





UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO Y DEL COMPORTAMIENTO HUMANO

Trabajo de Titulación Maestría en Gestión del Talento Humano titulado:

“ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA DE VALOR AL ASOCIADO PARA EL HOTEL JW MARRIOTT QUITO EN BASE A LOS LINEAMIENTOS DE MARRIOTT INTERNACIONAL”

Realizado por:

GIANNELA ELIZABETH TRUJILLO RUEDA

Director del proyecto:

Mgs. María Gabriela Dueñas Flor

Como requisito para la obtención del título de:
MAGISTER EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO



Objetivo General

- Elaborar una propuesta de valor al asociado que pertenece al Hotel JW Marriott Quito en base a los lineamientos Marriott Internacional, con la finalidad de reforzar la identidad con la marca y el compromiso.

Objetivos Específicos



- Realizar un diagnóstico de los canales de comunicación actuales del Departamento de Recursos Humanos del Hotel JW Marriott Quito.
- Definir una propuesta de valor al asociado que pertenece al Hotel JW Marriott Quito para reforzar la identificación con la marca mediante el mejoramiento de los contenidos y canales de comunicación del Departamento de Recursos Humanos.

Marriott Internacional fue fundada en 1927 en Washington DC, empresa que empezó como un puesto de venta de cerveza de jengibre para convertirse en el líder de la industria hotelera, con más de 6000 hoteles, 30 marcas en más de 120 países.



El presente proyecto se llevará a cabo en el Hotel JW Marriott Quito en la ciudad de Quito, líder en el mercado de la industria hotelera de la capital ecuatoriana, propiedad fundada el 01 de Julio de 1999, la cual cuenta con 257 habitaciones y presta servicio de alojamiento de lujo.

Caso

Uno de los principales objetivos de Marriott Internacional es ofrecer a los empleados la oportunidad de alcanzar su potencial y promover su participación activa, planteando la premisa de “cuidar de sus asociados, pues ellos así ellos cuidarán de los clientes”, de esta forma se promueve ofrecer siempre un servicio excepcional. Con el fin de cumplir este objetivo, se establece la propuesta de definir una propuesta de valor al asociado que pertenece al Hotel JW Marriott Quito para generar identificación con la marca, mediante el mejoramiento de los contenidos y canales de comunicación del Departamento de Recursos Humanos.

Metodología



Nivel de Estudio

- Para la realización de este proyecto de investigación, se aplicará la investigación descriptiva, la misma que permitirá describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar.

Modalidad de estudio

- La modalidad de investigación que se aplicará es de campo mediante la recolección de información y datos proporcionados por el Hotel JW Marriott Quito

Método de Investigación



- Se utilizará el método Inductivo – Deductivo, porque en un inicio se llevará a cabo una etapa de aplicación de encuestas al personal y entrevista a varios líderes de opinión para determinar la situación actual de los contenidos y canales de comunicación que utiliza el Departamento de Recursos Humanos.



Definición del problema: Realizar un diagnóstico de los canales de comunicación actuales del Departamento de Recursos Humanos del Hotel JW Marriott Quito).

Planificación



Encuestas:

Seleccionar la muestra a través del método “*muestreo aleatorio simple*”, de manera que cada individuo de la población, tenga las mismas posibilidades de ser incluido en la muestra.

Para garantizar la validez y confiabilidad de la información se realizará un sondeo previo a 20 personas de las encuestas realizadas serán aplicadas a líderes de opinión de la Compañía.

Entrevistas:

Se realizará entrevista a varios líderes de opinión de la compañía.

Procesamiento de datos:

Los datos serán tabulados a través del programa Excel, utilizando gráficos.

Grupo Focal:

Debido a sugerencias del Departamento de Recursos Humanos se aplicará este método a las áreas de ventas y finanzas.

Resultados



- Cálculo de la muestra

Población=	N=291
Probabilidad de éxito =	P=0,95
Probabilidad de fracaso=	Q= 0,025
o=	0,00063
s=	0,05
n1=	76,00(0/s)
nf=	76,00n1
	1,261n1/17(1+(n1/N))
nf=	60,26
Muestra=	60

Análisis de Resultados



Resultados Entrevistas Líderes de Opinión

¿Qué ofrece el Hotel JW Marriott Quito para retener talento?

Hotel JW Marriott Quito ofrece a sus colaboradores varios beneficios para sus empleados a diferencia de la competencia; sin embargo, se requiere comunicarlos de una manera más asertiva.

Los líderes opinan que el prestigio de la marca Marriott a nivel internacional es alto, lo cual motiva a las personas a trabajar para la compañía.

JW Marriott Quito se encuentra posicionada en la ciudad como líder en el mercado lo cual lo convierte en un empleador atractivo dentro de la ciudad.

- **Resultados Grupo Focal Áreas Administrativas: Finanzas y Ventas**

- Para realizar el grupo focal se han planteado las siguientes preguntas:

- **¿Cuáles son los canales a través de los cuales ustedes reciben información del área de Recursos Humanos?**

- Los canales utilizados son: cartelera, boletín, pantalla digital, correo electrónico. La percepción que tienen las áreas administrativas acerca de los canales de comunicación es que sí pueden identificarlos, mas opinan que es necesario innovarlos para las nuevas generaciones.

- **¿Qué beneficios no monetarios consideran relevantes para su desarrollo y bienestar dentro de la compañía?**

- En cuanto a la percepción del salario emocional, sugieren contar con horarios flexibles para poder completar estudios de tercer y cuarto nivel, oportunidades de desarrollo en planes de carrera individuales, así como establecer contacto directo con los miembros del Comité Ejecutivo con la finalidad de compartir sus ideas y formar parte de las decisiones de la compañía.

- Estas áreas también desean participar de actividades de vinculación con la comunidad como parte de sus jornadas de trabajo al menos una vez cada seis meses.

- **¿Qué actividades sugieren que el Hotel haga, para motivar a los asociados a sentirse identificados con la marca Marriott?**

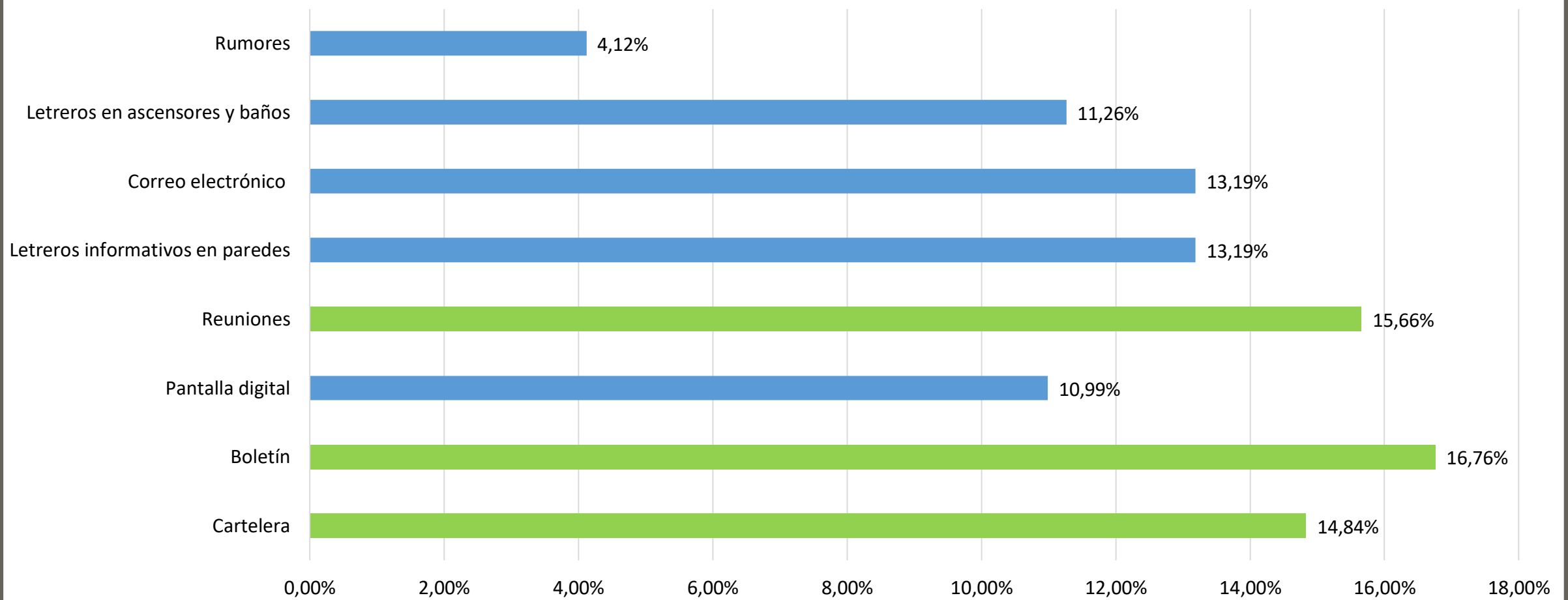
- Recomiendan realizar artículos personalizados como termos, camisetas, chompas, agendas, bolígrafos, etc. para asociados con el fin de llevarlos puestos fuera de la compañía



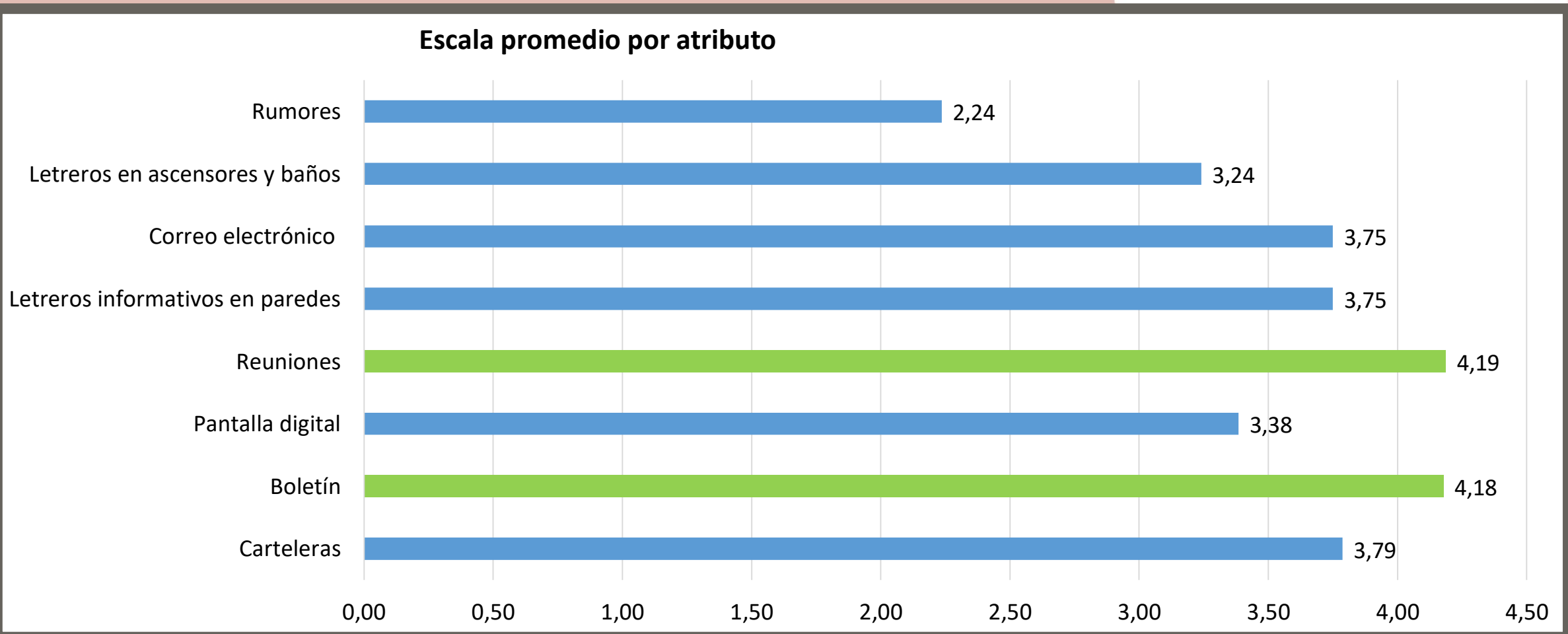
RESULTADOS ENCUESTAS JW MARRIOTT QUITO

Señala cuáles de las siguientes herramientas de comunicación interna del Hotel conoces (*contemplar la posibilidad de señalar varias*).

Conocimiento de los canales de comunicación interna del Hotel JW Marriott Quito

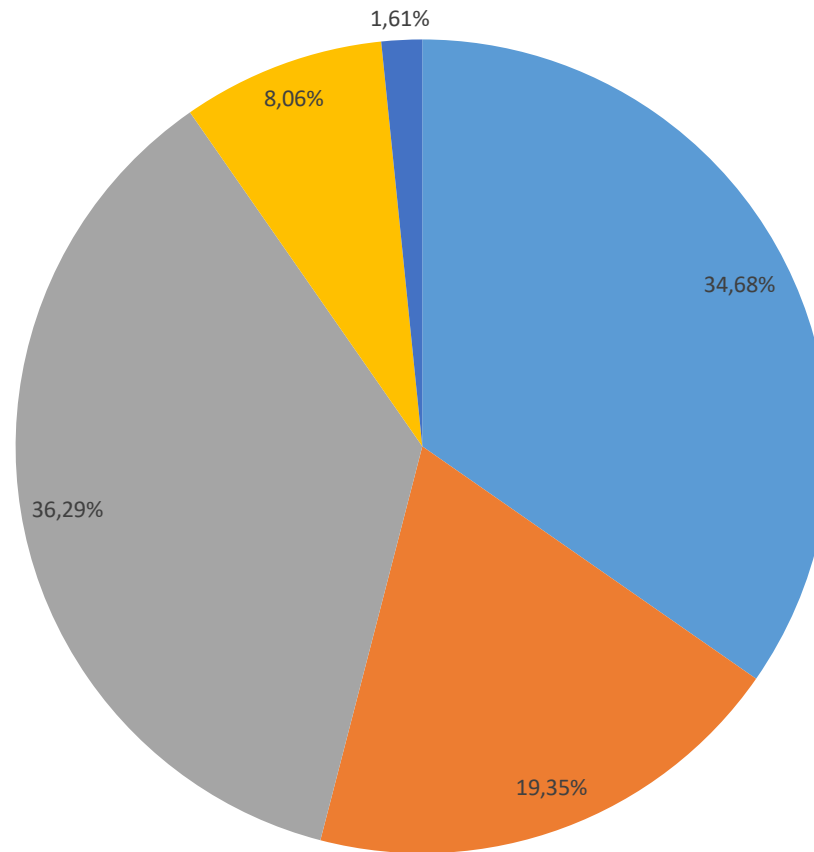


Califica las siguientes herramientas de comunicación interna del 1-5 de acuerdo a su efectividad, siendo 1 poco efectivo y 5 muy efectivo



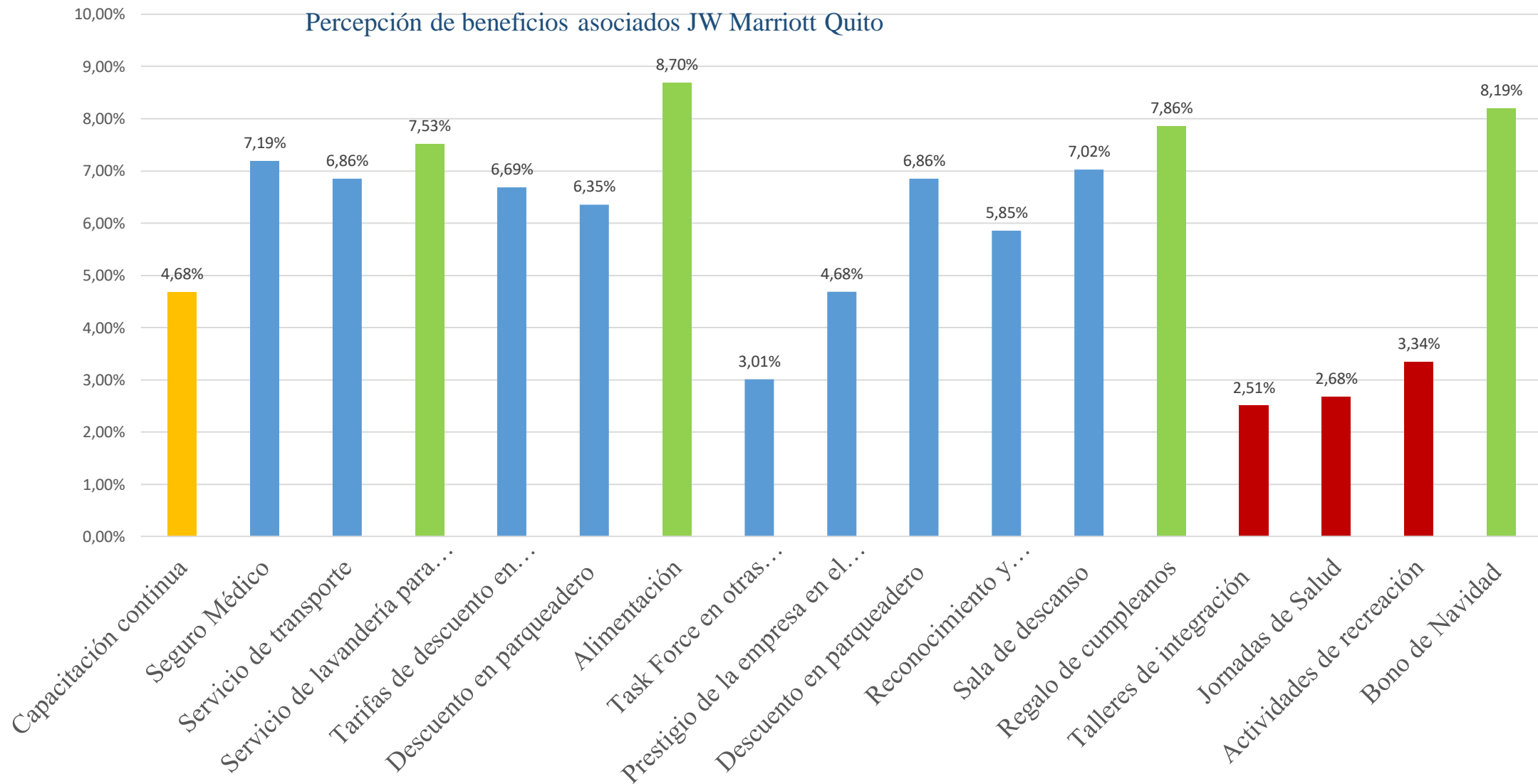
Cuando requiere informarse, usted prefiere:

Preferencia de medios de comunicación

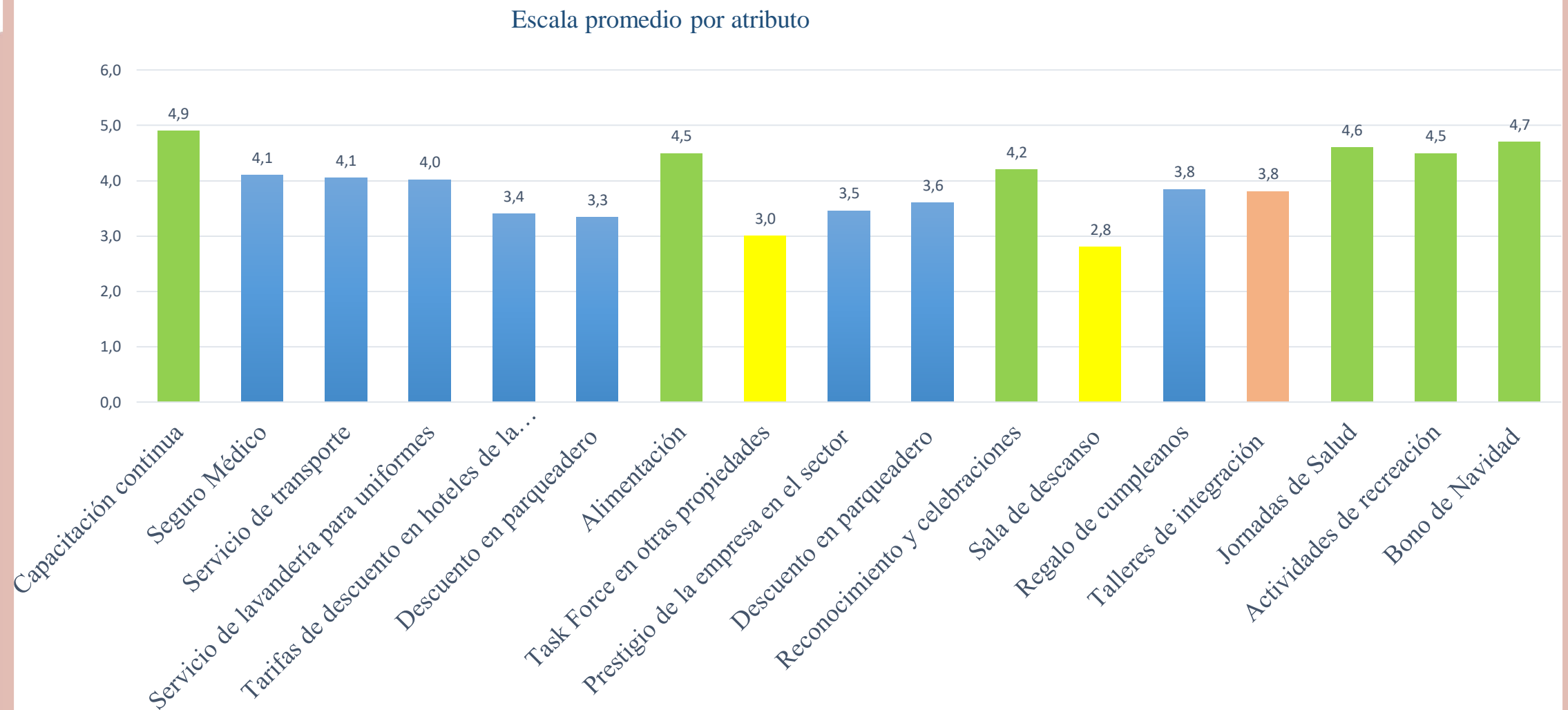


■ Leer ■ Mirar videos ■ Contacto persona a persona ■ Audios ■ Otros

Señala los beneficios con los que cuentan los asociados del Hotel JW Marriott Quito

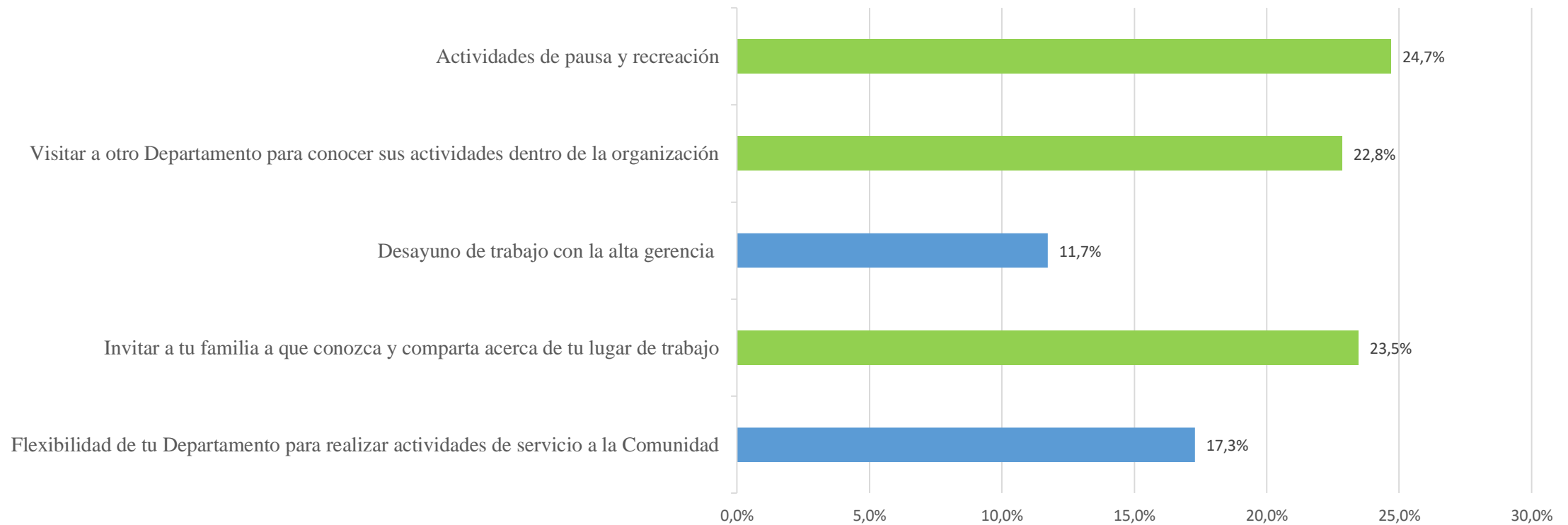


De la siguiente lista de valores agregados, siendo 1 nada atractivo y 5 muy atractivo, califica aquellos que consideres relevantes para tu desarrollo y bienestar dentro de la compañía



Elige tres de los siguientes valores agregados que te gustaría tener en la compañía.

Preferencia de valores agregados





Propuesta de valor

Dimensiones



¡ JW Marriott Quito, también eres tu!!

- Valores y Cultura JW Marriott
- Empresa líder en el mercado local
- Reconocimiento de la organización a nivel mundial.
- Capacitaciones continuas sobre la marca



¡Todo se trata de ti, JW Marriott Quito celebra contigo!

- Actividades de celebración y reconocimiento.
- Celebración de cumpleaños.
- Invitación a las familias.
- Talleres de integración.



!Todo se trata de ti, tu bienestar es primero!

- Actividades de pausa y recreación
- Beneficios no monetarios: transporte, lavandería para uniformes, parqueadero, alimentación saludable
- Descuentos en otros hoteles de la marca.
- Actividades de salud.
- Sala de descanso.

CONCLUSIONES



- Dentro de la presente investigación se incluyó como punto de partida, un diagnóstico de comunicación interna en el cual se pudieron identificar áreas de oportunidad y mejora. Gracias a los elementos de investigación como las entrevistas, encuestas y grupo focal utilizados se pudo conocer la percepción de los colaboradores acerca de los canales de comunicación que emplea recursos humanos, identificando así que los de mayor utilidad son el boletín, las carteleras y las reuniones.
- Es importante mencionar que las comunicaciones transmitidas a través del boletín son conocidas de manera grupal en reuniones donde se realiza su lectura antes de empezar la jornada de trabajo. Esto explica la razón por la cual el canal de comunicación de mayor aceptación en el Hotel JW Marriott Quito sean precisamente las reuniones.
- En base a los datos obtenidos en la investigación y de las preferencias de los canales de comunicación existente, se define que para que el plan de comunicación del EVP sea efectivo, en su mayoría las actividades planteadas están enfocadas en reforzar este canal.
- Al culminar la realización de este proyecto, se determina que los valores agregados de mayor acogida son: actividades de pausa y recreación, visitar a otro departamento para conocer sus actividades dentro de la organización e invitar a la familia para que pueda conocer su lugar de trabajo; encaminando de esta forma el plan de comunicación a cumplir estrategias que permitan alcanzar estos valores.
- Se concluye que la propuesta de valor al asociado que pertenece al Hotel JW Marriott Quito es totalmente factible, pues está basado bajo los lineamientos de Marriott Internacional y elaborada en referencia la percepción que tienen los asociados sobre los beneficios que reciben.

RECOMENDACIONES



- Realizar diagnósticos periódicos de la efectividad de la comunicación y de sus canales permitirá enfocar adecuadamente las diferentes actividades diseñadas para que los colaboradores tengan conocimiento e identificación con las propuestas no solo del área de Recursos Humanos sino de toda la organización.
- A través de una propuesta de valor al trabajador, se cumple con el objetivo de integración del Departamento de Recursos Humanos, el cual es alinear las actividades del área con la estrategia y objetivos corporativos.
- Dada la factibilidad del proyecto y la conexión con la filosofía empresarial bajo la premisa del fundador de la Compañía “Cuida de tus asociados y ellos cuidarán de tus clientes, así tus clientes regresarán” (John Willard Marriott, 1927), se recomienda su ejecución durante el año 2019.
- Se recomienda crear un equipo con los líderes de opinión en influencia del Hotel para que puedan ser partícipes de esta propuesta y compartan la información de este proyecto con su círculo de influencia y todos los asociados.



¡GRACIAS!

