



PROGRAMA

RECONOCIMIENTO DE CALIDAD



ORO VERDE[®]
HOTELS

Oro Verde Hotels

Hurtado s/n y Avenida del Ejército Guayaquil

www.ooverdehotels.com

VERSION 0.0.1

Abril 2025

DEPARTAMENTO RESPONSABLE: CALIDAD

REGISTRO DE HISTORIAL DE VERSIONES			
CÓDIGO	PGR-QA-005	FECHA ACTUAL DE LA VERSIÓN	ABRIL 2025
FECHA EFECTIVA	ABRIL 2025	FECHA DE NUEVA REVISIÓN	ABRIL 2025
PERSONA RESPONSABLE	COORDINADORA DE CALIDAD	FIRMA	DANIELA INGA S.
AUTOR	ORO VERDE MANAGEMENT	APROBADO	ISMAR KOURROSKI



Considera el reconocimiento de trabajo en equipo para lograr resultados y se basa en programas de incentivos *mensual* en el que participan todas las áreas. En este caso se otorga por los resultados obtenidos de la encuesta de Revinate de alojamiento.

Objetivo del Programa de Reconocimiento de Calidad.

- Motivar a los colaboradores.
- Medir la calidad de la propiedad, analizar los resultados y mejorar los procesos.
- Fidelizar al colaborador a través del engagement.
- Mejorar el clima laboral al marcar objetivos grupales para trabajar en equipo.

La Coordinadora de Calidad y Gerente General deben realizar seguimiento al programa de incentivos por áreas.

Las áreas involucradas en estos incentivos son las siguientes y en este caso acceden a los bonos todas las personas que componen el equipo de trabajo, excepto jefes y gerentes de áreas: Recepción, Reservas, Botones, Seguridad, Habitaciones, Lavandería, Áreas Públicas, Mantenimiento, Room Service y Administración.

Para acceder al pago de los incentivos, se debe cumplir con los parámetros:

- Metodología
- Score
- Presupuesto General de Ventas

Metodología:

Para que la captación de encuestas de revinate sea válida, se debe cumplir con una de las 2 condiciones.

- Captación de mails en Recepcion igual o superior al **50% de Check In Habitaciones**
 - Cómo obtengo el dato ↓

Ingreso a Miscellaneous – Reports - History and Forecast – Selecciono elm es a reportar para obtener el reporte de ocupación del mes.

OROPR - Forecast 4

Date Range

From Date: 01/03/25

To Date: 31/03/25

Filter

Room Type: [Dropdown]

Include

Deduct House Use in Occ.% and ADR

Non Deduct Day Use in Occ.% and ADR

Pseudo Rooms No Show in Occ.% and ADR

Exclude

OOO from Occ. %

Rates

Room Revenue Total Revenue

Net Gross

Distributed Revenue

Display

Graph



- Restar el total “Total Occ” menos el total “Deduct Group”

Ejemplo:

- Check in habitaciones = 966 – 483
- Check in habitaciones = 483

History and Forecast																
Date	Total Occ.	Arr. Rooms	Comp. Rooms	House Use	Deduct. Indiv.	Non-Ded. Indiv.	Deduct. Group	Non-Ded. Group	Occ.%	Room Revenue	Average Rate	Dep. Rooms	Day Use Rooms	No Show Rooms	OOO Rooms	Adl. & Chl.
History																
01/03/23 Wed	26	9	3	0	9	0	17	0	59.09%	3,790.00	145.77	16	1	1	0	34
02/03/23 Thu	44	35	1	0	12	0	32	0	100.00%	11,628.00	264.27	17	0	0	0	72
03/03/23 Fri	35	27	1	0	8	0	27	0	79.55%	8,960.00	256.00	36	0	0	0	58
04/03/23 Sat	19	14	2	0	17	0	2	0	43.18%	4,970.12	261.59	30	0	0	0	33
05/03/23 Sun	20	18	0	1	13	0	7	0	45.45%	4,745.30	237.27	17	0	3	0	29
06/03/23 Mon	23	21	1	0	21	0	2	0	53.49%	5,300.30	230.45	18	6	0	1	31
07/03/23 Tue	29	20	1	0	17	0	12	0	67.44%	9,557.05	329.55	14	0	0	1	42
08/03/23 Wed	44	32	1	0	18	0	26	0	100.00%	14,517.60	329.95	17	0	0	0	72
09/03/23 Thu	16	13	3	1	14	0	2	0	38.10%	3,351.17	209.45	40	0	0	2	29
10/03/23 Fri	28	22	2	0	8	0	20	0	68.29%	8,656.40	309.16	10	0	0	3	55
11/03/23 Sat	40	30	1	0	5	0	35	0	90.91%	13,366.58	334.16	18	0	0	0	80
12/03/23 Sun	30	28	1	2	10	0	20	0	68.18%	7,902.00	263.40	38	0	0	0	55
13/03/23 Mon	28	20	1	2	23	0	5	0	65.12%	8,009.00	286.04	22	0	0	1	36
14/03/23 Tue	20	12	3	2	18	0	2	0	47.62%	3,266.99	163.35	20	0	0	2	25
15/03/23 Wed	26	15	1	2	19	0	7	0	63.41%	5,171.00	198.88	9	1	0	3	37
16/03/23 Thu	38	28	2	3	8	0	30	0	86.36%	8,744.00	230.11	14	0	1	0	68
17/03/23 Fri	37	30	2	4	11	0	26	0	84.09%	9,217.19	249.11	31	0	0	0	68
18/03/23 Sat	34	26	1	1	16	0	18	0	77.27%	11,447.67	336.70	29	0	1	0	64
19/03/23 Sun	20	12	2	1	15	0	5	0	45.45%	5,101.94	255.10	26	0	1	0	36
20/03/23 Mon	33	27	0	1	21	0	12	0	75.00%	7,018.61	212.69	14	1	3	0	46
21/03/23 Tue	38	21	1	1	19	0	19	0	86.36%	8,114.54	213.54	16	1	0	0	54
22/03/23 Wed	39	26	1	1	17	0	22	0	88.64%	7,477.76	191.74	25	1	0	0	62
23/03/23 Thu	32	18	0	1	25	0	7	0	72.73%	8,415.78	262.99	25	0	0	0	51
24/03/23 Fri	28	15	1	1	20	0	8	0	63.64%	7,640.91	272.89	19	1	0	0	48
25/03/23 Sat	42	28	2	1	18	0	24	0	95.45%	13,161.30	313.36	14	0	0	0	80
26/03/23 Sun	36	32	2	1	11	0	25	0	81.82%	8,747.10	242.98	38	0	1	0	63
27/03/23 Mon	23	16	5	1	18	0	5	0	95.83%	4,193.10	182.31	29	0	0	20	36
28/03/23 Tue	27	16	1	1	20	0	7	0	96.43%	4,968.00	184.00	12	0	0	16	38
29/03/23 Wed	36	25	3	1	28	0	8	0	92.31%	8,723.70	242.33	16	0	0	5	58
30/03/23 Thu	43	27	4	1	17	0	26	0	97.73%	10,456.40	243.15	18	1	0	0	78
31/03/23 Fri	32	29	3	1	7	0	25	0	72.73%	8,747.00	273.34	39	1	0	0	59
Subtotal	966	690	52	31	483	0	483	0	73.74%	245,365.51	254.00	687	14	11	54	1595
Total	966	690	52	31	483	0	483	0	73.74%	245,365.51	254.00	687	14	11	54	1595

METODOLOGIA	
DATOS	FECHA
Check in Habitaciones	483
Numero de E-Mails Enviados	280
% de Capt de E-Mails (50%Check-In Hab)	58%

Obtuve el 58% de 50% que pide el indicador

- Representatividad de la muestra igual o superior al **5% de los Check In huéspedes.**

- Como obtengo el dato ↓

Se obtiene desde Revinatate, la opción *Survey – Reports – Email Statistics – Filtro por mes – Tomo el dato de Sent – Se divide con el valor de Completed.*

Email Statistics	Mar 1, 2025 - Mar 31, 2025
Email Funnel	
Sent	280
Delivered (% Sent)	232 (83%)
Opened (% Delivered)	172 (74%)
Clicked (% Opened)	30 (17%)
Completed (% Sent)	37 (13%)
Completed (% Delivered)	37 (16%)



Ejemplo.

METODOLOGIA	
DATOS	FECHA
Numero de E-Mails Enviados	280
% de Representatividad de la Muestra (5%)	13,2%
Número de encuestas	37

Obtuve el 13,2% de 5% que pide el indicador

Score:

- Son las metas por área. Cada área tiene una pregunta que le corresponde en la encuesta de Revinate.

<p>Áreas Públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de áreas Públicas en la encuesta de Revinate. 	<p>Camareras, Supervisoras y Lavandería</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de la habitación en la encuesta de Revinate. 	<p>Recepción /Operador Reservas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promedio de la evaluación de Check In - Check Out en la encuesta de Revinate. 	<p>Botones Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conserjería en la encuesta de Revinate.
<p>Mantenimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación de la pregunta de ¿Estaba su habitación en perfecto estado de funcionamiento? en la encuesta de Revinate. 	<p>*Restaurante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calificación de Restaurante en la encuesta de Revinate. 	<p>*Room Service</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calificación de Room Service en la encuesta de Revinate 	<p>Calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • NPS • Puntaje Promedio • Promedio A&B • Reconocimiento al huésped

Presupuesto Global de Ventas:

- El pago de reconocimientos está atado al cumplimiento mensual del presupuesto global de ventas (alojamiento y alimentos y bebidas).

INCENTIVO PARA COORDINADORA DE CALIDAD.

El incentivo para la Coordinadora de Calidad será un monto *de base* establecido para cada propiedad y su pago se basa en el cumplimiento de varios indicadores, cada uno con un porcentaje asignado para distribuir los valores a pagar si se cumplen.

- NPS (Net Promoter Score): 50%
- Puntaje Promedio (Overall Satisfaction): 20%
- Servicio Desayuno y Restaurante: 15%
- Reconocimiento al huésped: 15%



Cuadro de ejemplo si se cumplieron todos los parámetros.

1. NPS REVINATE	PARAMETROS	RESULTADO	% DISTRIBUCIÓN	BONIFICACION	VALOR
1.1 NPS	88%	88%	50%	\$ 50	\$ 100
1.2 OVERALL RAITING	4,85	4,9	20%	\$ 20	
1.3 DESAYUNO Y RESTAURANTE	4,70	4,9	15%	\$ 15	
1.4 RECONOCIMIENTO DEL HUÉSPED	50%	50%	15%	\$ 15	

Cuadro de ejemplo si no se cumplieron todos los parámetros.

1. NPS REVINATE	PARAMETROS	RESULTADO	% DISTRIBUCIÓN	BONIFICACION	VALOR
1.1 NPS	88%	79%	50%	\$ -	\$ 30
1.2 OVERALL RAITING	4,85	4,5	20%	\$ -	
1.3 DESAYUNO Y RESTAURANTE	4,70	4,9	15%	\$ 15	
1.4 RECONOCIMIENTO DEL HUÉSPED	50%	50%	15%	\$ 15	

PREMIACIÓN DE CALIDAD.

Premiamos la constancia y compromiso de nuestros colaboradores. La premiación de calidad será mensual en el conversatorio con Gerencia General todos los colaboradores donde se expondrán los resultados de cada área, NPS, Puntaje Promedio y Reconocimiento al huésped para que todos estén al tanto de su evolución y se entregará un diploma de reconocimiento a las áreas que hayan cumplido con su meta mensual.

Una recomendación final sobre el sistema de incentivos:

El Gerente General debe **promover, difundir y pagar** todos los bonos mensualmente de acuerdo a las condiciones establecidas. No se debe aplicar sistemas de pago trimestrales, semestrales o sistemas de rifas de incentivos. El personal debe percibir a través de la imagen que proyecta la Gerencia General que el sistema de reconocimiento es importante como **factor motivacional** y que se respetan las condiciones



establecidas.