

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SEMINARIOS**



TESIS DE GRADO

**“LINEAMIENTOS JURÍDICOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS
PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS”.**

(Tesis para optar al grado de licenciatura en Derecho)

**POSTULANTE: FARAH VIRGINIA ORUÑO PEREDO
TUTOR: Dr. ASDRUAL MARTIN COLUMBA JOFRE**

**La Paz – Bolivia
2017**



DEDICATORIA:

A mí querida madre: Virginia Peredo Quintana, quien en todo momento está a mi lado para brindarme su apoyo incondicional, a mi hijo: Alejandro Joel, quienes impulsaron mi formación profesional, pero sobre todo mi formación como persona.

AGRADECIMIENTO:

Mi eterna gratitud a Dios Todopoderoso, por haberme dado la existencia y haberme permitido llegar a culminar nuestra carrera, mi profundo agradecimiento al Dr. Asdrual Martín Columba Jofré, quien me brindo todo su apoyo examinando y orientando el presente trabajo de investigación, así mismo un sincero agradecimiento a nuestra Casa Superior de estudios UMSA y a nuestra Alma Mater la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, a los Organismos, a las personas naturales que hicieron posible la materialización del mismo, a mi querido Hotel Gloria SRL, y a todos quienes creyeron en mi.

RESUMEN ABSTRACT

Siendo que: nuestro país cuenta con varios lugares turísticos que pueden generar la afluencia del turismo receptivo e interno, favoreciendo en gran medida a la hotelería, lamentablemente no contamos con empresas hoteleras que estén a la altura del Turismo tanto receptivo como emisor y que actualmente La Ley de la Empresa Pública, Ley 466, no contempla a la hotelería, por consiguiente existe la necesidad de implementar una norma jurídica, (Decreto Supremo) que permita “LA CREACION DE EMPRESAS PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS”.

Por tanto el presente trabajo de investigación genera UN MARCO DE PROPUESTAS Y LINEAMIENTOS JURÍDICOS, extraídos de la realidad fáctica y de la experiencia de los actores de la Hotelería en la ciudad de La Paz, para lograr estructurar una norma jurídica, que permita “LA CREACION DE EMPRESAS PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS”, plasmados en un proyecto de Decreto Supremo.

Por último el proyecto de Decreto Supremo permitirá la creación de Empresas Públicas Hoteleras a cargo de los Gobiernos Departamentales como parte de la actividad turística, el desarrollo económico y la generación de empleos.

LINEAMIENTOS JURÍDICOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS

INDICE GENERAL

Portada	
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen “Abstrac”	iii
Índice	iv

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1. ENUNCIADO DEL TEMA.....	1
2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
3. PROBLEMATIZACIÓN.....	2
4. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE LA TESIS.....	3
4.1 DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....	3
4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	3
4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	4
5. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE INVESTIGACION.....	4
6. OBJETIVOS DEL TEMA DE LA TESIS.....	5
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
7. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	5
7.1 VARIABLES.....	6
7.1.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	6
7.1.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	6
7.2 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	6
7.3 NEXO LÓGICO.....	6
8. MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA TESIS.....	7
8.1 MÉTODOS.....	7
8.1.1 MÉTODO GENERAL.....	7
8.1.2 MÉTODO ESPECIFICO.....	7
9. TÉCNICAS A UTILIZARSE EN LA TESIS.....	8

DESARROLLO DEL DISEÑO DE PRUEBA

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA HOTELERIA

1.1 GENERALIDADES DE LA HOTELERIA – HISTORIA	9
1.2 LA PRIMITIVA POSADA / TABERNA	9
1.3 FACTORES QUE INFLUYERON EN EL CRECIMIENTO DE LOS HOTELES.....	13
1.4 LA HOTELERIA EN EL SIGLO XX.....	14
1.5 LA HOTELERIA EN BOLIVIA.....	14
1.6 PRECURSORES DE LA HOTELERIA.....	16

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 CONCEPTOS BASICOS.....	22
2.2 CARACTERISTICAS DE LA HOTELERIA.....	24
2.3 CLASIFICACION DE HOTELES.....	25
2.4 TENDENCIAS ACTUALES DE LA HOTELERIA.....	29
2.5 CADENAS HOTELERAS.....	29
2.5.1 VENTAJAS DE LAS CADENAS HOTELERAS.....	31
2.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL HOTELERA.....	31
2.6.1 EL ORGANIGRAMA EN LA EMPRESA HOTELERA.....	32
2.6.2 PLANIFICACION.....	32
2.6.3 PLANIFICACION Y CONTROL.....	33
2.6.4 INTEGRACION.....	34
2.6.5 DIRECCION.....	34
2.6.6 CONTROL Y EVALUACION DE RESULTADOS.....	34
2.7 HOSPEDAJE-RECEPCION.....	35
2.8 REGIDURIA DE PISOS.....	37
2.9 ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	37
2.10 MANTENIMIENTO DEL HOTEL.....	38
2.11 CONSERJERIA.....	39
2.12 COMERCIALIZACION HOTELERA.....	40

CAPITULO III

LEGISLACIÓN Y REGLAMENTACIÓN DEL SISTEMA HOTELERO

3.1 CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO DEL 07 DE FEBRERO DE 2010.....	44
3.2 LEY Nº 466 LEY DE LA EMPRESA PUBLICA DEL 26 DE DICIEMBRE DE 2013.....	47
3.3 REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN BOLIVIA.....	51
3.3.1 RESOLUCION MINISTERIAL 185/01.....	51
3.3.2 REQUISITOS PARA LA APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE TURÍSTICO.....	54
3.4 REFORMAS LEGALES EN EL SECTOR TURISMO.....	55
3.5 MANUAL DE TECNICAS NORMATIVAS.....	57
3.6 LEGISLACION COMPARADA.....	57
3.6.1 CASO PERU.....	57
3.6.2 CASO ECUADOR.....	58
3.6.3 CASO ARGENTINA.....	59
3.6.4 CASO VENEZUELA.....	62

CAPITULO IV

ANALISIS EMPÍRICO

4.1 BASES DEL MODELO DE DECRETO SUPREMO SOBRE LA CREACION DE EMPRSAS PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS QUE SE PROPONE.....	64
4.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, SOBRE LA CREACION DE EMPRESAS PUBLICAS HOTELERAS.....	64
4.3 ANALISIS DE LOS CUESTIONARIOS A LOS ACTORES DE LA HOTELERIA.....	65
4.3.1. RELACIÓN ENTRE VARIABLES.....	73
4.3.2. RELACIÓN DE VARIABLES CON LA HISTORIA.....	74
4.3.3. RELACIÓN DE VARIABLES CON LA TEORIA.....	76
4.3.4. RELACIÓN DE VARIABLES CON LA LEGISLACIÓN Y REGLAMENTACIÓN..	77

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.....	80
5.2 RECOMENDACIONES.....	82
5.3 DECRETO SUPREMO PROPUESTO.....	83
5.4 COMPROBACION DE HIPOTESIS.....	93

5.5 GLOSARIO DE SIGLAS Y TERMINOS.....	93
5.6 BIBLIOGRAFIA.....	94

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. ENUNCIADO DEL TEMA

“LINEAMIENTOS JURÍDICOS PARA LA CREACION DE EMPRESAS
PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAIS”

2. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA:

La administración hotelera es un área de trabajo que aplica los principios de varias disciplinas a los problemas de alimentar y alojar a personas que se hallan lejos de su domicilio. Incluye distintas prácticas y técnicas que han sido desarrolladas principalmente a partir de la experiencia para conseguir estos propósitos.

El área de acción de la administración hotelera es interdisciplinaria. Incluye economía, psicología, administración, tecnología de la alimentación, contabilidad, marketing y sobre todo la legislación. Estas disciplinas formulan enfoques, sistemas e instrumentos de análisis diseñados para convertir el alojamiento y los servicios de alimentación en experiencias emocionalmente satisfactorias para aquellas personas que se hallan fuera de su hogar.

Gran parte de la supervisión de hoteles y restaurantes es un arte. Las relaciones con la gente (huéspedes, accionistas, empleados, proveedores, así como la comunidad en general) son estrechas y con frecuencia más delicadas que en la mayoría de otras actividades.

Actualmente las empresas hoteleras privadas están catalogadas por estrellas, las mismas que de acuerdo a su categoría brindan servicios de hospedaje que

muchas veces no satisfacen las exigencias de aquellas personas que se encuentran fuera de su hogar, unas veces por la calidad del servicio y otras por el alto precio que no cubre sus necesidades.

Por todo lo mencionado anteriormente **en nuestro país no existen los lineamientos jurídicos para la creación de empresas públicas hoteleras a cargo de los Gobiernos Departamentales**, que serían de mucho beneficio para el turismo receptivo e interno, además de la creación de fuentes de trabajo en el área de hotelería y turismo.

3. PROBLEMATIZACION

Nuestro país cuenta con varios lugares turísticos que pueden generar la afluencia del turismo receptivo e interno, favoreciendo en gran medida a la hotelería, no se cuenta con empresas hoteleras que estén a la altura de los requerimientos del turismo tanto receptivo e interno; estos son: atención al cliente (buen servicio al cliente), la ubicación (la clave buena ubicación), las instalaciones y habitación (iluminación, amplitud y limpieza), seguridad (a todo nivel), conectividad y tecnología (trabajo cómodo y acercamiento con su familia), valor por su dinero (la satisfacción total del cliente hace que el valor pagado sea razonable).

¿Cuáles son las causas por las cuales los empresarios privados establecen nuevas empresas hoteleras como alojamientos, hostales u hoteles de menor categoría cuyo precio esté al alcance del bolsillo de aquellas personas que se encuentran fuera de su hogar, sin pensar en la calidad del servicio que brindan y mostrando a nuestro país como incapaz de satisfacer las necesidades hoteleras de otros países?.

¿Por qué el Estado en coordinación con el Ministerio de Culturas y Turismo no promueve la afluencia de turismo y la generación de nuevos empleos en el área de Hotelería y Turismo, poniendo en vigencia una norma para la creación de una empresa hotelera que dependa de la Gobernación Departamental y pueda satisfacer los requerimientos del turismo receptivo e interno?.

¿En qué grado la Ley de la Empresa Pública del 27 de diciembre de 2013, considera a los hoteles?.

4. DELIMITACION DEL TEMA

4.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA

La presente investigación se circunscribirá, **en el marco de propuestas y fundamentos Jurídicos e Institucionales, basados en la realidad fáctica**, con el objeto de lograr estructurar una norma legal específica que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales, la misma que coadyuvará con la hotelería y turismo.

El objeto de la investigación, son los lineamientos jurídicos para la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales.

4.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL

Esta investigación se desarrollará en la ciudad de La Paz sede de gobierno, lugar donde generalmente se encuentran concentradas varias instancias gubernamentales y no gubernamentales.

La Paz una de las principales ciudades del país donde encontrara una rica vida cultural, importantes museos, iglesias, mercado y mucha actividad para los visitantes extranjeros y nacionales (turismo receptivo e interno). Es una ciudad con claros rasgos indígenas y a la vez muy cosmopolita. La ciudad de La Paz se encuentra a 3600 m.s.n.m, debido a la altura en la que se encuentra ubicada, el clima no representa grandes variaciones durante el año. Desde La Paz se puede descender a los cálidos trópicos o subir hasta los nevados.

4.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizará desde el año 2009 al 2015, porque en este tiempo se establecieron más empresas hoteleras privadas y las normas en nuestro país sufrieron cambios.

5. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA

La importancia de esta investigación a realizar es el constante roce personal, vivir de cerca, de palpar los problemas referentes a la hotelería, no existe calidad en la atención al cliente, existe competencia desleal (hoteles de 5 estrellas cobran los precios que corresponden a los de 3 estrellas) generando mal servicio, no brindan la comodidad y satisfacción que deberían sentir las personas que se encuentran fuera de su hogar.

Cabe mencionar que las empresas hoteleras privadas tienen el objetivo principal de lucrar y generar recursos económicos que puedan satisfacer sus propias necesidades.

Por lo mencionado anteriormente, es muy importante contar con lineamientos jurídicos que permitan la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales. Estos hoteles estarían orientados a brindar servicios de calidad que se traducirán en la satisfacción total del cliente quien considerará que el valor pagado es razonable, además de generar empleos en distintos puntos del país, lograr un crecimiento económico e incentivar el turismo.

6. OBJETIVOS DEL TEMA

6.1. OBJETIVO GENERAL

- Proponer una norma legal específica que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales, de acuerdo a los requisitos exigidos por el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico en Bolivia.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar una norma legal específica que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales, de acuerdo a los requisitos exigidos por el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico en Bolivia.
- Hacer una evaluación crítica sobre el cumplimiento de la normativa referida a Establecimientos de Hospedaje Turístico en Bolivia.

7. HIPOTESIS

La propuesta y la aplicación de una norma legal específica, permitirá que el Estado implemente la creación de empresas públicas hoteleras en el país a

cargo de los Gobiernos Departamentales como parte de la actividad turística, el desarrollo económico, y la generación de empleos.

7.1. VARIABLES

7.1.1. Independiente

La propuesta y la aplicación de una norma legal específica

7.1.2. Dependiente

Permitirá que el Estado implemente la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales como parte de la actividad turística, el desarrollo económico, y la generación de empleos.

7.2. UNIDADES DE ANÁLISIS

Para la presente investigación las unidades de análisis son:

- Establecimientos hoteleros
- Disposiciones legales para la creación de empresas públicas
- Constitución Política del Estado.
- Ley de la Empresa Pública
- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico en Bolivia.

7.3. NEXO LOGICO

Permitirá

8. METODOS Y TECNICAS A UTILIZARSE

8.1. MÉTODOS

Para alcanzar los objetivos propuestos de la investigación, se utilizará:

8.1.1. METODOS GENERALES

El inductivo basado en la idea de que las conclusiones particulares permitirán la generalización del fenómeno. En este caso el estudio de variables a nivel local permitirá hacer aportaciones al desarrollo de una norma que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país que dependan de los Gobiernos Departamentales.

Método Descriptivo y analítico a fin de conocer las características y el comportamiento de los establecimientos hoteleros en la ciudad de La Paz.

8.1.2. METODOS ESPECÍFICOS

Método Teleológico tiene la finalidad de encontrar el interés jurídicamente protegido que persigue la ley de la Empresa Pública.

Método dogmático se utilizará este método porque la norma jurídica, debe ser aplicada tal cual se encuentra establecida sin ser sometida a discusión o flexibilización; es decir aplica “la letra muerta de la ley”, la ley no se la discute, sino se la cumple tal cual está establecida.

9. TECNICAS A UTILIZARSE

9.1. ELABORACION DEL TRABAJO DE CAMPO

- **Revisión documental y análisis de estadísticas** de la Cámara Departamental Hotelera.
- **Cuestionario** aplicado a la Cámara Departamental de Hotelería La Paz y Hoteles de la ciudad de La Paz.
- **Análisis de documentos** encontrados para un mejor entendimiento del tema y mayor profundización.

9.2. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Ordenamiento de Datos, los datos serán ordenados según la calidad de importancias que tengan y la información que tengan para la presente investigación, tomando en cuenta cuales son de mayor importancia y se los clasificará.
- Codificación de resultados, los resultados serán codificados según la importancia que tengan, para obtener un resultado eficiente.
- Lectura de documentos, nos permitirá recopilar toda la información adecuada, para lograr mayor conocimiento y entendimiento del tema.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA HOTELERIA

1.1. GENERALIDADES DE LA HOTELERIA – HISTORIA

El origen y la historia de la hotelería es de gran interés, los viajes y la hotelería tienen su origen en las necesidades del comercio y transporte en la antigüedad, puesto que no existían alojamientos abiertos al público en sentido moderno para ofrecer acomodación a los viajeros a cambio de un precio estipulado. A los extranjeros se les ofrecía hospedaje de un modo generalizado por ser una obligación social y un gravamen público que obligaba a los súbditos. Los extranjeros eran recibidos en el establecimiento, y al partir se les preguntaba, el nombre, el domicilio permanente y el objeto de la estancia. Muchos ricos de la antigüedad competían entre si ofreciendo libre hospitalidad a los extranjeros.

1.2. LA PRIMITIVA POSADA / TABERNA¹

Los posaderos han existido durante siglos satisfaciendo necesidades básicas como son el comer, el beber y el dormir.

En el código de Hamurabi, 1.800 años a. J.C, ya se hace referencia al oficio del tabernero. Podía imponérsele la pena de muerte simplemente por no servir la cerveza fría. La misma podía ser impuesta a un tabernero por ignorar la orden de fijar el precio de seis medidas de licor a cinco medidas de maíz. El tabernero griego, al igual que su equivalente actual, ofrecía comida, bebida y, a veces, una cama. La taberna de la vieja Atenas servía tanto vino local como de importación.

¹ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 1

Si había carne solía ser de cabra, cerdo o cordero. En Atenas se consideraba el estofado de asno como un plato exquisito. También se ofrecían salchichas y pastel de carne de cerdo.

Por una razón muy práctica la primitiva taberna estaba situada cerca de los templos. De allí se llevaba a los animales sacrificados para condimentarlos y después ser comidos. Se solicitaba la presencia, durante la comida de flautistas femeninas, en algunas de las tabernas podía encontrarse un pequeño escenario para espectáculos teatrales.

En Egipto, durante el mismo período, el menú se basaba principalmente en pan, aves, buey, pescado y fruta.

En la época que Roma había conquistado el mundo, las posadas y tabernas estaban bien establecidas. La caupona y los hospiteums eran tabernas u hoteles que proveían alojamiento y en algunos casos, un menú a base de vino, pan y carne.

Las tabernas, predecesores de los bares de nuestra época, también vendían alimentos y ofrecían distracciones como juegos o prostitutas.

La terminología de la hospitalidad se debe mucho a los romanos. La palabra “hospitalidad” se deriva del latín hospitium. Palabras relacionadas con éstas son: anfitrión, hospedería, hostelería y hotel.

Con la caída del Imperio romano, hacia el año 200 d. J.C. hubo un largo periodo en el que la posada desapareció. Los viajes eran raros y el comercio e encontraba activo.

1.2.1 Las iglesias refugio para viajeros.²

La Iglesia adquirió poder y era la única autoridad reconocida entre países. Los monasterios y otros edificios religiosos albergaban a los viajeros (aceptaban de buen grado donaciones). La hospedería, una derivación de la posada, eran gobernadas por órdenes religiosas. Las casas de huéspedes también eran regentadas por alguna de estas órdenes.

La orden religiosa, los Caballeros de San Juan de Jerusalén, fue fundada en el 1.408 cuando se erigió un hospital en esta ciudad para cuidar los peregrinos que la visitaban. Posteriormente se convirtió en una orden militar y religiosa a la que se le dio la responsabilidad, por parte del Papa, de proteger las peregrinas hacia y desde Jerusalén.

Las Cruzadas, iniciadas en 1095 y que duraron cerca de 200 años, significó una importante revolución social. Crearon comercio, lo que supuso el auge de la clase media, haciendo revivir a las posadas convirtiéndose en un negocio sólido.

Aunque cada parroquia tenía su propia cervecería, las que alquilaban habitaciones eran pocas. Las posadas podían encontrarse en las grandes ciudades y en los cruces y ferias. Estos edificios no eran más que un pequeño refugio con un mínimo de mobiliario. Sobre un suelo de tierra o piedra se esparcía paja que a la vez hacía de alfombra y era el lugar adecuado para tirar huesos o cualquier resto de alimento. Una

² Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 2

habitación principal en la que había colchones situados a lo largo de la pared servía como dormitorio para los huéspedes, era el único intercambio comercial existente entre huésped y posadero. La comida era cuestión aparte, ya que la mayoría de los huéspedes traía su propia comida. Hacia el siglo XV algunas de las posadas tenían 20 o 30 habitaciones.

Enrique VIII favoreció el crecimiento de las posadas al suprimir los monasterios en 1539. Estos habían jugado un papel definitivo en los viajes, al mantener las principales vías de peregrinación hacia las grandes catedrales. Los hostales se habían construido junto a las abadías o monasterios y en ellos podían alojarse los peregrinos durante dos días, siendo acomodados y alimentados según su rango. Cuando las propiedades de la iglesia fueron vendidas, desapareció la función que tenían las iglesias de hospedar a los viajeros

En el período comprendido entre 1400 y 1800 la vida cotidiana de un hombre corriente se podía catalogar como monotonía, el hombre corriente de Europa comía lo mismo, día tras día “pan, más pan y gachas”. En Oriente era arroz, en México era maíz. El alcohol se bebía en exceso.

Las verduras que comemos actualmente no se consumían, ya que no se dispuso de ellas hasta el siglo XVI.

La palabra “HOTEL” utilizada por los franceses para hacer referencia a las mansiones o edificios públicos, fue introducida por el conde duque de Devonshire y aplicada para un edificio en forma de media luna que existía

en Londres hacia 1760. Este edificio albergaba los hoteles Grand Centre y Santa Ana.

Estas normas fueron los valores insustituibles de la población, obedecidos por todos y seguidos como modelos de conducta. Hasta el día de hoy siguen siendo los principios rectores de los miembros de los pueblos del altiplano y de los valles.

1.3. FACTORES QUE INFLUYERON EN EL CRECIMIENTO DE LOS HOTELES³

El negocio de las posadas y, posteriormente, el de los hoteles y restaurantes, ha crecido de forma paralela al comercio, viajes e industria. Hacia 1775, todas las sociedades eran preindustriales. En el periodo comprendido entre 1875 y 1950 se desarrollaron las sociedades de consumo., a principios de 1950 hubo un gran crecimiento económico y de la población mundial, y las sociedades industriales hicieron posible la existencia de unas rentas disponibles para el público en general de tal forma que se podía viajar y frecuentar hoteles y restaurantes.

Conforme se fue abaratando el costo del viaje por la introducción de nuevas formas de transporte (barco de vapor, ferrocarril, automóvil) el viajar se hizo posible para aquellos que no pertenecían a la élite. El avión comercial, en 1959, abrió la era de los viajes internacionales.

³ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 3

1.4. LA HOTELERIA EN EL SIGLO XX⁴

A mediados del siglo XX, ha sido el período de la historia donde la sociedad a sufrido mayores cambios. La moderna tecnología ha permitido acortar notablemente mucho los tiempos de trabajo, por lo que ha generado un mayor tiempo libre que hemos decidido llenar con actividades recreativas. Entre estas actividades sobresale el turismo, que permite el movimiento de personas entre distintas regiones, países e incluso continentes.

Todo esto ha permitido el nacimiento de una nueva industria la “Hotelería” que permite la atención de las necesidades de dichas personas en sus lugares de desplazamiento. En consecuencia es obvia la importancia económica que dicha Industria tiene en la organización de la Sociedad actual.

Esta es la generadora de la mayoría de los puestos de trabajo creados en los últimos tiempos y permite la elevación de PIB (Producto Interno Bruto) de todos los países: tanto de los desarrollados como los que están en vías de desarrollo.

1.5. LA HOTELERIA EN BOLIVIA⁵

En Bolivia el negocio de las vacaciones ha sido objeto de creciente atención por parte de los gobiernos desde los años 80, en la estructura gubernamental con la creación del Vice ministerio de Turismo que como misión fundamental desarrolla la promoción de la oferta turística Nacional e Internacional

⁴ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 4

⁵ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 12

Hoy en día el esfuerzo está centrado a consolidar la presencia de la oferta turística en los mercados para promocionar siete paquetes turísticos en cada área.

- 1.- Tocando el Cielo, lago Sagrado, Montañas y Glaciales: Comprende el altiplano norte de Bolivia.
- 2.- Bosques, Sabanas y amazonia: Comprende el norte y noreste de Bolivia.
- 3.- Desiertos Blancos y Lagunas de Colores: Comprende la región del extremo suroeste de Bolivia.
- 4.- Reuniones, Modernidad e Historia: Comprende las ciudades de Cochabamba, Santa Cruz y alrededores.
- 5.- Viñedos, Pampa Dorada: Comprende el sur de Bolivia.
- 6.- Grandes Parques nacionales. La Ultima Reserva: comprende la franja de Parques nacionales y Reservas de Oriente boliviano.
- 7.- Riqueza colonial, plata y dinosaurios. Comprende las ciudades de Sucre y Potosí, ambas declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Como podemos evidenciar Bolivia es rica en atractivos para todo tipo de viajeros. En este sentido el Hotel se convierte en un acicate para el desarrollo económico, no solo por la alta inversión sino también por la generación de empleo directo que conlleva el Hotel.

La única forma realista de ver reducido el nivel de pobreza es por la vía del Turismo, y en esto las iniciativas privadas han dado y dan respuesta a este reto aunque no sea de forma eficiente.

1.6. PRECURSORES DE LA HOTELERIA⁶

- CESAR RITZ (1850 – 1918)

Los comienzos de Cesar Ritz fueron bastante duros. A la edad de 15 años entró de aprendiz de hotelero en la ciudad de Brugg. En Suiza. Posteriormente se trasladó a París centro del universo hotelero de la época y trabajó como empleado en un pequeño e ignorado hotel. A la edad de 19 años era director de un restaurante.

Al Voisin Restaurant, el restaurante más famoso de la época, fue donde se dirigió Cesar, comenzando de nuevo como un camarero ayudante, así aprendió los mejores métodos y tuvo la oportunidad de servir a personajes importantes. Aprendió a tratar tan bien a la gente y se interesó tanto por sus deseos que al poco tiempo los clientes insistieron en ser servidos por él. Ese fue el comienzo de su ascensión a la fama y a la influencia. Sirviendo a la élite y a los poderosos él aprendió sus gustos sus vanidades y en ocasiones como influenciarlos.

Para estar cerca de la cúspide de la pirámide social, Ritz se desplazó a Viena para trabajar en un restaurante cerca del pabellón Imperial. Fue aquí donde Ritz se aseguró uno de sus patrones más duraderos, el príncipe de Gales. Ritz estudió al príncipe y aprendió sus gustos.

A la edad de 27 años, Ritz tuvo la oportunidad de dirigir el hotel más grande y lujoso de Suiza, el Grand National en Lucerna.

⁶ Historia de la Hotelería, Lic. Eileen R. Saavedra Pezo, Pág. 6

- Revoluciono el comer fuera de casa, convirtiendo en una moda el comer fuera.
- Introdujo orquestas que durante la comida interpretaban Johann Strauss.
- Hizo obligatorio el traje de noche en comedores y prohibió la asistencia de mujeres no acompañadas.
- Comprendió el poder de las mujeres y su deseo de sentirse bellas y decidió ayudarlas a conseguirlo. Experimento con la luz y sombras en las ropas de la mujer.
- En las habitaciones creó un efecto de iluminación indirecto, colgando recipientes en el techo.
- Enseñaba a las mujeres de la limpieza el arte de hacer las camas.

- RALPH HITZ (1891 – 1940)

Hitz no se halla a la altura de otros hoteleros en el sentido de que construya un gran imperio o una gran fortuna. Su época de esplendor duro tan solo diez años, era un fenómeno en la promoción y ventas capaz de encargarse de la dirección de hoteles poco rentables y predecir con un margen de error de pocos dólares cuáles serían sus ventas y beneficios, y a continuación lograr las ventas que ha previsto.

Hitz en su adolescencia se fue de su casa de Austria a los Estados Unidos. Trabajó en cualquier trabajo que pudiera conseguir: como chico de los recados, camarero o cocinero. Aprendió rápidamente y a la edad de 30 años era director del Cleveland ís.

- Se dio cuenta de que las actuaciones tenían un gran público. La primera noche de estreno fuesen “cabezas muertas” (huéspedes que no pagan), su explicación era: “Negocio llama negocio”.
- Fue el primero en poner aire acondicionado en el comedor del hotel. “La gente come más cuando tiene frío”.
- Inicio la idea de deslizar el periódico por debajo de la puerta de las habitaciones con los saludos del director
- Fue el primero en desarrollar y promocionar la historia del huésped.
- La promoción fue la gran parte de la personalidad de Hitz.
- Ofrecía servicio de lujo a individuos que pagaban tarifas bajas, consiguiendo un alto índice de ocupación.
- Introdujo la estandarización en la hotelería. Sus cocinas fueron ejemplo de eficacia e uniformidad. Se hacía controles de todo.

- ERNEST HENDERSON (1897 – 1967)

El personaje que construyó la mayor cadena hotelera del mundo, Sheraton, Henderson tenía 44 años cuando comenzó a tomarse la hotelería en serio cuando murió 26 años más tarde, 154 hoteles llevaban el nombre de Sheraton, y la corporación Sheraton Corporation manejaba 300 millones de dólares en ventas anuales. En solo 26 años creo el mayor sistema de hoteles que el mundo haya conocido. Su éxito radica en los esquemas organizativos y conocimientos financieros, así como el sentido común acerca de las inversiones, explotación y beneficios.

Como persona tenía un gran sentido del deber y una gran autodisciplina, consciente de que había pocas virtudes de mayor valor que las de la responsabilidad.

El decálogo que creó para la Sheraton Corporation refleja sus características:

- 1.- No te vanagloriarás de ti mismo ni serás fanfarrón por mucho que te apetezca.
- 2.- No aceptarás regalos de aquellos que buscaron tus favores.
- 3.- No satisfacerás a tu mujer en sus ideas acerca de la decoración de un Sheraton Hotel.
- 4.- No deshonrarás una reserva confirmada.
- 5.- No ordenarás nada a un su subordinado sin explicarle sus propósitos en dicha orden.
- 6.- Tendrás en todo momento presente que las virtudes de aquellos que dirigen pequeños hoteles pueden ser los vicios de aquellos que manejan grandes establecimientos (ejemplo, el deseo de delegar autoridad y responsabilidad).
- 7.- No exigirás la última gota de sangre cuando hagas una transacción.
- 8.- No permitirás que la comida se sirva fría.
- 9.- Tomarás decisiones basadas en hechos, cálculos y conocimientos, no en una mera corazonada.
- 10.- No te inflarás como una cerilla cuando un subordinado cometa un error (puede haber sido por tu culpa)

- Demostró como una organización hotelera puede adquirir rápidamente hoteles, ampliar los dividendos y así a efectos fiscales, aparecer que se ha obtenido pocos beneficios.
- La idea de reducir los precios de las habitaciones, generando mayor ocupación, considerando la atracción al hotel de los clientes y estos gastarán una importante cantidad de dinero en comidas u bebidas.
- Introdujo el aparcamiento gratuito en todos los hoteles.

- Consideraba que una de las armas más efectivas en las decisiones eran las encuestas a los huéspedes.

- WILLARD MARRIOTT (1900)

De los millonarios que actualmente se considera que hay en Estados Unidos, un importante número de ellos son hoteleros y empresarios de la restauración.

La responsabilidad empezó pronto para Hill Marriot. A los 14 años ya se le encargó el traslado en un largo viaje en ferrocarril, de un gran rebaño de ovejas. Durante las vacaciones del verano se dedicaba a vender ropa interior de lana a los mineros y leñadores.

La Marriott Corporation empezó su negocio con la cerveza sin alcohol. El cambio de un puesto de cervezas a un restaurante se hizo casi de la noche a la mañana. En 1933 sufrió una enfermedad y fue entonces cuando se dio cuenta de la importancia de tener una buena organización detrás; una organización que no dependiera de una sola persona.

En 1934 el menú a base de sándwiches se amplió a un menú completo. En 1937 la empresa se convirtió en la primera en servir las comidas a las líneas aéreas. En 1957 el negocio se amplió introduciéndose en el campo de la acomodación, construyendo un hotel de 350 habitaciones.

- Fiestas anuales del personal, regalos de navidad, incorporación de forma global en una compañía de seguros, servicios de créditos, etc. Una muestra de la importancia que le concede a las relaciones con el personal.

- Hizo especial énfasis en que las acciones también fueran adquiridas por sus empleados.
- La Marriott Company puede ser considerada un conjunto empresarial en el sentido de que es una empresa formada alrededor de productos de varios sectores (hostelería, acomodación, restauración).

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. CONCEPTOS BASICOS

2.1.1. Lineamientos Jurídicos

Se refiere al conjunto de Normas y Leyes, que sirven para controlar o regular, los distintos ámbitos de la convivencia civil.

2.1.2. Normas y Reglamentos

“Norma: Regla de conducta. Precepto. Ley, Criterio o patrón. Práctica”⁷.

“Norma Jurídica: Denominase así a la significación lógica creada según ciertos procedimientos instituidos por una comunidad jurídica y que, como manifestación unificada de la voluntad de ésta, formalmente expresada a través de sus órganos e instancias productoras, regula la conducta humana en un tiempo y un lugar definidos, prescribiendo a los individuos, frente a determinadas circunstancias condicionantes, deberes y facultades, y estableciendo una o más sanciones coactivas para el supuesto de que dichos deberes no sean cumplidos”⁸.

“Norma Legal: La ley o cualquiera de sus preceptos cuando es compleja o extensa”⁹.

⁷ Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Manuel Ossorio, Editorial Heliasta, Pág. 649.

⁸ Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Manuel Ossorio, Editorial Heliasta, Pág. 649.

⁹ Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Manuel Ossorio, Editorial Heliasta, Pág. 649.

“Reglamentos: Toda instrucción escrita destinada a regir una institución o a organizar un servicio o actividad. La disposición metódica y de cierta amplitud que, sobre una materia, y a falta de ley (v.) o para completarla, dicta un poder administrativo. Según la autoridad que lo promulga, se está ante norma con autoridad de decreto, ordenanza, orden o bando (v.).¹⁰

2.1.3. Empresa Pública

“Empresa cuyo capital, en su totalidad o en su mayoría, es propiedad del Estado, de una Comunidad Autónoma o de una Corporación Local. Tienen también la consideración de empresas públicas las sociedades mercantiles con mayoría de capital privado cuya dirección y control es responsabilidad de los poderes públicos que tienen la facultad legal de nombrar la mayoría de los miembros de su Consejo de Administración”.

“Por razones de interés general o bienestar social, la creación de empresas públicas en los diferentes países ha respondido a motivaciones diversas: provisión de bienes y servicios básicos para la sociedad, reforzar o suplir la falta de iniciativa privada en determinados sectores productivos, resolver problemas a corto plazo no susceptibles de ser resueltos de otro modo, etc.”.¹¹

¹⁰ Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Manuel Ossorio, Editorial Heliasta, Pág. 730.

¹¹ La Gran Enciclopedia de Economía, www.economia48.com

2.1.4. Hotelería

“Hotelería es un área de trabajo que aplica los principios de la información de varias disciplinas a los problemas de alimentar y alojar a personas que se hallan lejos de su domicilio”.¹²

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA HOTELERIA¹³

El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios complementarios. El hotel es una institución de carácter público, que ofrece al forastero hospedaje, alimentación, entretenimiento y otros servicios complementarios.

La empresa hotelera tiene unas características propias y singulares a saber:

- Pertenece al sector servicios.
- Provoca un encuentro inmediato entre el productor y consumidor.
- Produce contactos permanentes entre los diferentes componentes de la organización del trabajo y en sus distintos estamentos jerárquicos.
- Necesita innovaciones rápidas y permanentes en relación a preferencias de los clientes así como a las aspiraciones legítimas de los empleados.
- Le impacta directamente la influencia derivada de la situación económica, política y social.
- Es una industria de producción limitada (Alojamiento).
- El control de calidad definitivo se produce ex post.

¹² Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 1

¹³ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 7

- Dentro del concepto hotel podemos distinguir al menos tres tipos de negocio:
 - a) Empresa prestadora de servicios (alojamiento y otros)
 - b) Empresa transformadora (cocina)
 - c) Empresa comercial (bares)
- El producto hotelero tiene carácter consumible y no almacenable.
- La venta de los servicios de los hoteles tiene características propias:
 - a) Validez limitada en el tiempo
 - b) Rigidez en el espacio

Para vender este producto es necesario conocer y estimular los gustos, los intereses, los deseos, los impulsos de la demanda para realizar una adaptación constante del producto o servicios fundamentando esencialmente en el ser humano.

En el turismo el producto se consume en el lugar de producción. En el hotel la prestación de sus servicios tiene una unidad de tiempo y de espacio que no permite el almacenamiento.

2.3. CLASIFICACIÓN DE HOTELES¹⁴

La clasificación de los hoteles varía de país a país, tradicionalmente se han segmentado los hoteles en tres grupos tomando en cuenta su estructura y tipología de los clientes:

- ⊗ Comercial
- ⊗ Residencial
- ⊗ Vacacional

¹⁴ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 8

Los cambios actuales han generado clasificaciones más específicas como las siguientes:

- Hotel de Ciudad
- Hotel suburbano y Moteles
- Hotel de ocio (Resorts)
- Hoteles de convenciones y conferencias
- Condominios y Apart Hoteles
- Suite Hotel
- Hotel Super Lujo
- Mega Hotel
- Hotel Casino
- Hotel de Aereopuerto
- Time – Sharing

Se considera sector extra hotelero a los alojamientos turísticos de carácter no hotelero que proporcionan habitación o residencia a las personas, asignando un precio, en épocas, zonas, o situaciones turísticas. Los principales son los: Campamentos, apartamentos turísticos, bungalows, ciudades de vacaciones, casas de labranza, casas de huéspedes y las viviendas turísticas vacacionales

Existen muchos tipos de alojamiento, describiremos los más importantes:

- MOTELES

Deriva de “Motor” y de “Hotel” ofrece servicios de hospedaje y alimentación, así como servicio sus automóviles. La característica del

motel es que permite que sus automóviles estén al lado de las habitaciones y están ubicados en la carretera.

- ALL SUITES HOTEL

Son establecimientos de hospedaje que se caracterizan por tener unidades habitacionales "Suites". Las suites son habitaciones más amplias con una sala adicional.

Suite Junior: incorpora un living en la misma habitación.

Suite Ejecutiva: Incorpora habitaciones adicionales al dormitorio (Living, estudio).

Suite Presidencial: Incorpora servicios adicionales de mayor comodidad y amplitud que las anteriores.

- APART HOTEL

Son establecimientos de hospedaje en la cual su estructura son departamentos, habitaciones, cocina, comedores. Los Apart hotel son muy adecuados para largas pernoctaciones.

- HOTELES RESORT

Se caracterizan por ubicarse en lugares con atractivos naturales, su estructura es horizontal, ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, recreación. La calidad de servicio es de alto nivel.

- HOTELES SPA

Ofrecen el servicio de hospedaje y servicios adicionales como terapias de relajación, tratamientos de belleza, salud entre otros.

- HOTELES HACIENDA

Están ubicados en áreas rurales, ofrecen la participación de los hospedados en las actividades agrícolas, en contacto con la naturaleza y la interacción con los habitantes del lugar.

- CRUCEROS

Hoteles flotantes (barco) su estructura está compuesta de habitaciones, comedor, lugar de esparcimiento. Los viajes en crucero ofrecen servicio de alto nivel.

- CASAS DE HUESPEDES

Son domicilios particulares que ofrecen ambientes muy familiares, incluyendo desayuno y en algunos pensión completa (tres comidas).

- ALBERGUES

Refugios ubicados en zonas montañosas ofreciendo hospedaje y servicios restringidos.

Los albergues son considerados también a los establecimientos de hospedaje que ofrece habitaciones múltiples, seguridad en sus instalaciones, limpieza y precio accesible.

2.4. TENDENCIAS ACTUALES DE LA HOTELERIA¹⁵

- 1.- Gran centralización de hoteles y centros de congresos en las grandes capitales.
- 2.- Desarrollo de conferencias y congresos como medio de atracción de clientes de negocios.
- 3.- Los segmentos se van distanciando entre sí: vacaciones/ negocios.
- 4.- Personalización y mayor nivel de exigencias del cliente.
- 5.- Mayor movilidad profesional
- 6.- mayor especialización de la oferta hotelera y de restauración.

2.5. CADENAS HOTELERAS¹⁶

Los que tienen la intención de dirigir un hotel, pueden hacerlo de varias formas si poseen los conocimientos y el dinero necesario. Pueden construirlo o comprarlo ya construido y administrarlo de forma independiente. Pueden alquilar un hotel y pagar al propietario un porcentaje de las ventas brutas (20 – 35 %). Pueden asociarse entre amigos y formar una sociedad y dirigir un hotel comprado o construido por la sociedad. Pueden adquirirlo una concesión a su propietario.

El gran cambio en la gestión hotelera que se ha producido desde 1970 ha sido el de la dirección por contrato, resultado ser un arreglo interesante para las personas o empresas que trabajan en la producción misma del hotel ya que invierten poco o ningún dinero, corren apenas riesgos y reciben un pago por los servicios, independientemente de la rentabilidad de la inversión o lo que ocurra con la economía de un país.

¹⁵ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 11

¹⁶ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 11

No debemos perder de vista que los grandes beneficios que produce el hotel no son generados por la venta de alimentos, bebidas y alojamiento al público en general. Las grandes fortunas en el negocio hotelero vienen de fuentes como resultado de considerar a éste como un negocio inmobiliario. (Beneficios de construcción, la promoción y financiamiento, lo que incrementa el valor de las propiedades de los alrededores). Hacerse rico endeudándose.

La característica actual de la economía mundial es la unión y concentración de empresas, y es por ello que la industria hotelera queda afectada a esta tendencia. Las causas de este fenómeno son económicas, ya que buscan obtener mayores beneficios.

La unión de empresas hoteleras (Concentración de empresas) puede ser a nivel técnico, lo cual significa unos grandes avances en materia de tecnología y una enorme disminución de costos.

A nivel financiero, supone un mejor acceso al mercado de capitales y un importante desarrollo de la inversión.

A nivel de cooperación, supone un intercambio de experiencias.

Las cadenas hoteleras formadas por hoteleros que se agrupan o bien por las empresas hoteleras de una sola firma, pero distribuidas en diferentes territorios (Nacional o extranjero).

Las cadenas hoteleras pueden pertenecer a la misma empresa o

ampararse en interés comunes que van desde la propaganda, estudios de mercado, hasta adquisiciones globales para obtener mejores costos.

2.5.1. Ventajas de las cadenas hoteleras

- Aumento de la clientela, a causa de la diversificación de la oferta
- Reducción de costos:
 - Disminución de gastos generales.
 - Realización de propaganda común.
 - Adquisiciones colectivas.
- Perfeccionamiento empresarial:
 - Labor de investigación.
 - Empleo de tecnología avanzada.
- Diversificación y fraccionamiento de riesgo.
- Facilidades de financiación.
- Utilización de una misma imagen comercial.
- Mayor competitividad.

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL HOTELERA¹⁷

Toda asociación de varias personas para conseguir un fin común precisa la coordinación de sus diversas actividades con objeto de lograr la eficiencia. Es necesario lograr el máximo servicio (rendimiento) con el mínimo esfuerzo.

En la organización de una empresa se deben tomar en cuenta el grupo de trabajo, liderazgo, la comunicación, la toma de decisiones.

¹⁷ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 14

2.6.1. El Organigrama en la Empresa Hotelera¹⁸

La función fundamental del organigrama (expresión gráfica) es establecer el equilibrio entre las distintas unidades, la comunicación, la amplitud de control, los niveles jerárquicos, etc. (Ver anexo 1: Hotel 3 estrellas)

En la empresa hotelera podemos distinguir las siguientes actividades básicas:

- a) Alojamiento
- b) Restauración
- c) Marketing
- d) Comercial
- e) Administración
- f) Mantenimiento
- g) Personal
- h) Otras actividades como Salas de juego, Piscina, Sauna, Tiendas, Peluquería, Belleza, Instalaciones deportivas, Garaje

Todas estas actividades anteriormente señaladas dan lugar a una serie de relaciones en la organización hotelera.

2.6.2. Planificación.

Decidir hoy lo que se hará en el futuro optimizando el uso de los recursos y anticipándose al curso de los acontecimientos. Tomar en cuenta lo siguiente:

¹⁸ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 20

1. Realización de un Diagnóstico del medio ambiente externo e interno de la empresa.
2. Determinación de Objetivos:
3. Definición de las actividades o estrategias que permitirán el logro de los objetivos y metas trazados.
4. Elaboración de Programas o Planes de Trabajo Anuales, Semestrales u otros según las exigencias de la empresa, en los cuales se contemplen con temporalidad las acciones específicas a realizar y las responsabilidades y funciones, en cada caso, del recurso humano de la empresa. Estos planes o programas se constituyen al mismo tiempo en un instrumento de control y evaluación del accionar y desarrollo de la institución.
5. Determinación del presupuesto.

La consecución de estos pasos permitirán que los recursos económicos, humanos, materiales (instalaciones y equipo de trabajo) y técnicos (sistema administrativo-informativo) se integren de tal forma que se logren optimizar los mismos y se alcance el éxito empresarial.

2.6.3. Planificación y control.¹⁹

La planificación se da desde el momento mismo en que surge la idea de conformar una empresa, en este paso se establecen los objetivos y las acciones a desarrollarse las cuales se especifican en distintos programas o planes de trabajo, los que a su vez se constituyen en el instrumento para evaluar y realizar el control

¹⁹ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 22

mediante la comparación de los resultados con los objetivos y metas planteados.

2.6.4. Integración.

Esta función administrativa tiene una estrecha relación con la función de organización, pues se refiere a la identificación de los requerimientos de recursos humanos, de aquellos que se dispone, de las actividades de reclutamiento, selección, y colocación en el caso de que la empresa no posea o cubra algunos puestos de trabajo, de los ascensos, evaluación, capacitación del personal para que el mismo pueda realizar sus tareas con eficacia y eficiencia.

2.6.5. Dirección.

Podemos definir a la dirección como "El proceso de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y el grupo".

La dirección eficaz y eficiente logrará que el individuo, al desempeñarse en sus funciones, se identifique con objetivos y logros de su empresa.

2.6.6. Control y evaluación de resultados.²⁰

“El control es la medición y corrección del desempeño a fin de

²⁰ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 23

asegurarse de que se cumple con los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos".

En hotelería los informes son la base del control. Un informe descarga en parte la responsabilidad del subordinado frente a su jefe. Toda orden debe contener toda la información necesaria para su ejecución, el informe debe contener todos los datos esenciales para valorar el trabajo realizado.

Las normas y reglamentos, definen la aplicación del sistema establecido, fijan los procedimientos y trámites y unifican la acción, permitiendo un control y evaluación de resultados efectiva.

2.7. HOSPEDAJE – RECEPCIÓN²¹

El departamento de recepción es el que más contacto tiene con el cliente, por lo que es muy importante tenerlo bien organizado y dotado de personal eficiente, no solamente desde el punto de vista de las tareas administrativas sino, y muy fundamentalmente, desde el punto de vista de la relación humana en cuanto a educación y cortesía.

Esta muy relacionado con todos los departamentos de la empresa, lo está principalmente con Reservas, Caja, Conserjería y teléfonos. Funciona las 24 horas del día para poder atender al cliente en todo momento. Recepción utiliza la Tarjeta de Registro (Uso exclusivo del huésped) (Ver Anexo 2), Formato de Reserva (Ver Anexo 3), Hoja General de Reservas (Ver Anexo 4).

²¹ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 23

El departamento de Recepción representa a la Dirección, sin olvidar que el primer lugar donde se dirige el cliente a su llegada es a este departamento y precisamente allí es donde se dirige para efectuar su reclamo.

El recepcionista debe estar preparado frente a este tema, es el primer motivo que reactiva la insatisfacción del cliente.

La honesta admisión de un error y la disculpa cuando es precisa contribuyen a calmar el descontento sin olvidar que es necesario actuar en el acto y propiciar una solución razonable a la queja planteada.

No olvidar que un huésped que decide no volver más, replica a 15 potenciales huéspedes a no hacerlo.

La salida de los huéspedes puede producirse de dos formas:

- 1.- Previstas
- 2.- Imprevistas

La salida del huésped es un momento psicológico muy importante. Un huésped que se marcha satisfecho es un huésped que regresará y llegará a ser incluso un buen cliente del hotel.

De la correcta comunicación entre departamentos permitirá un check out ágil. No se debe olvidar:

- 1.- Comprobación del rack
- 2.- Requerimiento a todos los departamentos de notas de venta del número de habitación anunciada la salida (consumos de último momento).
- 3.- Pre – cierre de factura

2.8. REGIDURIA DE PISOS²²

En un hotel, lo más representativo del alojamiento son las habitaciones, es el concepto básico que el cliente abona. La venta de habitaciones depende en gran medida de las condiciones en las cuales el hotel ofrece. Hay que tener siempre presente que los costos atribuibles a las habitaciones no varían, y que si una habitación no se vende, no se vende más, el producto habitaciones no es almacenable.

Es fundamental realizar una limpieza meticulosa de la habitación y plantas del hotel, pues este detalle refleja en gran medida la calidad del establecimiento

Este departamento se encarga de la limpieza y mantenimiento, tanto de las habitaciones como de los pisos en general, forma parte de este departamento la lavandería, lencería y costura, que se encargan del inventario, control y limpieza de: Ropa del Hotel, Ropa de clientes y Uniformes del personal.

El departamento queda bajo la plena autoridad de la Gobernanta, ejerciendo las funciones referidas a dirigir la limpieza y preparación de las habitaciones, la conservación del mobiliario, alfombras y cortinas y la utilización de la lencería empleada en pisos.

Este departamento utiliza: Hoja de Control de Habitaciones (Ver anexo 6) y Control inventario permanente de ropa y almacén de Lencería (Ver anexo 7)

2.9. ALIMENTOS Y BEBIDAS²³

El negocio de los restaurantes, existen varios aspectos en nuestro estilo de vida

²² Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 40

²³ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 60

que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo de este negocio, por ejemplo la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa. El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y por lo tanto, al incrementarse ésta, aumentan las ventas en los restaurantes.

El jefe del departamento del Comedor o Restaurante responde de todo lo relativo a la alimentación de los Clientes del Hotel, ya sea en el comedor principal o en otros secundarios, y en las habitaciones de los clientes a través del Room Service.

El Garzón se encarga de servir al cliente y atenderlo. Deberá tener nociones elementales de cocina para poder informar en todo momento al cliente sobre la confección de los platos.

El Somelier, debe realizar el mismo trabajo que el garzón, pero refiriéndose con exclusividad al servicio de vinos y licores.

Servicios que brinda el comedor del Hotel: Desayuno, a la carta, buffet y banquetes.

2.10. MANTENIMIENTO DEL HOTEL²⁴

El mantenimiento es por definición el conjunto de medidas técnicas – económicas con el propósito de mantener las características estéticas y técnicas en una instalación.

Se pretende mantener y cuidar la comodidad del cliente y su seguridad. Conceptualmente es clara la necesidad que tiene cualquier objeto a ser “cuidado” a lo largo del tiempo si se desea mantener en buen estado sus características operativas ya sean técnicas o estéticas.

²⁴ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 85

Desde el punto de vista técnico debemos conseguir fiabilidad, o sea, que las cosas funcionen bien.

Es muy importante, y depende en gran parte de mantenimiento, el control y evaluación de los consumos energéticos para poder evaluar incrementos no esperados, que pueden ser consecuencias de fugas, fallas de aislamiento, deterioro de máquinas, desajustes en quemadores, etc.

Mantenimiento preventivo: Evitar las averías imprevistas y el envejecimiento prematuro.

El mantenimiento preventivo tiene como finalidad el perfecto funcionamiento de las maquinarias, las instalaciones, etc. Y su frecuencia depende del elemento del que trate su mantenimiento.

Mantenimiento correctivo: subsanar, en el menor tiempo potencial, las incidencias imprevistas. La razón de ser del mantenimiento correctivo es el corregir, reparar, o solucionar las roturas y averías que afecten al buen funcionamiento de las instalaciones, equipo, maquinaria, etc.

2.11. CONSERJERÍA²⁵

La conserjería al igual que la recepción, constituyen el centro de relación con los huéspedes y clientes, cumple las funciones de: Control de viajeros, Parte de pasajeros, Acompañamiento a clientes (paso) o huéspedes, Equipajes, Correspondencia, avisos, mensajes, Cumplimiento de encargos de los huéspedes y clientes de paso.

²⁵ Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo, Pág. 101

2.12. COMERCIALIZACION HOTELERA

La mercadotecnia inicialmente se desarrollo en estrecha relación con la venta de productos físicos como pastas dentales, automóviles, etc, pero hoy en día ante el crecimiento fenomenal de los servicios o productos con un contenido físico escaso o nulo. La industria de la hospitalidad y de los viajes forman parte de este sector de servicio y debe desarrollar una sólida cultura de servicio la cual se centra en servir y satisfacer al cliente.

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y valores con otros.

Una transacción es la unidad de medida de la mercadotecnia. Una transacción consiste en un intercambio de valores entre las dos partes. Podemos decir que A le da X a B y recibe Y a cambio, en cierto momento y lugar y en determinadas condiciones acordadas de antemano.

La mercadotecnia de un hotel tiene las siguientes características:

Intangibilidad. A diferencia de los productos físicos, los servicios no pueden verse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición.

Cuando los huéspedes dejan el Hotel , no tienen nada que demuestre la compra, aparte de un recibo, se sale con las manos vacías pero con la cabeza no vacía, tiene recuerdos que compartir con otras personas. La fachada del hotel es lo primero que ve el cliente, el personal uniformado, la limpieza.

La inseparabilidad.- En la mayoría de los servicios hoteleros, tanto el proveedor de servicios como el cliente deben estar presentes para que la

transacción se lleve a cabo. Los empleados que establecen contacto con el cliente forman parte del producto. Los alimentos servidos en el restaurante pueden ser excelentes, pero si el personal de servicio muestra poco interés o proporciona un servicio desatento, los clientes no apreciarán su experiencia en el restaurante, porque no se sintieron satisfechos.

La característica de la inseparabilidad requiere que los gerentes de hoteles y restaurantes manejen tanto a sus empleados como a sus clientes.

Heterogeneidad. Los servicios son muy variables. Su calidad depende de quién los proporciona y de cuando y donde se ofrecen. Los servicios se producen y consumen en forma simultánea, lo cual limita el control de calidad.

Un huésped puede recibir un excelente servicio un día y un servicio mediocre de la misma persona al día siguiente. El servicio mediocre fue consecuencia de estar indispuesto o sufrir un problema emocional. La heterogeneidad o falta de consistencia en el producto es una causa importante de la insatisfacción del cliente en la industria de la hospitalidad.

Carácter perecedero. Los servicios no pueden almacenarse en un Hotel. Un Hotel con 100 habitaciones que solo vende 60 en una noche específica no puede vender 140 al día siguiente. Las ganancias que se perdieron por no vender las 40 habitaciones restantes se perdieron para siempre. Debido al carácter perecedero los hoteles cobran a los huéspedes el derecho de reservación aún cuando no se registren en el hotel. (No Show).

Lograr que el producto sea tangible: Los mercadólogos de servicios deben realizar acciones para proporcionar a sus clientes potenciales evidencia que le ayude a percibir el servicio como tangible. El material de promoción de un hotel

podría incluir fotografías del Hotel, de las habitaciones para los huéspedes, que permita visualizar el espacio.

Un vendedor arreglado y vestido adecuadamente y que responda a las preguntas con profesionalismo y rapidez, es de gran ayuda para que el cliente se lleve una imagen positiva del hotel.

La evidencia física se presenta en muchas formas. Las servilletas con las que se envuelven los vasos en las habitaciones de los huéspedes, sirven para que los huéspedes sepan que los vasos están limpios. El doblez del papel de baño, permite al huésped saber que el baño está aseado.

La publicidad es una forma pagada de comunicación impersonal que trasmite a los consumidores a través de medios masivos como televisión, radio, periódicos, revistas, vehículos de transporte y exhibiciones urbanas, cartas etc.

La propaganda, es la comunicación en forma de reportaje, relacionado con la organización o con sus productos, que se transmite gratis a través de un medio masivo.

Las relaciones públicas tienen por objeto crear una imagen positiva de la empresa, en su conjunto o del producto en particular trascendiendo a una proyección de simpatía y comprensión por parte de las audiencias.

Desde la óptica de la comunicación, la publicidad, la propaganda y las relaciones públicas pertenecen al ámbito de las comunicaciones persuasivas.

La publicidad opera en el terreno de los productos y los servicios para estimular

en el público el deseo o la necesidad de los mismos, con fines comerciales y la propaganda sobre todo es el campo ideológico.

La publicidad y la propaganda constituyen los dos aspectos más importantes del esfuerzo realizado por el hombre para condicionar y controlar las opciones y el comportamiento de los individuos en los campos ideológicos y comerciales, procurando que las respuestas a los mensajes no sea fruto de una libre decisión de los destinatarios, sino que vengan predestinados por los propios sujetos emisores, que ejercen una presión psicológica sobre el receptor.

CAPITULO III

LEGISLACIÓN Y REGLAMENTACIÓN DEL SISTEMA HOTELERO

En este acápite se realizara en primera instancia un resumen del contenido de la normatividad relacionada con el presente proyecto, para proceder luego al análisis del alcance de la misma con el fin de compilar los conceptos y los fundamentos básicos para la estructuración de un anteproyecto de Decreto Supremo que permita la creación de empresas públicas hoteleras, estas son:

3.1. CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, promulgada el 7 de febrero de 2010 hace referencia su Segunda Parte, Referida a la Estructura y Organización Funcional del Estado²⁶, Título I: Órgano Legislativo; Capítulo I: Composición y Atribuciones de la Asamblea Legislativa Plurinacional; **Artículo 145**. La Asamblea Legislativa Plurinacional está compuesta por dos cámaras, la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores, y es la única con facultad de aprobar y sancionar leyes que rigen para todo el territorio boliviano. En su Capítulo Segundo, se refiere al Procedimiento Legislativo.

Artículo 162.²⁷

I. Tienen la facultad de iniciativa legislativa, para su tratamiento obligatorio en la Asamblea Legislativa Plurinacional:

1. Las ciudadanas y los ciudadanos.
2. Las asambleístas y los asambleístas en cada una de sus Cámaras.
3. El Órgano Ejecutivo.

²⁶ Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, Pág. 32.

²⁷ Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, Pág. 37.

4. El Tribunal Supremo, en el caso de iniciativas relacionadas con la administración de justicia.
 5. Los gobiernos autónomos de las entidades territoriales.
- II. La ley y los reglamentos de cada Cámara desarrollarán los procedimientos y requisitos para ejercer la facultad de iniciativa legislativa.

Artículo 163.²⁸

El procedimiento legislativo se desarrollará de la siguiente manera:

1. El proyecto de ley presentado por asambleístas de una de las Cámaras, iniciará el procedimiento legislativo en esa Cámara, que la remitirá a la comisión o comisiones que correspondan para su tratamiento y aprobación inicial.
2. El proyecto de ley presentado por otra iniciativa será enviado a la Cámara de Diputados, que lo remitirá a la comisión o las comisiones.
3. Las iniciativas legislativas en materia de descentralización, autonomías y ordenamiento territorial serán de conocimiento de la Cámara de Senadores
4. Cuando el proyecto haya sido informado por la comisión o las comisiones correspondientes, pasará a consideración de la plenaria de la Cámara, donde será discutido y aprobado en grande y en detalle. Cada aprobación requerirá de la mayoría absoluta de los miembros presentes.
5. El proyecto aprobado por la Cámara de origen será remitido a la Cámara revisora para su discusión. Si la Cámara revisora lo aprueba, será enviado al Órgano Ejecutivo para su promulgación.
6. Si la Cámara revisora enmienda o modifica el proyecto, éste se considerará aprobado si la Cámara de origen acepta por mayoría absoluta de los miembros presentes las enmiendas o modificaciones.

En caso de que no las acepte, las dos Cámaras se reunirán a requerimiento de la Cámara de origen dentro de los veinte días siguientes y deliberarán sobre el

²⁸ Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, Pág. 37.

proyecto. La decisión será tomada por el Pleno de la Asamblea Legislativa Plurinacional por mayoría absoluta de sus miembros presentes.

7. En caso de que pasen treinta días sin que la Cámara revisora se pronuncie sobre el proyecto de ley, el proyecto será considerado en el Pleno de la Asamblea Legislativa Plurinacional.

8. El proyecto aprobado, una vez sancionado, será remitido al Órgano Ejecutivo para su promulgación como ley.

9. Aquel proyecto que haya sido rechazado podrá ser propuesto nuevamente en la Legislatura siguiente.

10. La ley sancionada por la Asamblea Legislativa Plurinacional y remitida al Órgano Ejecutivo, podrá ser observada por la Presidenta o el Presidente del Estado en el término de diez días hábiles desde el momento de su recepción.

Las observaciones del Órgano Ejecutivo se dirigirán a la Asamblea. Si ésta estuviera en receso, la Presidenta o el Presidente del Estado remitirá sus observaciones a la Comisión de Asamblea.

11. Si la Asamblea Legislativa Plurinacional considera fundadas las observaciones modificará la ley conforme a éstas y la devolverá al Órgano Ejecutivo para su promulgación. En el caso de que considere infundadas las observaciones, la ley será promulgada por la Presidenta o el Presidente de la Asamblea. Las decisiones de la Asamblea se tomarán por mayoría absoluta de sus miembros presentes.

12. La ley que no sea observada dentro del plazo correspondiente será promulgada por la Presidenta o Presidente del Estado. Las leyes no promulgadas por el Órgano Ejecutivo en los plazos previstos en los numerales anteriores serán promulgadas por la Presidenta o el Presidente de la Asamblea.

Artículo 164.²⁹

I. La ley promulgada será publicada en la Gaceta Oficial de manera inmediata.

II. La ley será de cumplimiento obligatorio desde el día de su publicación, salvo que en ella se establezca un plazo diferente para su entrada en vigencia.

Para la presente investigación se debe tomar en cuenta esta segunda parte de nuestra Constitución.

3.2. LEY 466, DE 26 DE DICIEMBRE DE 2013. LEY DE LA EMPRESA PÚBLICA.

La presente Ley tiene por objeto establecer el régimen de las empresas públicas del nivel central del Estado, que comprende a las empresas estatales, empresas estatales mixtas, empresas mixtas y empresas estatales intergubernamentales, para que con eficiencia, eficacia y transparencia contribuyan al desarrollo económico y social del país, transformando la matriz productiva y fortaleciendo la independencia y soberanía económica del Estado Plurinacional de Bolivia, en beneficio de todo el pueblo boliviano.

El texto, de la Ley de la Empresa pública establece “el régimen de las empresas públicas del nivel central del Estado que comprende a: las empresas estatales, empresas estatales mixtas, empresas mixtas y empresas estatales intergubernamentales para que con eficiencia, eficacia y transparencia contribuyan al desarrollo económico y social del país transformando la matriz productiva y fortaleciendo la independencia y soberanía económica” del Estado boliviano. La norma señala que éstas podrán tener carácter estratégico o social, y varios tipos de gobernanzas, dependiendo de su estructura societaria.

Tipos. La empresa será estratégica cuando desarrolle su actividad económica

²⁹ Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, Pág. 38.

en los rubros de hidrocarburos, minería, energía, transporte, telecomunicaciones y otros con el fin de producir excedentes económicos para potenciar el desarrollo económico productivo y financiar la atención de políticas sociales.

Esas actividades serán identificadas por el Consejo Superior Estratégico de las Empresas Públicas (Coseep) que tiene el objeto de contribuir a la gestión de las firmas públicas para consolidar sus objetivos estratégicos y fines económicos. Es la máxima instancia de definición de políticas, estrategias y lineamientos generales para la gestión empresarial pública y está conformada por el Presidente, Vicepresidente y los ministros de la Presidencia, de Planificación del Desarrollo y de Economía.

Las estatales serán sociales cuando tengan la capacidad de generar rentabilidad social contribuyendo al crecimiento económico, creando empleos, prestando servicios, cubriendo demandas insatisfechas e interviniendo en el mercado para evitar distorsiones de éste. “Se da un alto énfasis a la producción con el fin de romper el patrón primario exportador”.

La ley establece que “la intervención del Estado en la economía es una de las características del nuevo modelo. Así, el fortalecimiento y la creación de empresas públicas se constituyen en el motor de la nueva arquitectura económica”.

“Las empresas del Estado tienen por función generar recursos para el Estado, que luego se distribuyen a la población boliviana a través de bonos, rentas, inversiones, hospitales, escuelas”, las pequeñas empresas estatales generan recursos estratégicos y fomentan la producción local en distintos municipios del país.

La normativa está orientada a responder las necesidades de “regulación de inversiones en el país” estructurando, mediante las empresas mixtas y empresas estatales mixtas, mecanismos atractivos para unir capitales públicos y privados destinados a la inversión.

El modelo económico del país

La norma señala que en el nuevo modelo económico que se instituye en el país el salto industrial se desarrolla bajo tres ejes: el primero apunta a programas de industrialización a gran escala; el segundo a impulsar proyectos industriales de pequeña y mediana envergadura; y el último a la prestación de servicios.

Compañías corporativas

Las compañías YPFB, Entel, Comibol y ENDE se constituirán en empresas corporativas una vez que éstas adopten la tipología de la empresa que les corresponde. Así lo establece la Ley de la Empresa Pública.

Las cuatro empresas estatales señaladas tendrán empresas filiales y empresas subsidiarias. Además desarrollarán sus funciones en el marco del régimen legal de las empresas públicas, dispuesto en la ley.

Esta norma regula la constitución y el desenvolvimiento de las firmas corporativas como una forma de organización empresarial que integra a varias empresas públicas de diferente tipología con el fin de lograr un objetivo común bajo el liderazgo de una empresa matriz que ejerce la dirección y el control de sus empresas filiales y subsidiarias.

La normativa permitirá eliminar trabas jurídicas

La Ley de la Empresa Pública contribuye al desarrollo y consolidación, ordena la escasa legislación vigente, permite nuevos institutos jurídicos de las empresas estatales y las libera de trabas jurídicas que impidan su desarrollo empresarial de modo ágil.

Estatales deberán formar una reserva legal del 5%

La norma ordena que las empresas públicas constituyan una reserva legal del 5% como mínimo de las utilidades líquidas y efectivas obtenidas, hasta alcanzar la mitad del capital pagado, destinada a cubrir eventuales pérdidas. En caso de que las pérdidas no sean cubiertas con la reserva legal, las utilidades no podrán ser distribuidas.

Estatales estarán sujetas a auditoría

Las empresas públicas cada año se sujetarán a una auditoría externa que deberá ser realizada por una firma legalmente constituida en el país. La Contraloría ejercerá control de administración sobre las compañías estatales.

Esta ley no contempla a las empresas Hoteleras, siendo parte muy importante para el desarrollo del turismo en nuestro país.

3.3. REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE TURISTICO EN BOLIVIA³⁰

3.3.1. RESOLUCION MINISTERIAL 185/01 (11 DE OCTUBRE DE 2001)

VISTOS Y CONSIDERANDO

Que, por mandato de la Ley N° 1788 "Ley de Organización del Poder Ejecutivo" y su Decreto Reglamentario N° 24588, el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión es el Organismo encargado de formular políticas y normas para el desarrollo y fomento del turismo nacional.

Que, el artículo 16 de la Ley N° 2074 "Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia" define y reconoce a los prestadores de servicios turísticos, los mismos que deberán regularse mediante reglamentación sectorial.

Que, la Resolución Ministerial N° 086-98 de fecha 12 de mayo de 1998, aprueba el Reglamento de Empresas de Hospedaje Turístico, la misma que debe adecuarse a las previsiones de la Ley N° 2074 "Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia" y su Decreto Reglamentario N° 26085.

POR TANTO:

El Ministro de Comercio Exterior e Inversión, en uso de las atribuciones que la ley le confiere;

³⁰ Reglamento de Hospedaje Turístico, Bolivia, Pág. 2.

RESUELVE:

Primero.- Apruébase el "Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico", en sus XVI Capítulos y 65 .Artículos, y los módulos de clasificación correspondientes a las categorías de Hoteles, Apart Hoteles, Hoteles Suites, Hostales o Residenciales, Complejos Turísticos, Casa de Huéspedes, Alojamientos y la denominación complementaria de Resort; los mismos que se encuentran anexos y forman parte de la presente Resolución.

Segundo.- El Viceministerio de Turismo y las Unidades Departamentales de Turismo quedan encargadas de la ejecución y cumplimiento de la presente Resolución en el marco de sus atribuciones conferidas por la Ley N° 2074 " Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia" y su Decreto Reglamentario N° 26085.

Tercero.- A partir de la fecha la emisión de la presente Resolución, se deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 086-98 de fecha 12 de Mayo de 1998. Regístrese, comuníquese y archívese.

AMBITO DE APLICACIÓN Y COMPETENCIA

Artículo 1º.- (Del ámbito de aplicación).- En aplicación del artículo 16 de la Ley N° 2074 de fecha 14 de abril de 2000 "Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia", el presente reglamento norma el funcionamiento de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, entendiéndose por tales los que prestan comercialmente a los turistas el servicio de hospedaje, por un período no inferior a una pernoctación, y reúnan además, los requisitos mínimos que se establecen en los módulos de clasificación señalados en el presente reglamento.

Artículo 2º.- (Del ente rector).- De acuerdo al artículo 6º de la Ley 2074, el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión es el ente rector competente en materia turística, delegando la ejecución de sus acciones al Viceministerio de Turismo, encargado de delinear la política nacional de turismo.

De acuerdo a la Ley de Descentralización Administrativa las Unidades Departamentales de Turismo son las responsables de ejecutar las acciones y las políticas de turismo.

Las Unidades Departamentales de Turismo, supervisarán el funcionamiento de los Establecimientos de Hospedaje Turístico en función al presente reglamento y de las disposiciones y resoluciones que permitan el logro de los objetivos del desarrollo turístico del país, así como la tutela del Patrimonio Natural Cultural y Turístico Tangible e Intangible, la imagen del país y los derechos de los turistas y de las empresas que operan en el turismo nacional.

Artículo 3º.- (De las funciones de las Unidades Departamentales de Turismo con relación a los Establecimientos de Hospedaje Turístico).-

Corresponde a las Unidades Departamentales de Turismo el ejercicio de las siguientes funciones:

- a) Autorizar la inscripción en el Registro Departamental de Turismo, su funcionamiento, suspensión y cese de actividades de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, conforme a las disposiciones legales vigentes y siempre que hayan cumplido lo estipulado por el presente reglamento.
- b) Fijar y, en su caso, modificar la clase o categoría de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, de acuerdo las previsiones del artículo 6º del presente reglamento.
- c) Verificar que los Establecimientos de Hospedaje Turístico cumplan con sus propios servicios y no realicen actividades que correspondan a otras categorías de servicios turísticos.

- d) Verificar que los Establecimientos de Hospedaje Turístico cumplan con los requerimientos indicados en el presente reglamento.
- e) Resolver los reclamos de turistas y/o Establecimientos de Hospedaje Turístico dentro del ámbito de aplicación administrativa de la Unidad Departamental de Turismo correspondiente.
- f) Proporcionar la capacitación permanente de los recursos humanos de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, en coordinación con el Viceministerio de Turismo.
- g) Ejercer discrecionalmente la supervisión del estado de conservación de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, así como las condiciones y calidad de los servicios.
- h) Resolver a nivel departamental, los asuntos referidos a la aplicación del presente reglamento y disposiciones conexas, coordinando con el Consejo Departamental de Turismo.
- i) Dirimir problemas existentes entre los Establecimientos de Hospedaje Turístico cuando éstos hubieron decidido voluntariamente someterse a esa instancia y siempre que no hayan recurrido a una conciliación a nivel empresarial alguno.
- j) Aplicar las sanciones administrativas a los Establecimientos de Hospedaje Turístico a que hubiere lugar por infracciones reglamentarias.
- k) Las demás funciones y atribuciones que le corresponden conforme a la legislación vigente.

3.3.2. REQUISITOS PARA LA APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE TURISTICO

Todo Establecimiento de Hospedaje Turístico para abrirse debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Carta de solicitud para la inscripción, registro y apertura para la autorización de funcionamiento turístico, dirigida a la Secretaría Departamental de Turismo y Culturas dependiente de la Gobernación.
2. Testimonio de Constitución (si es sociedad). Debe constar claramente que el único objeto de la empresa es dedicarse a las actividades expresamente turísticas (Fotocopia simple previa verificación del original).
3. Testimonio de Poder del Representante Legal (si corresponde).
4. Fotocopia simple de Cedula de Identidad del propietario y/o Representante Legal.
5. Inscripción del Registro de Comercio FUNDEMPRESA sin clasificación.
6. Número de identificación tributaria (NIT) (Fotocopia simple previa verificación del original).
7. Padrón Municipal del Contribuyente o Licencia de Funcionamiento otorgado por los GAM's (Fotocopia simple previa verificación del original).
8. Detalle de las características del establecimiento de hospedaje turístico, describiendo las instalaciones e infraestructura.
9. Listado del personal, con fotocopias simples de la cédula de identidad para acreditar su nacionalidad.
10. Solicitud de inspección ocular, carta dirigida a la Dirección de Turismo.

3.4. REFORMAS LEGALES EN EL SECTOR TURISMO

A partir del D.S. 22407 de 11 de julio de 1990, que crea la Comisión de Evaluación de la Empresa Pública, y del D.S. 22836 14 de junio de 1992, que establece las normas generales para el reordenamiento de todas las empresas

públicas, se inicia y reglamenta los procesos de privatización³¹ de todas las empresas del estado.

En el marco de normativa establecida, las empresas públicas dependientes de las Corporaciones Regionales de Desarrollo, entre las que se encontraban los Hoteles Prefecturales³², se sometieron al proceso de reordenamiento a través de la transferencia total de la propiedad al sector privado.

Entre las normas legales que se han aprobado para incentivar el Turismo, principalmente destacan:

La Ley No. 2064 de 3 de abril de 2000 (Ley de Reactivación Económica) donde se establece:

- i) Que el sector de turismo se considera como exportación de servicios, a efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- ii) El descuento del Impuesto a la Propiedad de Bienes Inmuebles (IPBI) a la Actividad Hotelera. Básicamente se estipula que todos los bienes inmuebles dedicados exclusivamente a la actividad hotelera, serán valuados tomando en cuenta el 50% de la base imponible.

La Ley No. 2074 de 14 de abril de 2000 (Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia) donde se establece:

- iii) El marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

³¹ Se define la privatización como la venta, traspaso o transferencia, por cualquier medio de la totalidad o de una parte de los activos o actividades de una empresa, que sean del dominio total o parcial del Estado boliviano, a una persona individual o colectiva que no sea del Estado boliviano o una dependencia de éste; exceptuando aquellas comprendidas en los artículos 138 y 139 de la Constitución Política del Estado.

³² Los Hoteles privatizados fueron: Hotel Balneario Asahi (1995), Hotel Prefectural Caranavi (1993), Hotel Prefectural Chulumani (1995), Hotel Prefectural Copacabana (1995), Hotel Prefectural Coroico (1996), Hotel Prefectural Pando (1993), Hotel Prefectural Sorata (1996), Hotel Prefectural Tarija (1993), Hotel Prefectural Urmiri (1995), Hotel Prefectural Liriuni (1993), Hotel Prefectural Viscachani (1996), Hotel Tarabuco (1993), Hotel Terminal de Oruro (1996).

iv) La importancia del turismo como una activada estratégica para el desarrollo integral del país.

3.5. MANUAL DE TECNICAS NORMATIVAS³³

El Manual de Técnicas Normativas se aplica a la actividad normativa de Administración Nacional y de la Administración Departamental.

Es función del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos realizar el control y seguimiento de la aplicación de este Manual de Técnicas Normativas, en la redacción de todo instrumento normativo por los órganos del Poder Ejecutivo.

El presente manual nos guiará en la elaboración del Anteproyecto de Decreto Supremo, para la creación de Empresas Públicas Hoteleras.

3.6. LEGISLACION COMPARADA

3.6.1. CASO PERU³⁴

En Perú La Ley 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, es el ente rector en materia de Comercio Exterior y Turismo, y tiene entre sus funciones, establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turísticas, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia.

³³ Decreto Supremo No. 25350 del 8 de abril de 1999, “Manual de Técnicas Normativas”, Pág. 1

³⁴ Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, 024/2014 – MINCETUR Perú.

El Reglamento de Establecimientos de Hospedaje fue aprobado por Decreto Supremo No. 029-2004-MINCETUR; conforme con el numeral 8, del Artículo 118 de la Constitución Política del Estado Peruano, la Ley No. 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la Ley No. 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR y la Ley 29408, Ley General de Turismo.

Desde la dación del citado Reglamento, en Perú, se han emitido diversas normas, entre ellas, la Ley 29408, Ley General de Turismo, que establece los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, así como diversas disposiciones vinculadas a la actividad turística, por lo que resulta necesario aprobar un nuevo reglamento que regule los establecimientos de hospedaje, conforme a la normatividad vigente.

3.6.2. CASO ECUADOR³⁵

El Gobierno Nacional del Ecuador, está impulsando un proceso de depuración del ordenamiento jurídico ecuatoriano; como resultado de ese proceso, se han expedido ya varios decretos ejecutivos que derogan cuerpos legales obsoletos o inaplicables y que establecen procedimientos unificados; como parte de ese proceso, es necesario reunir en cuerpos jurídicos unificados, los varios reglamentos que se encuentran vigentes y regulan una misma materia; al momento están vigentes varios decretos ejecutivos y acuerdos ministeriales relacionados con la actividad turística, que es necesario concordar y sistematizar en un solo cuerpo normativo, la Comisión Jurídica de Depuración Normativa ha recomendado la expedición del decreto 2400, Reglamento General de Actividades Turísticas; y, en ejercicio de la potestad reglamentaria, prevista en el Art. 171 de la Constitución Política de la República del Ecuador.

³⁵ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No. 3400, 29 de Noviembre de 2002, Ecuador.

El mencionado Reglamento, contempla Alojamientos Hoteleros (hoteles, hostales y pensiones, hosterías, moteles, refugios y cabañas) y Alojamientos Extra hoteleros (Complejos vacacionales, campamentos y apartamentos), Casinos y Casa de Juego, así como también Agencias de Viaje, Ecoturismo, y Turismo Social.

3.6.3. CASO ARGENTINA³⁶

La actividad del alojamiento turístico en Argentina, se encuentra regulada por normas de carácter local como son (provinciales y/o municipales) habiendo tantas Reglamentaciones como provincias y municipios existentes, incluyendo la autonomía de la Ciudad de Buenos Aires.³⁷

La ausencia de facultad por parte del gobierno nacional para regular la actividad de alojamiento turístico y el crecimiento de la actividad hotelera y para hotelera ha llevado a que las provincias regulen la actividad sin una articulación entre ellas. Siendo muy heterogéneas entre sí, esta situación demuestra la clara falta de uniformidad en los criterios tanto en las modalidades como en las características que hacen a las diferentes categorías y tipos de establecimientos.

Se observa la existencia de una gran cantidad de normas sobre esta actividad que conforman un complejo marco legal presentando un alto grado de disparidad y uniformidad de criterios, con el agravante de que dichas normas han sido dictadas en diferentes años o décadas, con la consecuente falta de adecuación y actualización a las actuales modalidades de alojamiento turístico.

³⁶ Regulación de Alojamientos Turísticos, Ley 4701, 14 de noviembre de 2013, Argentina.

³⁷ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 1

Esto provoca que las modalidades de alojamientos contempladas en una provincia no guarden similitudes con otras denominadas de la misma manera en otra provincia.³⁸

Esta situación genera grandes dificultades al momento de establecer parámetros de clasificación y de categorización, acentuando una gran diferencia entre establecimientos clasificados bajo la misma denominación, Ej. “complejos turísticos” “cabañas” entre otros, en diferentes. Lo que afecta, principalmente, al turista quien se priva de conocer, a través de estándares reconocidos internacionalmente, cuál es la calidad del servicio que ha de contratar.³⁹

Si sumamos a lo anterior, el gran defecto de la legislación de la actividad, es que en su gran mayoría limitan su control a la creación de un registro, identificación de modalidades y categorías y aspectos edilicios, sin considerar aspectos de calidad de servicio, infraestructura y recursos humanos.⁴⁰

La situación planteada conforma una difícil realidad en la actividad hotelera nacional, tanto desde el punto de la oferta como de la demanda y se traduce en la necesidad de regular ya no solamente los aspectos de infraestructura, sino que debería hacer mayor hincapié en los aspectos relacionados con la calidad de los mismos.⁴¹

Tomaremos como referencia la Ley 4631, Ley de Regulación de Alojamientos Turísticos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que tiene por objeto la

³⁸ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 2

³⁹ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 2

⁴⁰ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 3

⁴¹ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 3

regulación en materia de clasificación, categorización, inscripción y control de los establecimientos en los que se brindan los servicios de alojamiento turístico. Solamente se puede ofrecer y/o brindar el servicio de alojamiento turístico en establecimientos autorizados, clasificados, categorizados e inscriptos en el Registro de Prestadores Turísticos, creado por la Ley 600 (BOCBA 1229).⁴²

Como mencionamos anteriormente en Argentina, existen reglamentos referidos a turismo y hotelería para cada provincia, existiendo diferencias en su categorización y clasificación, deteriorando la calidad de servicio que se brinda a los turistas.

Desde el 2005, el Sistema Argentino de Calidad Turística, conocido también como SACT, tiene como objetivo establecer criterios uniformes de calidad, pensados para todas las actividades que conforman la oferta turística, entre las cuáles se encuentra el servicio de alojamiento. El Sistema, se estructura sobre la base de tres niveles de exigencia, a saber: inicial, avanzado y de excelencia.⁴³

Por otro lado, en el nivel avanzado del SACT se encuentran las Normas Sectoriales IRAMSECTUR. La entonces Secretaría de Turismo de la Nación (actualmente Ministerio de Turismo) analizó la situación turística-hotelera y detectó la necesidad de generar normas sectoriales de calidad a fin de posibilitar la estandarización de la calidad de procesos y servicios turísticos en nuestro país.⁴⁴

⁴² Ley 4631, Ley de Regulación de Alojamientos Turísticos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Pág. 1

⁴³ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 3

⁴⁴ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 4.

A partir de un acuerdo con el Instituto Argentino de Normalización (IRAM) desde el año 2008 a la actualidad se han presentado una gran cantidad de normas Sectoriales, entre las cuales podemos mencionar las normas IRAM-SECTUR de Hoteles, Bed & Breakfast; Campings; Hostels; Alojamiento Rural y Cabañas.⁴⁵

Hoy las normas sectoriales IRAM-SECTUR son herramientas propias del nivel avanzado del Sistema Argentino de Calidad Turística. Estas normas sectoriales resultan ser mucho más específicas, comparadas con otras normas de calidad, considerando la necesidad de plantear políticas de calidad que no sólo que definan la misión, visión, objetivos de calidad, de seguridad y de gestión medio ambiental, sino también la responsabilidad social del prestador del servicio.⁴⁶

Por otra parte, se suman a la conocidas Norma internacionales ISO 9001, otras herramientas de gestión de la calidad, como por ejemplo respecto a la gestión ambiental ISO 14000, gestión de la inocuidad de los alimentos.⁴⁷

3.6.4. CASO VENEZUELA⁴⁸

Según la Gaceta Oficial N° 36.607 de fecha 21 de diciembre de 1998, la PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DE VENEZUELA (Rafael Caldera Presidente), publica el Decreto N° 3.094 de fecha 9 de diciembre de 1998. Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico. En ejercicio de la atribución que le confiere el ordinal 10°

⁴⁵ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 5.

⁴⁶ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 5.

⁴⁷ Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis, Pág. 5.

⁴⁸ Decreto No. 3094 del 9 de diciembre de 1998, Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, Venezuela.

del artículo 190 de la Constitución, en concordancia con lo establecido en el artículo 87 de la Ley Orgánica de Turismo.⁴⁹

Los establecimientos de alojamiento turístico deberán estar inscritos en el Registro Turístico Nacional que lleva la Corporación de turismo de Venezuela. Según la siguiente categorización:⁵⁰

- a) Hotel de Turismo: De una (1) a cinco (5) estrellas.
- b) Hotel Residencia de Turismo: De una (1) a cinco (5) estrellas.
- c) Motel de Turismo: De una (1) a tres (3) estrellas.
- d) Hospedaje o Pensión de Turismo: De una (1) a dos (2) estrellas.
- e) Posada de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- f) Estancia de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- g) Hato, Finca o Hacienda de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- h) Campamento de Turismo: De tercera (3a.) a primera (1ra.) clase

Tanto en Perú, Venezuela, Ecuador, la legislación utilizada para el Sector del Turismo es similar, exceptuando con Argentina, que cada provincia y ciudad cuenta con su propio reglamento, no está unificado, causando por este motivo diferencias en la categorización y clasificación de los alojamientos turísticos.

⁴⁹ Decreto No. 3094 del 9 de diciembre de 1998, Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, Venezuela, Pág. 1.

⁵⁰ Decreto No. 3094 del 9 de diciembre de 1998, Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, Venezuela, Art. 11, Pág. 3.

CAPITULO IV

ANÁLISIS EMPÍRICO

4.1. BASES DEL MODELO DE DECRETO SUPREMO SOBRE LA CREACIÓN DE EMPRESAS PÚBLICAS HOTELERAS EN EL PAÍS, QUE SE PROPONE.

El tema de investigación, fue realizado en base a todos los puntos expuestos en los capítulos precedentes, siendo la hotelería y el turismo importantes para el desarrollo económico y la generación de nuevos empleos en el país es que se propone la creación de Empresas Públicas Hoteleras que puedan satisfacer los requerimientos del turismo receptivo e interno. Estas empresas se registrarán de acuerdo a la Ley N° 466, “Ley de la Empresa Pública”, por tanto a continuación se presenta una propuesta, de Decreto Supremo, sobre la creación de empresas públicas hoteleras en el país.

4.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, SOBRE LA CREACIÓN DE EMPRESAS PÚBLICAS HOTELERAS.

Luego de plantear la investigación y definir su enfoque, alcance y diseño se hace necesario recopilar información, pero esta vez de la realidad fáctica de los actores relacionados con la hotelería, para la creación de empresas públicas hoteleras, realidad y experiencia que nos permitirá llegar a conclusiones, mediante los procedimientos conocidos como técnicas e instrumentos de recolección de datos, en el presente trabajo de investigación se utilizó además; la técnica de la encuesta, la cual se realizó a través de entrevistas directas, en forma aleatoria, para la captura de la información de los viajeros internacionales, tanto de los nacionales denominado turismo emisor, en el momento de su llegada al país procedentes del exterior, como de los

extranjeros denominado turismo receptor, en el momento de la salida del país con destino a país de origen.

A la fecha existen 95 establecimientos de hospedaje turístico, registrados en la Cámara Departamental de Hotelería La Paz, desde las Suites, Apart Hotel, Hoteles, Hostales y Residenciales, Alojamientos y Hoteles Regionales. De todos estos se tomaron como muestra los 11 hoteles de 3 estrellas Registrados, siendo estos considerados como promedio en cuanto a servicios y tarifa los mismos que son accesibles a la mayoría de los visitantes extranjeros y nacionales.

El tiempo de duración de la encuesta fue de un mes calendario, entre los meses de marzo - abril, cuyo instrumento de recolección de información mediante cuestionarios fue aceptable.

Los cuestionarios fueron aplicados a los Actores Hoteleros, como la Cámara Departamental de Hotelería La Paz, y a pasajeros que llegan a Hoteles de 3 estrellas registrados en la Cámara Departamental de Hotelería La Paz (Ver Anexo 10).

4.3. ANALISIS DE LOS CUESTIONARIOS A LOS ACTORES DE LA HOTELERIA.

La Cámara Departamental de Hotelería La Paz, fue la institución que nos brindó toda la información necesaria para realizar el presente trabajo.

Según el cuestionario realizado a la Presidenta de la CDHLP Lic. Tatiana Paredes, tenemos los siguientes resultados:

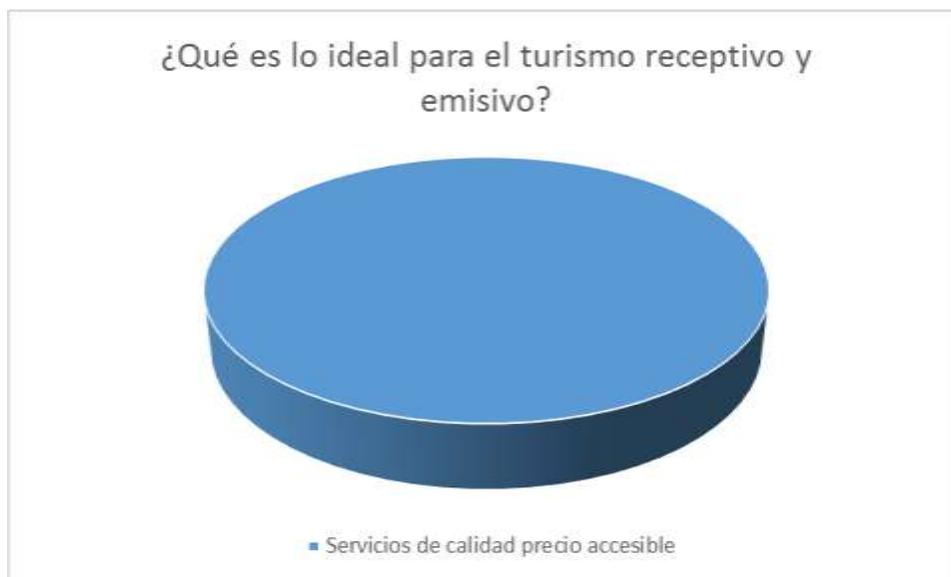
- El 70% de los hoteles llevan una administración empírica y está dirigida por familias.



- La rentabilidad de una empresa dedicada a la hotelería depende de la administración y los conocimientos que tenga la máxima autoridad encargada del manejo.



- La creación de una empresa hotelera que brinde servicios de calidad y a un costo accesible, sería lo ideal para el turismo emisor y receptor.



- El 80% de los hoteles no cuentan en el área operativa con personal apto para realizar las funciones requeridas, como: limpieza, camareras, bell boys, garzones, capitán de eventos, maitré, etc.



- Existen Instituciones que forman garzones y otros pero debido al alto costo de estudio no pueden acceder a los mismos.



- El 85% de los hoteles cobran tarifas que no están acorde a sus servicios.



- Actualmente los hoteles por ser privados tienen como objetivo principal: obtener ganancias monetarias.



De acuerdo a las encuestas realizadas a los pasajeros tanto nacionales como extranjeros que llegan a establecimientos hoteleros de tres estrellas, tenemos los siguientes resultados:

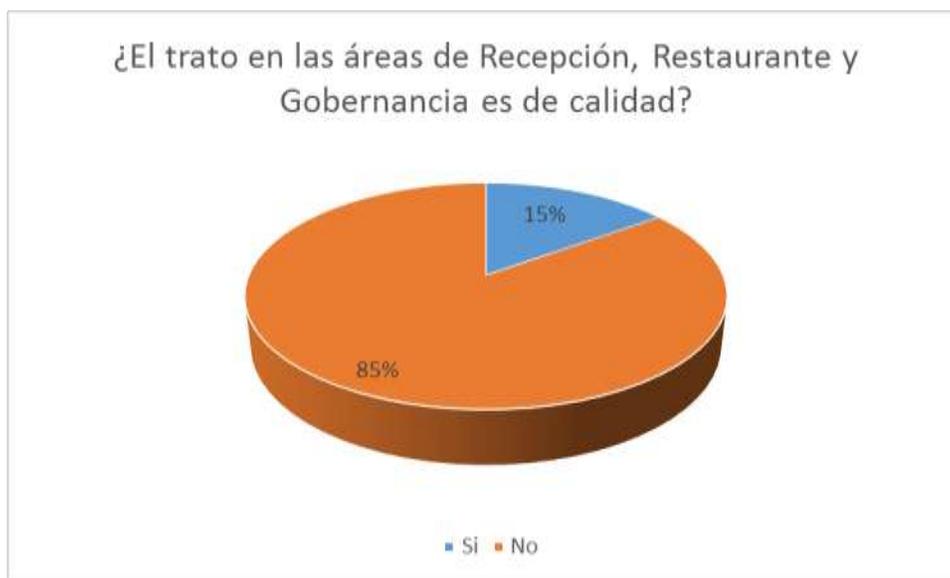
- El 100% de los huéspedes buscan sentirse como en su casa.



- El 65% afirma que la habitación debe contar con una buena cama, limpia y una ducha con abundante agua caliente.



- El 85% de los huéspedes no están satisfechos con el trato que se les da en las diferentes áreas del Hotel como: Recepción, Gobernancia y Restaurante.



- El 75% de los turistas no están satisfechos con los hoteles que visitaron porque cobran tarifas que no están acorde a los servicios que brindan.



- Al 80% de los encuestados les gustaría contar con un Hotel que satisfaga sus necesidades y que el costo sea acorde con los servicios que brindaría.



- El 90% de las encuestas reflejan que los turistas están dispuestos a pagar de Bs. 400.- a Bs. 600.- por el servicio de una habitación que incluya el desayuno buffet y un buen trato.



4.3.1. Relación entre variables.

CRUCE VARIABLES	La rentabilidad de una empresa depende de la administración y profesionalismo	Las exigencias del turismo receptivo e interno calidad en el servicio y precio accesible	Las tarifas no están acorde a los servicios que brindan los hoteles	El objetivo de las empresas privadas es obtener utilidades
Administración hotelera empírica	75%	85%	77.5%	80%
Hoteles no cuentan con personal calificado	80%	90%	82.5%	85%
No existen instituciones que formen profesionales en el área operativa de hoteles y que estén al alcance de cualquier persona	85%	95%	87.5%	90%
Total Promedio	80%	90%	82.5%	85%

El 75% de los hoteles están de acuerdo que se necesita de una buena administración y profesionalismo para mejorar la rentabilidad de la empresa y al mismo tiempo aceptan que la administración en los hoteles es empírica, basada en la experiencia que los dueños adquirieron a través de los años.

El 80% de los hoteles necesitan de una buena administración y profesionalismo además de personal calificado y el 85% coinciden en que no existen instituciones que formen profesionales en el área operativa y que estén al alcance de cualquier persona.

El 90% de los hoteles afirman que los visitantes provenientes del turismo receptivo e interno exigen calidad en el servicio y precio accesible, a la vez cuentan con una administración empírica y personal no calificado por la falta de instituciones que formen profesionales en el área operativa.

El 82.5% de los hoteles brindan servicios que no satisfacen las exigencias de los huéspedes por lo cual el precio pagado por los mismos no es razonable.

El 85% de las empresas privadas tienen como objetivo principal obtener utilidades, para el logro del mismo deberán contar con una buena administración y profesionalismo, personal calificado y sobre todo considerar que la calidad del servicio como objetivo principal conllevara a la consecución de los objetivos específicos como la obtención de utilidades.

CRUCE VARIABLES	Huéspedes buscan sentirse como en su casa con una buena cama limpia y ducha con abundante agua caliente 82.5	Turistas no están satisfechos con los hoteles que visitaron porque cobran tarifas no acordes a los servicios que brindan 75
Huéspedes no están satisfechos con el trato que se les da en las distintas áreas del hotel. 75	78.5%	75%
Huéspedes requieren un hotel que satisfaga sus necesidades y el costo sea acorde con los servicios que brinde. 80	81.2%	77.5%
Turistas están dispuestos a pagar 400 a 600 Bs. Por servicio de habitación, desayuno buffet incluido y un buen trato.90	86.2%	82.5%
Total Promedio	81.9%	78.3%

El 81.9% de los huéspedes no están satisfechos con el trato que se les brinda en las distintas áreas del hotel, ellos buscan sentirse como en su casa con una buena cama limpia y ducha con abundante agua caliente por lo cual están dispuestos a pagar entre Bs. 400 a Bs. 600 por el servicio de habitación, desayuno buffet incluido y un buen trato.

El 78.3% consideran que el precio que pagan por los servicios que reciben no es razonable, exigen un buen trato y calidad en el servicio.

4.3.2. Relación de variables con la historia.

Antiguamente no se contaba con establecimientos de hospedaje tan sofisticados como los actuales, quienes realizaban un viaje al extranjero no

estaban seguros de encontrar un recibimiento agradable. Muchos ricos de la antigüedad competían entre sí ofreciendo libre hospitalidad a los extranjeros.

En Grecia se hicieron acuerdos entre estados para realizar intercambios comerciales en los que se contempló la apertura de alojamientos libres para los comerciantes. Algunos de estos antiguos estados griegos construyeron hospederías estatales en los que los peregrinos comían y se alojaban libremente.

En los primeros tiempos del imperio romano las posadas se construían y gestionaban a expensas del estado y se gestionaban a las necesidades de los funcionarios estatales y de los embajadores de los países extranjeros.

Inevitablemente con la mejora generalizada de las condiciones económicas y con la expansión del comercio, la hospitalidad privada y la hospedería pública se demostró que eran inadecuadas. Los alojamientos públicos comenzaron a aparecer durante el Imperio Romano, localizándose a lo largo de las rutas comerciales y las principales vías públicas, los alojamientos no eran más que los prostíbulos, sin embargo en los centros de recreo del litoral habían hoteles bastante buenos. Con la caída del Imperio Romano la hospitalidad privada volvió a imponerse, se basó en la ética cristiana y se centró en las instituciones monásticas, que llegaron a convertirse en la columna vertebral de la civilización, el comercio y la industria.

Con el crecimiento de las ciudades y con el desarrollo de los centros comerciales, culturales y religiosos se asiste a la apertura generalizada de alojamientos. Durante las centurias ya había posadas por todas las ciudades pero tenían un nivel de calidad muy bajo, en ocasiones los visitantes eran obligados a compartir la cama con otros huéspedes.

En Inglaterra ofrecían a los huéspedes buena comida y bebida, dejando de lado la atención, mientras que en Francia pagando el doble recibían buena comida y buena atención.

El primer hotel de moderna concepción fue el Badische Hof en Alemania comparado con las antiguas posadas era bastante lujoso. En los años cincuenta apareció el primer hotel de propiedad corporativa “El Grand Hotel” construido en Paris. Francia ejerció una influencia clara en las empresas hoteleras, y desde la década de los ochenta, Estados Unidos, con sus hoteles gigantes de 500 habitaciones y más, llegó a ejercer el liderazgo.

En la actualidad un hotel europeo de 500 habitaciones se considera grande, el tamaño ha venido aumentando continuamente hasta conseguir que un hotel de 1000 habitaciones o más no resulte inusual. La industria hotelera es hoy una de las industrias del billón de dólares y en muchos países europeos ocupa ya el primer puesto de la industria nacional, como por ejemplo: Austria, Francia, Italia y Suiza.

4.3.3. Relación de variables con la teoría.

Es indiscutible que los hoteles constituyen uno de los elementos más importantes de la industria turística de un país. Un país puede tener en su territorio el máximo número de atracciones turísticas de las clases más diversas, pero sin buenos y confortables hoteles no es posible que aumente su turismo. La base de un turismo prospero es la industria hotelera eficiente ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas.

Cuando los turistas solicitan alojamiento, exigen que sea limpio y de precio ajustado sin importar que se trate de un hotel o de una casa de verano. Puede ser que un hotel sea lujoso sin embargo si tiene camas cortas y estrechas como para razas de poca talla no cumplirán con los requerimientos de los visitantes.

La demanda y la oferta de alojamiento hotelero de cualquier lugar son, como la demanda y la oferta de cualquier otro agente de producción o mercancía, fenómenos mutuamente interdependientes que inciden la una sobre la otra. Con respecto a la calidad y el precio se influyen mutuamente entre sí.

La actividad hotelera difiere de la mayoría de las actividades productivas tanto en la rigidez de la oferta como en el hecho de que por ser un servicio debe ser consumida en el lugar de producción. El hotelero no puede seguir a los consumidores con su mercancía como hacen otros productores sino que tiene que esperar pacientemente a los consumidores.

4.3.4. Relación de variables con la legislación y reglamentación.

La ley 2074 “Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia” reconoce a los prestadores de servicios turísticos quienes deben regularse mediante reglamentación sectorial.

Las empresas de hospedaje están reguladas por el Reglamento de Empresas de Hospedaje Turístico.

Las Unidades Departamentales de Turismo dependientes de las Gobernaciones Departamentales están encargadas de:

- Fijar y, en su caso, modificar la clase o categoría de los Establecimientos de Hospedaje Turístico.
- Verificar que los Establecimientos de Hospedaje Turístico cumplan con sus propios servicios y no realicen actividades que correspondan a otras categorías de servicios turísticos.
- Resolver los reclamos de turistas y/o Establecimientos de Hospedaje Turístico dentro del ámbito de aplicación administrativa de la Unidad Departamental de Turismo correspondiente.
- Proporcionar la capacitación permanente de los recursos humanos de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, en coordinación con el Viceministerio de Turismo.
- Ejercer discrecionalmente la supervisión del estado de conservación de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, así como las condiciones y calidad de los servicios.

En la práctica no se cumplen y cada hotel se encarga de capacitar a su personal, las evaluaciones con respecto a las condiciones hoteleras y calidad de los servicios son superficiales. Muchas veces los reclamos de los turistas se quedan sin resolver puesto que estos no tienen tiempo para hacer el seguimiento correspondiente, su tiempo de viaje es limitado.

El Reglamento no considera obligatoria la inscripción de los hoteles en las Cámaras Hoteleras.

Las partes de movimiento de pasajeros deben ser entregadas por los hoteles a la policía turística, Policía Técnica Judicial, interpol, Fuerza Especial de Lucha contra el Narcotráfico, Inteligencia y Unidad Departamental de Turismo. Los respectivos formularios son entregados a las Cámaras Departamentales Hoteleras las mismas son entregadas a sus afiliados, por consiguiente las

estadísticas otorgadas por estas Cámaras no son reales, porque al no ser obligatoria la inscripción, muchos hoteles no se encuentran registrados en estas.

La Ley 466 “Ley de la Empresa Pública” no contempla a los hoteles, además señala que las pequeñas empresas estatales generan recursos estratégicos y fomentan la producción local en distintos municipios del país, asimismo considera a la prestación de servicios como uno de los ejes de la economía del país.

Esta norma también establece que todas las empresas públicas deben constituir una reserva legal del 5% como mínimo de las utilidades líquidas obtenidas hasta alcanzar la mitad del capital pagado destinada a cubrir pérdidas eventuales, en caso de que las pérdidas no sean cubiertas con la reserva legal, las utilidades no podrán ser distribuidas. Cada año las empresas públicas estarán sujetas a auditoría externa, realizada por una firma legalmente constituida en el país.

Es por todas estas situaciones que: se necesita una normativa legal específica, construida desde las bases y con base en toda la experiencia adquirida a lo largo de todos estos años en el área de hotelería, donde se tomen en cuenta seriamente las falencias y las virtudes del área.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES.

Después de haber realizado la presente investigación, se ha determinado que no existen lineamientos jurídicos para la creación de empresas públicas hoteleras a cargo de las Gobernaciones Departamentales, llegando así a las siguientes conclusiones:

1. El Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico, establece y norma a los hoteles para que puedan cumplir con las condiciones hoteleras y calidad de los servicios que en la práctica no se cumplen y cada hotel se encarga de capacitar a su personal, las evaluaciones con respecto a las condiciones y calidad de los servicios son superficiales. Muchas veces los reclamos de los turistas se quedan sin resolver por su tiempo de viaje que es limitado.
2. El Reglamento No considera obligatoria la inscripción de los hoteles en las Cámaras Hoteleras; sin embargo los formularios de partes diarios de movimiento de pasajeros son entregados a la Cámaras Departamentales Hoteleras quienes facilitan a sus afiliados para que realicen el registro y puedan entregarlos a las instancias correspondientes. Por tanto, las estadísticas otorgadas por estas Cámaras no son reales, porque al no ser obligatoria la inscripción, muchos hoteles no se encuentran registrados en estas.
3. La Ley 466 “Ley de la Empresa Pública” no contempla a los hoteles, además señala que las pequeñas empresas estatales generan recursos estratégicos y fomentan la producción local en distintos municipios del

país, asimismo considera a la prestación de servicios como uno de los ejes de la economía del país.

4. Esta norma también establece que todas las empresas públicas deben constituir una reserva legal del 5% como mínimo de las utilidades líquidas obtenidas, destinada a cubrir pérdidas eventuales, en caso de que las pérdidas no sean cubiertas con la reserva legal, las utilidades no podrán ser distribuidas.
5. La industria turística en Bolivia genera divisas y representa un 4,57% del PIB nacional compite en cuanto a generación de ingresos con sectores tradicionales como gas natural, minerales, soya y derivados.
6. El turismo genera fuentes de empleo directos, reclutando a recursos humanos en su mayoría no certificados por una institución académica (Bell Boy, camareras, garzones, ayudantes de cocina, porteros, entre otros), constituyendo estos en mano de obra barata. En consecuencia se forman capacidades, habilidades, destrezas a lo largo de la experiencia en el puesto de trabajo, y por estudios realizados son pocos los que consideran su trabajo una profesión para su vida. ¿por qué?. La respuesta se la encuentra en el bajo salario, no cuentan con seguro de salud, contratos temporales, generado una inestabilidad laboral.
7. En promedio, el periodo 2010 se registraron 502.431 visitantes extranjeros anualmente y 1.160.314 turistas nacionales, es decir, más del doble del turismo receptivo captado. El flujo de visitantes tanto nacionales como extranjeros ha establecido establecimientos de hospedaje ha tenido una recuperación notable a partir de 2010; recuperando el 2015 con 2.074.804 visitantes, sin embargo aún persiste la diferencia a favor del

turismo interno lo que implica una necesidad por estimular la imagen y promoción de los destinos turísticos del país.

5.2. RECOMENDACIONES.

Se recomienda que la presente propuesta y la aplicación de una norma legal específica, para la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales como parte de la actividad turística, el desarrollo económico, y la generación de empleos, sea analizada, sea modificada y enriquecida si corresponde, para luego presentarlo al Gobierno Nacional, dentro del marco de la iniciativa legislativa ciudadana y se impulse su aprobación, como Decreto Supremo.

Los municipios autónomos estarán a cargo del mantenimiento y mejoramiento de los atractivos turísticos como: museos y monumentos, ruinas y parques nacionales, salares, flora y fauna, folklore entre otros, asimismo coadyuvaran con la Gobernación Departamental para el mantenimiento de las vías de acceso en toda la región central e interprovincial del departamento.

Se recomienda que la Gobernación Departamental a través de las Unidades Departamentales de Turismo, se encarguen de hacer cumplir el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico, asimismo realizar una revisión del mismo para que se pueda modificar algunas contradicciones como el capítulo de las Cámaras Hoteleras.

LINEAMIENTOS JURIDICOS

No se implementó una norma jurídica que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de las Gobernaciones Departamentales, contemplado en la Ley de la Empresa Pública

La construcción de la norma para la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de las Gobernaciones Departamentales, se encuentra establecido por mandato expreso de la Ley N° 466, en su Art. 24.

La construcción de una norma legal específica que permita la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de las Gobernaciones Departamentales, coadyuvara al turismo en el desarrollo económico, y la generación de nuevos empleos.

5.3 DECRETO SUPREMO PROPUESTO:

La presente propuesta de Decreto Supremo para la “Creación de Empresas Públicas Hoteleras en el país”, fue elaborada tomando en cuenta la Ley de la Empresa Pública, Ley No. 466 del 26 de diciembre de 2013, a la fecha no existen Hoteles que dependan del Estado, motivo por el cual se propone el siguiente Proyecto de Decreto Supremo aplicable a la ciudad de La Paz:

DECRETO SUPREMO

**EVO MORALES AYMA PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DEL ESTADO
PLURINACIONAL DE BOLIVIA**

C O N S I D E R A N D O:

Que la ciudad de La Paz, cuenta con la suficiente capacidad hotelera receptiva para el turismo nacional e internacional.

Que, el Departamento de La Paz, cuenta con lugares apropiados para expansión y dispersión turística, los cuales se encuentran desprovistos de

infraestructura hotelera con la capacidad para satisfacer las exigencias del Turismo y que dependan del Estado. Que las provincias cuentan con recursos naturales, condiciones físico-climáticas que explotados apropiada y sistemáticamente significarán la parte complementaria de la política de promoción y recepción turística del Departamento.

Que, al no contarse con hoteles receptivos de calidad en los lugares apropiados de altura, vegetación, paisaje, etc., así como también en el centro de la ciudad, la Isla del Sol, Sorata, Sapahaqui, etc., es decir en toda región central e interprovincial del departamento se hace necesaria la construcción de un hotel que justifique la política de implementación.

Que, la política de fomento turístico debe extenderse al área provincial, conformando una política de implementación a la actividad principal mediante la creación de las mejores condiciones turísticas dependientes del lugar como: museos y monumentos, ruinas y parques nacionales, lagos, cordilleras, nevados y salares entre otros, que deberán ser objeto de mantenimiento y mejoramiento por parte de los municipios autónomos, cuya condición posibilitará la construcción de nuevos hoteles que estén a cargo de las Gobernaciones Departamentales y comprendan calidad, comodidad, confort y el management hotelero, aspectos requeridos por el turismo internacional.

Que, los requerimientos de implementación implican una política prioritaria que traerá consigo múltiples beneficios colaterales desde la explotación de los recursos naturales y la generación de valor agregado hasta la generación de divisas y la generación de empleos.

Que, las localidades y el centro del departamento de La Paz al igual que los pueblos adyacentes se verán socioeconómicamente favorecidas con la

construcción de empresas públicas hoteleras a cargo de la Gobernación Departamental, mediante la generación de un proceso de Urbanización y la promoción y organización de las actividades agrícolas y artesanales, generación de nuevos empleos. Además como una respuesta a la necesidad de generar recursos como fuente de ingresos frente a la crisis del gas por la cual atraviesa nuestro país.

Que, para precautelar los recursos económicos – financieros del Estado Plurinacional de Bolivia, se deberá realizar el proyecto de factibilidad correspondiente, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

La industria turística en Bolivia generó divisas por el valor de \$us 544,3 millones en turismo receptivo y \$us 479,8 millones en turismo interno, haciendo un total de \$us 1.024.082.861. El turismo representa un 4,57% del PIB nacional. Compite en cuanto a generación de ingresos con sectores tradicionales como gas natural, minerales, soya y derivados.⁵¹

Evaluación de la oferta, analizar la zona no solo desde el punto de vista del conjunto de sus atractivos, de su valor paisajístico, arquitectónico o de servicio, sino también desde su posición con respecto a las principales ciudades, aeropuertos y otros destinos turísticos.

Entre los sitios turísticos de Bolivia que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, figuran los siguientes:

- Ruinas de la Ciudad de Tiwanaku, la más antigua cuna de la civilización humana de toda América.
- Amazonía, el gran pulmón del planeta, santuario de la vida silvestre.

⁵¹ INE, Instituto Nacional de Estadística

- Parque Nacional Noel Kempff Mercado, representativo de la amazonía y biodiversidad.
- Parque Nacional Madidi, uno de los 20 mejores lugares del mundo acorde a National Geographic;
- Parque Nacional de Toro Toro, riquezas paleontológicas, cavernas y pinturas rupestres;
- Misiones Jesuíticas de Chiquitos, únicas misiones vivas de toda Sudamérica;
- Fuerte de Samaipata, roca tallada por los incas como límite de su imperio;
- Carnaval de Oruro, gran festividad donde se mezcla lo religioso con lo pagano;

Otros sitios atractivos son:

- Lago Titicaca, lago navegable más alto del mundo;
- La Isla del Sol, lugar sagrado de nacimiento de los fundadores del Imperio Incaico;
- La Isla de la Luna, lugar sagrado de los Incas;
- Copacabana, a orillas del Titicaca alberga a la Virgen de Copacabana;
- Cordillera de los Andes, la cadena montañosa más extensa del planeta que atraviesa el continente;
- Nevado Sajama, montaña más alta del país con el bosque más alto del mundo;
- Salares de Uyuni y Coipasa, las mayores planicies de sal del planeta;
- Hotel de Sal, único país del mundo en poseer un hotel de tal característica;
- Lagunas Verde y Colorada, santuario de flamencos andinos junto a uno de los mayores volcanes activos del planeta, el Licancabur;

- Parque Cretácico Cal Urqu, sitio con huellas de dinosaurio, más importante del mundo con más de 5.000 huellas de 294 especies de dinosaurios;
- Cerro Rico, antiguamente el mayor yacimiento de plata del orbe.

El sector del Turismo se vincula estrechamente con la industria de alimentos y bebidas, textiles, joyería, artesanías y a través de estos, con el sector comercio. Al mismo tiempo el turismo depende y beneficia a sectores como transporte (aéreo, férreo, fluvial y carretero), construcción (edificación de hoteles, centros de recreación y diversión, entre otros), energía y comunicaciones.

La estructura de hospedaje en Bolivia se clasifica de la siguiente manera: Hoteles (de una a cinco estrellas), Apart Hoteles, Residenciales (de una a cuatro estrellas), Alojamientos (categorías de la A a la C) y Casas de Huéspedes. En la gestión 2010 el número de hoteles era de 188 y el 2015 era de 280 representando un crecimiento del 49%; el 35% de los hoteles son de tres estrellas.

Respecto a la infraestructura de hospedaje se observa que el número de camas disponibles paso de 35.641 a 44.391 entre el 2010 y 2015 representando un crecimiento del 25%. De las 44.391 camas disponibles del 2015 el 40% corresponde a hoteles, 31% a alojamientos; 25% residenciales; 4% a apart hoteles y 1% a casas de huéspedes.⁵²

Evaluación de la demanda, la actividad turística se ha ido incrementando a través del tiempo, que recibiendo el incentivo necesario en materia de infraestructura y servicios, podría convertirse en una fuente de crecimiento

⁵² INE, Instituto Nacional de Estadística

económico muy importante que a su vez contribuirá a elevar la calidad y el nivel de vida de sus habitantes.

El ingreso de visitantes a establecimientos de hospedaje, hace referencia exclusivamente a los registros de entrada de huéspedes en los establecimientos, señalando básicamente la cantidad de clientes que hicieron uso del servicio de alojamiento, independientemente del número de días que permanecieron en ellos.

En promedio, el periodo 2010 a 2015 se registraron 502.431 visitantes extranjeros anualmente y 1.160.314 turistas nacionales, es decir, más del doble del turismo receptivo captado.⁵³

Como se observa el flujo de visitantes tanto nacionales como extranjeros ha establecido de hospedaje ha tenido una recuperación notable a partir de 2010; recuperando el 2015 con 2.074.804 visitantes, sin embargo aún persiste la diferencia a favor del turismo interno lo que implica una necesidad por estimular la imagen y promoción de los destinos turísticos del país en el exterior, de modo que nos permita atraer una mayor cantidad de turistas extranjeros.

Respecto del flujo de turistas por departamento, Santa Cruz y La Paz son los que reciben mayor cantidad de visitantes tanto nacionales como extranjeros siendo las ciudades más grandes del país y con mayor número de atractivos turísticos.

Análisis FODA, servirá para definir cuatro aspectos importantes del objeto de estudio, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; la evaluación

⁵³ INE, Instituto Nacional de Estadística

consistirá en resumir y clasificar las ventajas e inconvenientes primordiales y presentar los resultados en forma breve de acuerdo con las cuatro posibilidades anteriores. Además ayudara a destacar los puntos que se debe abordar en el proceso de desarrollo y probar diversas situaciones para maximizar beneficios o minimizar impactos negativos, asimismo ayudara a decidir si realmente es conveniente llevar a cabo el proyecto o si es necesario adoptar un enfoque distinto.

Para este análisis se deberá tomar en cuenta: infraestructura, recursos, apoyo institucional, mercado turístico y territorio.

Planificación arquitectónica, surgen del estudio de la oferta y la demanda, el mismo será importante en la planificación ya que definirá el producto que será puesto en el mercado, su calidad y particularidad física. A través del Programa Arquitectónico se presentarán las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los parámetros estructurales impuestos por el Municipio correspondiente, con los requerimientos del mercado y en particular para situar al proyecto en una posición adecuada en relación con la competencia.

En este sentido, se plantea la construcción de un hotel considerando las siguientes características: categoría 3 estrellas, cantidad de habitaciones, capacidad máxima de alojamiento, distribución del edificio.

Análisis Financiero, actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador que resume las principales conclusiones logradas durante la evaluación del entorno y la planificación arquitectónica; de la primera surgen estimaciones relativas acerca de la cantidad demandada que habría de satisfacer mediante la inversión (deducción de precios y tarifas posibles, etc.); de la segunda surgen estimaciones relativas acerca de los montos aproximados

de construcción e inversión (materiales de obra, equipos, mobiliario, gastos adicionales como la instalación eléctrica, plomería, honorarios, etc., etc.).

Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

Presupuesto de inversiones la mayoría de los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en: Terreno, edificaciones, mobiliario y decoración. Pronóstico de costos y gastos operacionales, están constituidas por todas las erogaciones periódicas a las que la empresa se verá comprometida con el fin de mantener en funcionamiento el hotel.

Pronóstico de ingresos, resulta de multiplicar las cantidades a vender (habitaciones) por el precio o tarifa unitaria. Para la elaboración de este pronóstico se debe tomar en cuenta: la oferta que será puesta en el mercado, porcentajes de ocupación previstos por alcanzar durante el periodo en análisis y las tarifas promedio considerando las temporadas en turismo (altas y bajas). Estudio financiero esperado, con los elementos financieros descritos anteriormente se puede analizar a lo largo del tiempo la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación.

Análisis de la rentabilidad del proyecto, el VAN, valor actual neto es un criterio de inversión que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo, es una medida que expresa el aumento de riqueza como consecuencia de la realización de una inversión, el VAN mide la suma de flujo de caja futuros que generará el proyecto de inversión descontados a una tasa de rentabilidad que sea igual al costo de oportunidad menos el costo inicial de la inversión, si el resultado del VAN es positivo vale la pena invertir si el resultado es negativo no es conveniente invertir.

La TIR, tasa interna de retorno es un criterio de selección de inversión que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo. El TIR se define como el valor de la tasa de interés o descuento que iguala el VAN a cero, es decir el valor que iguala los flujos económicos futuros con el valor de la inversión inicial.

Asimismo, se deberá tomar en cuenta **la ISO 9001**, la cual es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente.

Esta norma es un referente mundial en SGC, superando el millón de certificados en todo el mundo. La norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto. La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir: Compromiso a sus accionistas, Reputación de su organización, Satisfacción de cliente, Ventaja competitiva. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC). Esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en todo el mundo.

Cada seis meses, un agente de certificadores realiza una auditoría de las empresas registradas con el objeto de asegurarse el cumplimiento de las condiciones que impone la norma ISO 9001. De este modo, los clientes de las empresas registradas se libran de las molestias de ocuparse del control de calidad de sus proveedores y, a su vez, estos proveedores sólo deben someterse a una auditoría, en vez de a varias de los diferentes clientes. Los proveedores de todo el mundo deben ceñirse a las mismas normas.

Que, las Gobernaciones Departamentales del Estado Plurinacional de Bolivia, al contar con sus Secretarías de infraestructura Productiva y Obras Públicas y la Dirección de Turismo, que tienen la capacidad para encaminar la ejecución de proyectos hoteleros iniciando gestión desde la fase inicial, la calificación de propuestas y la selección de empresas ejecutoras y de responsabilidad, se considera conveniente encomendarle la viabilización, supervisión y ejecución del proyecto para la creación de empresas públicas hoteleras para lo cual se requiere de la vigencia de una disposición de excepción.

EN CONSEJO DE MINISTROS,

D E C R E T A:

ARTÍCULO 1.- Se autoriza a las Gobernación del Departamento de La Paz, a ejecutar el Proyecto para la Creación de una empresa Pública Hotelera en la provincia Murillo.

ARTICULO 2.- Se autoriza a la Gobernación del Departamento de La Paz a realizar las fases de invitación, evaluación y selección de empresas que se encargarán de la administración y el manejo de los hoteles públicos, quienes deberán pagar un monto por concepto de alquiler, previamente determinado por la Gobernación en base al estudio de factibilidad.

ARTÍCULO 3.- Estas empresas Hoteleras serán regidas por la Ley de la Empresa Pública No. 466 del 27 de diciembre de 2013.

ARTICULO 4.- Los señores Ministros de Estado en los Despachos de Cultura y Turismo, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

Es dado en el Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los tres días del mes de junio de dos mil quince.

5.4. COMPROBACION DE HIPOTESIS.

En el presente trabajo de investigación se llega a establecer y comprobar que la hipótesis planteada respecto a: La propuesta y la aplicación de una norma legal específica, permitirá que el Estado implemente la creación de empresas públicas hoteleras en el país a cargo de los Gobiernos Departamentales como parte de la actividad turística, el desarrollo económico y la generación de empleos; cotejando con la fuente de encuestas se establece la necesidad de contar con empresas hoteleras en todo el país, considerando aquellos lugares turísticos con los que cuenta nuestro país.

5.5. GLOSARIO DE SIGLAS Y TÉRMINOS

Art.	Artículo
CPE	Constitución Política del Estado
CDHLP	Cámara Departamental de Hotelería La Paz
DS	Decreto Supremo
COSEEP	Consejo Superior Estratégico de las Empresas Públicas
IRAM	Instituto Argentino de Normalización
SACT	Sistema Argentino de Calidad Turística
IVA	Impuesto al Valor Agregado
VIP	Persona muy importante
Check In	Ingreso al Hotel
Check Out	Salida del Hotel
Rooming List	Lista de Pasajeros
Room Service	Servicio a la Habitación

5.6. BIBLIOGRAFIA

1. La Gran Enciclopedia de Economía, www.economia48.com
2. Historia de la Hotelería, Lic. Eilen R. Saavedra Pezo.
3. Ley N° 2074 "Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia.
4. Decreto No. 3094 del 9 de diciembre de 1998, Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, Venezuela, Art. 11.
5. Calidad y Categorización de Alojamientos Turísticos en la República de Argentina, Lic. Evangelina Paula Solis.
6. Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No. 3400, 29 de Noviembre de 2002, Ecuador.
7. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, 024/2014 – MINCETUR Perú.
8. Decreto Supremo No. 25350 del 8 de abril de 1999, "Manual de Técnicas Normativas".
9. Reglamento de Hospedaje Turístico, Bolivia.
10. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.
11. Ley 466 "Ley de la Empresa Pública", 27 de diciembre de 2013.
12. Latín Gerald, Administración de Hoteles y Moteles, Editorial Trillas, México. México DF. 1998.
13. Lundberg, Donald, Manual de Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, Editorial Centrum, Estados Unidos, 1994.
14. Mestres Soler Juan R., Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, Ediciones Ostión 2000, Barcelona: España. 1995.
15. Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Reglamento de Hospedaje Turístico. La Paz. Bolivia. 11 octubre.2001.

16. Philip Kotler, Bowen, Makens, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, Editorial Prentice - may Hispanoamericana S.A, Naucalpan de Juárez, México, 2002.
17. Programa de Formación y Capacitación Turística, Sistemas de Calidad de los Servicios Turísticos, La Paz, Bolivia, 2000.