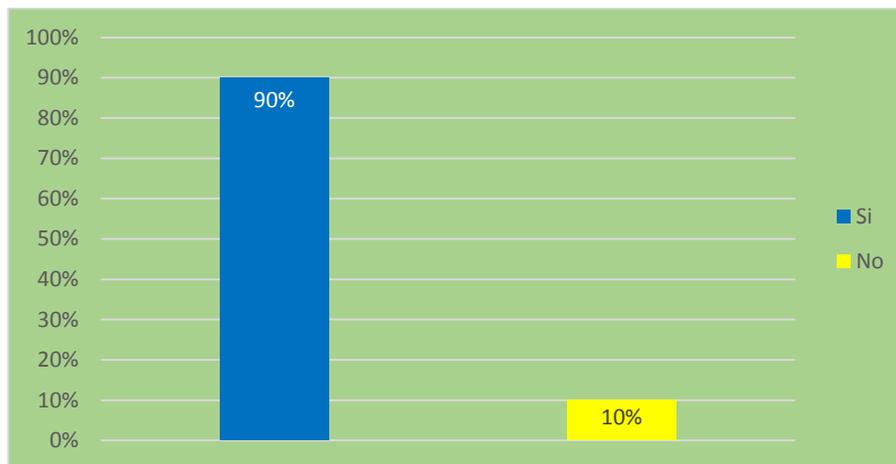
Fuente: Investigación de campo 2013.

Los empleados de las empresas manifiestan que para mejorar el centro el 68% opina que se debe de construir un salón para las reuniones, contar con recursos para las reuniones de trabajo en un 16%, el 9% mejorar la alimentación y un 7% ampliar el área de parqueo.

Boleta de entrevista a nicho de mercado identificado empresas

1. ¿En la empresa que administra, tienen fuerza de ventas?

	Total
Si	142
No	16
Total	158

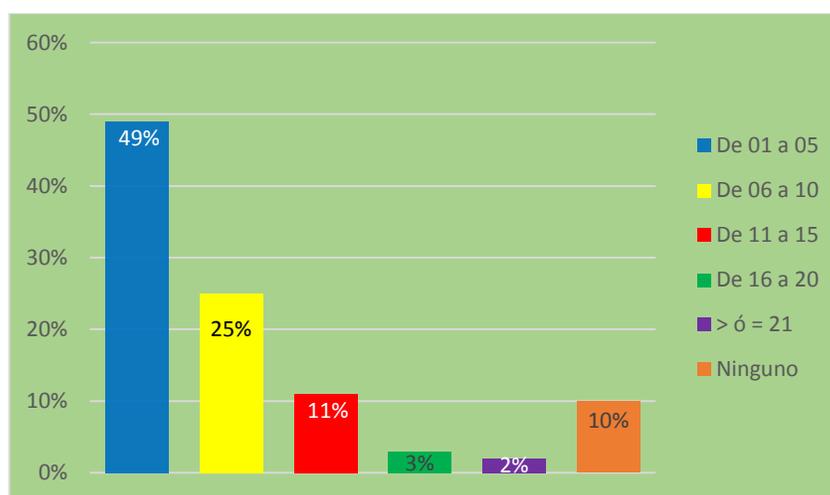


Fuente: Investigación de campo 2013.

De las empresas encuestadas el 90% tiene personal que sale al campo a realizar actividades de ventas, el 10% no tiene equipo de ventas.

2. ¿Cuál es el número del personal que realiza trabajo de campo?

De 01 a 05	78
De 06 a 10	40
De 11 a 15	17
De 16 a 20	4
> ó = 21	3
Ninguno	16
Total	158

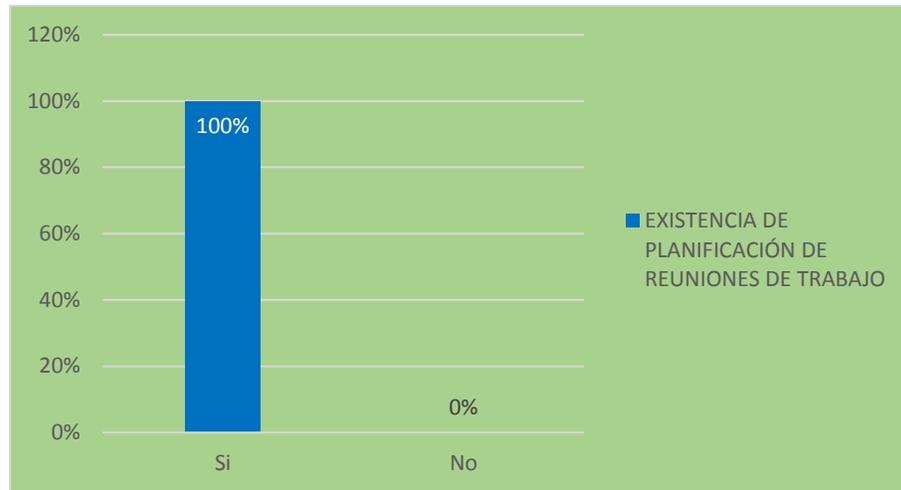


Fuente: Investigación de campo 2013.

El 49% de las empresas tienen entre uno y cinco trabajadores en las actividades de ventas, el 25% de seis a diez, el 11% de once a quince el 3% de dieciséis a veinte y sólo el 2% más de veintiuno.

3. ¿Tienen reuniones planificadas?

	Total
Si	158
No	0
Total	158

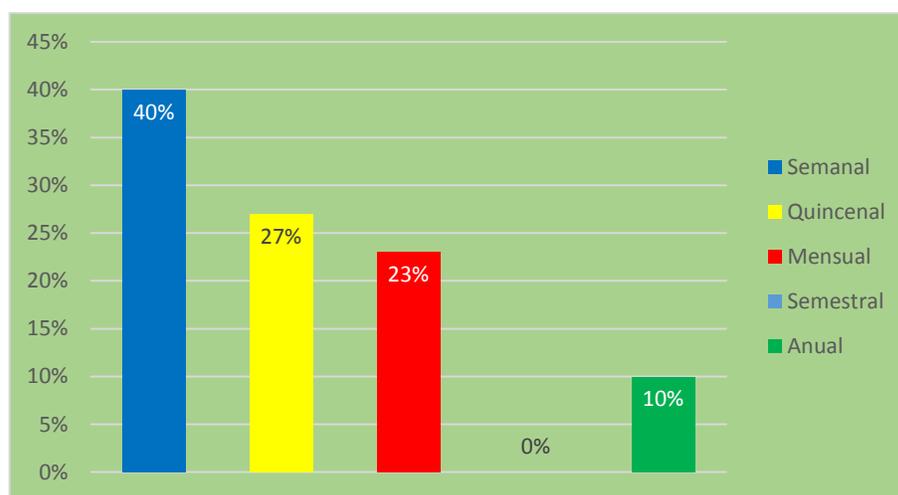


Fuente: Investigación de campo 2013.

Las empresas que tienen personal de campo realizan reuniones continuas planificadas en un 100%.

4. ¿Cuál es el período de las reuniones?

	Total
Semanal	64
Quincenal	42
Mensual	36
Semestral	
Anual	16
Total	158



Fuente: Investigación de campo 2013.

El 40% de las empresas realizan reuniones con su personal de forma semanal, el 27% lo hace cada quince días, el 23% de forma mensual y el 10% de forma anual, estas empresas son las que no tienen personal para las ventas.

5. ¿Cuánto tiempo duran las reuniones de trabajo?

	Total
1 hora	50
2 horas	68
Medio día	24
Día entero	16
Total	158

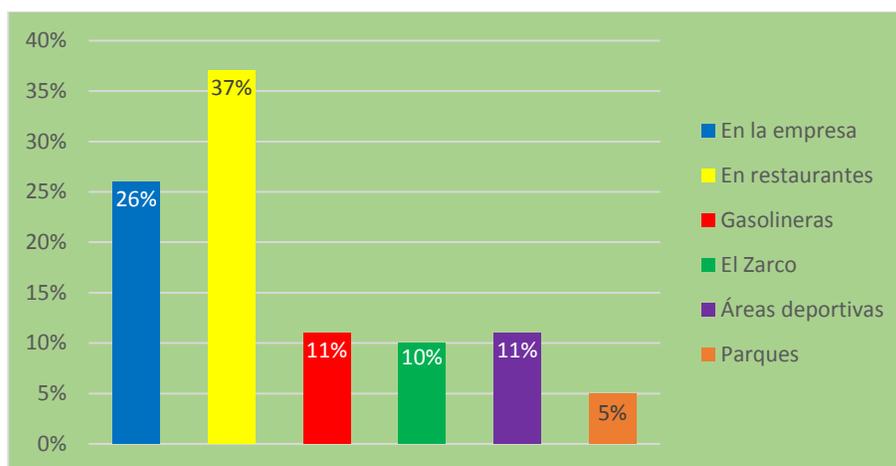


Fuente: Investigación de campo 2013.

El 32% manifiestan que la duración de las reuniones es de una hora, el 43% de dos horas, el 15% medio día y el 10% de un día completo.

6. ¿Dónde realizan las reuniones de trabajo?

	Total
En la empresa	41
En restaurantes	58
Gasolineras	18
El Zarco	15
Áreas deportivas	18
Parques	8
Total	158

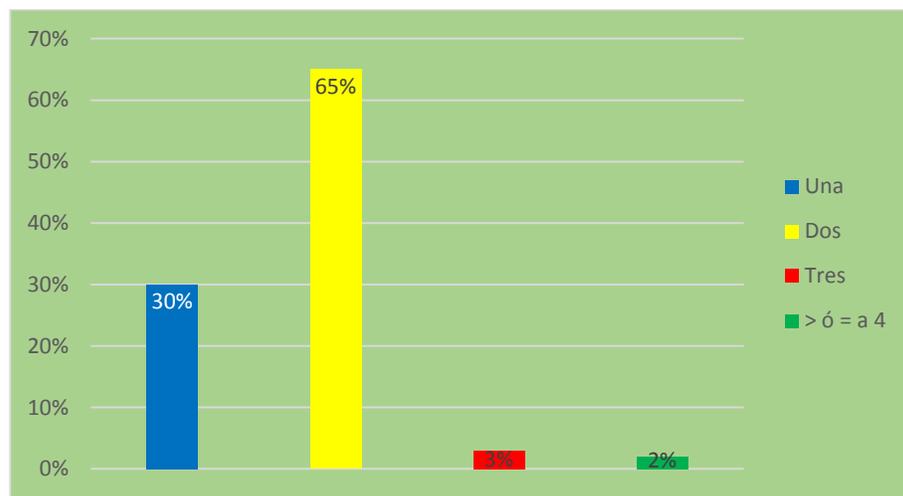


Fuente: Investigación de campo 2013.

El 37% realiza sus reuniones en restaurantes, el 26% en la empresa, el 11% en gasolineras, de igual manera el 11% en áreas deportivas, el 9.49% en el lugar denominado el Zarco y el 5% en parques.

7. ¿Cuántas actividades de integración de personal realizan al año?

	Total
Una	48
Dos	103
Tres	4
> ó = a 4	3
Total	158

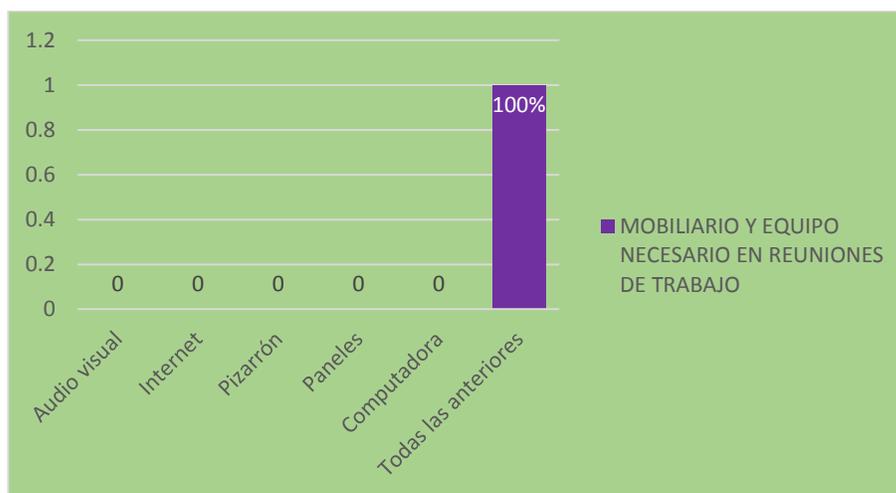


Fuente: Investigación de campo 2013.

Todas las empresas realizan reuniones de integración, el 65% lo hace dos veces al año, el 30% una vez, el 3% tres veces y el 2% más o igual a cuatro veces.

8. ¿Qué material y equipo necesita en las reuniones de trabajo?

	Total
Audio visual	0
Internet	0
Pizarrón	0
Paneles	0
Computadora	0
Todas las anteriores	158
Total	158

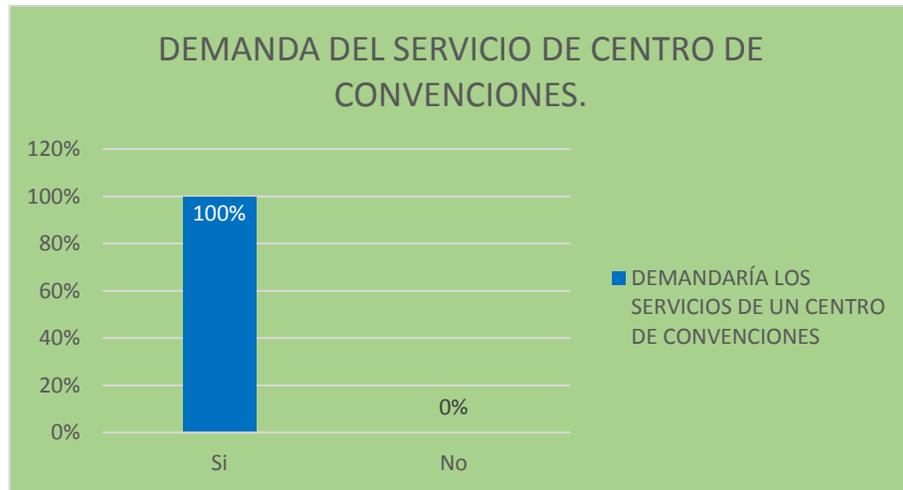


Fuente: Investigación de campo 2013.

En las reuniones de trabajo las empresas, necesitan equipo audio visual, internet pizarrón, paneles, computadora, sin embargo en los lugares en donde se realizan dichas actividades no se tienen todos estos recursos.

9. ¿Utilizaría los servicios de un centro de convenciones?

	Total
Si	158
No	0
Total	158

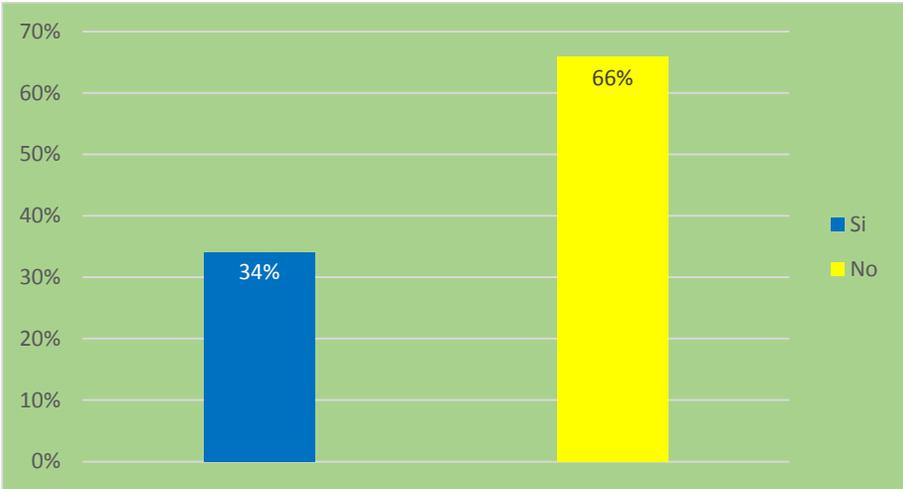


Fuente: Investigación de campo 2013.

El 100% de las empresas manifiestan que si existiera un centro de convenciones harían uso de las instalaciones.

10. ¿Conoce el “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” CREE?

	Total
Si	53
No	105
Total	158



Fuente: Investigación de campo 2013.

El 66% de las empresas locales no conocen el Centro Residencial de Empresarios Exitosos, mientras que el 34% si lo conoce.

3.2 Análisis e interpretación de Resultados

Boleta de entrevista a empresas que han utilizado los servicios de “CREE”

El trabajo de investigación de campo se realizó de acuerdo a la información sobre la base de datos que se tienen en la empresa, la entrevista se realizó vía telefónica a los niveles jerárquicos superiores de los trabajadores de las empresas que han hecho uso de los servicios, o en su defecto a las personas encargadas de realizar las reservaciones en la empresa “CREE”

La primera pregunta se relaciona a la frecuencia de uso de las empresas del centro, en donde se determinó que los objetivos bajo los cuales fue creado el “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” ha logrado su objetivo de posicionamiento en el nicho de mercado que se planificó en su creación, de tal forma que sólo el 43% de las empresas han utilizado una vez los servicios, mientras que el 57% lo realiza más de una vez, esto da un indicio de la tendencia del crecimiento de la demanda, por lo que el centro debe de estar preparado a esta situación.

Se realizó una pregunta de investigación, que permitiera obtener información con relación a la variable del precio a la percepción de los trabajadores que han hecho uso de los servicios del centro en cuanto a la calidad en el servicio de hospedaje y alimentación. Se logró establecer que las empresas que contratan los servicios para sus trabajadores tienen una buena percepción sobre la excelencia del servicio de hospedaje, pues el 74% califica los servicios de excelentes y el 26 lo califica como bueno, lo que indica que los estándares de calidad en cuanto al servicio de hospedaje se han logrado. De igual manera se establece dicha relación con la alimentación, en esta calificación ya interviene en la calificación otra variable como lo es la de regular con el 12%, lo que significa que la calidad de la comida no satisface al 100% de los clientes, esto es una alerta para tomar decisiones para obtener información y mejorar la calidad del servicio, aunque el 21% la califica como buena y 67% excelente, se debe de establecer un sistema de reorientación de obtener información de los clientes para mejorar la calidad de la comida y tener el 100% de los clientes satisfechos con relación a esta observación.

La empresa tiene una alta calificación en cuanto al servicio de hospedaje y alimentación, sin embargo existen quejas de parte de los trabajadores de las empresas con relación a los servicios del centro, pues el 58% ha presentado quejas sobre el centro, mientras que el 43% no lo ha hecho, ante esta información se llevó a cabo un cuestionamiento inmediato para determinar en qué línea van las quejas de los trabajadores de las empresas y la principal es el no contar con un lugar para llevar a cabo las reuniones de trabajo con un 67%, mientras que el 12% manifestó que no se cuenta con el equipo para llevar a cabo sus reuniones, el 17% con relación a los alimentos, y el 4% sobre el espacio del parqueo, de tal forma que los usuarios consideran que es un problema el no contar con un espacio para llevar a cabo sus reuniones que sea ideal para este tipo de trabajo al mismo tiempo que no se tienen los instrumentos para realizar sus reuniones.

En el momento del cuestionamiento sobre las sugerencias para mejorar los servicios a los clientes, estos manifestaron que sería ideal la construcción de un salón para reuniones, con un 67%, lo cual determina la posibilidad de construir un centro de convenciones que permite tener un lugar adecuado para los clientes, el 17% manifiesta que se deben de ampliar los servicios como cañoneras, pizarrones, paneles, marcadores y todo lo relacionado con los procesos de evaluación del trabajo de campo.

Boleta de entrevista a los trabajadores de las empresas que han hecho uso del centro.

Para establecer la diferencia o similitud de la percepción del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” de las empresas que hacen uso del centro con relación a sus trabajadores que son los consumidores finales de los servicios, aunque no sean estas personas las que pagan el servicio, son las indicadas para evaluar la calidad de los mismos, es por ello que se lleva a cabo una investigación que permita contar con la información y determinar la funcionalidad del proyecto.

Se mantiene una relación con la información brindada por las empresas con la de los trabajadores ya que estos manifiestan que el servicio de hospedaje es excelente con un 69% que lo manifestó de esta manera, así también el 25% lo considera bueno, pero en esta ocasión aparece que hay trabajadores que lo consideran regular, con un 6%, lo que indica que existe variación o sesgo en

cuanto a la persona que informa sobre la calidad de los servicios que en este caso se considera que es la persona encargada del grupo de trabajo de campo, con lo que realmente persiguen los trabajadores, pero en términos generales la calidad del servicio de hospedaje es bueno. Existe una diferencia con relación a la calificación que le brindan a la calidad de los alimentos, pues el 65% lo considera excelente, el 27% bueno y el 8% regular. Al analizar la información se puede establecer que se tiene problemas con el personal del CREE pues no brindan un buen servicio, hay calificaciones de parte de los trabajadores tanto del hospedaje como de alimentación en el rubro de regular, lo cual se debe de corregir a través de una evaluación directa sobre estos servicios con los trabajadores y adoptar las políticas necesaria para tener una calificación de bueno a excelente, que fueron los principios bajos los cuales se estableció la empresa.

La diferencia que existe en CREE con relación a los tiempos de alimentación que se habían planificado vender es por falta de previsión, lo cual se está constituye en un problema para la empresa ya que con esta línea de acción no se podrán vender las cantidades establecidas en la planificación de las ventas, el 50% de las personas que se hospedan sólo consumen dos tiempos de alimentos que son desayuno y cena, mientras que el 34% se alimenta los tres tiempos en el centro y el 16% consume solo un tiempo de alimentación. Esto porque los trabajadores de las empresas salen al campo a trabajar y cuando lo hacen fuera del municipio de Retalhuleu, toma el tiempo de almuerzo en otro municipio, es por ello que se establece la diferencia en cuanto al consumo de estos alimentos.

Aunado a ellos los clientes manifiestan que no hay un lugar específico para llevar a cabo reuniones con el equipo de trabajo, lo manifiesta el 65% resultado que mantiene relación con la información que brindaron las empresas, al mismo tiempo el 18% manifiesta que no se tienen los recursos necesarios para llevar a cabo dichas reuniones o trabajo en grupo el 9% considera que el problema es que debe mejorar la alimentación y el 8% estima que no están de acuerdo con el parqueo. Dentro de las sugerencias de los empleados mantienen la misma línea que las empresas, expresan que CREE debe llevar a cabo un salón para tener reuniones, ante esta situación se realizan esfuerzos para obtener la información necesaria para establecer un centro de convenciones el 68% informa se debe tener un salón de reuniones, de igual forma hay personas

que manifiestan que se cuente con las instalaciones para llevar a cabo las reuniones como los recursos logísticos, el 9% manifiesta que debe mejorar la alimentación y el 7% se debe de ampliar el parqueo.

Boleta de entrevista a nicho de mercado identificado (empresas)

El “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” con la información recabada de las empresas como de los trabajadores de estas que han hecho uso de los servicios, así como los datos financieros que se tiene en cuanto al desbalance con relación a los ingresos obtenidos con los planificados, realizó un estudio para determinar el porqué de la diferencia, así como buscar una solución a esta problemática, con la investigación realizada la empresa está evaluando la posibilidad de llevar a cabo la construcción de un lugar en donde se pueda tener un espacio para llevar a cabo reuniones, sin embargo CREE no puede llevar a cabo la construcción de un salón para reuniones, sin determinar un nuevo mercado que también haga uso de los servicios de dicho salón, para ello fue necesario llevar a cabo recopilación de información de los clientes potenciales que puedan hacer usos de dichas instalaciones, se obtuvo los siguientes resultados.

Se realizó una investigación del tipo de empresas en el departamento que tienen fuerzas o equipos de ventas, en este caso se tomaron las empresas que se dedican a las finanzas, las que venden artículos de consumo diario, abarrotes, golosinas, productos embotellados, bienes raíces, estas empresas tienen la particularidad de realizar reuniones con su personal en un proceso continuo. Para llevar a cabo el proceso de investigación se realizó una investigación por observación y con bases a información de la Superintendencia de Administración Tributaria, la Cámara de Comercio de Retalhuleu y se determinó el número de empresas, en un total de 268 que al determinar la muestra se tiene un total de 158 empresas fueron seleccionadas para llevar a cabo el estudio, se utilizó el mismo tipo de procedimientos con las empresas y el personal que han hecho uso de los servicios de CREE.

Los resultados indican que el 90% de las empresas tienen un equipo de ventas, mientras que el 10% no tiene dicho equipo, cuentan con personal administrativo desde las oficinas realizan el trabajo de comercialización, se ha podido establecer con esta relación que la mayor parte de

empresas utilizan estrategias de empuje para colocar los productos o servicios. Se determinó que el 49% de las empresas tiene una fuerza de ventas entre uno y cinco trabajadores, el 25% de seis a diez, el 11% de once a quince el 3 de dieciséis a veinte y el 2% tiene de 21 a más trabajadores lo que significa que la fuerza de ventas de las empresas es significativa.

Para determinar la demanda del servicio del centro se investigó sobre si las empresas tienen una planificación de reuniones de personal, en donde el 100% de las empresas tiene una planificación de reuniones con su personal. Se estableció que el 40% realiza reuniones semanales, el 27% de forma quincenal y el 23% las realiza de forma mensual, existe un grueso de la población del 10% que son las empresas que no tienen fuerza de ventas pero si realizan reuniones del personal en forma anual.

El tiempo de las reuniones en un 43% el tiempo de duración es de dos horas, el 31% en una hora, el 15% medio día y el 10% un día entero. A pesar de que se tiene un proceso planificado sobre las reuniones, las empresas no tienen lugares específicos para llevar a cabo sus reuniones, así como tampoco se cuenta con un lugar apropiado para efectuar reuniones, pues el 37% hacen las reuniones en restaurantes, el 26% las ejecutan en las empresas, el 11% con el mismo porcentaje realizan sus operaciones en gasolineras y áreas deportivas, el 9% las realiza en el lugar denominado el Zarco y un 5% en parques, lo que indica a pesar de la importancia de la fuerza de ventas no se tienen lugares específicos y adecuados para llevar a cabo los procesos de socialización, inducción o evaluación del trabajo de la fuerza de ventas.

Las empresas también tienen reuniones de integración del personal administrativo con la fuerza de ventas, el 65% de las empresas realizan estas reuniones dos veces al año, el 30% lo hace una vez al año el 3% tres veces al año y el 2% de cuatro veces a más.

La información obtenida permitió estimar la pregunta sobre lo que se necesita en las reuniones de trabajo, en donde el 100% de las personas entrevistadas manifestaron que necesitan equipo audiovisual, internet pizarrón, paneles, computadoras para llevar a cabo las reuniones, sin embargo en su quehacer no cuentan con estos recursos por lo que el trabajo se vuelve informal. Ante esta situación el 100% de las empresas que sí utilizarían los servicios de un centro de

convenciones para realizar sus procesos de inducción, socialización, evaluación o capacitación de su personal

Es importante mencionar que en el medio no se tiene un conocimiento del Centro Residencial de Emprendedores Exitosos CREE pues el 66% de las empresas no lo conocen, mientras que el 34% sí, esto es como consecuencia que el nicho de mercado que identificó la empresa fue con empresas de la ciudad capital de Guatemala que desplaza a sus trabajadores a realizar trabajos de campo en esta región, por lo que no se han hecho esfuerzos mercadológicos para que conozcan la empresa en el medio. Con la información obtenida tanto de las empresas y los trabajadores que han hecho uso de los servicios del centro, así como un nuevo mercado que se ha identificado como son las empresas que tienen fuerza de ventas, se determinó la posibilidad de llevar a cabo un lugar para que estas empresas y los clientes del hospedaje puedan contar con un lugar para realizar sus reuniones de trabajo.

Capítulo 4

4.1 Propuesta de solución o mejora

Estrategia de diversificación de servicios para “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” en el municipio de Retalhuleu, Retalhuleu

La presente propuesta de diversificación de servicios para el “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” es con el objetivo o propósito de lograr el incremento de ventas, es necesaria su implementación la empresa está en un punto crítico en donde se debe de marcar el punto de inflexión que permita tener un crecimiento vertical, cumplir con los compromisos financieros, en la actualidad se tiene una diferencia en cuanto a la venta de alimentos y se considera que la implementación de un “Centro de Convenciones” dentro de las instalaciones de la empresa, con los recursos actuales, permitirá la identificación de la misma con otras empresas locales, aumentará su número de venta de tiempos de alimentación y obtener ingresos por la prestación del servicio de las instalaciones del centro de convenciones, el cual consistirá en un edificio diseñado para llevar a cabo reuniones de tipo educativo, cultural, comercial y de negocios.

La necesidad de este tipo de servicio es emergente para la empresa CREE lo que permitirá recuperar sus niveles de ventas, así como marcar una posición en el mercado como la empresa innovadora en este tipo de servicios, que consistirá en un conjunto de salas con parámetros de diseño y características de un centro de convenciones internacional de acuerdo a la disponibilidad para la construcción. Se utiliza información internacional y nacional ya que en el medio no existen centros de convenciones.

Se realiza un análisis económico que consiste determinar las inversiones necesarias y llevar a cabo la construcción respectiva, así como la adaptación de los servicios que se desean implementar, de igual forma el equipo necesario para que las empresas que puedan llevar a cabo sus actividades con su personal, la propuesta se realiza en la construcción de un centro con

espacio físico de 486.00 metros cuadrados en donde se diseña un gran salón con escenario, servicios sanitarios y cocina, se adaptaron salas con separaciones movibles.

Justificación de la propuesta

El “Centro Residencial de Empresarios Exitosos”, ha llevado a cabo el estudio de sus ingresos para realizar un análisis comparativo con lo proyectado para el año 2013, en donde se ha determinado que no se alcanzarán a pesar de haber logrado uno de los objetivos principales como el posicionamiento de los servicios de hospedaje, se ha tenido la suficiente demanda de este servicio el cual se puede incrementar o bien disminuir de acuerdo a la capacidad de reacción que tenga el centro, así como el de lograr una mejora en la calidad de sus servicios. Es por ello que es necesario la construcción de un centro de convenciones con características diseñadas a satisfacer la demanda de los clientes de tener un lugar ideal y equipado para llevar a cabo sus reuniones de trabajo con su personal de campo.

De acuerdo al compromiso financiero que se tiene con una institución bancaria por Q 1,300,000.00 la primera amortización se realizará en el mes de diciembre del año 2013 la cual está programada financieramente de acuerdo a los resultados obtenidos se cumplirá con dicho compromiso, pero no se puede arriesgar a continuar con esta tendencia con un nivel de inflación de superior a tres podría afectar de forma grave a la empresa y para los próximos años no cumplir con los compromisos, se han analizado los riesgos y es quizá el momento menos oportuno para realizar la inversión, minimizar las fortalezas y la disponibilidad de la institución financiera en continuar con el apoyo sería nefasto no realizar las inversiones en este momento, existe un mercado que tiene la preferencia por los servicios, así como la identificación de un nuevo nicho de mercado que está dispuesto a hacer uso de las instalaciones obteniendo ingresos por el uso de las instalaciones así como el de la demanda del consumo de alimentos.

La construcción del centro de convenciones tendrá un impacto positivo económico en el centro, así como en los clientes, contribuirá al crecimiento de las empresas, mejor capacitación al personal de estas empresas, beneficios en cuanto a los resultados de la misma. Cualquiera que

fuera el tipo de reunión a realizarse, requiere de un lugar que cuente con las facilidades necesarias para llevarse a cabo con la capacidad de satisfacer las necesidades del mercado.

El Objetivo general de la propuesta determinar la viabilidad y factibilidad de la construcción del centro de convenciones como estrategia del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” para diversificar la prestación de los servicios con el objetivo de alcanzar las proyecciones financieras y mantener una línea vertical de crecimiento empresarial.

Para lograr posicionar a la empresa se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos

- Satisfacer la demanda de los clientes reales y potenciales con relación a la necesidad de tener dentro de las instalaciones un lugar para llevar a cabo las reuniones empresariales para tratar cualquier tipo de tema.
- Contar con las herramientas, equipo, servicios necesarios para que las empresas puedan llevar a cabo las reuniones con su personal.
- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación (DNC) al personal así materializar el proyecto y que se cuente con la logística necesaria para prestar los servicios.
- Socializar el proyecto con el personal para que puedan intervenir en la toma de decisiones y que éste tenga beneficios en la empresa, los clientes y el personal.
- Detallar el tipo de salas que tendrá el centro de convenciones y que se adecue a las necesidades de los clientes.
- Establecer las formas de reservación de las salas para no provocar problemas con los clientes.

El “Centro de Convenciones”, se define como un lugar para que los clientes potenciales y reales puedan llevar a cabo sus reuniones planificadas con el personal, así como las de integración de personal administrativo con la fuerza de ventas de las empresas, esto de acuerdo a los motivos por los que se llevará a cabo la construcción, de acuerdo a la percepción del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos”, no importando el tipo de reunión que se realice, cada una de las

salas debe de estar equipada con equipo audiovisual, pizarrón, paneles, marcadores, computadora.

- Construcción de un salón de 486.00 metros cuadrados
- Escenario al frente de 3.00 por 7.00 metros
- Cocina al fondo de 3.00 por 7.00 metros
- Servicios sanitarios para damas y caballeros
- Transformación del salón en 6 salones de reuniones con divisiones de 6.00 por 7.00 metros.
- 4 Dispensadores de corriente en cada sala.
- Servicio de internet de alta velocidad
- 1 cañonera para cada sala de reuniones
- 1 computadora para cada sala de reuniones
- 1 pizarrón para cada sala de reuniones
- 4 paneles
- Pizarrón, marcadores, tape y otros insumos.

La funcionalidad del centro residencial tendrá las ventajas de poderlo convertir de acuerdo a las necesidades de los clientes en distintos tipos de actividades que se realicen por lo que se determina la forma como pueden ser utilizados los espacios según los diseños establecidos.

Salón de conferencias multiusos

Es el salón grande al retirar las divisiones de las salas pequeñas, con una capacidad de 200 personas, para eventos generales de las empresas o cualquier institución que quiera hacer uso del centro de convenciones, las características son montajes tipo teatro o escuela. Se cuenta con sofisticado sistema audiovisual debido a que este tipo de sala se utiliza en presentaciones de diapositivas, videos, entre otros, aunque también se puede montar eventos sociales una sala completamente cerrada, cuenta con un sistema eléctrico (dimers) que la obscurecerá.

Puede adaptarse a sala de conferencias medianas o pequeñas para cursos de capacitación. La diferencia es el tamaño pero ambas deben de contar con todo el equipo necesario como pantallas, cañoneras, audio, entre otros.

Salas Breakout Rooms

Son pequeñas salas de conferencias, las cuales poseen características limitadas, que cuentan con todo el equipo audiovisual, pizarrones, paneles, cañoneras.

Centro ejecutivo

Un centro de conferencias tipo ejecutivo debe de encontrarse a una distancia promedio de cinco a quince minutos cerca del casco comercial de la carretera principal de restaurantes, centros comerciales y el aeropuerto lo más cercano posible máximo a una hora, características que se tienen de la empresa “CREE”. Este tipo de centros están en una posición difícil requieren de una exigencia de equipo de alta calidad por el tipo de eventos que se desarrollan en él.

Resort

Su característica principal es separar las áreas de conferencias, discursos y entrenamiento destinadas para descanso, alimentación y recreación, evitando de este modo las interrupciones o distracciones que pudieran sufrir a mitad de una reunión.

Uno de los factores en el cual se basa la decisión de construir un centro de convenciones en el “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” lo constituye el poder adquisitivo de las empresas para hacer uso de este tipo de instalaciones. Contar con este tipo de servicio contribuirá al dinamismo de la economía de las empresas, con el aporte de tener el equipo necesario e indispensable así socializar la información con el equipo de ventas o el personal que realiza actividades de campo, además de maximizar el recurso tiempo, en el momento de presentación de resultados o información se puede aprovechar para el consumo de alimentos, el personal que trabaja en estas actividades de acuerdo a lo observado no consume alimentos antes de salir a sus actividades laborales por lo que interrumpe el flujo de la actividad laboral, esto

repercute en el logro de los resultados, de tal forma que se contribuirá con la efectividad del trabajador y el rendimiento al de los resultados de las empresas, las actividades comerciales en el departamento de Retailhuleu se han constituido en un segmento de generación de fuentes de empleo y fluidez de recursos económicos gracias al crecimiento turístico que se ha tenido en la región.

Análisis de la parte operativa

El centro de convenciones está diseñado para brindar todas las facilidades a los organizadores y participantes de un evento, las cuales van desde salones adecuados hasta instalaciones en general. El servicio principal del centro de convenciones, lo constituye el alquiler de los salones, equipos de apoyo a través del trabajo del personal designado a dicha actividad, que hace posible la realización de los eventos los cuales aumentan su valor con la aprobación y satisfacción de los requerimientos de los clientes.

Cuando un cliente se acerca a cotizar una sala de reuniones, debe determinar cuál es el tipo de evento, fecha, número de personas, horario, antes de solicitar más datos verificándolos en el libro de control y en el sistema el bloqueo de eventos, para ver la disponibilidad de salones de acuerdo al tipo de montaje, así también determinar el equipo de apoyo y servicios de alimentos y bebidas que el cliente requiera.

Se realizará un seguimiento a todas las cotizaciones, invitar al cliente a conocer las instalaciones, durante la conversación establecer sus necesidades y tratar de cerrar la venta. En el momento de cerrar la venta deben de registrarse los siguientes datos.

- Tipo de evento programado
- Nombre del salón contratado
- Fecha, día, horario y duración del evento
- Asistencia estimada
- Tipo de montaje requerido, especificar detalles

- Materiales de apoyo solicitados para el evento
- Alimentación requerida y horarios
- Hora en que se solicita la totalidad del montaje e inspección de la sala
- Nombre y cargo del responsable del evento
- Forma de pago, para las empresas o clientes individuales que no gozan de una relación comercial con el centro el evento se cancelará de forma pre-pago.

La información del menú solicitado debe de presentarse con una semana de anticipación a todo el personal correspondiente y se elaborará un plano de montaje seleccionado a fin de ser más eficientes en el arreglo de los salones.

El representante de ventas o jefe de cocina verificará con el cliente que no existan cambios de última hora, además confirmar el número exacto de personas invitadas, por lo general se pondrá a disposición entre un 5 y 10% más servicios de lo contratado. La información de los cambios se envía al jefe de cocina, contabilidad, encargado de montajes.

El servicio de seguridad estará siempre a disposición de los clientes, si fuera necesario incluir más personal de seguridad, se solicitará.

En cuanto al mobiliario y cristalería, el “Centro Residencial de Empresarios Exitosos” establecerá un outsourcing con empresas que prestan este servicio, para no realizar inversiones iniciales, se tomará en cuenta que el alquiler de bodegas para estas empresas son gastos onerosos que repercuten en los resultados, por lo que se puede aprovechar la oportunidad que se tiene en el mercado para tener disponibilidad de mobiliario permanente, los términos de referencia se determinarán en el contrato a materializarse en el momento oportuno.

Las salas de eventos disponen de una capacidad establecida que puede variar de acuerdo al tipo de evento, número de personas, tipo de montaje, lo cual hará que el requerimiento del personal varíe por lo que se puede llevar a cabo la contratación de personal de forma eventual. En el

momento de que se requiera el servicio de alimentos y bebidas, hay que tener en cuenta para la prestación del servicio, la ubicación de los medios audiovisuales, la distribución de mesas, para no interferir en el evento. Se debe presentar a los clientes las distintas opciones que se tiene en el montaje de los eventos.

Auditorio convencional: la primera fila de sillas estará separada a 2.00 metros del borde de la mesa de oradores, con un pasillo central de 1.50 metros de ancho en el salón general, el espacio entre sillas no debe ser menor a 0.50 metros mientras que la distancia entre una silla y otra de 0.70 metros

Auditorio semicircular: es un bloque central sólido entre 8 a 10 sillas por hilera dejando un espacio ente ambos lados para un pasillo de 1.20 metros la mesa principal estará en posición convencional.

Auditorio en forma de V.: las primeras 2 sillas que indican el ancho del pasillo se colocarán a 3.00 metros de la mesa principal con un ángulo de 30 grados, la distancia entre cada hilera será de 0.70 metros.

Mesas para juntas: con este tipo de montaje cada lugar debe de contar con hojas y lápices en sitios adecuados se colocarán vasos con jarras de agua pura.

En forma de U: el tamaño de las mesas depende del número de personas que asistan al evento se requiere de un espacio de 0.60 metros por persona, la sillas se colocarán a 0.25 metros de la mesa para facilitar el acceso.

En forma de E: en este tipo de montaje se dejará un espacio de 1.20 metros entre los respaldos de las sillas dentro de las patas de la E para entrar y salir de forma fácil.

En Forma de T: la mesa cabecera medirá 1.82 metros por 0.76 metros o del largo que se requiera en el centro se colocará una fila doble de mesas de 1.82 metros y el largo será según del número de personas del evento.

Mesas para directores: se tendrán mesas de 1.50 metros por 1.80 metros dejando un espacio de 0.60 metros por espacio de persona.

Tipo Escuela: las mesas se alinearan en hileras de 2 a 3 a cada lado de un pasillo central amplio y el espacio entre el centro de una mesa y otra será de un metro.

Mesas redondas: Se tendrán mesas de 1.70 metros de diámetro
Análisis de la organización y administración.

La estructura organizativa de acuerdo al organigrama presentado en la primera parte de este proyecto, permite que se incorporen y que se adapten los puestos de trabajo al funcionamiento del centro de convenciones, de forma básica sólo se requiere de:

- La intervención del departamento de ventas, en donde no se contratará ninguna persona, más que determinar el proceso de capacitación en cuanto a la papelería a utilizar, el manejo del software
- La intervención del departamento de eventos especiales, para el montaje de cada evento y la coordinación con el departamento de producción de forma específica el de cocina. En este departamento no existen subalternos se contratarán dos auxiliares de eventos especiales y personal eventual cuando lo requiera la magnitud del evento.
- La intervención del departamento de logística para el mantenimiento del edificio y su equipamiento en cada una de las salas se contratarán dos auxiliares.

Descripción de las actividades a realizar relacionadas con el centro de convenciones de los departamentos involucrados, ventas, logística y eventos especiales.

Ventas

- Informar a los clientes sobre los servicios que ofrece el centro de convenciones
- Realizar cotizaciones para el alquiler de los salones de eventos y la prestación de otros servicios de apoyo al mismo
- Realizar visitas personales para promocionar el centro de convenciones
- Llevar a cabo la contratación e informar a los departamentos involucrados con relación a la prestación del servicio
- Medir el nivel de satisfacción de los clientes y hacer un seguimiento
- Informar a la administración sobre todos los movimientos en relación a contratos.

Eventos especiales

- Proveer al centro de convenciones de alimentos y bebidas, supervisando que se realice de acuerdo con las hojas y sus especificaciones de costos, recetas estándar y a las normas de sanidad.
- Elaborar y actualizar nuevos menús y bufetes, elaborar las hojas de costos de recetas estándar y fijar los precios de venta.
- Elaborar especificaciones técnicas de compras de alimentos y bebidas
- Analizar el reporte diario de ventas de alimentos y bebidas y tomar las acciones respectivas.
- Elaborar el presupuesto anual de ingresos y gastos de alimentos y bebidas.
- Brindar información acerca de las facilidades de servicio y tarifas que ofrece el centro de convenciones.
- Ejecutar, supervisar y controlar las órdenes de compra de alimentos y bebidas
- Recibir las compras y controlar la calidad y cantidad de los productos adquiridos
- Almacenaje y conservación de las compras.
- Calcular la cantidad de productos por eventos que debe de adquirir y realizar cotizaciones

- Establecer su sistema de inventario de acuerdo a los productos perecederos y no perecederos.
- Recibir mercadería, carnes, verduras, frutas etc.
- Determinar los costos
- Calcular los ingresos y egresos del centro de convenciones
- Suministrar información inmediata para todos los fines de controles financieros
- Calcular el número de servicios de acuerdo a los eventos
- Supervisar e informar sobre las altas o bajas de los servicios

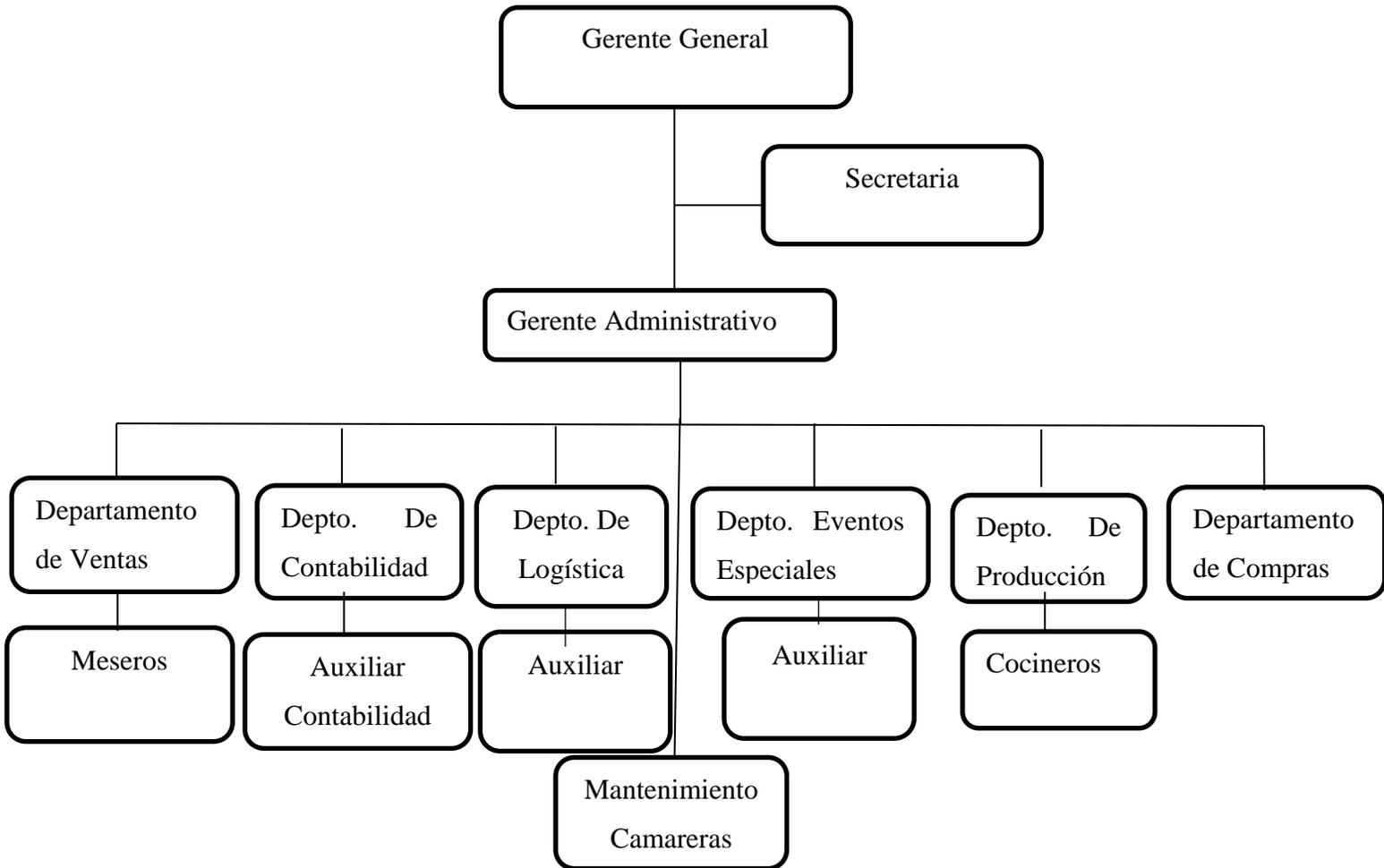
Departamento de logística

- Planear, dirigir y ejecutar el programa de mantenimiento preventivo de las áreas, salas, equipos, instalaciones y sistemas en general del centro de convenciones
- Verificar, controlar y reportar las mediciones de consumo y el presupuesto de los servicios básicos.
- Planificar todo lo relacionado con la seguridad técnica del centro de convenciones
- Operar las plantas de emergencia, verificando parámetros de operación.
- Facilitar todos los recursos necesarios para cada evento a las empresas.

De acuerdo a estas actividades se necesita de la contratación de dos auxiliares uno por cada departamento, para lo cual se realiza el análisis sobre el manual de puestos, salarios, perfil y funciones. De igual manera se establece el organigrama de la forma en que quedará con la implementación de las fuentes de trabajo que se generarán.

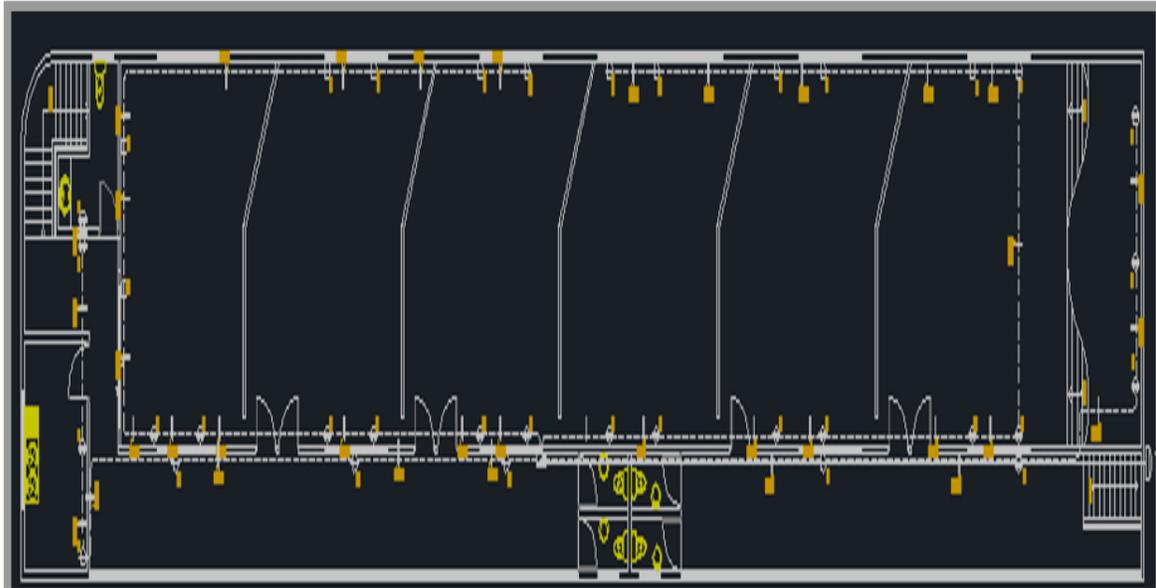
Persona	Puesto	Perfil	Jefe inmediato	Funciones	Salario incluye bonificación
1	Auxiliar de logística	Br. Y programador en computación	Gerente departamento de logística	Colaborar en el montaje de los eventos	Q 2,750.00
1	Auxiliar de eventos especiales	Graduado como chef en Intecap	Gerente de eventos especiales	Colaborar en el montaje de los eventos	Q 2,750.00

Organigrama “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos”



Descripción del centro de convenciones

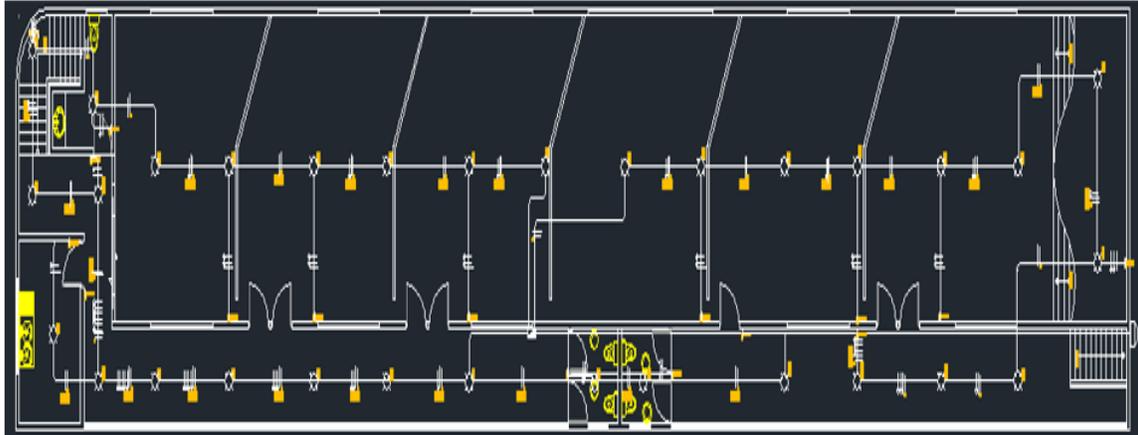
El centro de convenciones del “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos”, estará ubicado en las instalaciones de éste, en el segundo nivel de los módulos que se utilizan para hospedaje de los clientes, con una extensión de 486.00 metros cuadrados, para lo cual se dan a conocer los respectivos planos.



PLANTA DE FUERZA

NOMENGLATURA DE ELECTRICIDAD FUERZA

	CONTADOR ELÉCTRICO
	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN DE CIRCUITOS
	TOMACORRIENTE 110 V. EN PARED h= 0.40 MTS
	TUBERÍA EN PISO O PARED
	CONDUCTOR POSITIVO # 12 AWG
	CONDUCTOR NEUTRO # 12 AWG
	CONDUCTOR TIERRA # 12 AWG

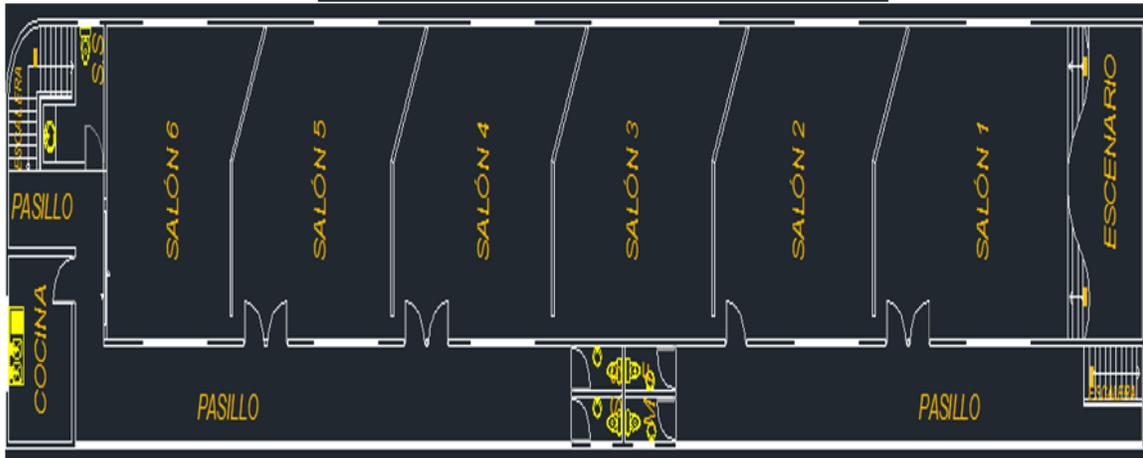


PLANTA DE LUZ

NOMENCLATURA DE ELECTRICIDAD LUZ

	TABlero DE DISTRIBUCION DE CIRCUITOS
	TUBERIA EN CIELO
	CONDUCTOR NEUTRO
	CONDUCTOR DE RETORNO #INDICADO (DIAGRAMA UNIFILAR)
	CONDUCTOR VIVO INDICADO (DIAGRAMA UNFILAR)
	LAMPARA INCANDESCENTE DE 100W
	INTERRUPTOR DOBLE

PLANTA ORIGINAL



VIABILIDAD FINANCIERA CENTRO DE CONVENCIONES CREE				
Ventas				
	Servicios	A. De Salones	V. Alimentos	Total
	Precio Venta	Q 500.00	Q 25.00	
	U. Vendidas	1152	7488	
	Total Ventas	Q 576,000.00	Q 187,200.00	Q 763,200.00
Gastos Variables				
	Compras	Q 28.00	Q 11.00	
	Total compras	Q 32,256.00	Q 82,368.00	Q 114,624.00
Diferencia Com. Venta	D. Com. Vent.	Q 543,744.00	Q 104,832.00	Q 648,576.00
Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Q 543,744.00	Q 104,832.00	Q 648,576.00
Gastos Fijos	Sueldos	Q 60,000.00		
	bonificación	Q 12,000.00		
	Aguinaldo B.14	Q 10,000.00		
	Vacaciones	Q 2,500.00		
	Indemnización	Q 5,833.33		
	C. Patronal	Q 4,002.00		
	Transporte	Q 3,600.00		
	Energia Elect.	Q 7,800.00		
	Intereses	Q 60,000.00		
	Depreciación	Q 56,897.92		
	Publicidad	Q 12,000.00		
	Imprevistos	Q 4,500.00		
	Tel. e Intenet	Q 24,000.00		
Total Gastos fijos		Q 263,133.25		
G. Fi y Var.		Q 377,757.25		
Utilidad A. I		Q 385,442.75		
ISR		Q 119,487.25		
Utilidad Neta		Q 265,955.50		

Distribución de la inversión

PLAN DE INVERSION CENTRO DE CONVENCIONES CREE					
	Inversión Inicial		Q	750,000.00	
	Construcciones		Q	631,800.00	
	Activos fijos		Q	101,740.00	
	Insumos y Materias Primas		Q	11,960.00	
	Imprevistos		Q	4,500.00	
	Total		Q	750,000.00	
DISTRIBUCION DE LA INVERSION					
Capital Propio		Q	-		
Préstamo Bancario		Q	750,000.00		
Total		Q	750,000.00		
CONDICIONES APOYO FINANCIERO					
PLAN DE AMORTIZACIONES					
Monto	Q 750,000.00	Plazo	10 años	Garantía	Hipotecaria
Tasa Interés	8%	Anual S/saldos			
BANCO	BANCO CREDITO HIPOTECARIO NACIONAL				
Empresa	CREE				
Propietario	Mario Roberto Vásquez García				
Monto	Q 750,000.00	Plazo	10 años		
Tasa Interés	8%	anual sobre saldos			
Forma de pago		Anualmente			
Fecha Pago	Capital	Interés	Saldo		
02/01/2014	Q 75,000.00	Q 60,000.00	Q 675,000.00		
03/01/2015	Q 75,000.00	Q 54,000.00	Q 600,000.00		
04/01/2016	Q 75,000.00	Q 48,000.00	Q 525,000.00		
05/01/2017	Q 75,000.00	Q 42,000.00	Q 450,000.00		
06/01/2018	Q 75,000.00	Q 36,000.00	Q 375,000.00		
07/01/2019	Q 75,000.00	Q 30,000.00	Q 300,000.00		
08/01/2020	Q 75,000.00	Q 24,000.00	Q 225,000.00		
09/01/2021	Q 75,000.00	Q 18,000.00	Q 150,000.00		
10/01/2022	Q 75,000.00	Q 12,000.00	Q 75,000.00		
11/01/2023	Q 75,000.00	Q 6,000.00	Q -		
	Q 750,000.00	Q 330,000.00			

PUNTO DE EQUILIBRO DE LA EMPRESA
 "CENTRO DE CONVENCIONES DE LA EMPRESA CREE"
 RETALHULEU, RETALHULEU

P.E.			
	<u>COSTOS FIJOS</u>		
1-	<u>COSTO VARIABLES</u>		
	<u>VENTAS TOTALES</u>		
COSTOS FIJOS	263,133.25	P.E.	<u>263,133.25</u>
COSTOS VARIABLES		1-	<u>114,624.00</u>
VENTAS TOTALES	114,624.00		763,200.00
		P.E.	263,133.25
		1-	0.150188679
		P.E.	<u>263,133.25</u>
			0.849811321
		P.E.	309,637.27

ES DECIR QUE LA EMPRESA EN FORMA ANUAL PARA NO PERDER NI GANAR
 TIENE QUE VENDER AL AÑO Q 309,637.27

PUNTO DE EQUILIBRO EN PORCENTAJES

P.E.			
	<u>COSTOS FIJOS</u>		X 100
	VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES		
P.E.		P.E.	<u>263,133.25</u> X 100
			(-
			763,200.00) 114,624.00
		P.E.	<u>263,133.25</u> X 100
			648,576.00
		P.E.	0.405709205
		P.E.	40.57%

El porcentaje que resulta con los datos obtenidos, indica que de las ventas totales el 40.57% es utilizado para el pago de los costos fijos, variables y el resto para el pago del impuesto sobre la renta y las utilidades de la empresa "CENTRO DE CONVENCIONES EMPRESA CREE"

"CENTRO DE CONVENCIONES CREE"			
ESTADO CONJUNTO DE COSTO DE PRODUCCION			
Y COSTO DE PRODUCCION DE LO VENDIDO			
EXPRESADO EN QUETZALES			
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO			0.00
<u>MATERIAL UTILIZADO</u>			
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	11,960.00		
(+)COMPRAS DEL PERIODO	114,624.00		
MATERIA PRIMA DISPONIBLE EN EL PERIODO		126,584.00	
(-)INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA		11,960.00	
MATERIAL UTILIZADO		114,624.00	
(+)MANO DE OBRA DIRECTA		0.00	
COSTO PRIMO		114,624.00	
(+)GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
SUELDOS Y SALARIOS	60,000.00		
BONIFICACIONES	12,000.00		
ENERGIA ELECTRICA, AGUA, Y TELEFONO	31,800.00		
PRESTACIONES LABORALES	18,333.33		
CUOTAS PATRONALES I.G.S.S	4,002.00		
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	12,000.00		
IMPREVISTOS	1,000.00		
SERVICIOS DE CONTABILIDAD	1,000.00		
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	3,600.00		
ARTICULOS DE LIMPIEZA CONSUMIDOS	500.00	144,235.33	
COSTO INCURRIDO			258,859.33
TOTAL COSTO DE PRODUCCION			258,859.33
(-)INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO		0.00	
PRODUCCION PERDIDA (PERDIDA EXTRAORDINARIA)		0.00	0.00
COSTO DE PRODUCCION DE LOS PRODUCTOS TERMINADOS			258,859.33
(+)INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		0.00	0.00
			258,859.33
(-)INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS			0.00
COSTO DE PRODUCCION DE LO VENDIDO			258,859.33

ESTADO DE RESULTADOS							
"CENTRO DE CONVENCIONES CREEE"							
RETALHULEU, RETALHULEU							
COMPRENDIDO DEL 1o. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2013							
EXPRESADO EN QUETZALES							
TOTAL DE INGRESOS							
VENTAS DURANTES EL PERIODO						763,200.00	
COSTO DE PRODUCCION DE LO VENDIDO						258,859.33	
UTILIDAD EN VENTAS						504,340.67	66.08%
GASTOS DE OPERACIÓN							
TERRENOS Y EDIFICIOS						31,590.00	
DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA						12,908.00	
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION						12,399.92	
AMORTIZACION GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y DE INSTALACION						1,500.00	
ARBITRIOS MUNICIPALES						500.00	58,897.92
						445,442.75	
GASTOS FINANCIEROS							
INTERESES PAGADOS						60,000.00	
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA						385,442.75	
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR						119,487.25	
UTILIDAD NETA						265,955.50	34.85%

BALANCE DE APERTURA

BALANCE DE APERTURA							
AL 1o. DE ENERO DEL AÑO 2014							
"CENTRO DE CONVENCIONES CREE"							
RETALHULEU, RETALHULEU							
EXPRESADO EN QUETZALES							
ACTIVO CORRIENTE				PASIVO CORRIENTE			
CAJA Y BANCOS			3,000.00	PROVEEDORES		0.00	
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA			11,460.00	PRESTAMO BANCARIO	750,000.00		750,000.00
INVENTARIO ARTICULOS DE LIMPIEZA			500.00				
			14,960.00	SUMA DEL PASIVO			750,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE				CAPITAL			
CONSTRUCCIONES			631,800.00	VALOR CAPITAL INICIAL DE LA EMPRESA		0.00	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA			64,540.00				
EQUIPO DE COMPUTACION			37,200.00				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y DE INSTALACION			1,500.00				735,040.00
SUMA DE ACTIVO			750,000.00	SUMA PASIVO Y CAPITAL			750,000.00

BALANCE DE CIERRE

AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2,014					
"CENTRO DE CONVENCIONES CREE"					
RETAHULEU RETAHULEU					
EXPRESADO EN QUETZALES					
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
CAJA Y BANCO		425,158.25		IMPUESTO SOBRE LA RENTA X PAGAR	119,487.25
INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA		11,460.00		SUMA PASIVO	119,487.25
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		0.00		CAPITAL	
INVENTARIO FINAL DE ARTICULOS DE LIMPIEZA		500.00	437,118.25	CAPITAL INICIAL	
ACTIVO NO CORRIENTE				UTILIDAD META EJERCICIO 2013	265,955.50
INVENTARIO DE ARTICULOS DE LIMPIEZA		500.00	500.00	CREDITO HIPOTECARIO	750,000.00
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		64,540.00			
(-)DEPRECIACION ADA. MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		3,659.00	60,881.00		
EQUIPO DE COMPUTACION		37,200.00			
(-)DEPRECIACION ADA. EQUIPO DE COMPUTACION		1,666.50	35,533.50		
CONSTRUCCIONES		631,800.00			
(-)DEPRECIACION ADA. VEHICULOS		31,590.00	600,210.00		
GASTOS DE ORGANIZACIÓN E INSTALACION		1,500.00			
(-) AMORTIZACION GASTOS DE INSTALACION		300.00	1,200.00		
SUMA DEL ACTIVO			1,135,442.75		1,135,442.75

TASA INTERNA DE RETORNO

	Período	Flujo de Fondos		265955.5	750000.00	35.46%
Desembolso	0	Q (750,000.00)		531911	750000.00	70.92%
Flujo de fondos a cada año	1	Q 265,955.50		797866.5	750000.00	106.38%
	2	Q 265,955.50				
	3	Q 265,955.50				
	4	Q 265,955.50				
	5	Q 265,955.50				
	6	Q 265,955.50				
	7	Q 265,955.50				
	8	Q 265,955.50				
	9	Q 265,955.50				
	10	Q 265,955.50				
		Q 2,659,555.00				
				TIR 0.3795 37.95%		
				VAN Q 884,181.42		
				Página 1		
inversion				Q 750,000.00		
Utilidad despues de impuesto				Q 265,955.50		
Utilidad despues de impuesto en años				2,659,555.00	Q 3.55	
<p>SI LE CONVIENE CREAR LA EMPRESA DEBIDO A QUE OBTENDRA UNA UTILIDAD DE 37.95% DEBIDO A SU INVERSION ES MENOR QUE LA UTILIDAD QUE OBTENDRA EN LOS 10 AÑOS LA RECUPERACION DE LA INVERSION SE LOGRARÁ EN EL TERCER AÑO Y EL VALOR ACTUAL NETO ES DE Q 884,181.42</p>						
formula						
VAN= - I + Ft x [1- (1+i) ⁻ⁿ / i]						

Conclusiones

1. De acuerdo a la investigación se determinó que en el “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” las proyecciones realizadas para el año 2013 no se alcanzarán como consecuencia de la falta de demanda de los tiempos de alimentación de las personas que se hospedan en las instalaciones.
2. Se determinó que la prestación de los servicios de hospedaje y alimentación está entre los rubros de excelente a bueno de acuerdo a las empresas y de los trabajadores, también incluye el término regular, se constituye en una alarma en establecer un sistema de evaluación de estos servicios para tenerlos al óptimo nivel de acuerdo a los objetivos bajo los cuales se estableció la empresa.
3. De acuerdo a la información los clientes no están de acuerdo en cuanto a la inexistencia de un espacio físico para llevar a cabo reuniones del personal, las realizan en otros lugares lo que tiene incidencia con la demanda de los tiempos de alimentación así como el desplazamiento de los clientes a otros municipios para realizar el trabajo.
4. Se debe de realizar el proyecto sobre la construcción de un centro de convenciones para que el mercado actual y el potencial de las empresas que tienen fuerzas de ventas puedan tener un lugar adecuado para realizar sus reuniones con el equipo o insumos necesarios para desarrollar el trabajo de evaluación, programación, socialización de información, capacitación de la fuerza de ventas de las empresas.
5. Es necesario realizar un proceso de inducción al personal sobre el funcionamiento del nuevo servicio, así como la reestructuración de las funciones del personal con relación a la estructura administrativa.

Recomendaciones

1. Es necesaria la revisión constante a través de la presentación del estado de resultados de manera mensual, para determinar la demanda de alimentos, por lo que se hace necesario la implementación de la propuesta y de esta forma persuadir al nuevo mercado identificado para que consuma alimentos, contrarrestando la baja demanda de este rubro en la empresa.
2. Dentro del estudio de investigación, se determinó que existe cierta parte de los clientes que califican los servicios de regulares, por lo que se hace necesario llevar a cabo una programación y materialización de capacitación al personal sobre el tema “Calidad en el servicio de atención al cliente”.
3. La falta de un espacio físico ad hoc para tener reuniones de trabajo, capacitaciones o charlas motivacionales, es uno de los factores que hace que el cliente se desplace a otro lugar para llevar a cabo estas actividades, de tal forma que la materialización de la propuesta “Implementación del Centro de Convenciones en la Empresa CREE” se hace necesario para lograr los objetivos empresariales sobre todo económicos.
4. Deben de realizarse las inversiones correspondientes en cuanto a la compra de mobiliario y equipo audio visual, para que se tengan los insumos necesarios y que las empresas puedan llevar a cabo las reuniones de trabajo con la fuerza de ventas, que se constituye en el mercado potencial de la presente investigación y la materialización de este proyecto
5. La resistencia al cambio es uno de los factores que afecta la implementación de nuevos servicios, por lo que se hace necesario planificar una capacitación de inducción al personal, así como realizar la reestructuración administrativa en el organigrama para establecer una administración lineal funcional en donde se determine de forma clara los canales de comunicación y las líneas jerárquicas para tener una administración efectiva.

Referencias bibliográficas

Charles A. Gallanghef, Hugh J. Watson, *Métodos Cuantitativos Para la toma de Decisiones en Administración.*

Eugene F. Brigham, (2008), *Fundamentos de Administración Financiera*, Doceava Edición, México

Lee J. Krajewski, L. P. Ritzman, M. K. Malhotra, (2003), *Administración de Operaciones*, Octava Edición, México.

Matw J. Kierman. *Once Mandamientos para la Administración del Siglo XXI.*

William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walkeer, *Fundamentos de marketing*, Novena Edición.

Anexos



Boleta de entrevista a gerentes de empresas que han hecho uso de los servicios de CREE

1. ¿Cuántas veces en el presente año su empresa ha hecho uso de los servicios del centro residencial CREE?

1 vez
2 veces
3 veces
> = 4 veces

2. En relación a precios ¿Cómo le parece a su personal el servicio de hospedaje?

Excelente
Bueno
Regular
Malo

3. En relación a precios ¿Cómo le parece el servicio de alimentación a su personal?

Excelente
Bueno
Regular
Malo

4. ¿Ha recibido la empresa quejas de CREE de parte de los empleados?

Si
No

5. ¿En relación a que aspecto ha recibido quejas?

Alimentos
Parqueo
Salón de reuniones
Logística

6. ¿Qué recomendaciones haría para que CREE mejore sus servicios?

Construir salón
Ampliar servicios
Ampliar parqueo
Mejorar alimentación

Boleta de entrevistas a clientes que han utilizado los servicios.

1. ¿Cómo le parece el servicio de hospedaje de CREE?

Excelente
Bueno
Regular
Malo

2. ¿Cómo le parece el servicio de alimentación?

Excelente
Bueno
Regular
Malo

3. Cuando se ha hospedado en CREE ¿Cuántos tiempo de alimentación consume?

Uno
Dos
Tres

4. ¿Qué no le gusta de CREE?

Espacio parqueo
No hay lugar para reuniones
Recursos logísticos
Alimentación

5. ¿Qué propuestas hará para mejorar el servicio de CREE?

Ampliar parqueo
Construir salón
Implementaci ón de recursos
Mejorar alimentación

Boleta de entrevista a nicho de mercado identificado empresas

1. ¿En la empresa que administra, tienen fuerza de ventas?

Si
No

2. ¿Cuál es el número del personal que realiza trabajo de campo?

De 01 a 05
De 06 a 10
De 11 a 15
De 16 a 20
> ó = 21
Ninguno

3. ¿Tienen reuniones planificadas?

Si
No

4. ¿Cuál es el período de las reuniones?

Semanal
Quincenal
Mensual
Semestral
Anual

5. ¿Cuánto tiempo duran las reuniones de trabajo?

1 hora
2 horas
Medio día
Día entero

6. ¿Dónde realizan las reuniones de trabajo?

En la empresa
En restaurantes
Gasolineras
El Zarco
Áreas deportivas
Parques

7. ¿Cuántas actividades de integración de personal realizan al año?

Una
Dos
Tres
> ó = a 4

8. ¿Qué material y equipo necesita en las reuniones de trabajo?

Audio visual
Internet
Pizarrón
Paneles
Computadora
Todas las anteriores

9. ¿Utilizaría los servicios de un centro de convenciones?

Si
No



10. ¿Conoce el “Centro Residencial de Emprendedores Exitosos” CREE?

Si
No