

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



TRABAJO DE GRADUACION

**“DISEÑO DE UN MODELO DE PROGRAMACION NEUROLINGUISTICA PARA
MEJORAR LA COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y
VENTAS DEL HOTEL HILTON PRINCESS DEL MUNICIPIO DE SAN
SALVADOR”**

PRESENTADO POR:

CARMEN ELENA ESCOBAR CRUZ
HANAN FRANETH LÓPEZ BERRIOS
IRENE SOFÍA MARTÍ PORTILLO

PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MARZO DE 2009
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



AUTORIDADES

INGENIERIO MARIO ANTONIO RUIZ RAMIREZ

RECTOR

LICENCIADA TERESA DE JESUS GONZALEZ DE MENDOZA

SECRETARIA GENERAL

LICENCIADO ADALBERTO ELIAS CAMPOS BATRES
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ASESOR:

LICENCIADO LUIS ERNESTO HENRIQUEZ SERPAS

JURADO:

LICENCIADA EMELLY XIOMARA RODAS RIVERA

LICENCIADO MARIO ALFREDO CANTARERO

LICENCIADO OSCAR RAFAEL JUAREZ RIVERA



No. 2692

Exp. 06/01-2008/02-MP

Universidad Francisco Gavidia

ACTA DE LA DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACION

Acta No. 757 Mes de Marzo de 2009

En la Sala número tres del Edificio "Administrativo" de la Universidad Francisco Gavidia, a las diez horas y cero minutos del día veintiuno de Marzo de dos mil nueve; siendo estos el día y la hora señalada para el análisis y la defensa del trabajo de graduación: **"DISEÑO DE UN MODELO DE PROGRAMACION NEUROLINGUISTICA PARA MEJORAR LA COMUNICACION DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS DEL HOTEL HILTON PRINCESS DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR"**. Presentado por las estudiantes: Hanan Franeth López Berrios, Carmen Elena Escobar Cruz e Irene Sofia Marti Portillo. De la Carrera de: **LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**.

Y estando presentes las interesadas y el Tribunal Calificador, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado, habiendo llegado el Tribunal, después del interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo:

APROBADA

Hanan Franeth López Berrios

APROBADA

Carmen Elena Escobar Cruz

APROBADA

Irene Sofia Marti Portillo

Y no habiendo más que hacer constar, se da por terminada la presente.

Presidente/a

Lic. Emelly Xiomara Rodas Rivera

Vocal

Lic. Mario Alfredo Cantarero

Vocal

Lic. Oscar Rafael Juarez Rivera

Alumna:

Hanan Franeth López Berrios

Alumna:

Carmen Elena Escobar Cruz

Alumna:

Irene Sofia Marti Portillo

"Tecnología, Humanismo y Calidad"

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por haberme dado la fortaleza y sabiduría necesaria para poder culminar con éxito mis estudios universitarios ya que sin Él esto no hubiera sido posible.

A mis padres y a mi hermano porque siempre estuvieron apoyándome en todo momento y que a pesar de las dificultades en este proceso siempre estuvieron conmigo dándome ánimos y las fuerzas necesarias para cumplir una de mis metas personales más deseadas.

A mis compañeras de Tesis por haberme permitido trabajar durante todo este período con ellas y que aunque existe mucha tensión y presión en el proceso me llevo un enorme aprendizaje y satisfacción por el trabajo realizado.

Carmen Elena Escobar Cruz.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme rodeado de las personas que a continuación menciono y por haberme dado la oportunidad, los recursos y las fuerzas para lograr esta meta.

A mi linda familia, mis padres, hermana, abuelita y tío por darme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A Carmen y Hanan con quien compartí los esfuerzos, dificultades y éxitos de este proceso.

Y a amigos y compañeros que han estado presente a lo largo de esta etapa de mi vida.

Irene Sofía Martí Portillo.

AGRADECIMIENTOS

Todo esfuerzo realizado, antes y durante la elaboración de esta tesis no es el resultado de una acción personal sino que es la consecuencia del alto grado de cohesión que poseo en mi familia, mis compañeros del equipo investigador y principalmente de mi Padre amado Jesucristo, por lo que:

“Realmente, mi señor Jesús, tu has sido el alma de esta tesis, ya que sin tu misericordia, gran poder y amor nunca hubiera llegado a término”.

Agradezco a mis padres, **Mayra Berríos Mora y Carlos Sifredo López y López**, la educación que me han dado, la confianza e independencia inculcada y la mejor herencia, el amor a Dios, sin los cuales, no habría sido posible seguir el camino que me ha llevado hasta la culminación de esta tesis.

Finalmente, no es sencillo pensar en las palabras adecuadas para poder definir la relación entre el autor de una tesis y su director. Resulta más fácil adentrarse en los recónditos pasajes de una literatura creada para navegar en el recuerdo, donde coexisten la razón y la emoción.

“Tanto para iniciar, como para concluir una singladura, es preciso contar con una tripulación preparada, disciplinada y entregada a su pasión por la investigación, y abierta a los que buscan, como ellos, la esencia del conocimiento. Y por supuesto, al mando, alguien presto a escuchar, con el convencimiento de que la ilusión de su interlocutor merece una atención especial, y dispuesto, sobre todo, a ser paciente”.

Hanan Franeth López Berríos

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I	1
GENERALIDADES DEL SECTOR HOTELERO.....	1
A. ANTECEDENTES DEL SECTOR HOTELERO	1
1. Evolución histórica del sector hotelero	1
2. Origen del sector hotelero en El Salvador.....	2
3. Situación actual del sector hotelero en El Salvador.....	5
3.1 Asociación Salvadoreña de Hoteles	6
4. Futuro del sector hotelero en El Salvador.....	7
5. Clasificación de hoteles.....	8
5.1 Clasificación de los Hoteles Nacionales.....	8
5.2 Clasificación de los hoteles según la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).....	10
5.3 Clasificación Internacional de los Hoteles	14
5.4 Clasificación de los hoteles según la asociación: “Hotels and Restaurants International”.....	17
5.5 Clasificación de los hoteles según el sector económico al que pertenecen	17
6. Áreas funcionales de los grandes hoteles	19
B. HOTEL HILTON PRINCESS	21
1. Historia	21
2. Servicios y Productos	23
3. Funciones del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess.....	28
4. Análisis del clima organizacional del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess San Salvador.....	30
CAPITULO II	34
MARCO TEÓRICO SOBRE MODELO, PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA, COMUNICACIÓN, MERCADEO Y VENTAS.....	34
1. MODELO	34
1.1 Concepto	34

1.2 Características	34
1.3 Elementos de modelo.....	34
1.3.1 Presentación cognoscitiva.	35
1.3.2 Ensayo del comportamiento.....	35
1.4 Función de los modelos.....	35
1.5 Clasificación de modelo:.....	37
2. Programación Neurolingüística.....	39
2.1 Antecedentes:	39
2.2 Definición de Programación Neurolingüística	40
2.3 Características de la Programación Neurolingüística.....	41
2.4 Principios de la Programación Neurolingüística	41
2.5 Elementos de la Programación Neurolingüística	44
2.6 Elementos que constituyen la clave de la conducta humana.....	46
2.7 Etapas por las que pasa un individuo que aprende	46
2.8 Aplicación de la PNL a las ventas	46
2.8.1 Estrategias para las ventas según la Programación Neurolingüística .	47
2.8.2 Principios de Programación Neurolingüística de compra-venta.....	50
3. COMUNICACIÓN	54
3.1 Concepto	54
3.2 Elementos de la Comunicación.....	54
3.3 Tipos de Comunicación	56
3.4 Propósito de la Comunicación	57
3.5 Comunicación Interpersonal	58
3.5.1 Importancia de la Comunicación Oral.....	58
3.6 Comunicación Organizacional	59
3.6.1 Clases de comunicación oral.	59
3.7 Comunicación Escrita.....	59
3.8 Comunicación Corporativa.....	60
3.9 Tipos de Comunicación Organizativa.....	61
3.10 Comunicación Integrada de Marketing.....	61
3.10.1 Fases de la comunicación de integración de marketing.....	62
3.11 Comunicación Corporativa.....	62
3.12 Comunicación Efectiva	63

3.12.1 Nueve reglas para una comunicación efectiva	63
4. MERCADEO	65
4.1 Concepto	65
4.2 Etapas de evolución del Mercadeo	66
4.3 Factores básicos del Mercadeo.....	66
4.4 Importancia del Mercadeo.....	67
4.5 Funciones del Mercadeo	67
4.6 Concepto de Mercado	68
4.6.1 Estudio del mercado	68
4.6.2 Tipos de Mercado	69
4.7 Mercado Objetivo.....	70
5. VENTAS	70
5.1 Concepto	70
5.2 Etapas de venta	71
5.3 Principios de Ventas	71
5.4 Factores de éxito en la venta	72
5.5 Técnica de cierre de ventas	72
5.6 Concepto de Departamento de Ventas	73
5.7 Funciones del Departamento de Ventas.....	73
5.8 Planificación de las ventas	74
5.9 Objetivo de Ventas	76
5.10 Métodos de Venta.....	76
5.11 Fases de Venta.....	77
CAPITULO III	79
INVESTIGACIÓN DE CAMPO PARA DISEÑAR UN MODELO DE PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS DEL HOTEL HILTON PRINCESS DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.	79
A. GENERALIDADES	79
B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	80
1. Objetivo General	80
2. Objetivos Específicos	80
C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	81

1. Identificación de fuentes de información.	81
1.1 Fuentes de información primaria.	81
1.2 Fuentes de información secundaria.	81
2. Ámbito o alcance de la investigación	81
3. Determinación del universo	82
4. Diseño de herramienta de investigación	82
4.1. Cuestionario estructurado	82
4.2. Prueba piloto:.....	83
5. Administración y desarrollo de la investigación:	83
5.1. Tabulación y Análisis de la Información	83
6. Conclusiones y Recomendaciones:	126
6.1. Conclusiones de la investigación de campo realizada a los Gerentes, Directores y Jefes de Área.	126
6.2 Recomendaciones para los Gerentes, Directores y Jefes de Área	127
6.3 Conclusiones de la investigación de campo realizada a los empleados del Departamento de Mercadeo y Ventas.	127
6.4 Recomendaciones para los empleados:.....	128
CAPITULO IV.....	130
PROPUESTA DE UN MODELO DE PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜISTICA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS DEL HOTEL HILTON PRINCESS DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.....	130
A. GENERALIDADES.....	130
B. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	131
1. Objetivo General.....	131
1.1 Objetivos Específicos	131
C. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	132
D. IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DE LA PROPUESTA	133
E. ALCANCE DE LA PROPUESTA	135
1. Contenido del Modelo de Programación Neurolingüística	136
2. Desarrollo del Modelo de Programación Neurolingüística	137
3. Fase I: Análisis situacional del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess.	138

3.1 FODA del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess San Salvador.....	138
4. Fase II: Diseño e Implementación de Estrategias de Programación Neurolingüística	139
4.1 Objetivo:	139
4.2 Proceso para la implementación del Modelo de Programación Neurolingüística	139
4.3 Seguimiento y control de la implementación del Modelo de Programación Neurolingüística	140
5. Desarrollo de Ejercicios	141
5.1 Indicaciones del proceso de ejecución.....	141
5.2 Estrategias para la creación de la relación.....	142
5.3 Estrategia Patrones de Lenguaje.....	146
5.4 Generación de estados de alto desempeño	150
5.5 Estrategias de Pensamiento y Motivación.....	157
6. Cronograma de Programación de Sesiones*	166
7. Fase III: Sistema de Evaluación	167
7.1 Objetivo:	167
7.2 Mecanismos:.....	167
7.3 Formularios de evaluación	168
7.3.1 Descripción de las partes del formulario:.....	168
7.3.2 Indicación brindada a los evaluados para el uso correcto del formulario:.....	169
7.4 Comparaciones.....	173
7.5 Retroalimentación:	176
7.6 Informe de evaluación periódica:	177
8. Cronograma de actividades para la implementación del Modelo de Programación Neurolingüística	182
9. Presupuesto para el Plan de implementación del Modelo de Programación Neurolingüística para un período de un mes.	183
BIBLIOGRAFIA.....	184
GLOSARIO	187
ANEXOS.....	191

RESUMEN

El Modelo de Programación Neurolingüística es una herramienta que ha sido elaborado con la certeza que la puesta en marcha del mismo garantizará una mejora en la comunicación del departamento de Mercadeo y Ventas, y con la aplicación de este conjunto de estrategias y ejercicios se lograrán múltiples beneficios en el desempeño laboral de los empleados, brindando un valor agregado al Hotel.

A continuación se presenta una descripción breve de cada uno de los capítulos que conforman la investigación:

El primer capítulo: Contiene aspectos sobre el sector hotelero, su origen, evolución, importancia económica, social, cultural, situación actual y clasificación en dónde además es importante hacer mención de los antecedentes del Hotel Hilton Princess y su organización en general.

El segundo capítulo: En donde se da a conocer una serie de conceptos, características y aspectos relevantes que ayudan a la comprensión de las variables inmersas en el tema.

El tercer capítulo: Es un estudio llevado a cabo con el objetivo de analizar los factores que intervienen en el proceso de comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas, y también conocer que tan factible es la implementación del Modelo de Programación Neurolingüística en esta empresa.

El cuarto capítulo: Trata sobre la herramienta que consiste en el Modelo de Programación Neurolingüística que los interesados podrán utilizar fácilmente y que permitirá mejorar la comunicación del departamento así como también lograr un cambio de actitud, incrementar la motivación y mejorar la conducta del recurso humano tanto del departamento de mercadeo y ventas así como también poderlo aplicar a todo el recurso humano del hotel según sea necesario.

INTRODUCCION

Con la finalidad de contribuir al mejoramiento de la comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess ubicado en el municipio de San Salvador, y que se cuente con una herramienta que permita no solo mejorar la comunicación sino que también el desempeño laboral de sus empleados, se creó el presente documento titulado: “ Diseño de un Modelo de Programación Neurolingüística para mejorar la comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess del Municipio de San Salvador”.

A continuación se presenta una descripción breve de cada uno de los capítulos que conforman la investigación:

El primer capítulo: “Generalidades y antecedentes del sector hotelero”, contiene aspectos sobre, su origen, evolución, importancia económica, social, cultural, situación actual y clasificación en dónde además es importante hacer mención de los antecedentes del Hotel Hilton Princess y su organización en general.

El segundo capítulo: “Marco Teórico sobre: Modelo, Programación Neurolingüística (PNL), Comunicación, Mercadeo y Ventas. En donde se da a conocer una serie de conceptos, características y aspectos relevantes que ayudan a la comprensión de las variables inmersas en el tema.

El tercer capítulo: “Investigación de campo para Diseñar un Modelo de Programación Neurolingüística para mejorar la comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess del municipio de San Salvador”, es un estudio llevado a cabo con el objetivo de analizar los factores que intervienen en el proceso de comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas, y también conocer que tan factible es la implementación del Modelo de Programación Neurolingüística en esta empresa.

El cuarto capítulo: “Propuesta de un Modelo de Programación Neurolingüística para mejorar la comunicación del Departamento de Mercadeo y Ventas del Hotel Hilton Princess del municipio de San Salvador”, trata sobre una herramienta que los interesados podrán utilizar fácilmente y que permitirá mejorar la comunicación del departamento así como también lograr un cambio de actitud, incrementar la motivación y mejorar la conducta del recurso humano tanto del departamento de mercadeo y ventas así como también poderlo aplicar a todo el recurso humano del hotel según sea necesario.

El modelo ha sido elaborado con la certeza que la puesta en marcha del mismo garantizará una mejora en la comunicación del departamento de Mercadeo y Ventas, y con la aplicación de este conjunto de estrategias y ejercicios se lograrán múltiples beneficios que le brindará un valor agregado al Hotel.