

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO



MEMORIA ACADEMICA LABORAL PETAENG

**OPTIMIZACIÓN DEL AREA DE EVENTOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DE
SERVICIOS DEL HOTEL LA PAZ**

Memoria Académica laboral para obtener el título de Licenciatura en Turismo

Nombre: Mónica Cinthya Estrada Machicado

Tutor: MSc. Maribel Paola Zapana Alvarez

LA PAZ - BOLIVIA

2022



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO
MEMORIA ACADÉMICO - LABORAL PETAENG

RESUMEN DOCUMENTAL

Este trabajo se realizó bajo la modalidad de P.E.T.A.E.N.G. “Memoria Académico Laboral” que lleva como título **“Optimización del Área de Eventos para diversificar la oferta de servicios del Hotel La Paz”**.

El presente trabajo describe mi desempeño laboral en la Sociedad Hotelera Paceña SRL - Hotel La Paz (Tres estrellas), como encargada y organizadora del área de eventos, durante mi prestación de servicios pude organizar, supervisar y comercializar cada uno de los eventos realizados, logrando forjar un trabajo coordinado entre departamentos y optimizando el área a través de un servicio adecuado satisfaciendo las expectativas del cliente generando mayores posibilidades de ingresos.

El trabajo tiene como principal objetivo: “Optimizar el área de eventos del Hotel La Paz, para mejorar la diversificación de la oferta de servicios, con el propósito de justificar la organización de Recursos Humanos con funciones específicas y mejorar la administración del establecimiento”.

Es así que el presente documento presenta el siguiente contenido:

- La introducción: relacionado a los motivos por los cuales se realizó el presente trabajo describiendo las características generales y las funciones correspondientes de cada departamento con el que contaba el Hotel.
- Dentro la descripción de desempeño laboral se puntualiza la actividad profesional realizada a través de procedimientos: atención directa al cliente, fidelización de los mismos, elaboración de cotizaciones en base a una atención personalizada, presupuestar servicios con proveedores externos, seguimiento adecuado, análisis de la competencia, otros.
- Se muestra el planteamiento del problema y se definieron los objetivos de la Memoria Laboral, donde se deduce que: “La ausencia de personal dedicado al área de eventos, ocasionaba que el Recepcionista asuma una dualidad de funciones, impidiendo generar un buen servicio apto para dicha área, ocasionando desorganización, desinformación y falta de control”.
- Alcances de solución en el contexto de un marco conceptual, metodológico y legal.
- Desarrollo de una propuesta de solución y resultados logrados.

Así mismo se presenta las conclusiones y recomendaciones para la operación del área de eventos del Hotel La Paz.



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

Memoria Académica Laboral:

“OPTIMIZACIÓN DEL ÁREA DE EVENTOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DE SERVICIOS DEL HOTEL LA PAZ”

Presentado por: **Mónica Cinthya Estrada Machicado**

Para optar el grado académico de Licenciatura en Turismo

Nota Numeral :

Nota Literal :

Ha sido :

Director de la Carrera

De Turismo : Lic. Deyci Clavijo Santander

Tutor : MSc. Maribel Paola Zapana Alvarez

Tribunal : MSc. Ilsen Mariel Gutiérrez Castellón

Tribunal : MSc. Víctor Hugo Amurrio Tórrez

Fecha : 19 de agosto de 2022

DEDICATORIA

Con todo mi corazón a mi hijo Matías, quiero que sepas lo mucho que significas en mi vida, eres la razón por la que me levanto cada día esforzarme por un presente y un mañana para los dos.

Deseo que alcances mayores éxitos de los que alcance yo. Como en todos mis logros, en este has estado presente. Te amo.

Agradecimientos

Mi principal agradecimiento a Dios, quien me guía, me da fortaleza y esperanza para caminar en esta vida.

Mi profundo agradecimiento a mis Padres, porque a pesar de las dificultades que presenta la vida siempre han sabido enseñarme a salir adelante y a no rendirme, gracias por su apoyo incondicional en todos los ámbitos, este triunfo que he logrado también es de ustedes.

A mis hermanos, que con su apoyo, respaldo y cariño me impulsan a seguir progresando, además de saber que mis logros también son los suyos y sus logros son los míos.

Gracias Familia, los quiero.

A mi tutora MSc Maribel Zapana, por aceptar guiarme en este proceso de titulación, gracias por su enorme apoyo, paciencia y constante motivación.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO INSTITUCIONAL	2
2.1. Objetivo Institucional	2
2.2. Características generales y/o funciones de la institución	3
2.3. Área de desempeño profesional	3
2.4. Tipo de empresa	3
2.5. Cantidad de Personal	3
2.6. Descripción general de los Departamentos del hotel	4
2.6.1. Gerencia General	4
2.6.2. Recepción	5
2.6.3. A&B (Cafetería)	5
2.6.4. Ama de Llaves	6
3. DESCRIPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL	6
4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	13
5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	14
6. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	14
6.1. Objetivo General	15
6.2. Objetivos Específicos	15
7. MARCO CONCEPTUAL	15
7.1. Hotel	15
7.2. La Hotelería	16
7.3. Recepción	16
7.4. Recepcionista:	16
7.5. Centro de convenciones	17
7.6. Cierre de ventas CTA	17
7.7. Cliente:	18
7.7.1. Cliente potencial:	18
7.7.2. Según la frecuencia de compra	18
7.8. Competencia de referencia	18
7.9. Contacto	19
7.10. Contrato de prestación de servicios	19
7.11. Cotización	19

7.12.	Organización de Eventos	20
7.13.	Oferta.....	20
7.14.	Publicidad	20
7.15.	Reserva Hotelera.....	21
7.16.	Servicio.....	21
7.17.	Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	21
7.18.	Organigrama.....	22
7.19.	Manual de Funciones	22
7.20.	Recursos Humanos	23
8.	MARCO LEGAL.....	23
8.1.	Constitución Política Del Estado Plurinacional De Bolivia	23
8.2.	Ley De Derechos De Autor Ley Nro. 1322 - 13 De Abril De 1992.....	24
8.3.	Decreto Supremo N° 23907.....	25
8.4.	Reglamento Específico de Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo	26
8.5.	Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música (Sobodaycom)	27
9.	MARCO METODOLOGICO	29
9.1.	Tipo de Estudio	29
9.2.	Método de Investigación	30
9.3.	Técnicas.....	30
9.4.	Fuentes	31
9.5.	Resultado de la Entrevista.....	35
10.	PROPUESTA DE SOLUCIÓN	35
10.1.	Propuesta Realizada I:	35
10.1.1.	Objetivo Del Manual	36
10.1.2.	Desarrollo del Manual Funcional de Áreas Implementadas	36
10.1.3.	Público determinado:	50
10.2.	Propuesta Realizada II: Análisis Del Mercado.....	50
10.2.1.	Demanda Nacional.....	50
10.2.2.	Perfil del Cliente para el Área de Eventos del Hotel La Paz	52
10.2.3.	Análisis de la Competencia	54
10.2.3.1.	Resultado del análisis de Mercado	56
10.3.	Propuesta Realizada III	59
10.3.1.	Difusión por medios de comunicación y redes sociales	59
10.3.2.	Página Web	62
11.	EVALUACIÓN.....	67

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
13. ANEXOS.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Datos Generales del Establecimiento Hotelero	2
Figura 2 Organigrama - Hotel La Paz	4
Figura 3 Propuesta de Organigrama- Hotel La Paz.....	36
Figura 4 Gran Hotel Paris (3 Estrellas)	57
Figura 5 Modelo de cotización para evento social HOTEL LA PAZ (3 Estrellas)	58
Figura 6 Perfil de Usuario de Facebook.....	60
Figura 7 Perfil de Red Social Instagram	61
Figura 8 Perfil de Red Social Tik Tok	62
Figura 9 Modelo Referencial de una Pagina Web – Hotel Gloria (3 Estrellas).....	65
Figura 10 Evaluación De Propuestas	67

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Funciones Realizadas Por La Encargada De Eventos	7
Cuadro 2 Motivo de Viaje	51
Cuadro 3 Clientes Asiduos.....	52
Cuadro 4 Sector implicado en un evento	53
Cuadro 5 Cantidad de eventos realizados al año.....	53
Cuadro 6 Solicitud de Cotización	54
Cuadro 7 Análisis Del Mercado (Área De Eventos)	55

1. INTRODUCCIÓN

Para comenzar a hablar de eventos en todas sus categorías, debemos hablar de los primeros eventos remontados a la Grecia Clásica, una sociedad en la cual la vida giraba en torno al tiempo libre y al ocio, además de la cultura, que les nutría de conocimientos; la religión, festejando todo lo relacionado con sus creencias y el deporte (los juegos Olímpicos), que era el canal donde se incluía todo lo mencionado. Esta necesidad de unir oferta y demanda, así como de conectar a las personas, hizo que se originaran los primeros eventos corporativos como se conocen.

Tanto así, que el mismo Carlomagno definió las ferias como el mejor medio de comunicación comercial. De hecho, la Carta Magna incluía una cláusula mediante la cual se permitía el libre tránsito a los habitantes mientras el motivo sea viajar de feria en feria. (Eva María Antoñanzas:2015).

Por otro lado, las Exposiciones Universales han generado un enorme impacto social y económico en el país donde se realizan. Y todo tiene un origen, pues la exhibición de productos y servicios fomenta el intercambio de innovaciones tecnológicas, así mismo el enriquecimiento propio entre culturas. Desde los inicios hasta ahora, con ello se tiene claro que algo tiene que suceder para que la sociedad crezca y se desarrolle, ya sea una fiesta, un concierto o una reunión, los eventos corporativos y sociales sirven para que podamos compartir momentos, conocer otros sectores profesionales, vender cualquier producto o servicio y, en definitiva, ser parte de una sociedad. Tal es la importancia de los eventos que, hoy en día, podría decirse que se han convertido en la columna vertebral del significado de “vida social”.

“Hay que tener en cuenta que los eventos no incluyen solo elementos tangibles, sino que también existen otros como son la expectación y las emociones. Por tanto, los elementos principales que lo define son: irrepetible, único, intangibles, con un alto nivel de contacto personal e interacción, que requiere una intensidad de trabajo y en un espacio de tiempo limitado”. (Shone & Parry:2013)

Por tanto, en la presente memoria laboral se dará a conocer la forma de optimizar el área de eventos dentro del Hotel La Paz, como una oferta más de servicios establecidos, mostrando una oferta organizada, analizando un mercado potencial para mayores ventas y mejorando el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión de los salones de eventos con los que cuenta el mencionado Hotel.

2. MARCO INSTITUCIONAL

El módulo de estudio que se cita en la presente memoria laboral es el Hotel La Paz, del que a continuación se describe su marco institucional.

Figura 1 Datos Generales del Establecimiento Hotelero

<ul style="list-style-type: none">• Nombre Empresa: Sociedad Hotelera Pacea SRL – Hotel La Paz (3 Estrellas)• Datos de localización:<ul style="list-style-type: none">- Dirección: Avenida Sucre esq. Junín N°1081- Teléfono(s): (591 - 2) 2280021 – (591-2)2280076- Fax: (591-2) 2285714- Dirección electrónica: reservashotellapaz@hotmail.com – hotellapazoficial@gmail.com- WhatsApp: 62405501- Redes Sociales:<ul style="list-style-type: none">- Facebook: Fan Page: Hotel La Paz Cuenta personal: Apart Hotel La Paz

Fuente: Elaboración propia

• **Visión:** Proporcionar una estadía confortable, segura y agradable para cada uno de nuestros huéspedes a través de ambientes adecuados para el confort y con cálida atención personalizada.

• **Misión:** Ser un hotel de referencia en la ciudad de La Paz caracterizado por la calidad, el confort y a calidez en atención.

2.1. Objetivo Institucional

“Hacer de su estadía una experiencia confortable e inolvidable”

2.2. Características generales y/o funciones de la institución

El Hotel La Paz de 3 estrellas está situado en pleno centro histórico de la ciudad, diseñado con todo lo necesario para garantizar el máximo confort de sus huéspedes y brinda un equipo de profesionales que le atenderán en todas sus necesidades. Cuenta con más de 30 habitaciones amplias y confortables, decoradas con delicadeza y equipadas con baño privado completo, televisión, tv cable, conexión wifi, entre otros beneficios. Además de 4 salones de eventos con diferentes capacidades:

- Salón Maya : 150 personas
- Salón Illimani : 100 personas
- Salón Sajama : 20 Personas
- Salón Espejos : 60 Personas

2.3. Área de desempeño profesional

Mi desempeño laboral en el establecimiento hotelero comenzó en un inicio como Asistente de Gerencia/administrativo, Jefe de marketing, ventas y eventos, posteriormente como Gerente General a través de una solicitud directa del Gerente propietario del Hotel La Paz.

2.4. Tipo de empresa

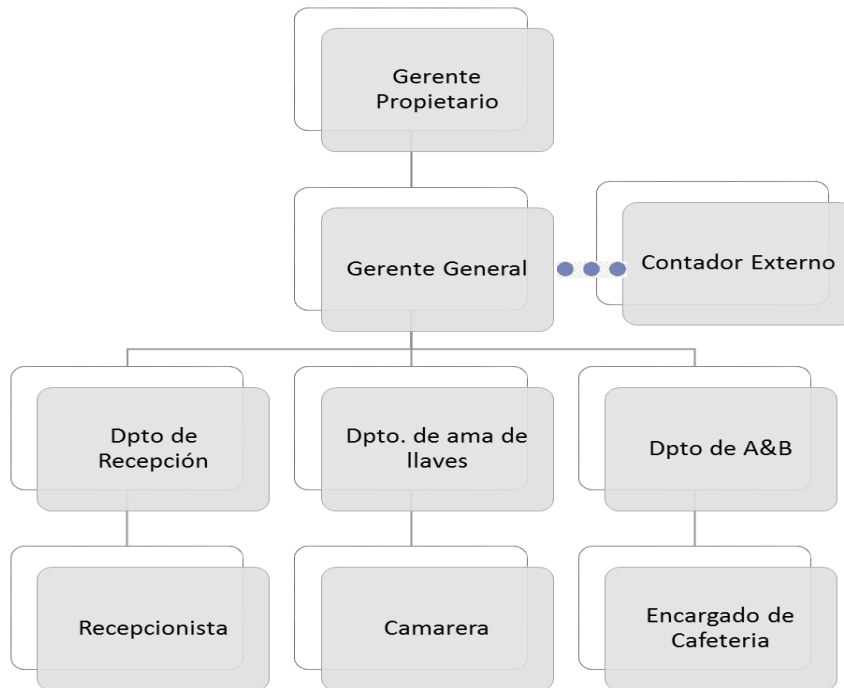
El establecimiento Hotelero corresponde a una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L., constituida por un dueño propietario y socios legalmente constituidos conformado por sus mismos familiares, quienes custodian el movimiento económico de la empresa.

2.5. Cantidad de Personal

El establecimiento hotelero contaba con un personal reducido, era capacitado para cumplir tareas en todas las áreas, quienes rotaban de puestos cuando así se requería, conocían y realizaban funciones de todas las áreas de trabajo del Hotel.

El personal del Hotel estaba conformado por 9 personas distribuidas en 5 departamentos o áreas, descritos en el siguiente organigrama institucional:

Figura 2 Organigrama - Hotel La Paz



Fuente: Elaboración propia

2.6. Descripción general de los Departamentos del hotel

2.6.1. Gerencia General

Departamento esencial para el correcto desarrollo del hotel.

Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Controlar los gastos y cobros
- Realizar balances
- Pagar a proveedores
- Establece precios de venta
- Define las políticas y objetivos de comercialización, calidad y control de sistemas
- Organizar y coordinar las actividades del hotel
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores etc.
- Fijar objetivos anuales, metas a corto y largo plazo
- Controlar al personal haciendo cumplir sus funciones y responsabilidades asignadas
- Lograr que se ejecuten y cumplan los propósitos instituidos
- Designar las posiciones gerenciales (Casilla, 2005)

2.6.2. Recepción

Departamento principal para la atención al cliente.

Realiza las siguientes funciones:

- Encargado de dar la bienvenida al huésped
- Responsable de organizar el reparto de habitaciones a los clientes.
- Realizar el Check in y check out
- Cobrar las facturas pendientes de los huéspedes a su salida
- Ayudar a los clientes que lo necesiten con sus equipajes
- Responder a las llamadas y transferirlas al departamento adecuado
- Orientar a los clientes en cualquier momento durante la estancia
- Informar a cocina de las solicitudes de *room service*
- Responsable de registrar todas las reservas

2.6.2.1. Funciones del área de reservas, realizadas también por el área de Recepción

- Confirmación de habitación
- Cambio de reservación
- Reservación cancelada
- Solicitud de extensión
- Recibo de depósito
- Relación diaria de depósitos recibidos
- Pronóstico semanal de ocupación
- Pronóstico mensual de ocupación
- Reporte de fechas abiertas y cerrada
- Pago de comisiones
- Notificación de paquetes
- Control de entradas sin reservación
- Salidas anticipadas
- Salidas pendientes
- Reservaciones cuyos titulares no se presentaron (con y sin depósito)
- Reporte de Cuartos bloqueados con motivo de reparación.

2.6.3. A&B (Cafetería)

Departamento encargado de los servicios relacionados con alimentos y bebidas.

Está conformado por el jefe de cocina, cocinero o camarero y realiza las siguientes funciones:

- Encargado de organizar los turnos de trabajo según la demanda de servicio.
- Coordinar el trabajo diario del hotel (desayuno buffet o asistido, cafetería a la carta) y los servicios de eventos (refrigerios, almuerzos, cenas, etc.)

- Prever los insumos y solicitarla para su llegada a tiempo
- Elaborar menús
- Hacer informes sobre los costes del departamento
- Trabaja acompañado del jefe de cocina para una buena ejecución del trabajo.
- Prever los productos necesarios
- Dar la bienvenida a los huéspedes durante el desayuno
- Realizar el cobro de consumo al cliente
- Preparar los salones según el montaje solicitado
- Servir y atender en los salones destinados para los eventos (refrigerios, almuerzos, cenas, etc.)

2.6.4. Ama de Llaves

Departamento encargado de la limpieza y custodia de habitaciones y dentro del departamento se realizan las siguientes funciones:

- Custodiar las llaves maestras de seguridad para acceder a las habitaciones para su trabajo y deben ser devueltas diariamente.
- Conocer claramente el proceso sobre llaves perdidas y/o olvidadas en las habitaciones.
- Guardar llaves encontradas y luego reportarlas para ser devueltas.
- Limpiar las habitaciones siguiendo las instrucciones y prioridades establecidas
- Cuidar el material y el equipamiento de limpieza
- Comunicar los destrozos o deterioros en habitaciones para su posterior reparación
- Retirar y entregar los objetos olvidados en las habitaciones de salida para su registro
- Preparar el carro con todos los útiles y material de limpieza necesario para su trabajo.
- Colaborar en los cambios de habitación del cliente
- Atender las habitaciones que se le asignan con su debida limpieza siguiendo los estándares y requisitos que se deben cumplir con calidad.
- Se cuida de forma especial la atención al cliente, realizando tareas muy personalizadas que tienen que ver con los gustos de los clientes habituales del Hotel
- Apoya al área de eventos cuando se requiera personal de apoyo por alta demanda

3. DESCRIPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL

La presente memoria laboral puntualiza la descripción del desempeño académico - laboral, desarrollado dentro el establecimiento hotelero presentado.

Como responsable del área de eventos en el Hotel La Paz, se llegó a organizar, comercializar, supervisar y realizar el seguimiento de todos los eventos realizados en los diferentes ambientes de acuerdo a sus capacidades, cumpliendo así con el objetivo de forjar un trabajo coordinado entre departamentos, áreas y proveedores implicados, para poder así brindar un

servicio adecuado, lograr satisfacer las expectativas del cliente y reformar el área de eventos con mayor posibilidad de ventas e ingresos.

Para ello se realizó las siguientes funciones y procedimientos:

Cuadro 1 Funciones Realizadas Por La Encargada De Eventos

1. Atención directa con el cliente que tenga intención de realizar un evento.
<ul style="list-style-type: none">• Contestar la llamada, solicitar datos del cliente y detalles del evento.• Registrar al cliente en un formulario manual (excel).• Revisar si el cliente es asiduo o nuevo cliente.• Crear una cita con el cliente para una atención personalizada.
2. Mostrar los salones del hotel a toda la clientela interesada en su alquiler.
<ul style="list-style-type: none">• Recomendar al cliente el ambiente adecuado para el evento solicitado.• Invitar a conocer el ambiente elegido de acuerdo al tipo de evento.• Recibir en persona al cliente en las instalaciones del hotel.• Exponer el ambiente al cliente detallando la distribución y acomodación del salón acorde al tipo de evento.
3. Recibir a los clientes el día del evento y confirmar los servicios, realizar un seguimiento posterior.
<ul style="list-style-type: none">• Cerrar la venta acordando detalles del evento.• Coordinar horarios de inicio y fin del evento, acomodación de equipos (si lo requiere), alimentación, decoración, armado, contrato y facturación.• Supervisar el inicio y desarrollo del evento.
4. Fidelizar a los clientes con un servicio detallado.
<ul style="list-style-type: none">• Aplicar descuentos autorizados en las tarifas o servicios adicionales.• Aplicar técnicas de fidelización, logrando captar al cliente para posteriores solicitudes.• Generar la satisfacción plena en lo posible, del evento desarrollado.• Omitir cobros de la instalación de equipos o servicios propios del cliente, para su satisfacción.• Adecuarse a la economía del cliente acorde a la situación social.
5. Realizar cotizaciones de acuerdo al tipo de evento solicitado por el cliente.
Solicitar al cliente los siguientes datos:

- **Categoría de evento:** El cliente debe detallar el tipo de evento a realizar como ser: Seminario, taller, capacitación, reunión, 15 años, boda, aniversario, fiesta social, bautizo, preste, presentación, eventos de moda y belleza, entre otros.
- **Cantidad de personas:** El cliente debe detallar la cantidad de invitados para la realización de su evento, acorde a la capacidad del ambiente elegido.
- **Fecha de evento:** Se debe corroborar la disponibilidad del ambiente, de acuerdo a la fecha solicitada por el cliente.
- **Horario estimado:** El tiempo estimado del arrendamiento de un ambiente en el establecimiento hotelero se divide en. Media jornada, jornada completa, por horas y horas establecidas bajo contrato.
- **Armado del ambiente:** Conforme a la categoría del evento el cliente debe elegir la acomodación del ambiente paralelo a su necesidad, algunos de ellos son: auditorio, mesas de trabajo, escuela, coctel, mesas redondas, en forma de U, pasarela, entre otros.
- **Nombre de contacto o empresa:** Es fundamental registrar el nombre de la persona que se contacta y/o de la empresa, para enviar una cotización formal dirigida a su nombre, que además nos sirve para generar una base de datos.
- **Otros requerimientos:** Conforme se coordina detalles del evento nombrado por el cliente, surgen solicitudes como ser: servicio de catering, atención de bocaditos, almuerzos, cenas, refrigerios, bebidas con y sin alcohol, además de instalación de equipos (pantallas ecran, data show, micrófonos inalámbricos, laptop), decoración adicional del ambiente, además de otros.

6. Presupuestar servicios con proveedores externos al hotel para la atención de eventos.

- Para la atención del servicio de alimentación dentro un evento corporativo (seminario, reunión, capacitación, presentación) a cargo del establecimiento hotelero, se crea una lista de proveedores de los principales productos ofrecidos realizando presupuestos.
- Buscar proveedores acordes al nivel de atención ofrecido en el establecimiento hotelero.
- Crear una cartera de proveedores con números de contacto actualizados y dirección.
- Evaluar el trabajo y presentación del producto del proveedor, para su posterior contrato.

7. Contactar y cerrar acuerdos con proveedores de los recursos necesarios para cada tipo de evento.

- Elegir el proveedor del cual se contratará los servicios conforme a la solicitud del cliente.
- Enunciar el servicio contratado al proveedor, aclarando detalles de precio, cantidad, fecha, hora, presentación y calidad del servicio.
- Proporcionar un anticipo al proveedor para ratificar el pedido o atención.

8. Realizar el seguimiento de cotizaciones enviadas.

- Indagar si el cliente posee alguna consulta adicional post cotización.
- Tomar contacto con el cliente para saber si está interesado en la oferta de nuestros servicios ofrecidos.
- Mencionar al cliente sobre nuestra alta demanda de solicitudes de ambientes, para lograr la confirmación del evento.
- Ofrecer la actualización de la cotización al cliente en base a la vigencia de la oferta, fecha y servicios adicionales.

9. Realizar el seguimiento del evento antes, durante y después, con la persona encargada o solicitante.

Antes del evento:

- Coordinar con el solicitante: mail o llamada de confirmación del evento; solicitar anticipo del 50% del total del evento; acomodación del ambiente; duración y horario, cantidad de participantes; atención de catering o A&B (si corresponde); elección del menú (si corresponde); hora estimada de la atención de A&B; datos y firma del contrato privado de partes, solicitar Garantía con un monto en efectivo señalado, datos para la factura, solicitud de equipos adicionales, nombre del evento (corporativo o social).
- Constante contacto con el cliente por cambios o modificaciones de último momento.
- Designar tareas al personal encargado para la atención del evento.

Durante el evento:

- Verificar el ingreso previo al evento de los organizadores, encargados de logística y colaboradores al ambiente.
- Dar la bienvenida, presentarse y ponerse a disposición para la asistencia del evento.
- Efectuar rondas rutinarias durante el evento para su normal desarrollo.
- Estar atento a cualquier ajuste o petición del cliente durante el evento.
- Monitorear la atención de A&B a la hora establecida o coordinar cambios.
- Comisionar al personal asignado al evento el proceso y la culminación del mismo.

Post evento:

- Entrega de la factura correspondiente al cliente verificando los datos correctos.
- Concretar una cita post evento con el cliente, para la devolución del ambiente bajo las mismas condiciones.
- Devolución de la Garantía en efectivo al cliente, una vez concluido el contrato bajo las mismas condiciones.
- Indagar al cliente la satisfacción o descontento del desenlace de su evento.
- Solicitar al cliente sugerencias, recomendaciones o quejas, para la continua mejora.

10. Realizar contratos privados de todos los servicios ofrecidos, así como el estado de las salas y dependientes (cocina, baños, depósito).

- Para la ejecución del evento, realizar un contrato privado de partes por formalidad.
- Solicitar los siguientes datos al cliente para efectuar el contrato:
 - Nombre completo representante (quien firmará)
 - Numero de C.I.
 - Razón Social (empresa)
 - NIT
 - Dirección
- Redactar el contrato de ambas partes resaltando las siguientes cláusulas:
 - **De las partes:** Quienes forman parte del contrato.
 - **Del objeto:** compromiso de prestación de servicios del hotel.
 - **Detalle del Servicio:** detalle del servicio contratado, así como el precio total del evento.
 - **De las prohibiciones:** Prohibiciones del hotel para con el cliente.
 - **Respetar hora convenida del evento:** hora de inicio y culminación.
 - **Prohibición de personas en estado de ebriedad:** control de los asistentes.
 - **Anulación de la reserva:** Anulación solicitada por escrito y con 15 días de anticipación al evento.
 - **Publicidad:** El cliente tiene la obligación de solicitar autorización para colocar cualquier tipo de propaganda, afiches, letreros y otros dentro las instalaciones del hotel.
 - **Derechos de Autor:** El cliente tiene la responsabilidad de obtener la autorización de **SOBODAYCOM**.
 - **Instalación de equipos externos:** En caso que el cliente lleve su propio equipo electrónico es responsable del mismo.
- Conformidad de ambas partes, firmando al pie del contrato.

11. Supervisar los contratos de servicios de cualquier tipo de evento realizado.

- Supervisar los puntos acordados con el cliente.
- Revisar el estado físico o material del ambiente y sus dependencias.
- Revisar el funcionamiento de los servicios básicos (agua, luz, alumbrado, toma corriente).
- Revisar el estado de todos los ambientes al momento de la culminación del contrato.

12. Supervisar las reservas, pagos anticipados, saldos, cuentas por cobrar, depósitos, transferencias de todos los eventos.

- Registrar en el Formulario manual, todos los pagos anticipados en efectivo.

- Registrar en el formulario manual el monto determinado de la garantía por el evento.
- Registrar el pago anticipado o pago total mediante depósito bancario o transferencia en el formulario manual.
- Llevar un control estricto del saldo o monto restante de todos los eventos antes de su realización.
- Llevar un control de las cuentas por cobrar por concepto de evento realizado, en caso de entidades públicas que efectúan el pago mediante SIGEP.

13. Comunicar a todos los departamentos o proveedores implicados con suficiente antelación, todas las órdenes de servicio para que se pueda cumplir con las expectativas de los clientes de forma adecuada.

- Realizar una orden de servicio en el que se realiza un detalle minucioso de lo solicitado por el cliente.
- Otorgar de forma escrita la orden de servicio a las áreas correspondientes para la atención del evento.
- Monitorear lo solicitado con anticipación al proveedor, para evitar apuros.
- Coordinar con el equipo de trabajo las tareas asignadas dentro el evento.

14. Realizar visitas programadas a diferentes entidades públicas y privadas, mostrando la oferta de alquiler de salones y atención de eventos.

- Preparar una presentación de servicios por escrito, incluyendo fotos de los salones de eventos disponibles.
- Detallar los diferentes tipos de eventos que se atiende en el establecimiento hotelero.
- Realizar visitas programadas por semanas, de acuerdo a un circuito de empresas públicas y privadas previamente elegido.
- Realizar un post seguimiento de las visitas realizadas, para captar clientes potenciales.

15. Enviar correos electrónicos a diferentes entidades públicas y privadas a nivel nacional, mostrando la oferta de alquiler de salones y atención de eventos.

- Crear un email marketing para clientes actuales y clientes potenciales.
- Presentar la oferta de servicios de alquiler de salones y atención de eventos.
- Enviar promociones o descuentos de alquiler o atención de eventos, para estimular la relación con los clientes.
- El email debe tener un objetivo claro para captar nuevos clientes o fidelizar a los clientes actuales.

16. Crear diseños publicitarios para la difusión en redes sociales.

- Elaborar artes o diseños enfocados a la difusión de los salones de eventos con los que cuenta el establecimiento hotelero.
- Resaltar las fotos o videos más destacados de eventos concluidos mostrando la decoración, distribución del ambiente y experiencia transmitida por el cliente.
- Los diseños publicitarios deben ser acordes a la categoría del hotel (3 estrellas).
- Las publicaciones deben ser programadas para su publicidad pagada mediante la plataforma Facebook.
- Crear promociones del alquiler de los ambientes en ciertas temporadas, para generar ventas.

17. Velar por alcanzar los objetivos del área.

- Establecer metas y objetivos de ventas por cada mes, para generar movimiento en el área de eventos.
- Comercializar y vender los servicios de alquiler de salones.
- Comercializar y potenciar el servicio de atención completa e idónea de eventos.
- Lograr las metas y objetivos determinados a través de la difusión, promoción, fidelizando y generando recomendación de los clientes.

18. Analizar la competencia (precios, condiciones, nuevos servicios) para estudiar la posibilidad de nuevas ofertas de servicios y precios.

- Realizar un estudio de mercado cada cierto tiempo programado, para analizar la competencia con servicios similares al ofrecido.
- Analizar las tarifas, paquetes, precios, promociones de la competencia, para adecuarse al mercado.
- Evaluar las tendencias y nuevos servicios ofrecidos por la competencia, para lograr ser competitivos.

19. Solucionar posibles imprevistos que surjan durante el evento.

- Supervisar el desarrollo de un evento anticipándose a posibles percances de acuerdo a la experiencia previa en eventos anteriores.
- Tomar acción a imprevistos suscitados durante el evento hasta lograr una posible solución.
- Lograr apaciguar a un cliente en caso de disgusto o reclamo por incumplimiento o contratiempos de fuerza mayor.
- Compensar al cliente en caso de ocurrir hechos inesperados sin solucionar.

20. Supervisar el desmontaje de equipos técnicos y resto de materiales.

- Coordinar con el cliente o encargado la culminación del evento y el acopio del material externo al hotel.
- Evitar almacenar equipos, material u objetos propios del cliente dentro el ambiente, para evadir pérdidas o reclamos.
- En caso de solicitud de almacenamiento de equipos, material u objetos propios del cliente, redactar un escrito detallando todo lo otorgado con fecha y firma de ambas partes.

Fuente: Elaboración propia

4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La presente memoria, se encuentra orientada a la capacidad de organización de eventos y su planificación. Además, cabe mencionar que la organización de eventos conlleva una trayectoria en base a la experiencia en cada evento realizado donde se busca y trata de lograr la perfección, impulsa a la imaginación para desarrollarla de manera efectiva, e implica tener el control de todo el evento y el control de sí mismo al encarar un evento cualquiera sea el tipo.

Estas acciones, se encuentran respaldadas por una capacitación constante en la parte académica relacionadas con el área, como ser, atención al cliente, contabilidad, gestión de redes sociales, talleres de organización de eventos, manejo y dominio de paquetes office, entre otros.

Fue en el año 2017, donde se inició mi desempeño laboral en el Hotel La Paz. Inicialmente, el contrato fue como asistente administrativa, donde a través de un diagnóstico, se pudo constatar que no existía el departamento de eventos, tampoco contaba con personal adecuado o capacitado en el área, quien pueda generar un buen control y manejo de esta importante área dentro un hotel, lo que impedía generar altos ingresos y pérdida de clientes para el establecimiento hotelero.

Es de esta manera el presente documento menciona el trabajo desempeñado en el área, mostrando los resultados reales con lo que se puede contar cuando se tiene una correcta administración de esta área.

El interés demostrado en el cargo asignado, permitió tomar el mando de dicha área para su ejecución, que involucraba el aprendizaje, capacitación y el logro de objetivos a partir de la experiencia laboral obtenida, logrando día a día avances positivos, resultados productivos y un crecimiento como profesional en Turismo.

En base a lo expuesto se da cumplimiento a un requisito para la obtención del título en Licenciatura en Turismo mediante el programa PETAENG, ya que en este trabajo se expone la memoria laboral que se ha llevado adelante para optimizar el departamento de eventos del Hotel La Paz de la ciudad de La Paz, a partir de la experiencia obtenida durante los años de ejercicio laboral.

5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, se detalla la identificación del problema detectado durante el desempeño laboral desempeñado en el Establecimiento Hotelero Hotel La Paz:

Los eventos sociales requieren de un extenso trabajo previo a su realización desde la información preliminar al cliente, su desarrollo, hasta la conclusión del mismo, ya que conlleva muchos factores que hacen que la experiencia de un evento sea única y vivencial. Sin embargo, la falta de un personal dedicado exclusivamente a la organización de eventos, impide ofrecer de manera apropiada el servicio de alquiler de salones para cualquier tipo de evento dentro un Hotel, siendo fundamental para su operación.

Es así que el principal problema identificado, es la ausencia de un personal dedicado exclusivamente al área de eventos, ya que lamentablemente el establecimiento hotelero en cuestión no contaba con el personal suficiente y necesario para el desarrollo de sus actividades.

La situación más clara, se identifica en la dualidad de funciones que realiza el personal, como el recepcionista, quien tenía la misión específica de atender a los huéspedes, desde su llegada, cumplir con sus necesidades hasta su retiro, control de reservas de habitaciones, control de reservas de los eventos, además de brindar información de los servicios con los que cuenta el hotel, tomando en cuenta que este trabajo tenía un horario de 12 horas/día, y que la realizaban entre 2 personas, un mal relevamiento de información entre ambos podía provocar la pérdida de clientes y generación de ingresos para el establecimiento hotelero, pero que no podía ser extraño por la recargada tarea que cumplían.

Por ende, todo aquello conlleva a una desorganización, desinformación y falta de control adecuado en el caso específico del área de eventos.

Diferentes serían entonces los resultados cuando un establecimiento hotelero contara con el personal suficiente, necesario y adecuado que se aboque a cumplir sus tareas específicas, pero cuando las circunstancias ameriten, en este caso la organización de un evento se logre trabajar de manera integral como un equipo.

6. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

De acuerdo al desarrollo de la presente memoria laboral, se pudo determinar los siguientes objetivos planteados.

6.1. Objetivo General

- Optimizar el área de eventos del Hotel La Paz, para mejorar la diversificación de la oferta de servicios, con el propósito de justificar la organización de Recursos Humanos con funciones específicas y mejorar la administración del establecimiento.

6.2. Objetivos Específicos

- Mostrar la oferta organizada y determinada para el área de eventos.
- Analizar el mercado potencial y competitivo, para mejorar las ventas e ingresos del Hotel.
- Optimizar el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión de los diferentes tipos de eventos presentados en el área de eventos.

7. MARCO CONCEPTUAL

El siguiente marco conceptual considera las siguientes descripciones de acuerdo al término de trabajo.

7.1. Hotel

El hotel es un edificio que ha sido planificado y equipado para albergar personas de forma temporal. Entre los servicios básicos de un hotel se incluye una cama, un armario y un cuarto de baño; otras prestaciones usuales son algunos muebles en el cuarto, un televisor y un refrigerador. Otras instalaciones pueden ser más de uso común y generalmente están destinadas al ocio, al descanso y a las actividades físicas (piscinas, salas de recreación, canchas deportivas, etc). (Web de Hostelería, 2019-2022)

Dichas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propias en cuartos y suites, y en su caso, por la disponibilidad de servicios complementarios (espacios sociales, restaurantes, piscinas, bar, centros nocturnos), algunos de ellos concesionados a terceros (agencias de viajes, tiendas especializadas, estéticas, asesoría de deportes, etc.) El servicio tipo hotel está catalogado como aquél que se proporciona en un establecimiento con un mínimo considerable de habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista. (Secretaría de Turismo-México, s.f.)

7.2. La Hotelería

Es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que, de forma profesional y habitual, prestan servicio de hospedaje y restaurantes, ya sea habitaciones o apartamentos con o sin otros servicios complementarios.

Hostelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo. Los establecimientos comerciales dedicados a estas actividades (a ambas conjuntamente o a una de ellas por separado) reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación local, que los clasifica con criterios urbanísticos, sanitarios, impositivos o de seguridad. (Hernandez, 2022)

7.3. Recepción

El nombre del departamento viene del latín *receptum, que significa dar acogida, dar la bienvenida, y, se denomina así porque es el área encargada de recibir, en nombre del hotel, a todas las personas que, con reservación y sin ella (*walking*), llegan en busca de alojamiento. (Pérez, 2020)

El departamento de recepción es el corazón del negocio hotelero. En rasgos generales, es el lugar desde donde se controla el número de habitaciones disponibles, se registra a los huéspedes, se realizan reservas y se asignan las habitaciones. Esta zona de la instalación es una de las más importantes ya que es la tarjeta de presentación del establecimiento. El primer y último contacto con el cliente, ya sea de manera presencial, por teléfono, Internet, etc.

Son muy importantes, por lo tanto, los profesionales de este departamento. Deben causar buena impresión, ser amables, con habilidades comunicativas, atendiendo con rapidez, eficacia, seguridad y siendo muy serviciales. Deben ser personas sonrientes, comprensivas, organizadas, educadas, etc. El número de personas que trabajen en este departamento depende de la envergadura del hotel o establecimiento. Lo normal es que haya un jefe de recepción que supervise a los empleados y que cada cual tenga su cometido. (NARBONA, 2020)

7.4. Recepcionista:

Es el encargado de atender las necesidades del huésped. Las funciones están dirigidas a la plena satisfacción de las necesidades durante la estancia del huésped; actividades como: pre-asignado y asignado de habitaciones; cumplimiento de solicitudes, venta de servicios adicionales, registrar la entrada y salida, lograr sentir que el huésped está en su segunda casa.

Dependiendo de la cadena o empresa, la posición, roles y actividades varían; es decir, el recepcionista realizará todas las actividades de la operación en los diferentes sub-departamentos de recepción.

7.5. Centro de convenciones

Una convención es un evento, de carácter público o privado, que busca poner en valor un determinado motivo por el que se realiza este acto. Este puede ser un motivo por el cual pretende lucrarse el organizador, como la realización de negocios. Una convención, por tanto, es un evento, un acto, que puede ser de carácter público o privado; es decir, puede estar organizado por una empresa privada o por el propio Estado. Este evento cuenta con una serie de invitados, que oscilan entre los cincuenta (50) y los cuatrocientos (400) asistentes.

Esta convención puede presentar un motivo con ánimo de lucro, como la realización de negocios y la consecución de ventas. O, por el contrario, puede tratarse de un motivo sin ánimo de lucro, como la recaudación de dinero para salvar una especie que se encuentra en peligro de extinción. (Coll Morales, 2021)

El conjunto de espacios para albergar convenciones debe tener la flexibilidad para realizar diferentes tipos de reuniones y actividades. Estos pueden ser:

- Congresos
- Seminarios
- Simposios
- Talleres
- Juntas de trabajo
- Lanzamientos, etc.

Estas áreas deben estar dispuestas de forma que se puedan realizar eventos simultáneos con seguridad y eficiencia.

7.6. Cierre de ventas CTA.

El cierre de ventas se refiere a una parte del proceso de ventas, donde después de haber presentado el producto o servicio y aclarado las dudas existentes, se tiende a cerrar la negociación y el prospecto de venta se convierte en cliente.

Se puede tener las mejores prácticas de ventas, pero lo más importante es la negociación, no lograr cerrar un trato, hace que el resto del proceso pierda relevancia.

Durante esta etapa el vendedor debe saber que la venta va más allá del producto o servicio y su precio: también es una cuestión de imagen, donde él se transforma en el reflejo de esta imagen que representa a su empresa.. (SENA, 2017)

7.7. Cliente:

La palabra cliente también puede ser utilizada como sinónimo de comprador. El cliente puede comprar un producto o servicio y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo disfrute otra persona.

Sin duda, el cliente es el principal foco de atención de cualquier empresa, por lo que todos los planes y las estrategias de marketing deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en concordancia con ellos. (Quiroa, 2019)

7.7.1. Cliente potencial:

Un cliente potencial es una persona que tiene una gran posibilidad de convertirse en un comprador, consumidor o usuario de los productos y/o servicios que ofrece una empresa. En otras palabras, un cliente potencial es aquella persona que se conoce en el mundo del marketing como un prospecto en ventas.

El estudio del perfil de clientes potenciales, sus necesidades, intereses y afinidad, así como su capacidad económica para adquirir el producto, determinan la potencialidad. Es decir, estas características definen aspectos que permiten que los clientes potenciales sean más propensos a convertirse en clientes reales. (Quintana, 2021)

7.7.2. Según la frecuencia de compra

Incluye aquellas personas que realizan compras de manera frecuente, aquellas que las hacen de forma habitual y aquellas que las llevan a cabo de forma esporádica.

Generalmente muy a menudo las personas que realizan compras de forma esporádica son aquellas que tienden a limitar sus compras a los descuentos o rebajas que ofrecen las tiendas. (Quintana, 2021)

7.8. Competencia de referencia

En ¹revenue management, indicador de comparación con la competencia directa de un establecimiento alojativo (no más de cinco establecimientos de la misma categoría, en la misma zona y con producto similar) que se obtiene tomando como referencia las tarifas medias, la ocupación y la cuota de mercado. (De Vitta, 2020)

¹ Revenue Management: Gestión de los ingresos (en español)

7.9. Contacto

En marketing, individuo del que se posee información o datos de contacto, bien porque han sido adquiridos o bien porque se le ha solicitado expresamente. Son datos básicos (nombre, correo electrónico) que no permiten inferir si existe un interés real por un producto o servicio y generalmente están relacionados con un target previamente determinado.

7.10. Contrato de prestación de servicios

Es un documento de carácter civil, mediante el cual una persona o empresa suscribe un acuerdo con respecto a otra persona que va a realizar una actividad en específico. En el contrato de prestación de servicios existe una amplia libertad contractual, de manera que las partes pueden acordar casi cualquier cosa siempre que no se viole ley alguna.

El contrato de servicios se caracteriza por tener objeto que se debe desarrollar o un servicio que se debe prestar, y en el cual el contratista tiene cierta libertad para ejecutarlo por cuanto no está sometido a la continuada y completa subordinación, aunque se precisa que la subordinación también es un elemento presente en el contrato de servicios, pero sin la connotación y sin el alcance que tiene en un contrato de trabajo. (Gerencie.com, 2020)

7.11. Cotización

Una cotización es un documento contable en donde se detalla el precio de un bien o servicio para el proceso de compra o negociación. A este proceso también se le conoce como presupuesto, y es cuando un cliente pide a cierta empresa que le indique el valor de un pedido de mercancía.

Si bien se determina como uno de los tipos de documentos contables, no quiere decir que este sea un ingreso, es decir no es un registro contable, ya que cuando un cliente solicita una cotización, este está en el derecho de decidir aceptar, modificar o rechazar, en ningún momento está obligado a pagar. Si, por el contrario, el cliente acepta dicha cotización, el empresario entra a pasar esa cotización a factura, para que el usuario continúe con el pago.

Recuerda que una cotización es una propuesta comercial que te ayudará o no a cerrar ese negocio, así que aprovéchala y muestra las características relevantes de tu producto o servicio a ofrecer. También ten presente la presentación de dicha cotización, todo cuenta a la hora de negociar. (SIIGO, 2018)

7.12. Organización de Eventos

Evento es un término que hace referencia a un hecho dado inesperadamente y modifica las circunstancias que rodean al mismo. Igualmente, también puede tratarse de un suceso atravesando una ardua planificación, para que cada aspecto que lo conforme esté bajo control.

Se entiende por evento a un acontecimiento planificado, se habla de eventos sociales caracterizados muchas veces por una carga emocional ya sea festiva, fúnebre, ceremoniosa o formal. El evento también puede ser motivado por causas sociales, deportivas, políticas, religiosas o artísticas.

Para organizar la programación de un evento es necesario considerar una lista de pasos que incluya el presupuesto disponible, los objetivos y temática del evento, así como la lista de invitados, la fecha y sobre todo el lugar. Para la localidad del evento se deben considerar todas las variables anteriormente mencionadas para escoger el salón de eventos apropiado.

Al considerar las variables que influyen, es importante ver si es un evento independiente o es respaldado por alguna organización o institución para poder adecuarse al contexto. (Redaccion. Definicion de evento, 2022)

7.13. Oferta

Una oferta consiste en ofrecer un determinado producto o servicio con unas condiciones especiales. En la mayoría de ocasiones, estas condiciones especiales se refieren a modificaciones en el precio original.

Al elegir el tipo de oferta hay que estudiar el target al que te vas a dirigir para conocer cuáles son sus gustos y necesidades. Durante la oferta, utiliza todas las plataformas que tengas a tu disposición para promocionarla. Al terminar, mide los resultados para saber si han sido positivos o negativos. (Trama Comunicación y Diseño, s.f.)

7.14. Publicidad

Se entiende por publicidad a las formas de comunicación escrita, visual y multimedia que buscan generar en el público un interés particular por una marca específica de productos o servicios de consumo.

Esto se logra a través de un posicionamiento o una visibilización de la marca en su mercado de competencia, de acuerdo a un plan estratégico y preestablecido de promoción, que acude a sentimientos, identificaciones y otros recursos psicológicos y culturales en el espectador.

La publicidad, de manera semejante, puede aspirar a forjar opiniones o sentimientos desfavorables respecto a un producto o servicio (la competencia, por ejemplo), desfavoreciendo su consumo o alertando al público respecto a sus características. Eso sí, el contexto de lo permitido y lo considerado ético en el marco de los mensajes publicitarios está regulado normalmente por la ley. (Uriarte, 2020)

7.15. Reserva Hotelera

La reserva hotelera es la obligación que asume un alojamiento turístico de guardar para una fecha o un periodo de tiempo determinado una o varias habitaciones o plazas, con la exigencia inmediata de pago de todo o parte del precio que éste supondrá, penalizando en caso de cancelación.

la reserva hotelera puede entenderse como el compromiso asumido por un hotel, o en general la empresa de alojamiento turístico, de guardar para una fecha o periodo determinada la plaza o número de plazas de alojamiento o habitaciones convenido, con el correspondiente régimen de servicio pactado, con la exigencia inmediata de pago de todo o parte del precio de ocupación a cuenta de la efectiva ocupación, según se estipule, y con un sistema de penalización en caso de cancelación. (Reserva Hotelera. La Ley, 2021)

7.16. Servicio

Un servicio es una actividad o una serie de actividades llevadas a cabo por un proveedor con el propósito de satisfacer una determinada necesidad del cliente, sus características básicas son la intangibilidad, la heterogeneidad, la inseparabilidad y el carácter precedero.

La comprensión de las características del servicio, así como el conocimiento de la forma de pensar de los clientes, de sus necesidades y comportamiento, es fundamental para el éxito de cualquier negocio de este tipo. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacción de los servicios. Los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por sí solos. (Alfonso, 2019)

7.17. Sociedad de Responsabilidad Limitada

Una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. es un tipo de sociedad comercial regulada por el Código de Comercio Boliviano, cuya principal característica es que los socios participan en la misma a través de cuotas de capital, y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes. El número de socios debe ser mínimamente 2 y máximo 25.

La administración de una S.R.L. puede estar a cargo de uno o más socios, gerentes o administradores, designados a plazo fijo o indeterminado. Si la administración fuera colegiada, estará a cargo de un Directorio o Consejo de Administración.

Sin embargo, la figura de la administración no implica que los socios no puedan controlar la sociedad, más al contrario estos socios tienen un “derecho de control”, el cual hace referencia a que los socios pueden examinar la contabilidad, libros y documentos de la sociedad en cualquier tiempo. (Paredes , s/f)

7.18. Organigrama

Representa los puestos de trabajo que un hotel necesita para llevar a cabo sus procesos de trabajo, misión, visión y valores. Cada hotel, ya sea pequeño, mediano o grande, necesita una estructura organizativa para llevar a cabo sus operaciones diarias.

El organigrama se utiliza para ayudar a dividir las tareas, especificar el trabajo para cada departamento y delegar la autoridad dentro y entre los departamentos. Es útil para las personas que trabajan en la organización, pero también para candidatos, nuevos empleados, inversores, colaboradores y otros.

Normalmente el encargado de realizar el organigrama en una empresa es el director/a de Recursos Humanos. Además del organigrama, tendrá que tener bien definidos los puestos de trabajo en la «descripción del puesto de trabajo» para que las funciones de cada empleado estén bien delimitadas. Por otra parte, hay hoteles que tienen externalizadas las funciones de recursos humanos, especialmente los hoteles más pequeños y que no forman parte de cadenas hoteleras. (NARBONA, 2020)

7.19. Manual de Funciones

El manual de funciones es un documento oficial que contiene información detallada. Además, señala los puestos y su relación para señalar los objetivos, explica la jerarquía, grados de autoridad y responsabilidad, funciones y actividades de los órganos de la empresa y generalmente, contiene graficas de organización, descripciones de trabajo, cartas de límites de autoridad, etc. Además, es un documento que puntualiza de manera clara requerimientos y especificaciones necesarios para el desempeño de un cargo, precisando la acción reciproca que se puede dar con otros procesos, tanto en el ejercicio de responsabilidades como de funciones. (SENA, 2017)

7.20. Recursos Humanos

Recursos Humanos es el concepto utilizado para nombrar al departamento que hay en las empresas para realizar labores de selección, contratación, formación y el empleo de las personas que son necesarias para integrarse en la plantilla y conseguir de esta manera los objetivos fijados.

Las personas al frente de esta área, además de ocuparse de cubrir las vacantes, también se encargan de hacer una serie de iniciativas para encontrar el perfil de profesional que mejor se adapte al puesto de trabajo. Para ello puede desarrollar entrevistas personales, pruebas psicométricas, pruebas de conocimiento o actividades de simulación.

Se centra en conseguir que los trabajadores desempeñen sus obligaciones en la misma sintonía que la compañía, haciendo coincidir los objetivos y aspiraciones de los profesionales con la estrategia de la empresa. (Garcia, 2017)

8. MARCO LEGAL

El marco legal de la presente memoria laboral esta direccionado a la mención de entidades reguladoras sobre la reproducción de música en cualquier tipo de evento programado, dentro un Hotel, debido a la protección de los derechos de autor regidos en los presentes reglamentos, artículos y leyes.

8.1. Constitución Política Del Estado Plurinacional De Bolivia

Los siguientes artículos de la CPE carta Magna que regula las disposiciones generales del país, se encuentran relacionados, con la actividad que realiza el establecimiento hotelero, en el área de eventos, citados a continuación:

Capítulo Sexto Educación, Interculturalidad Y Derechos Culturales

Sección I Culturas

Artículo 102. El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas, compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley.

8.2. Ley De Derechos De Autor Ley Nro. 1322 - 13 De Abril De 1992

Los siguientes artículos de La Ley 1322 de Derechos de Autor, establece, que, si para la realización de un evento social se requiere la reproducción de música, se debe cumplir con las siguientes disposiciones enmarcadas.

TITULO I: Bienes Intelectuales Protegidos ***CAPITULO I: Generalidades***

Artículo 1.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y se reputan de interés social, regulan el régimen de protección del derecho de los autores sobre las obras del ingenio de carácter original, sean de índole literaria, artística o científica y los derechos conexos que ella determina.

El derecho de autor comprende a los derechos morales que amparan la paternidad e integridad de la obra y los derechos patrimoniales que protegen el aprovechamiento económico de la misma.

Además, salvaguarda el acervo cultural de la nación.

Artículo 2.- El derecho de autor nace con la creación de la obra sin que sea necesario registro, depósito, ni ninguna otra formalidad para obtener la protección reconocida por la presente Ley.

Las formalidades que en ella se establecen son para la mayor seguridad jurídica de los titulares de los derechos que se protegen.

Artículo 3.- La presente Ley ampara los derechos de todos los autores bolivianos, de los extranjeros domiciliados en el país y las obras de extranjeros publicadas por primera vez en el país. Los extranjeros no domiciliados en el país gozarán de la protección de esta Ley, en la medida que les corresponda en virtud de los convenios y tratados internacionales en los que Bolivia sea parte. En su defecto, estarán equiparados a los bolivianos cuando estos, a su vez, lo estén a los nacionales en el país respectivo. Para los efectos de esta Ley, los autores apátridas, refugiados o de nacionalidad controvertida serán considerados como nacionales del país donde tengan establecido su domicilio.

Artículo 4.- Esta Ley protege exclusivamente la forma literaria plástica o sonora, mediante la cual las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas en las obras literarias, científicas o artísticas. No son objetos de protección las ideas contenidas en las obras literarias y artísticas o el contenido ideológico o técnico de las obras científicas ni su aprovechamiento industrial o comercial.

Artículo 5.- Para los efectos de esta ley se entenderá por: Inciso:

- J) Artista, interprete o ejecutante: El actor, locutor, narrador, declamador, cantante, bailarín, músico o cualquier otra persona que intérprete o ejecute una obra literaria o artística.

TÍTULO VIII: De la ejecución pública de obras musicales

Artículo 48.- Para los efectos de la presente Ley se consideran ejecuciones públicas las que se realicen en teatros, cines, salas de conciertos o bailes, bares, clubes de cualquier naturaleza, estadios, circos, restaurantes, hoteles, establecimientos comerciales, bancarios e industriales y, en fin, donde quiera que se interpreten o ejecuten obras musicales o se transmitan por radio y televisión, sea con la participación de artistas, sea por procesos mecánicos, electrónicos, sonoros o audiovisuales.

8.3. Decreto Supremo N° 23907

Para dar ejecución a la Ley 1322 de Derecho de Autor de 13 de abril de 1992, se rige el presente reglamento dedicado a la protección de los derechos de autor, citados en la presente memoria laboral.

Considerando que la Ley N° 1322 de Derecho de Autor de 13 de abril de 1992, regula el régimen de protección de los autores sobre sus obras de índole literaria, artística o científica y los derechos conexos, disponiendo en su artículo 74 se elabore el reglamento que norme su ejecución. Que la Secretaría Nacional de Cultura tiene a su cargo preservar y fortalecer todas las expresiones de la cultura por lo que debe adecuar sus objetivos básicos a las normas de la citada ley y a las que la reglamentan.

Artículo 27.

2.- Igualmente se establecen Sociedades de Derechos conexos para los artistas intérpretes o ejecutantes, sean estos:

- a) músicos cantantes o instrumentistas;
- b) actores, mimos, recitadores, y bailarines.

3.- Las sociedades de autores, de artistas intérpretes o ejecutantes mencionadas en el punto anterior, una vez reconocidas, serán las únicas con potestad para percibir y liquidar en todo el territorio de la república y en el exterior en virtud de convenios de reciprocidad, los derechos económicos derivados de la utilización por cualquier medio o modalidad de las obras por ellas protegidas. Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras destinatarias finales de tales derechos económicos, deberán actuar necesariamente a través de la sociedad respectiva. Para el cumplimiento de lo establecido, las sociedades garantizarán las percepciones mencionadas en sus estatutos y reglamentos tanto para sus socios como para quienes no estuvieran afiliados.

8.4. Reglamento Específico de Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I

DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN Y COMPETENCIA

Artículo 1.- (OBJETO). El presente "REGLAMENTO ESPECÍFICO DE EMPRESAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS Y FERIAS DE TURISMO", denominado en adelante el Reglamento, tiene por objeto regular el funcionamiento operativo, la supervisión, derechos y obligaciones de las Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo, en todas sus clasificaciones y categorías, que desarrollen actividades dentro del territorio del Estado Plurinacional de Bolivia, en el marco de lo establecido por la Ley N° 292, Ley General de Turismo "Bolivia Te Espera" y el Decreto Supremo N° 2609.

Artículo 5.- (DEFINICIONES). Son definiciones del presente Reglamento, además, de las establecidas por la Ley N° 292, Ley General de Turismo "Bolivia Te Espera", el Decreto Supremo N° 2609, Reglamento a la Ley N° 292 y la Resolución Ministerial N° 021/2016 que aprueba los Módulos Técnicos de Categorización de los Prestadores de Servicios Turísticos a nivel Nacional, los siguientes:

- a) **CONGRESO:** Reunión de personas, representantes de instituciones o países que comparten la misma profesión o actividad en el área turística, realizada de forma periódica, durante uno o varios días, a objeto de presentar conferencias o exposiciones sobre temas relacionados con la actividad turística para intercambiar informaciones y discutir sobre ellas.
- b) **CONVESIONES:** Convocatoria cerrada, normalmente reuniones empresariales o de colectivos cerrados a modo de punto de encuentro para comunicar objetivos, análisis de resultados, dinámica y evolución del colectivo que a la vez sirva para mejorar la comunicación y estimular a los empleados de la empresa o colectivo.
- c) **JORNADAS, SEMINARIOS Y SIMPOSIOS:** Reuniones especializadas de participación más reducida y duración media de 1-2 días, para debatir o examinar un tema monográfico, combinando a debates, ponencias, grupos de trabajo y conclusiones.

CAPÍTULO IV

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS Y FERIAS DE TURISMO

Artículo 8.- (DE LA DEFINICIÓN DE LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS Y FERIAS DE TURISMO). Las Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo, son aquellas legalmente constituidas como tales, dedicadas a planificar, organizar,

promocionar, comercializar espacios, productos, servicios y administrar los recursos para la realización de este tipo de eventos.

Artículo 9.- (DE LOS AMBIENTE PARA LA ORGANIZACIÓN CONGRESOS Y FERIAS DE TURISMO). Las principales áreas y ambientes en las que se desarrollen los congresos y ferias u otros eventos deberán brindar la localización, comunicación y seguridad durante la realización del evento.

Artículo 12.- (DEL MOBILIARIO). El mobiliario destinado para el uso del participante en un recinto ferial o congresual, deberá ser fácil de manipular, accionar y usar.

Artículo 14.- (SOPORTES DE INTERNET). Deberán en lo posible contar con el servicio de internet que cumplan una serie de requisitos o pautas de accesibilidad para todo público y/o participantes.

CAPITULO III

AUTORIZACION Y REGISTRO DE LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS Y FERIAS DE TURISMO

Artículo 23.- (REGISTRO Y CATEGORIZACION). La Autoridad Competente en Turismo y los Gobiernos Autónomos Departamentales se encuentran encargados del Registro, Categorización y Certificación de las Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo que desarrollan actividades a nivel nacional y a nivel departamental según corresponda, de acuerdo al Reglamento de Registro, Categorización y Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos — SRCC y el Reglamento de la Tasa Administrativa de Regulación Turística.

8.5. Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música (Sobodaycom)

Por la ejecución pública de música SOBODAYCOM establece tarifas por derechos de autor, descrito en el siguiente reglamento, con los artículos relacionados a la presente memoria.

Reglamento de Licenciamiento Y Recaudación

TÍTULO II De Las Facturas:

Artículo 3.- Concepto. Una factura es un documento mercantil que respalda la realización de una operación económica de compraventa. La Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música, SOBODAYCOM, por TODA Licencia/Autorización por uso de música, que otorgue en cualquier rubro o modalidad, emitirá de manera oportuna e ineludible, la respectiva Factura.

Artículo 4.- De La Modalidad De Emisión. Para este efecto existen tres (3) tipos y/o modalidades de emisión: 1. Dispositivo Portátil (POS) – Dispositivo recargable y móvil que trabaja a través de un chip y conexión a internet en cuanto a sus características físicas. Imprime un original y una autorización in situ donde se realice un evento u otro similar. 2. Facturación en oficina a través de un computador – Programa que realiza la facturación a través del sistema (Mismos del equipo móvil), en los computadores de las diferentes oficinas en todo el país y que deben ser impresos para su correspondiente entrega al usuario. 3. Manual (Solo en caso de emergencia y/o fuerza mayor) – La factura física consta de Un (1) Original y Dos (2) copias, con el membrete de la Sociedad impreso. Deberá ser emitida sin borrones, raspaduras ni enmiendas, convirtiéndose desde el momento de su entrega, en responsabilidad plena del portador.

Artículo 5.- Del Contenido. Dicha emisión deberá contemplar los siguientes aspectos:

- a) Del Nombre Del Establecimiento: Se detallará el nombre del establecimiento o espacio donde se desarrolle el evento.
- c) Del Evento O Rubro: En el caso de que la factura sea emitida para un EVENTO Social, se detallará el nombre del acontecimiento. En el caso de que la factura sea emitida para un Usuario Mensual, se detallará el rubro específico. En el caso de que la factura sea emitida para un evento teatral, deberá llevar el nombre del evento.
- e) Del Artista O Grupos Musicales: Deberá digitarse el nombre de la o las agrupaciones musicales que se presenten EN VIVO, de manera correcta.
- f) De La Fecha Del Evento: Deberá declararse los días a los cuales corresponde la emisión de la licencia. De tratarse de un pago mensual, deberá aclarar el mes y año al cual corresponda la emisión de la licencia. De tratarse de un pago anual, se establecerá de manera clara y detallada, el mes y año de emisión y el mes y año de suspensión.
- g) Del Concepto: Se contempla el concepto Único: “PAGO POR DERECHO DE AUTOR”. Sin embargo, el espacio también podrá ser utilizado para complementar información necesaria.

TÍTULO III

De Los Procedimientos Para Con Los Usuarios

Artículo 6.- Del Relevamiento de Información.

Datos Generales

- Tamaño
- Capacidad de aforo
- Días de funcionamiento
- Modalidad de uso de la música (Vivo, Amplificación y/o música ambiental)

- Categoría del establecimiento
- Y otros que requiera el sistema informático correspondiente.

Datos Particulares

- Razón Social
- Nombre del Propietario o titular/administrador
- Teléfono/celular
- Dirección
- Página Web / email
- Y otros que requiera el sistema informático correspondiente.

Información que se encontrará en el formulario de relevamiento de información de usuarios (Actualizado a 2021) y que será entregada al o la Coordinadora y/o Responsable de su filial.

Artículo 7.- Del Tarifario. El Tarifario de SOBODAYCOM, es un documento aprobado por el Directorio Ejecutivo, a través de una resolución específica y de cumplimiento obligatorio, en el mismo se detalla de manera clara los rubros y tarifas de cobro. El mismo podrá ser modificado a través de una resolución del Directorio Ejecutivo, las veces que fuese necesario y con las justificaciones correspondientes.

9. MARCO METODOLOGICO

La presente memoria laboral describe la siguiente metodología:

9.1. Tipo de Estudio

La investigación realizada en el presente documento es del tipo descriptiva, ya que se describe el proceso del manejo del departamento de eventos, además de la recopilación de información para su estudio y análisis. Para ello se desarrolla los siguientes pasos:

Paso 1.- La oportunidad de desarrollar mis conocimientos, en este establecimiento hotelero, que han permitido que pueda aportar y participar como personal activo dentro la empresa, concretamente en el departamento de eventos.

Paso 2.- Crecimiento a través de tareas o funciones tales como realizar cotizaciones y presupuestos, así como todo el procedimiento necesario para la organización de un evento, que facilitara la obtención de datos y experiencias para realizar este presente documento.

Paso 3.- Retroalimentación y Resultado del manejo y gestión del departamento de eventos del Hotel La Paz.

9.2. Método de Investigación

Los métodos de investigación son los procedimientos que orientan el sentido en que se maneja la información obtenida en la investigación y permiten arribar a conclusiones que permiten elaborar y proponer respuestas (relación esencial) a los hechos no explicados por los conocimientos existentes en cada momento.

Inducción: “Es el proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes, que explican o relacionan los fenómenos estudiados”. Es el procedimiento teórico que conduce el manejo del conocimiento de lo particular a lo general, de los hechos a las causas. (Zegarra Verastegui, 2016)

Inductivo es entonces el método utilizado en la presente memoria laboral pues se aborda un estudio de lo particular a lo general, vale decir el enfoque realizado en el desarrollo de actividades que realiza el Departamento de ventas y eventos dentro del establecimiento Hotelero La Paz manifestando su proceso y optimización.

9.3. Técnicas

Las técnicas que se utilizaron en el presente documento son las siguientes:

- **Recopilación de datos:** La investigación documental es la técnica que más se emplea tanto en la investigación formativa dentro de las unidades académicas, como en la investigación profesional en las organizaciones de la sociedad. Habiendo definido la información requerida y el sujeto (persona u organización que posee esta información) se procede a la investigación del documento y a la extracción de la información citando con detalle esta fuente. (Zegarra Verastegui, 2016)

Dicha técnica de estudio, es útil y oportuna, para el desarrollo, proceso y propuesta implementada del establecimiento hotelero

- **Entrevista:** Es la acción de tomar contacto con la persona que posee la información con objeto de sostener una conversación que permite conocer esta información. Su resultado depende fundamentalmente del grado de comunicación y confianza que alcance el entrevistador. La entrevista puede ser estructurada o no estructurada según se someta o no a un cuestionario elaborado previamente. Para la entrevista es necesario diseñarla con carácter previo para dirigir la conversación a la información que interesa obtener. Se necesita de entrevistadores con experiencia para obtener resultados útiles. (Zegarra Verastegui, 2016)

Se utilizará la presente técnica de estudio, entrevista, al personal activo del establecimiento hotelero para la recopilación de datos certeros y precisos.

9.4. Fuentes

Para la presente investigación se presentaron las fuentes secundarias de información, tanto recursos disponibles en Internet como recursos bibliográficos que han permitido obtener información, poder contrastarla y responder a los pasos expuestos.

Asimismo, se utilizó la siguiente fuente primaria:

- Entrevista al Jefe o encargado de Recepción, quien actualmente es personal activo del establecimiento quien a la vez está relacionado con la atención de eventos del establecimiento hotelero.
- Evaluación de información recopilada en base a evidencias y la experiencia desarrollada.

GUÍA DE PREGUNTAS
ENTREVISTA AL PERSONAL
“OPTIMIZACIÓN DEL ÁREA DE EVENTOS EN EL HOTEL LA PAZ”

Fecha de la entrevista: 02/ 03 /2022

Lugar de desarrollo de la entrevista: Hotel La Paz

Nombre del entrevistador: David Elvis Castro Flores

Modo de registro: Grabación de audio

Horario inicio y fin de entrevista: 16:00 hs. /16:39 hs.

Comentarios sobre disposición de los entrevistados y desarrollo de la entrevista: Se tuvo la colaboración plena del personal del Hotel La Paz, para responder cada una de las preguntas formuladas acordes al presente trabajo en investigación

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio cualitativo nos permitirá conocer variables específicas de optimización, la entrevista se designará al personal relacionado con el área de eventos.

Las entrevistas tienen el objetivo de entender la condición básica en la que se operaba el área de eventos en cuanto a su atención y la optimización que se estableció en la mencionada área, como una oferta de servicios específica para el alquiler de ambientes y atención de eventos dentro el Hotel Paz.

Las entrevistas serán tratadas de manera individual al personal del hotel, donde el entrevistador tendrá la capacidad de indagar en el proceso previo, durante y después de la misma. También será importante que el entrevistado pueda responder a cada una de las interrogantes enmarcadas en la entrevista.

DATOS GENERALES

Nombre del entrevistado:	David Castro Flores
Empresa y/o Institución:	Hotel Paz
Cargo:	Jefe de Recepción
Años en el rubro :	7
Datos del contacto (teléfono/ correo):	2-280021 / reservashotellapaz @hotmail.com

GUÍA DE PREGUNTAS

ÁMBITO 1. PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO

1. ¿Con qué tipo de clientes o empresas trabajaba el Hotel? (clientes particulares, fundaciones, instituciones públicas)
R.- Con el tipo de cliente que trabajamos es mayormente son puros nacionales personas que vienen a hacer sus trámites, trabajan con el Gobierno y todo eso personas extranjeras mayormente en épocas de vacaciones y carnaval
2. ¿Qué tipo de eventos considera usted que son los más requeridos? (eventos sociales, corporativos, institucionales, reuniones)
R.- Bueno el tipo de eventos más que todo lo que sería eventos políticos... y también sería un evento de fútbol y las más requeridas mayormente personas que vienen a trabajar para el Gobierno.
3. ¿Por qué cree usted que consideran a Hotel La Paz un lugar idóneo para realizar un evento?
R.- Es por lo que es céntrico y es el acceso a se podría decir es donde bueno se unen las cuatro zonas digamos, entonces es por eso que es idóneo hacer un evento
4. ¿Usted considera que los precios establecidos de alquiler de salones son competitivos?
R.- Se podría decir que si se está manejando unas tarifas muy económicas por qué está levantando con todo lo que son eventos, entonces considero que nuestras tarifas están bien a comparación de otros hoteles
5. ¿Usted considera que los precios y la atención de alimentación (refrigerios, almuerzos, cenas) en los eventos son apropiados?
R.- Si también estamos manejando precios económicos y me parece que está bien a diferencia de otros hoteles o restaurantes

ÁMBITO 2. MOTIVACIÓN, TENDENCIAS Y GESTIÓN

6. Según su percepción ¿Ha existido metas u objetivos de ventas por mes en el área de eventos?
R.- La verdad no, es un tema que nos falta crear esos objetivos para nosotros.
7. ¿Cuáles considera usted que son los elementos que priman a la hora de decidir tomar los servicios de eventos del Hotel La Paz? (Tarifas, ubicación, capacidad de salones, atención personalizada, recomendaciones, otros)
R.- Principalmente la ubicación porque estamos a dos cuadras de la plaza Murillo y es un lugar céntrico y también nuestras tarifas.

8. ¿Considera que existen algunos obstáculos o limitaciones para el crecimiento del departamento de ventas y eventos y cuáles serían?
R.- Si nos falta apoyo en Marketing, promoción, también publicidad en medios de comunicación para hacernos conocer más.
9. Según su experiencia y de acuerdo a las características del establecimiento hotelero ¿Se recibía mayor porcentaje de eventos sociales o corporativos? (por qué razones)
R.- En si son más eventos sociales y/o sea serian ambos la verdad como es céntrico el hotel, entonces a la par, pero más como digo en eventos sociales.
10. ¿Qué acciones considera que debería afrontar el departamento de Marketing o Gerencia General para potencializar el área de eventos del Hotel La Paz? (Incidir si es un tema de promoción o mantenimiento de los ambientes)
R.- Seria marketing y promocionar salones full, con todas las páginas posibles y lo que es de ambientes... también adecuar a los requisitos de los eventos que está pidiendo digamos el cliente, cada vez que se realiza un evento, pero tener el material fundamental siempre en el salón, yo pienso eso.
11. ¿Considera que la normativa de SOBODAYCOM que aplica sanciones por la reproducción de música y derechos de autor dentro un evento, es acorde?
R.- Ya bueno el hotel tiene que tener un permiso de SOBODAYCOM para que no nos multen, bueno están en su derecho verdad, pero el hotel digamos cuenta con esos permisos

ÁMBITO 3. VOCACIÓN, SERVICIOS

12. Según su percepción, ¿la atención de alimentos y bebidas dentro un evento es adecuada y completa?
R.- Si se trata de brindar el mejor servicio con lo que es la alimentación y las bebidas dentro del evento ya que tenemos personas especialistas en la metería, a la cabeza de marketing que está a cargo siempre.
13. ¿Cuáles son los principales requerimientos para el alquiler de ambientes o atención de eventos?
R.- Los requisitos serán siempre la garantía, un contrato de por medio para que digamos no hagan el maltrato a las paredes o a los ambientes del hotel no, eso siempre, entonces con una garantía y contrato se le hace el alquiler de los ambientes.
14. ¿Qué tipo de clientes potenciales podrían captar para fidelizar y generar mayores ingresos en el área de eventos?
R.- Bueno eh como aquí estamos en la zona central y estamos donde es la casa del Gobierno no, se podría agarrar mayormente a los Ministerios y a la Policía ese tipo de clientes sería nuestro fuerte prácticamente con esa avanzaríamos poco a poco y algunas instituciones como ONG's.

9.5. Resultado de la Entrevista

El análisis de este primer punto es claro y concreto y prepondera 3 puntos, la ubicación que favorece estar presente en el centro de la ciudad, el factor económico accesible y al ser la paz sede de gobierno y es donde se encuentran el mayor aparato gubernamental, involucra necesariamente la participación de sus servidores públicos, además de la facilidad de despliegue para con las entidades públicas y privadas.

Un cliente no necesita conocer La Paz, la ubicación del hotel brinda un despliegue que no genera problema al momento de dirigirse al destino esperado.

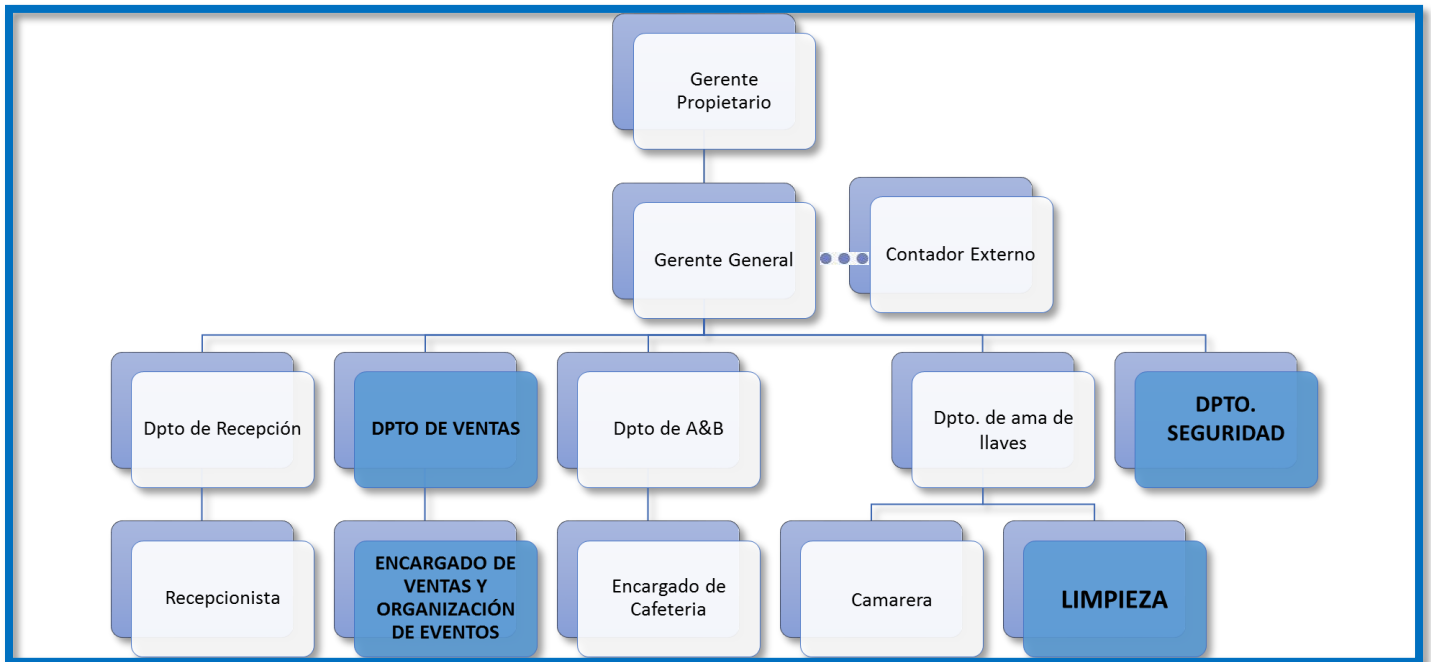
10. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Durante el periodo de tiempo desempeñado en el puesto de encargada de ventas y eventos del Hotel La Paz, se realizaron las siguientes propuestas para mejorar los servicios del mencionado departamento para generar un desarrollo óptimo descritas a continuación:

10.1. Propuesta Realizada I:

El área de eventos, se activó a partir de la propuesta del siguiente organigrama de funciones completo y organizado el cual va detallado con los departamentos con los que debería contar un Hotel de 3 estrellas particularmente el Hotel La Paz, la propuesta va junto a un manual de funciones preciso y concreto de los departamentos relacionados al área de eventos, este manual permitirá facilitar la comunicación entre departamentos y proporciona una atención adecuada a los clientes, mostrando una oferta organizada y determinada para optimizar el área de eventos

Figura 3 Propuesta de Organigrama- Hotel La Paz



Fuente: Elaboración Propia

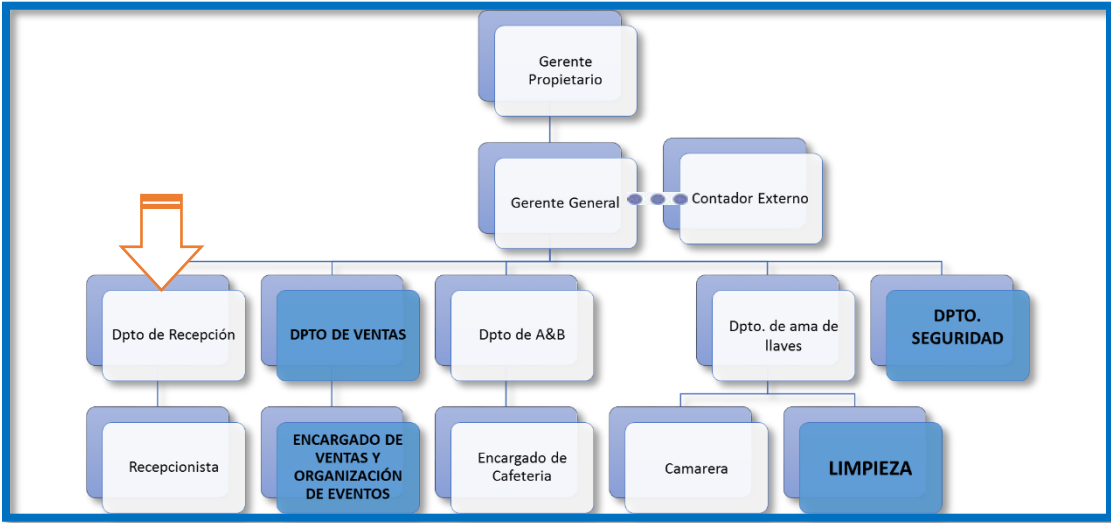
10.1.1. Objetivo Del Manual

Diseñar un Manual de funciones de departamentos para el Hotel La Paz que permita el desempeño exitoso en cada una de las áreas que conforman la estructura organizativa y que sirva de base para los procesos de gestión humana, además que se practique el trabajo en equipo cuando así se lo requiera.

10.1.2. Desarrollo del Manual Funcional de Áreas Implementadas


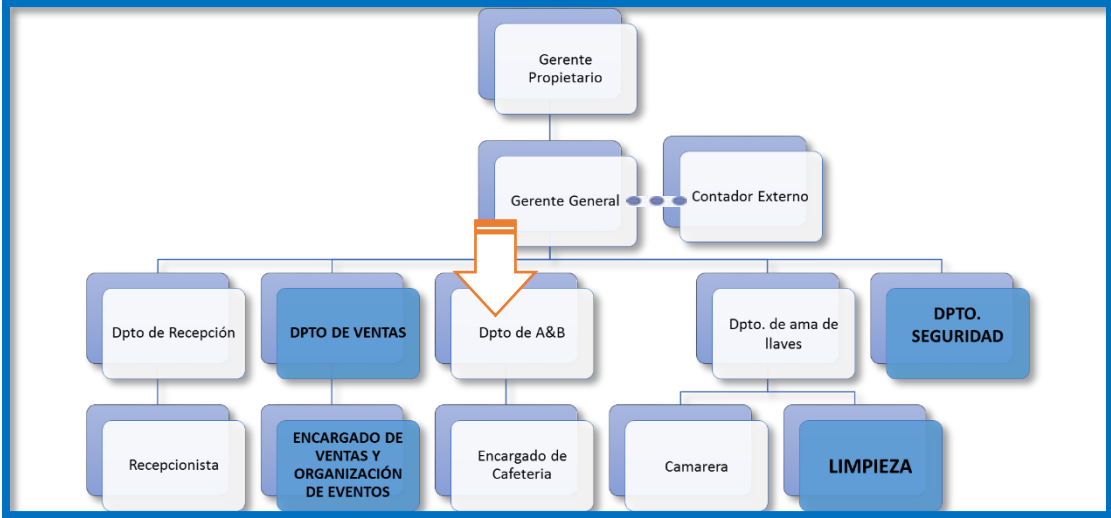
El manual orgánico funcional propuesto constituye en una herramienta que formalizó la organización del área de Eventos del Hotel La Paz, en el mismo que detalla información gráfica del área con el organigrama, exponiendo la descripción del puesto, las dependencias de acuerdo a la jerarquía y líneas de coordinación, junto a las funciones que corresponden al puesto, como a los diferentes departamentos que la conforman.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS HOTEL LA PAZ



	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO
	REFERENCIA: DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN		N° DE PLAZAS: 02
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...	
<p>NIVEL: DIRECCIÓN OPERATIVA DENOMINACION DE LA UNIDAD: RECEPCIÓN NOMBRE DEL CARGO: RECEPCIONISTA DEPENDENCIA: VENTAS Y RESERVAS DEPARTAMENTOS DEPENDIENTES: AMA DE LLAVES UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:</p>			
			
Descripción General del Cargo de Recepcionista	<p>La importancia del departamento de recepción en el desarrollo operativo de un hotel de 3 estrellas es enorme, no sólo debido a la gran cantidad de personas que acuden a él, sino también porque es el centro de operaciones de todo el hotel. El trato que el huésped reciba en este departamento, es de vital importancia pues en él solicitará servicios desde el momento de su llegada hasta el de su salida. El objetivo del hotel debe ser que el cliente se sienta como en su propia casa.</p>		
Funciones Específicas del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Para lograr un control efectivo del estado de cada una de las habitaciones (ocupadas, vacías, sucias, etc.) se pueden utilizar dos sistemas: el computarizado y el control manual. En caso del establecimiento del cual se describe en el presente documento es el control manual: Este control del estado en el que se encuentra cada una de las habitaciones puede ser de tres tipos: 		

	<ul style="list-style-type: none">• RACKS. Consisten en pequeñas hojas con la información de cada huésped y se señalan con colores, dependiendo del estado en que se encuentra cada habitación.• HOJA DIARIA DE CONTROL. Incluye los números de habitación y en ella se anota el estado de cada una de ellas, se puede borrar y modificar de acuerdo con los cambios.• PLANING. Es un registro manual de todas las reservas confirmadas de habitaciones y alquiler de salones para un control de disponibilidad diario.• Debe verificar las reservas si se encuentran garantizadas, y en caso de haber otorgado algún descuento que este se encuentre con la autorización correspondiente del área de ventas y eventos• Coordinación costaste, permanente e inmediata con el departamento de ventas y eventos en cuanto a solicitudes e información• Dentro el horario de trabajo nocturno realizara las reservas correspondientes en atención a la vía telefónica como la de redes sociales (WhatsApp, Messenger) cuando estas sean solicitadas.• Observar tanto como le sea posible a todo el personal y clientes que salen y entran de las instalaciones del hotel.• Reportar toda actividad sospechosa al personal de seguridad.• Encargado de dar la bienvenida al huésped• Responsable de organizar el reparto de habitaciones a los clientes.• Realizar el registro y control de ingresos y salidas del huésped (Check in y check out)• Cobrar las facturas pendientes de los huéspedes a su salida• Ayudar a los clientes que lo necesiten con sus equipajes• Responder a las llamadas y transferirlas al departamento adecuado• Orientar a los clientes en cualquier momento durante la estancia• Informar a cocina de las solicitudes de room service• Realizar cambios de habitaciones solicitados por los clientes.• Realizar bloqueos de habitaciones, con reservas garantizadas.• Autorizar la prolongación de estadías después de verificar la disponibilidad.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener una fluida comunicación con el resto de los departamentos (Mantenimiento, Lavandería, Seguridad, A&B y Ama de Llaves).
Obligaciones del Cargo y Experiencia	<p>Estudios Requeridos: Bachiller, Técnico o Licenciatura en Hotelería y Turismo</p> <p>Conocimiento General: Atención al cliente, ingles intermedio, conocimiento informático</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año</p> <p>Disponibilidad de horarios: Rotativos y fines de semana</p>
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez Verbal • Trabajo bajo presión • Buena presentación • Iniciativa • Conocimiento mínimo en manejo de cajas o sistema hotelero
Competencia Organizacionales y Funcionales	<ul style="list-style-type: none"> • Organizado y Dinámico • Responsable. • Percepción y Atención. • Excelentes Relaciones Interpersonales (Amabilidad, Cortesía.) • Trabajo en equipo • Honestidad. • Concentración. • Proactivo • Orientado al cliente
Relaciones Laborales	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia General • Jefe de Ventas y Organización de Eventos • Camarera • Cafetería • Limpieza • Seguridad
Apariencia Personal	<p>El cargo al tener el contacto directo con el cliente, requiere el uso de uniforme limpio, planchado y zapatos adecuados. Debe proyectar una buena imagen.</p> <p>Presentación personal: Cabello debidamente limpio y peinado, uñas limpias y cortadas, buen aseo bucal, los hombres bien rasurados, las mujeres con maquillaje discreto.</p> <p>La postura: No fumar durante el trabajo, no comer, no masticar chicle, no gritar.</p>

	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO
	REFERENCIA: DEPARTAMENTO DE A&B ALIMENTOS Y BEBIDAS		N° DE PLAZAS: 02
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...	
<p>NIVEL: DIRECCIÓN OPERATIVA DENOMINACION DE LA UNIDAD: CAFETERIA NOMBRE DEL CARGO: ENCARGADO DE CAFETERIA DEPENDENCIA: EVENTOS DEPARTAMENTOS DEPENDIENTES: EVENTOS / RECEPCION</p>			
UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:			
			
Descripción General del Cargo de Cafetería	<p>Este cargo es responsable de la plena satisfacción del cliente, en cuanto al servicio prestado por el departamento. Está encargado de los servicios relacionados con alimentos y bebidas. Además, responde con la supervisión y verificación de la organización y el montaje de operaciones como: bar, mesas, menús y eventos.</p>		
Funciones Específicas del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña la lista de mercado y recibe los productos, • Atención de desayunos todos los días, atención de quejas y reclamos, atención de sugerencias • Responsable directo de la cafetería • Establecer sistemas de compra de verificación y recepción de productos. • Hacer recibo, despacho y almacenamiento de los productos • Encargado de organizar los turnos de trabajo según la demanda de servicio. • Coordinar el trabajo diario del hotel (desayuno buffet o asistido, cafetería a la carta) y los servicios de eventos (refrigerios, almuerzos, cenas, etc.) 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Prever los insumos y solicitarla para su llegada a tiempo • Elaborar menús • Hacer informes sobre los costes del departamento • Prever los productos necesarios • Dar la bienvenida a los huéspedes durante el desayuno • Realizar el cobro de consumo al cliente • Preparar los salones según el montaje solicitado • Servir y atender en los salones destinados para los eventos (refrigerios, almuerzos, cenas, etc.) • Supervisar que todo lo requerido esté debidamente instalado: verificar sillas y mesas (limpias, debidamente alineadas), mantelería, platos, vasos, cubiertos y cristalería limpias y en perfecto estado, olor adecuado en el ambiente, accesorios (saleros, pimenteros y azucareros),
Obligaciones del Cargo y Experiencia	<p>Estudios Requeridos: Bachiller, Técnico en Gastronomía u Hotelería y Turismo</p> <p>Conocimiento General: Atención al cliente, manipulación de alimentos y normas de seguridad e higiene, ingles básico.</p> <p>Experiencia: Mínima de 1 año en Alimentos y Bebidas</p>
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Iniciativa • Trabajo en equipo
Competencia Organizacionales y Funcionales	<ul style="list-style-type: none"> • Organizado. • Responsable. • Colaborador. • Percepción y Atención. • Amabilidad y Cortesía • Honestidad • Control • Agilidad
Apariencia Personal	<p>El cargo requiere el uso de uniforme brindado por el establecimiento hotelero, limpio, planchado y zapatos adecuados. Debe proyectar una buena imagen, portar el carnet sanitario en un lugar visible.</p> <p>Presentación personal: Cabello debidamente limpio y peinado, uñas limpias y cortadas, buen aseo bucal, uso de guantes de latex.</p>

	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO
	REFERENCIA: DEPARTAMENTO DE AMA DE LLAVES		N° DE PLAZAS: 01
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...	
<p>NIVEL: DIRECCIÓN OPERATIVA DENOMINACION DE LA UNIDAD: PISOS Y ÁREAS COMUNES NOMBRE DEL CARGO: AYUDANTE DE LIMPIEZA DEPENDENCIA: AMA DE LLAVES DEPARTAMENTOS DEPENDIENTES: AMA DE LLAVES / RECEPCIÓN UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:</p>			
			
Descripción General del Cargo de Limpieza	<p>Es el responsable de mantener las aéreas públicas, oficinas y los salones del hotel completamente limpias; por esta razón se encarga de la supervisión constante del aseo y desinfección de ellas con el fin de brindar un excelente servicio al cliente. Se presentan algunos procedimientos de trabajo para la limpieza de estas áreas: En este tipo de limpieza se debe poner especial atención en los baños, ya que existen hoteles que tienen baños con muy mal aspecto y esto afecta la imagen ante el huésped.</p>		
Funciones Específicas del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los materiales. • Preparar el área y colocar letrero correspondiente • Se encarga de la limpieza y del mantenimiento en las zonas nobles. • Recibe órdenes de la encargada de pisos nobles por medio de un parte de trabajo diario, en el que van detalladas las tareas a realizar, así como el orden en el que deben realizarse • Limpieza del lobby, pasillos, ascensores, áreas comunes 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza, repaso y reposición de dotaciones en los aseos públicos (baños comunes, baños de salones de eventos) • Limpieza de la cafetería • Limpieza del polvo en el mobiliario e instalaciones • Limpieza de accesos al hotel y pasillos comunes • Comunicar los desperfectos y averías a la supervisora de pisos • Recoger los objetos olvidados por los clientes y entregarlos al área de seguridad junto a un registro de objetos olvidados • Capacidad para trabajar en equipo, y apoyo en el área de eventos cuando así se requiera • Mantener en perfecto estado la limpieza y orden los pasillos y áreas públicas del hotel. Baños comunes, estacionamientos, lobby de recepción, entrada y/o accesos al edificio para los clientes. • Elaborar los informes diarios del estado real de estas áreas (Informe de Ama de Llaves). Para que el departamento de mantenimiento externo realice las reparaciones pertinentes.
<p>Obligaciones del Cargo y Experiencia</p>	<p>Estudios Requeridos: Bachiller Conocimiento General: Limpieza de áreas Experiencia: Mínima de 6 meses de capacitación en limpieza</p>
<p>Competencia Organizacional y Funcional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizado • Destreza • Agilidad • Responsable • Disciplina • Discreción
<p>Apariencia Personal</p>	<p>El cargo requiere el uso de uniforme brindado por el establecimiento hotelero, limpio, planchado y zapatos adecuados. portar el carnet sanitario en un lugar visible. Presentación personal: Usar gorro para el cabello y uso de guantes de goma.</p>

	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO
	REFERENCIA: DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD		N° DE PLAZAS: 01
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...	
<p>NIVEL: DIRECCIÓN OPERATIVA DENOMINACION DE LA UNIDAD: SEGURIDAD NOMBRE DEL CARGO: PERSONAL DE SEGURIDAD DEPENDENCIA: RECEPCION, EVENTOS DEPARTAMENTOS DEPENDIENTES: GERENCIA GRAL, RECEPCIÓN, AMA DE LLAVES, EVENTOS, CAFETERIA.</p>			
UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:			
			
Descripción General del Cargo de Seguridad	<p>La seguridad en un hotel es principal y fundamental para lograr la satisfacción del huésped y del personal, gracias a este departamento encargado de la seguridad se puede brindar tranquilidad y garantía de un desarrollo normal de actividades programadas, la seguridad es un plus que permite alcanzar la captación de clientes y garantizar su retorno a las instalaciones del Hotel.</p>		
Funciones Específicas del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Durante el turno asignado, el personal de seguridad deberá estar correctamente uniformado y equipado. • Realizar inspecciones periódicas de seguridad • Proteger las áreas con las que cuenta el hotel • Brindar seguridad ante posibles accidentes, robos, etc. • Cuidar la integridad física de huéspedes, empleados y visitantes • Cuidar las pertenencias del hotel, huésped y empleados • Cuidar la imagen y prestigio del hotel • Prevenir actos delictivos 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener informado al gerente de las actividades relacionadas a la seguridad del hotel • Vigilar entrada y salida de empleados, huéspedes y visitantes. • Reporte a la Policía de cualquier eventualidad urgente. • Contar con números de emergencia a la mano, para su atención inmediata. • Coordinar con el dpto. De ventas y eventos la lista de invitados y participantes al evento programado • Controlar el orden de los eventos celebrados en el hotel • Intervención inmediata cuando se suscitan situaciones que alteren el normal desarrollo del evento • Brindar recomendaciones y controlar el tema de bioseguridad.
Obligaciones del Cargo y Experiencia	<p>Estudios Requeridos: Bachiller, técnico en seguridad y primeros auxilios Conocimiento General: Técnicas de defensa personal, primeros auxilios Experiencia: Mínima de 1 año en el área de seguridad física Horarios: Diurnos y nocturnos</p>
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva • Manejo y control de problemas • Vigilancia • Buena condición física
Competencia Organizacionales y Funcionales	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción y Atención • Concentración • Asertividad • Decisión • Agilidad • Controlar • Prudencia • Discreción • Agudo sentido común
Apariencia Personal	<p>El cargo requiere el uso de uniforme adecuado para el puesto, limpio, equipado con implementos de seguridad, contar con un botiquín de primeros auxilios.</p>

	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO	
	REFERENCIA: ADMINISTRACIÓN			N° DE PLAZAS: 01
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...		
<p>NIVEL: ADMINISTRACIÓN DENOMINACION DE LA UNIDAD: CONTABILIDAD NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR EXTERNO DEPENDENCIA: GERENCIA GENERAL DEPARTAMENTOS DEPENDIENTES: GERENCIA GENERAL</p>				
UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:				
				
Descripción General del Cargo de Contador externo	<p>Es el responsable de analizar y registrar en el sistema todos los movimientos y transacciones contables que se realicen en la empresa, así como preparar reportes y estados financieros acordes a los principios de contabilidad generalmente aceptados en el país. De forma más específica, los contadores registran información financiera, como informes financieros, declaraciones de impuestos, presupuestos y transacciones financieras.</p>			
Funciones Específicas del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> • Diligenciar y mantener actualizada la contabilidad de la entidad. • Mantener al día los soportes contables. • Elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas, al menos una vez al año. • Certificar los estados financieros. • Elaborar los informes requeridos por la administración o Gerencia General. • Elaborar los informes que necesiten los entes de control. 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar las diferentes declaraciones tributarias requeridas por la administración. • Expedir certificaciones que se fundamenten en los registros contable • Preparar y presentar estados financieros de las operaciones de la empresa, así como revisar y señalar las variaciones encontradas con respecto a períodos anteriores. • Generar la información y asegurar el correcto cálculo de la planilla de Sueldos y Salarios • Preparar y efectuar pagos de impuestos al estado de acuerdo a las regulaciones establecidas en la ley • Archivar documentos bajo su responsabilidad. • Realizar cualquier otra función asignada al puesto
<p>Obligaciones del Cargo y Experiencia</p>	<p>Estudios Requeridos: Técnico o Licenciatura en áreas contables Conocimiento General: Conocimiento técnico contable y financiero Experiencia: De 1 a 3 años en el área Días de trabajo: Programados</p>
<p>Requerimientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva • Trabajo organizado • Eficiencia, eficacia • Predisposición
<p>Competencia Organizacionales y Funcionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Comprensión • Análisis • Síntesis • Evaluación de situaciones • Adaptativo • Responsable • Soluciones viables y efectivas • Agudo sentido común

	MANUAL FUNCIONAL		PERIÓDICO	
	REFERENCIA: ADMINISTRACIÓN			N° DE PLAZAS: 01
	EFECTIVO DESDE...	REEMPLAZA A...		
<p>NIVEL: DIRECCIÓN OPERATIVA DENOMINACION DE LA UNIDAD: EVENTOS NOMBRE DEL CARGO: ENCARGADO DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPENDENCIA: GERENCIA GENERAL DEPARTAMENTOS DEPENDIENTE: RECEPCIÓN, CAFETERIA, SEGURIDAD UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA:</p>				
				
<p>Descripción General del Cargo de encargado de Eventos</p>	<p>El cargo de organizador de eventos, es el cargo más resaltante en el presente documento. Debe estar perfectamente preparado, y disponer de personal suficiente, para atender a las demandas relacionadas con reuniones de empresa, banquetes, exposiciones, exhibiciones y otros eventos asimilables. Es el responsable de todas las actividades relacionadas con los actos celebrados en el hotel desde la venta hasta el desarrollo de los mismos.</p>			
<p>Funciones Específicas del Puesto:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cotizaciones personalizados • Revisar los salones antes de la llegada del cliente • Informar a los demás departamentos implicados de los servicios solicitados por el cliente • Realizar informes sobre los beneficios que reporta la organización de eventos • Se precisará de la intervención de Alimentos y Bebidas, tales como Jefe de Cocina, cocineros, cafeteros 			

	<ul style="list-style-type: none"> • En cuanto al departamento de Pisos, precisará del personal de limpieza de salas, lavandería • En cuanto al departamento de Mantenimiento, precisará de personal para la revisión de las instalaciones y equipos necesarios para el desarrollo de cada evento. • Podrá ser necesaria la intervención de otros departamentos como Marketing, Administración o el apoyo continuado de Recepción. <p>➤ En cuanto a servicios exteriores, será necesaria la contratación de proveedores, empresa de decoraciones, animación, etc.</p> <p><i>Además de todas las funciones y procedimientos descritos en el punto 3. De la Descripción del Desempeño laboral, la cual se extendió a mayor detalle y profundidad las funciones que compete a un responsable del área de eventos dentro un establecimiento hotelero..</i></p>
<p>Obligaciones del Cargo y Experiencia</p>	<p>Estudios Requeridos: Licenciatura en Turismo y Hotelería, administración hotelera.</p> <p>Conocimiento General: Hotelería, organización de eventos, etiqueta, protocolo, otros.</p> <p>Experiencia: De 1 a 3 años en administración hotelera.</p> <p>Días de trabajo: Horarios no establecidos (supervisión).</p>
<p>Requerimientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades comunicativas • Capacidad de organización • Habilidades de ventas • Toma de decisiones
<p>Competencia Organizacionales y Funcionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar • Relación con clientes • Satisfacción del cliente • Controlar • Evaluar • Diseñar, detallar • Responsable • Resolución de conflictos • Gestionar • Identificar oportunidades • Coordinar • Negociar
<p>Apariencia Personal</p>	<p>El cargo al tener el contacto directo con el cliente, requiere el uso de vestimenta formal, limpio y planchado. Debe proyectar una buena imagen.</p> <p>Presentación personal: Cabello debidamente limpio y peinado, uñas limpias y cortadas, buen aseo bucal, buen aspecto y apariencia.</p>

10.1.3. Público determinado:

Un evento siempre va dirigido al público que le interese o le puedan interesar las características de un servicio. Por ello, en la organización de eventos, debemos pensar en el receptor. Es decir, ¿a quién va dirigido? Por tanto, también debemos tener en cuenta las particularidades de dicho público. En la organización de eventos corporativos, la empresa es la encargada de establecer una estrategia publicitaria y de marketing. De este modo, el emisor es la entidad responsable del evento. Por medio de estas estrategias publicitarias se coordina la información, y se elaboran y desarrollan planes estratégicos.

En la actualidad existe una gran variedad de eventos públicos, privados, oficiales, empresariales, etc. que requieren de ella. De este modo, existen empresas especializadas en la organización de eventos que cumplen con el protocolo adecuado.

El público objetivo determinado para considerar en el área de eventos son personas entre 18 a 65 años quienes tienen la capacidad y poder adquisitivo de realizar y solicitar un evento de acuerdo a sus necesidades.

10.2. Propuesta Realizada II: Análisis Del Mercado

Para la ampliación del área de eventos, se realizó un análisis de mercado, por medio de visualización digital de la oferta y demanda existente, en cuanto al área de eventos, en hoteles que se encuentren cerca al establecimiento, con la misma categoría tres estrellas y de esta forma conocer la ventaja competitiva de ellos.

El objetivo principal, fue mejorar las ventas e ingresos del Hotel La Paz, a través de la operación del área de eventos, conociendo la competencia del mercado.

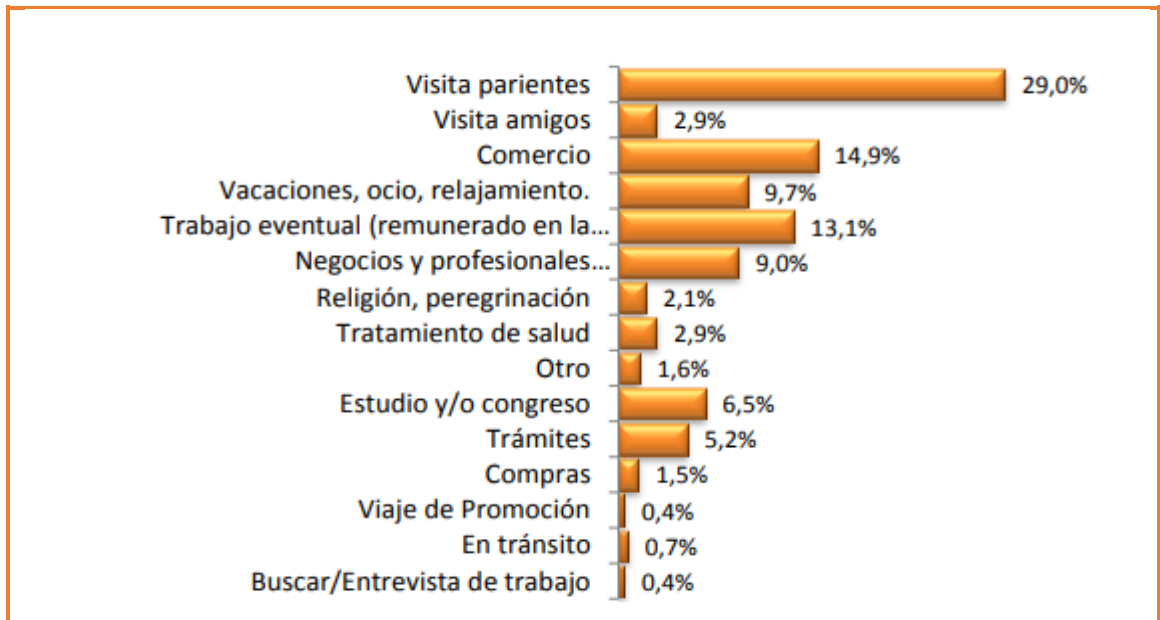
10.2.1. Demanda Nacional

El Viceministerio de Turismo en la gestión 2011, presentó el estudio de Perfil del Turismo Interno², el cual resalta el perfil del Turista Interno, que se constituye en el público objetivo de esta memoria, si bien los datos orientan al turista boliviano, es importante resaltar que el 6.5% viaja por estudio y/o congresos.

Cuando este es el motivo, además de utilizar el servicio de hospedaje, ellos utilizarán una sala de reuniones o en su defecto un salón de eventos para participar de congresos, jornadas, cierres, seminarios, etc. de la entidad a la que pertenecen o por la que fueron invitados, con la que celebraran un encuentro o efectuaran un acuerdo, y se lo considera, ya que basada en el público de eventos del Hotel La Paz, una parte de los clientes llegaban por este motivo.

² VICEMINISTERIO DE TURISMO. Perfil del Turismo Interno – Encuesta Gasto 2011.

Cuadro 2 Motivo de Viaje



Fuente: Datos de la Encuesta de Perfil y Gasto de Turismo Interno

Además de aquellos que utilizaban los servicios del área de eventos, relacionada con Estudio y/o Congresos, se tenía una demanda segmentada en el siguiente mercado:

- ✓ Demanda del Mercado corporativo, es aquel integrado por corporaciones CAF, ONU, BID

La demanda que significativamente recibía el Hotel La Paz era la Demanda del Mercado Corporativo, específicamente el segmento de entidades públicas, Fundaciones, ONG's y sector privado.

Quienes se trasladaban únicamente para participar de un evento o encuentro de integración, representando a su departamento o región, tratando temas que respondían al área social, comunitaria, cultural, educativa y otros. Correspondiendo así a un tipo de cliente corporativo – empresarial.

Para lo cual se presentan los siguientes cuadros demostrativos:

10.2.2. Perfil del Cliente para el Área de Eventos del Hotel La Paz

Cuadro 3 Clientes Asiduos



Fuente: Elaboración propia basada en datos del Hotel La Paz

INRA (Instituto Nacional de Reforma Agraria) era la principal fuente de ingreso para el Hotel La Paz ya que realizaba eventos o reuniones habituales durante todo el año, como talleres, seminarios, evaluación de proyectos, etc, incluyendo en determinadas fechas el servicio de hospedaje con la llegada de su personal del interior del país.

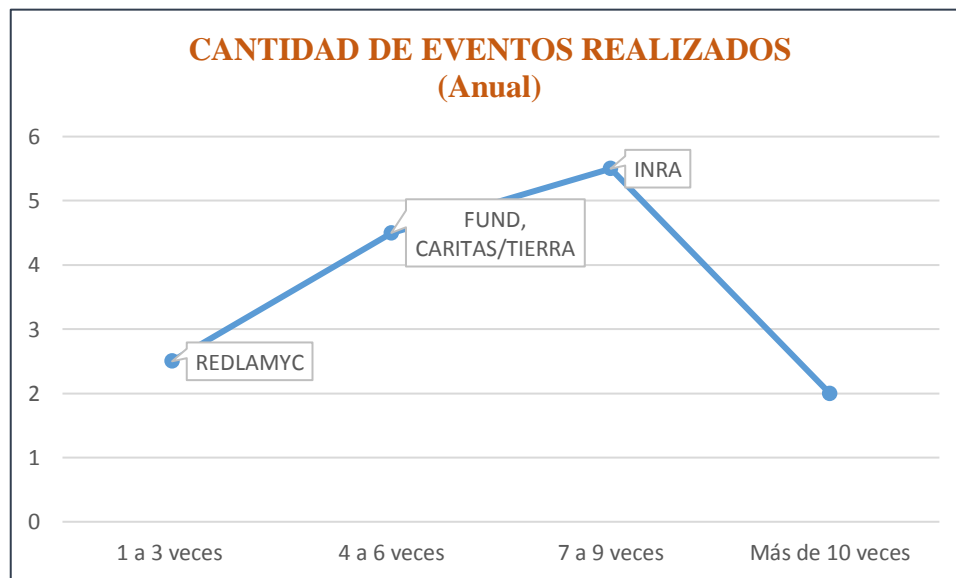
Cuadro 4 Sector implicado en un evento



Fuente: Elaboración propia basada en datos del Hotel La Paz

El área o tema de trabajo a tratar en los diferentes eventos realizados en el Hotel La Paz, fueron de índole Social, cultural e integración, con la participación de representantes de diversas regiones o municipios pertenecientes a algunas de las entidades mencionadas.

Cuadro 5 Cantidad de eventos realizados al año

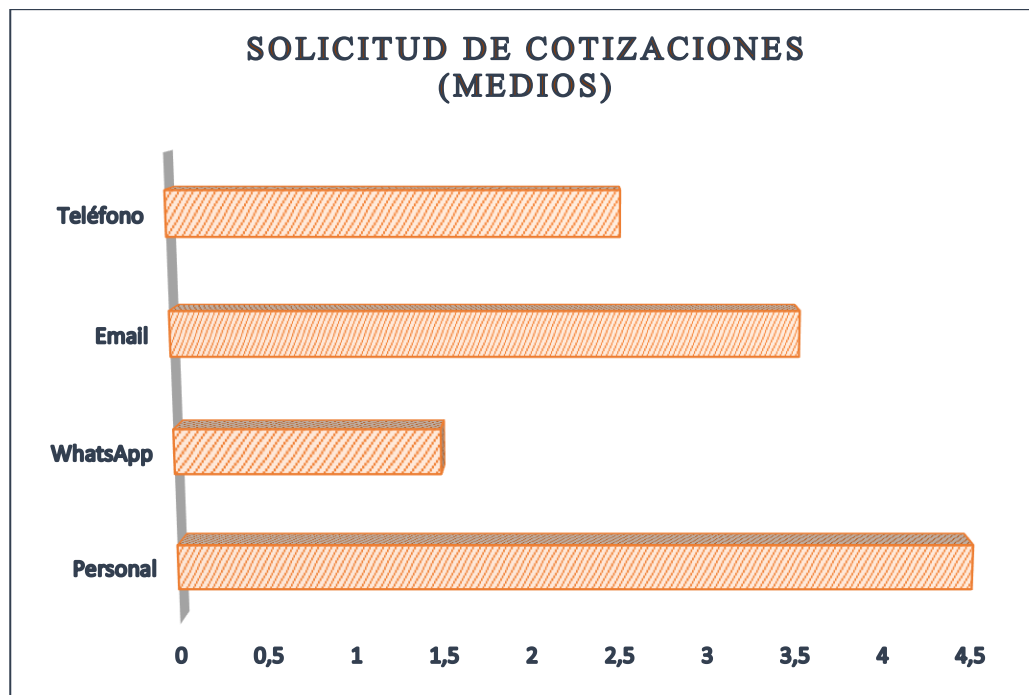


Fuente: Elaboración propia basada en datos del Hotel La Paz

INRA fue la institución que realizaba mayor cantidad de eventos durante el año, ya que se tenía un convenio de prestación de servicios por la cercanía y frecuencia con la que solicitaban dichos servicios.

Se realizaba orden de compra y el pago mediante SIGEP por tratarse de una institución perteneciente al Estado, de esa manera se logró fidelizar a esta institución satisfaciendo todas sus necesidades.

Cuadro 6 Solicitud de Cotización



Fuente: Elaboración propia basada en datos del Hotel La Paz

Ésta demanda corporativa opta por solicitar la mayoría de las veces, una cotización para un determinado evento de manera personal, creando una cita anticipada con la encargada de eventos, para coordinar detalles y formalizarlos mediante un correo electrónico, para respaldo de ambas partes, además de una adjudicación mediante documentos actualizados del Hotel.

10.2.3. Análisis de la Competencia

De acuerdo a un análisis realizado mediante un sondeo en la ciudad de La Paz a establecimientos hoteleros de 3 estrellas, se ha identificado algunos de ellos con similares características considerándolos como una competencia directa para el Hotel La Paz, por ser parte de este mismo grupo Hotelero.

A continuación, en el cuadro demostrativo identificamos algunos de los servicios con los que cada Hotel cuenta para la realización de eventos y alquiler de ambientes, citando además la fuente de información.

Cuadro 7 Análisis Del Mercado (Área De Eventos)

ASPECTOS TOMADOS EN CUENTA	HOTEL GLORIA	PANAME-RICAN HOTEL	GRAN HOTEL PARIS	ALEXANDER PALACE HOTEL	HOTEL QANTU	HOTEL EL DORADO
Localización	Zona Central – Calle Potosí esq. Genaro Sanjinés # 909	Zona Central – Calle México #1555	Km 0 - Plaza Murillo esq. Bolívar y Ballivian # 1179-1181	El Alto – Avenida Jorge Carrasco esq. Calle 3 # 61	Zona Gran Poder – Calle Illampu # 740	Zona Central – Avenida Villazón S/N
Precio de salón de eventos	Paquete Premium para evento social *Bs 310	Alquiler de salón para eventos *Bs 1.600	Alquiler de salón Biógrafo para evento social *Bs 2.800	Alquiler de salón para eventos sociales y corporativos	Alquiler de salones para eventos pequeños *Bs 800	Alquiler de salón para eventos sociales * Bs 2000
Cantidad de Salones de eventos en el Establecimiento Hotelero	1	1	3	2	2	1
Cantidad de mesas	12	8	15	30	10	6
Cantidad de sillas	120	80	200	300	40	35
N° Paquetes de Eventos	2	2	2	2	2	2
Temporada alta de eventos	Marzo/Abril/Sept./Octubre	Sept./Nov.	Octubre/Nov./Dic.	Marzo/julio/Sept./Dic.	Abril/Mayo / Octubre	Octubre

Fuentes: - Páginas de internet
 - Consulta telefónica
 - Visita al establecimiento

10.2.3.1. Resultado del análisis de Mercado

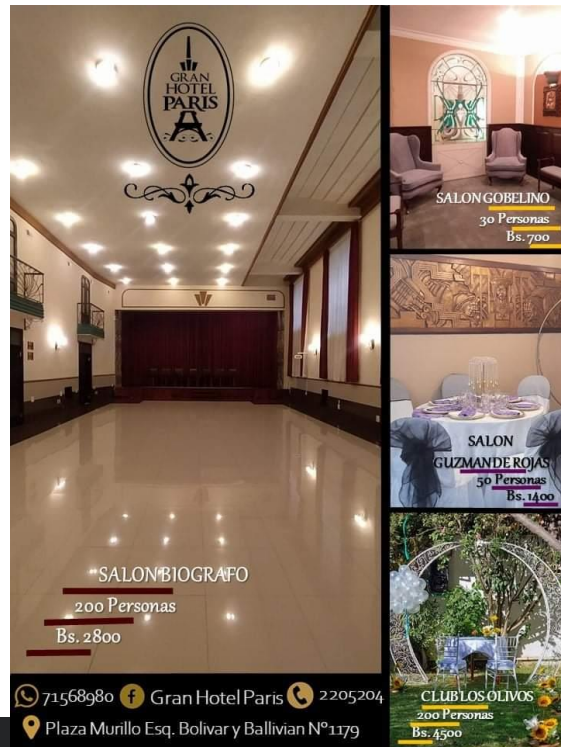
Sobre el análisis de mercado mostrado en el cuadro presentado, el establecimiento hotelero **GRAN HOTEL PARIS**, representa la mayor competencia para el HOTEL LA PAZ, considerando sus características, cantidad de salones, precio, paquetes y ubicación próxima, además la forma de comercialización de sus salones y paquetes.

Al realizar el presente estudio de mercado con diferentes Hoteles de la misma categoría, se pudo reflejar que el Hotel La Paz tiene capacidad competitiva en el mercado por presentar las siguientes ventajas reales:

- **Localización:** La localización con el que cuenta el establecimiento Hotelero “La Paz” es favorable, pues se encuentra a tan solo 2 cuadras del Km 0 de la ciudad de La Paz (Plaza murillo), con una vista excepcional de la ciudad, muy accesible para el transporte a cualquier punto de la ciudad, con una cercanía favorable a las diferentes entidades públicas y privadas para la realización de cualquier trámite
- **Público objetivo:** Personas entre 15 a 65 años de edad que tengan un interés en realizar un evento delimitando el tipo y categoría.
- **Factor Económico:** los precios con los que cuenta una realización de eventos en el Hotel La Paz son muy accesibles para cualquier cliente que esté interesado en realizar una, en relación a la competencia analizada anteriormente.
- **Atención competente:** al contar con personal competente en el área, la organización del evento se vuelve más profesional, cordial, comprometido y responsable. Además del compromiso de las demás áreas del hotel al momento de realizar un evento.
- **Responsabilidad:** Dando cumplimiento de manera eficaz y eficiente el convenio realizado con el cliente, tratando al 100% de satisfacer sus expectativas.
Infraestructura: Hotel La Paz cuenta no solo cuenta con un salón sino 4 salones de diferentes capacidades y espacios, dándole de esta manera al cliente mayor variedad para la elección de su evento.
- A comparación de la competencia, el **Diseño y decoración** es flexible, cada uno de los salones partiendo de su espacio y diseño, permite coordinar con el cliente la decoración acorde al tipo de evento, que puede ser propuesto como paquete organizado por el Hotel o en su defecto, organizado y/o decorado por el mismo cliente o su propio proveedor.
- **Tecnología y equipos,** es igual de flexible, va depender al tipo de evento a desarrollarse y la solicitud que el cliente realice.

Figura 4 Gran Hotel Paris (3 Estrellas)

Establecimiento hotelero altamente competitivo para el módulo de estudio Hotel La Paz, considerado como una posible amenaza, por la semejanza en infraestructura, cantidad de ambientes o salones de eventos, tarifas competentes y ubicación próxima.



MUSERPOL Ofrece Elegantes y Exclusivos Salones aptos para:

- ✓ Seminarios
- ✓ Reuniones Corporativas
- ✓ Capacitaciones
- ✓ Fiestas de 15 años
- ✓ Bodas
- ✓ Graduaciones
- ✓ Cumpleaños


Capacidad y Costo:

- 👉 Salón "GOBELINO" en Gran Hotel París: 30 personas - Bs. 700.-
- 👉 Salón "BIÓGRAFO" en Gran Hotel París: 250 personas - Bs. 2800.-
- 👉 CLUB POLICIAL "LOS OLIVOS" en Aranjuez: 200 personas - Bs. 4500.-
- 👉 Salón "GUZMÁN DE ROJAS" en Gran Hotel París: 80 personas - Bs. 1400.-

TAMBIÉN CONTAMOS CON TARIFAS ESPECIALES PARA FUNCIONARIOS DE LA POLICÍA.

Consulta por nuestra disponibilidad y realiza la reserva de tu Evento.

Figura 5 Modelo de cotización para evento social HOTEL LA PAZ (3 Estrellas)



La Paz, 16 de Diciembre de 2019

Señora:
Maryluz Conde
Presente.-

REF. CENA BAILABLE

De nuestra consideración

A tiempo de saludarle, tenemos el agrado de presentarle nuestra cotización para una Cena bailable en fecha 20 de Diciembre del presente año.

SALON DE EVENTOS	AMPLIFICACION	CENA	PRECIO POR PERSONA
✓ AMARU (50 Personas)	✓	✓	95,00
✓ ILLIMANI (100 personas)	✓	✓	105,00

Todos nuestros salones se pueden ambientar de acuerdo al requerimiento o al tipo de evento.

AUDITORIO
AULA O TALLER
COCKTAIL
BANQUETE
MESA EN U

INCLUYENDO	ALQUILER DE EQUIPOS	SERVICIOS ADICIONALES
✓ Sillas con faldones	✓ Data Show: Bs 200 por día	✓ Fotocopias
✓ Mesas con manteles	✓ Ecran: Bs 200 por día	✓ Impresiones
✓ Pizarra acrílica		✓ Anillados
✓ Botellón de agua		✓ Facilitador

OPCIONES DE CENA.-

Tres Carnes: Medallón de res, pollo y chanchito con arroz primavera, ensalada de legumbres y croquetas de papa o yuca

Morongo

Lechón

Picante Mixto

El Hotel La Paz se encuentra ubicado en el Centro Histórico de la ciudad, a dos calles de la Plaza Murillo, con fácil acceso a los centros comerciales y a diferentes entidades públicas y privadas.

La forma de pago de todos los servicios puede realizarse:

- ✓ En recepción, cancelando en efectivo o con tarjeta de crédito
- ✓ Mediante un depósito Bancario

Para cualquier consulta y/o ampliación de la información proporcionada, no dude en contactarse a los siguientes teléfonos o e-mail:

☎ +591-2-280021
+591-2-2280076
■ 591-69980923

reservashotellapaz@hotmail.com - hotellapazoficial@gmail.com

O a través de nuestra página Web:

www.hotellapazbolivia.com

Atentamente:

Mónica Estrada Machicado
VENTAS Y RESERVAS
HOTEL LA PAZ™

Nota. Durante la ejecución de mi desempeño laboral, este fue el modelo de cotización enviado al cliente, de acuerdo a una atención personalizada.



Salón Maya – Hotel La Paz



Salón Espejos – Hotel La Paz



Salón Sajama (Business Center)



Salón Illimani – Hotel La Paz

10.3. Propuesta Realizada III

Para el incremento en ventas e ingresos por el alquiler de ambientes y realización de eventos en el Hotel La Paz, se propone optimizar el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión de los mismos diferentes tipos de eventos presentados en el área de eventos.

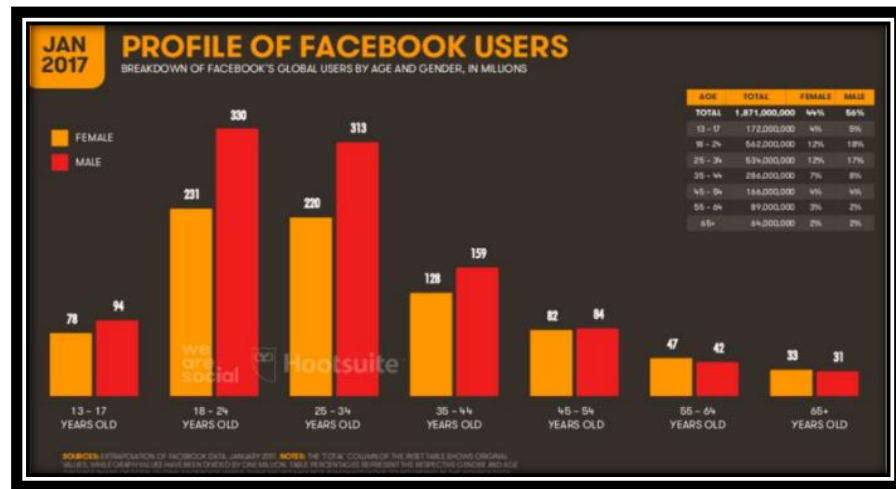
10.3.1. Difusión por medios de comunicación y redes sociales

Si miramos a nuestro alrededor, vivimos en una sociedad conectada con los diferentes medios de comunicación y sobre todo con la basta cantidad de redes sociales a los que nos encontramos enlazados. Continuamente consultamos las redes sociales, el periódico, webs, medios audio visuales y radiales, entre otros, para estar al corriente de lo que sucede.

De esta manera, un establecimiento hotelero que cuenta la posibilidad de realizar y posee un sector para eventos cual fuera el tipo, debe establecer relaciones con los medios de comunicación para ofertar dichos servicios por alquiler de ambientes y atención de eventos organizados, de manera que su alcance sea amplio, accesible, cálido y profesional.

De acuerdo a la plataforma **Facebook** cada negocio tiene sus particularidades y mejores días y horarios de publicación. De acuerdo a las estadísticas internacionales, los mejores días para publicar son los jueves, viernes, sábados y domingos. En cuanto a los horarios se recomienda postear contenido entre las 13:00 y 17:00 hrs y realizar una publicidad pagada promedio de 2 a 3 veces al mes en base al proceso de propagación de información que logre la página con los internautas.

Figura 6 Perfil de Usuario de Facebook



Fuente: Hootsuite

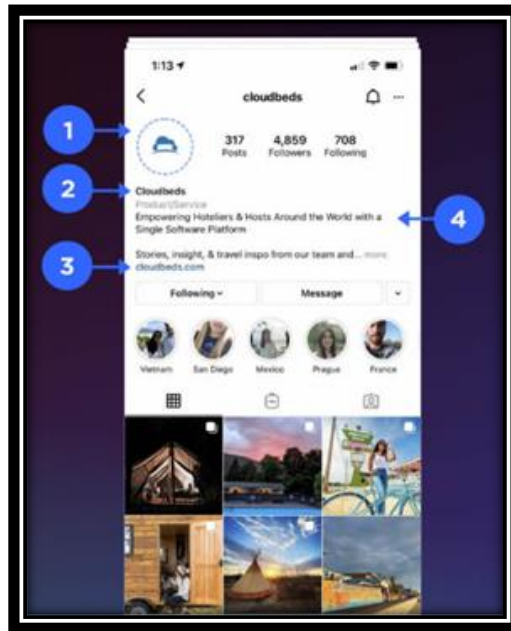
Las diferencias que existen entre las plataformas sociales se han ido diluyendo y cada vez más tiene características similares, como Instagram con la utilización de stickers y filtros, así como en Facebook y los videos en directo, e incluso con whatsapp y los estados.

Instagram es una de las redes sociales más grandes e influyentes del mundo. Su plataforma reúne más de mil millones de usuarios activos cada mes, de los cuales más de dos terceras partes tienen de 25 a 34 años. Es, decir esta red social es el lugar perfecto para promover la marca de un hotel online y para encontrar clientes potenciales.

Los hoteles encuentran en esta red social una oportunidad inmejorable para conectar con huéspedes pasados, presentes y futuros, gracias a las funciones únicas que ofrece esta plataforma.

Es importante recordar que Instagram ya no sólo es un espacio para publicar fotos bonitas. Ahora incluye funciones que puedes aprovechar para acercarte a tu audiencia

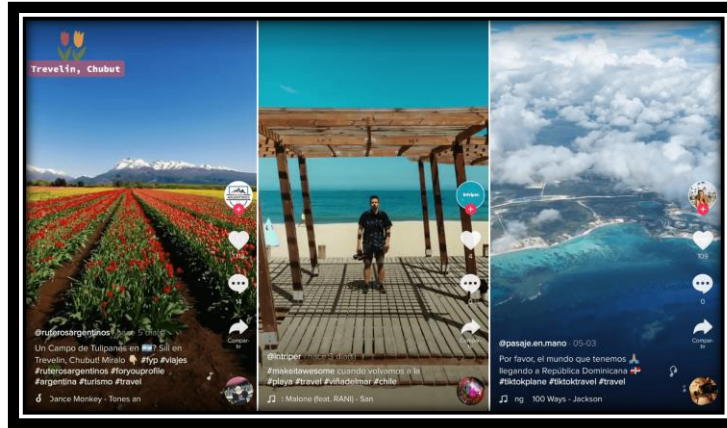
Figura 7 Perfil de Red Social Instagram



Fuente: Cloudbeds.com

La función más usada de Instagram es el feed, que es lo primero que ve cada usuario en una cuenta. Las publicaciones se muestran en el feed de los seguidores de cada cuenta. Las publicaciones del feed de Instagram pueden ser fotos, videos, recortes de IGTV o reels. Las cuales pueden aplicarse para publicitar y darse a conocer un establecimiento hotelero.

Figura 8 Perfil de Red Social Tik Tok



Fuente: Intripер.com

El marketing en redes sociales, como el marketing **TikTok**, utiliza las redes sociales como una forma de conectarse con los clientes. Al usarlas puede desarrollar su marca, generar tráfico a su sitio web y mejorar las ventas.

Con una base de usuarios grande y en constante expansión, el marketing de TikTok tiene una atracción importante para las empresas. Muchas marcas hoteleras están aprovechando la creciente popularidad de TikTok para asegurar un poderoso canal de marketing. Las estrategias como organizar desafíos de TikTok o realizar concursos pueden atraer mucha atención, mientras que las tácticas probadas y verdaderas de las redes sociales, como las campañas de hashtag, también funcionan bien.

El alto compromiso hace que TikTok sea muy atractivo para los hoteles y les ofrece más compromiso con cada publicación que cualquier otra plataforma.

10.3.2. Página Web

Al no existir una página web del Hotel no se contaba con una publicidad optima que permita ofrecer los servicios al público en general. Es así que se propone el diseño de una Pagina Web, como una herramienta más de expansión de los servicios con los que cuenta el Hotel La Paz y sobre todo los servicios en el área de eventos, .de esta manera sentamos presencia en el mundo del internet, además de ser una necesidad, nos ponemos un paso delante de la competencia aprovechando el creciente comercio electrónico y sobre todo las generosidad que nos ofrece en materia de publicidad, además de generar vínculos con los posibles clientes locales, nacionales e internacionales

Las páginas web nos permiten como mencionábamos anteriormente tener mayor contacto con los posibles clientes y nos puede servir para:

- Proyectar profesionalismo.
- Generar mayor confianza
- Ofrecer contenidos de valor a sus clientes
- Promocionar sus diferentes servicios
- Vincularse con sus estrategias de redes sociales
- Atraer clientes con campañas de marketing
- Automatizar procesos de venta y atención al cliente.

De manera concreta la página web nos permitirá: Aumentar la visibilidad de los servicios ofertados. La primera acción que realiza la persona para buscar información es buscarla en internet, es ahí cuando una página web adquiere gran relevancia.

Mejora la imagen y proyecta más profesionalismo. Un buen diseño, contenidos atractivos y una estructura clara, ayudara a que el establecimiento Hotelero se muestre sólido, confiable y profesional

Aumenta la confianza en los posibles clientes cuando un Establecimiento Hotelero no tiene página web, suele despertar desconfianza y la mayoría de las veces provoca que se caigan posibles ventas. En cambio, un sitio web profesional permitirá que tu empresa genere confianza en los posibles clientes y ayude a que la vinculen con un concepto de buena calidad.

Ayuda a fidelizar clientes con la ayuda de campañas de marketing digital y atención al cliente, un sitio web puede ofrecer servicios de valor que conviertan la compra de tu producto o servicio en una agradable experiencia para cualquier consumidor.

10.3.2.1. Elementos básicos de una página web de un Hotel

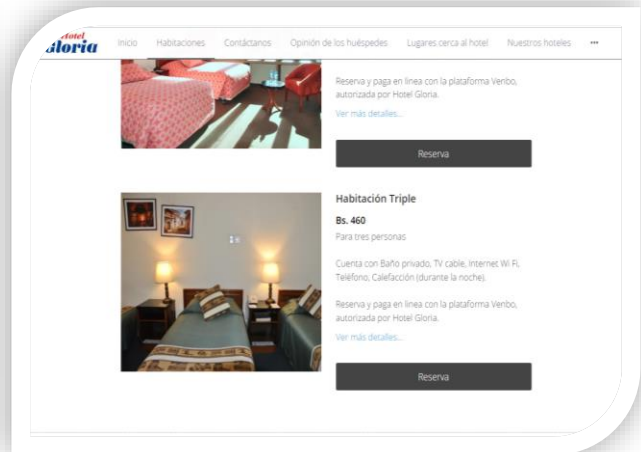
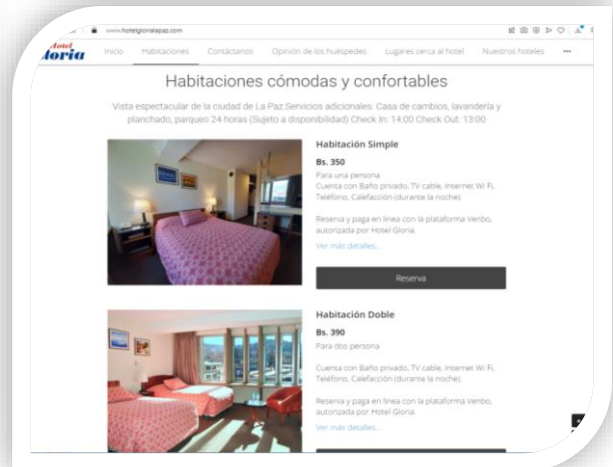
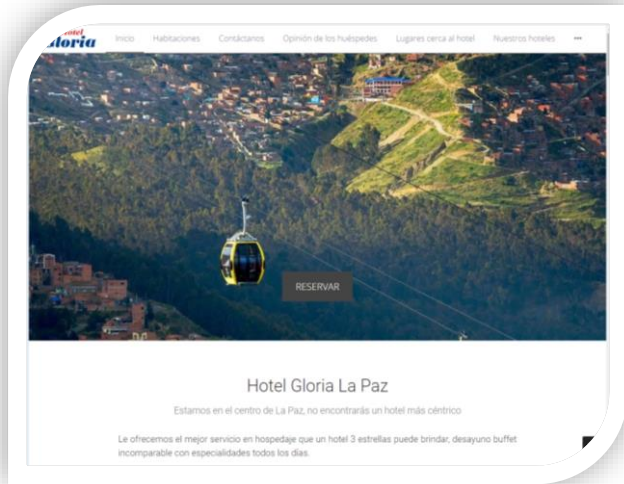
- ✓ **Dominio Web propio:** Es el nombre y dirección de un hotel en internet, es indispensable para posicionar el establecimiento hotelero en Google. El acceso a la página web debe permitir navegar de manera fácil y agradable para el cliente en su dispositivo.
- ✓ **Inicio:** Describir los elementos clave que se encuentra en la página web, por una parte, todo entra por los ojos por ello la necesidad de contar con buenas ilustraciones que generen impacto y llamen la atención de los visitantes, además de mostrar un suficiente texto descriptivo sobre los servicios con los que cuenta el Hotel.

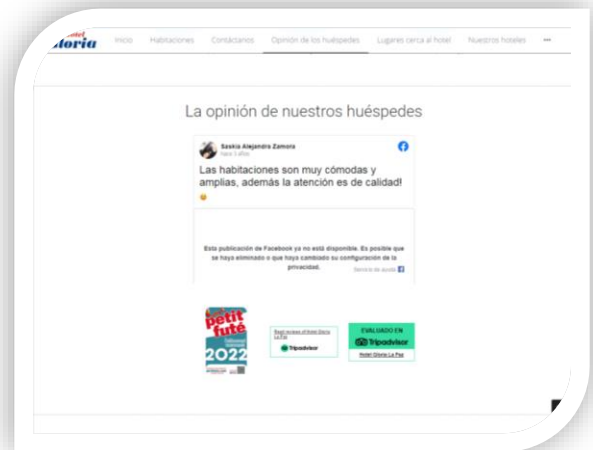
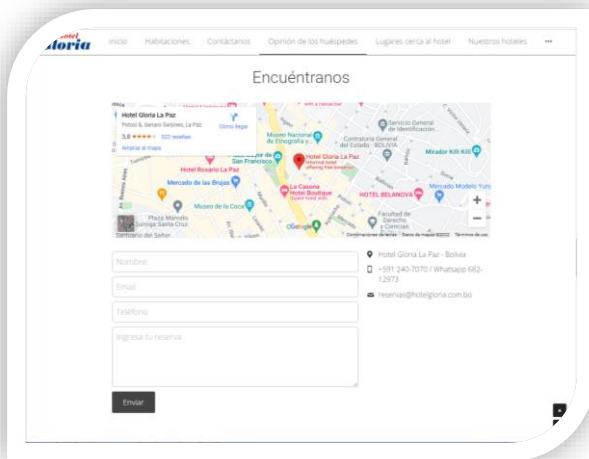
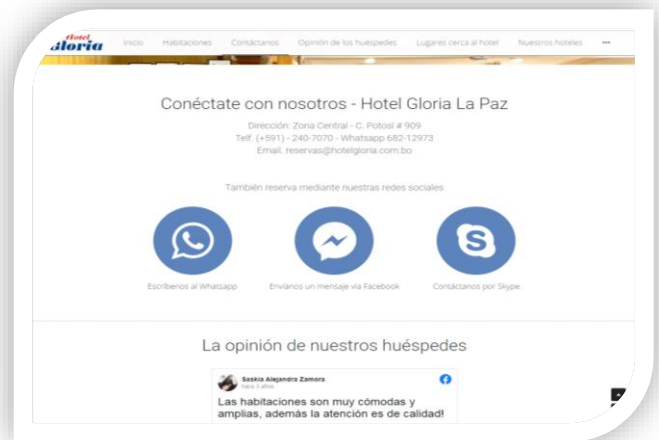
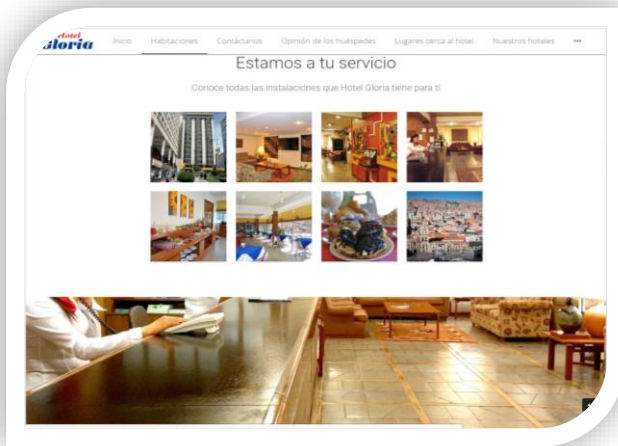
Para una consulta rápida se puede agregar una barra de búsqueda y calendario para mostrar la disponibilidad de servicios como ser reservas de hospedaje y consultas de realización de eventos.

- ✓ ***¿Quiénes Somos?*** Este enlace permite mostrar cómo se creó el hotel, también contar que lo hace diferente a los demás lo que ayuda a generar más confianza.
- ✓ ***Opiniones de los huéspedes:*** Permiten crecer como empresa, identifica problemas internos, externos, deficiencias en los servicios, infraestructura, personal entre otros.
- ✓ ***Preguntas frecuentes:*** Se proporciona respuestas a las preguntas que naturalmente realizan los clientes
- ✓ ***Precios y tarifas claras:*** Es importante especificar si los precios incluyen impuestos y si se ofrece algún descuento o promoción de temporada. Facilitar las formas y medios de pago
- ✓ ***Contacto directo:*** Se debe dar alternativas de contacto (teléfono, correo electrónico, numero de WhatsApp, fax, etc)
- ✓ ***Mapa de ubicación:*** Detallar la dirección del establecimiento hotelero, recomendar medios y transporte para llegar al hotel.

De acuerdo a los elementos básicos citados anteriormente para la elaboración de una Pagina web apropiada para un hotel, se tiene como referencia al **HOTEL GLORIA La Paz**, con la misma categoría tres estrellas, presentando una Pagina Web completa, dinámica y concisa, utilizando todos los elementos con los cuales puede contar una página web hotelera.

Figura 9 Modelo Referencial de Pagina Web – Hotel Gloria (3 Estrellas)





Fuente: Hotel Gloria

De acuerdo a lo presentado como propuesta de diseño de página web referencial, para implementarla en el Hotel La Paz como instrumento de publicidad, promoción y difusión, se da a conocer todos los servicios con los que cuenta, dando énfasis al área de eventos detallando los paquetes, alquiler de ambientes y la atención de todo tipo de eventos,

El precio referencial para la compra de dominio y diseño de página web de acuerdo a una investigación previa es de \$ 3.000,00 a \$ 4.000,00 acorde a los requerimientos de la empresa o establecimiento hotelero.

11. EVALUACIÓN

La evaluación del presente documento se realizó de manera particular a cada punto de las propuestas establecidas, analizando las dificultades problemas o falencias con los que cuenta el establecimiento hotelero particularmente el área de eventos.

Figura 10 Evaluación De Propuestas



12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente documento Memoria laboral, como requisito de titulación de la carrera de Turismo, describe el desempeño laboral como encargada del área de eventos del Hotel La Paz, el cual permitió generar experiencia, aprendizaje y logro contribuir al crecimiento profesional, y de esta forma desarrollar habilidades en cuanto a cierre de ventas, solución de problemas en dificultades suscitadas, capacidad de decisión, organización y liderazgo en mi puesto asignado, encarado con la mayor responsabilidad, seriedad y destreza.

Es por ello, que se llega a las siguientes conclusiones:

- ✓ Se expone la descripción de mi desempeño laboral detallando mis funciones y puntualizando los procedimientos de acción que sobrellevé como jefe o encargada del departamento de eventos, identificando las principales acciones que se debe llevar a cabo al momento de monitorear y supervisar un evento cualquiera sea el tipo.
- ✓ Se figura la descripción de un cuadro conceptual desarrollado como aporte académico laboral plasmadas a través de la investigación del presente trabajo, logrando obtener propuestas y resultados gracias a los métodos y técnicas de investigación ejecutadas, como; la entrevista, que ha permitido validar mi trabajo y las propuestas establecidas que permiten la evaluación de los datos obtenidos.
- Para lograr optimizar el área de eventos del Hotel La Paz, se pretendió mejorar y diversificar la oferta de servicios con los que cuenta, como hospedaje y cafetería, enfatizando la organización de eventos, para poder evidenciar una organización de los Recursos Humanos, a través de un manual funcional acorde a sus necesidades y posibilidades, que permitan el progreso en la administración del establecimiento hotelero.
- ✓ Se presenta las propuestas de operación divididas en tres ideas específicas, nacidas a partir de la experiencia y ejecución laboral dentro el Hotel La Paz, basadas en:
 - Plantear la oferta organizada y determinada para el área de eventos, a través de un organigrama organizado acorde a las posibilidades del establecimiento, junto a un manual funcional de las áreas implementadas.
 - Considerar el mercado potencial y competitivo, realizando un análisis de mercado en base al perfil del turista interno que viaja por motivo de Estudio y/o Congresos, e identificando la demanda corporativa como segmento principal para la realización de eventos corporativos, se realizó también un sondeo a la competencia con características similares al establecimiento, para mejorar las ventas del Hotel, logrando detectar su capacidad competitiva en base a precio accesible, localización, atención, espacio y decoración.
 - Proponer el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión de alquiler de ambientes y organización de eventos, mediante la participación en medios de comunicación y redes sociales, como herramienta principal para la publicidad del Hotel La Paz, enmarcando el área de eventos, conjuntamente a la creación de una página web propia del establecimiento, que genere mayor alcance, permitiendo concebir mayores clientes, ventas e ingresos al establecimiento hotelero.

RECOMENDACIONES

Después de haber concluido el presente documento laboral y gracias a la experiencia laboral obtenida en el Hotel La Paz como encargada del área de eventos, puedo señalar las siguientes recomendaciones:

Se sugiere aplicar el organigrama propuesto y cumplir con el manual funcional señalado, de manera que cada área y personal activo, realice sus funciones de manera responsable y oportuna, logrando siempre un trabajo en equipo cuando así lo requiera la labor, al brindar sus servicios tanto en el área de hospedaje como en el área de eventos.

Es preciso realizar, proponer y evaluar un análisis de mercado periódicamente, para detectar falencias y fortalecer las ventajas sobre otros establecimientos de similar característica y lograr ser competitivos en el mercado.

El establecimiento hotelero del cual se describe en la presente memoria, Hotel La Paz, debe ampliar su alcance en los medios digitales o redes sociales existentes, así como participar en medios de comunicación de acuerdo a las posibilidades y acuerdos que se puedan lograr con dichos medios, para obtener mayor reconocimiento de su marca, apoyándose en la implementación de una página web propia del establecimiento para generar interacción con los clientes habituales y los posibles clientes para lograr así mayores ventas e ingresos.

13. ANEXOS

INFORME EVENTOS MES DE FEBRERO 2020 - HOTEL LA PAZ


N°	Fecha	Evento	Salon	Pago Total	Retencion Comision 5% Monica - Hotel La Paz	Retencion emision factura 16%	Retencion Comision por limpieza	Total Depositado en cuenta BCP Eventos
1	01/02/2020	Taller Curso	Vip Sajama	250,00	0,00	0,00	20,00	230,00
2	01 y 02/02/2020	Cursos CECAP	Maya	1392,00	0,00	192,00	80,00	1120,00
3	08 y 09/02/2020	Cursos CECAP	Maya	1932,00	0,00	192,00	80,00	1120,00
4	10/02/2020	Evento Unipartes	Maya	750,00	0,00	120,00	40,00	590,00
5	13/02/2020	Evento Fund. Apthapi	Maya	700,00	0,00	112,00	40,00	548,00
6	13/02/2020	Evento centro de veterinaria	Maya	500,00	0,00	80,00	40,00	380,00
7	15 y 16/02/2020	Cursos CECAP	Maya	1932,00	0,00	192,00	80,00	1120,00
8	15 y 16/02/2020	Cursos CECAP	AMARU	928,00	0,00	128,00	40,00	760,00
9	15/02/2020	Reunion Cristiana	Maya	700,00	0,00	0,00	40,00	660,00
10	16/02/2020	Evento Kpop	Illimani	680,00	0,00	0,00	30,00	650,00
11	18/02/2020	Reunion Politica	Maya	700,00	0,00	112,00	40,00	548,00
12	18/02/2020	Azzorti	Illimani	1500,00	0,00	240,00	40,00	1220,00
13	27/02/2020	Evento pasarela de moda	Maya	700,00	0,00	0,00	40,00	660,00
14	29/02/2020	Evento pasarela de moda Blue Moon	Maya	800,00	0,00	0,00	40,00	760,00
		TOTAL MES						10366,00


Monica Estrada
 Encargada de Eventos

DISEÑOS PERSONALES PARA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES



SEGUNDA EXPERIENCIA DE TRABAJO EN EL ÁREA DE EVENTOS COTIZACION CORPORATIVA – HOTEL EUROPA



HOTEL EUROPA

La Paz 7 de febrero del 2022
CDD: 324/22

Señora:
Wanda Durán
Presente.

Ref: COTIZACION EVENTO CORPORATIVO

Estimados señores:

Agradecemos su preferencia con Hotel Europa, de acuerdo a su gentili solicitud detallamos la siguiente cotización:

Categoría:		CONGRESO
Salvo:		GENUANA
Fecha:		26.27.28.2
Nº. de Participantes:		130
Hora:		A DEFINIR
Arriado:		A DEFINIR

ALQUILER DE SALON INCLUIVE

- Arriado del salón (tarima, sillería, mesas, sillas, podio, etc), mantelería blanca, vajilla para el servicio (contenedor) (NO incluye decoración, centros de mesa, fondos para sillas).
- Atención por parte del capitán de banquetes.
- El salón se entregará limpio y desinfectado.
- (Participación adicional no incluye en el precio de alquiler del salón).
- Equipo de sonido con microfono fijo
- Internet WIFI 5.0G.


DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO POR DIA	TOTAL
Salvo (salvo 13 personas)	1	4.500,00 Bs	4.500,00 Bs
Salvo (salvo 110 personas)	1	6.000,00 Bs	6.000,00 Bs
Salvo (salvo 500 personas)	1	1.000,00 Bs	1.000,00 Bs
Salvo (salvo 3-5 personas)	1	800,00 Bs	800,00 Bs
Decoración montaje	1	400,00 Bs	400,00 Bs
Internet WIFI 5.0G	1	600,00 Bs	600,00 Bs
Microfono inalámbrico	1	200,00 Bs	200,00 Bs
Decoración - otros contenidos	1	100,00 Bs	100,00 Bs

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO POR DIA	TOTAL
Fondos blancos para sillas con guías de color	1	6,00 Bs	6,00 Bs
Salvo de mesa (sillas)	1	100,00 Bs	100,00 Bs


ALIMENTOS Y BEBIDAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO POR DIA	TOTAL
Opción refrigerio 1: 1 pastel salado o dulce 1 café, té, vaso de jugo o gaseosa.	1	30,00 Bs	30,00 Bs
Opción refrigerio 2: 1 salami, carne o pollo 1 café, té, vaso de jugo o gaseosa.	1	30,00 Bs	30,00 Bs
Opción refrigerio 3: 1 sandwich 1 café, té, vaso de jugo o gaseosa.	1	45,00 Bs	45,00 Bs
Bonda de bienvenida Estándar	1	7,00 Bs	7,00 Bs
Primeron	1	12,00 Bs	12,00 Bs
Yjo	1	15,00 Bs	15,00 Bs
Bonda de bebidas Vaso de jugo o gaseosa personal	1	15,00 Bs	15,00 Bs

Protocolo Covid-19







HOTEL EUROPA

Cafetería personalizada Cafetería sencilla Un café, un agua, estación de bebidas calientes	1	40,00 Bs	40,00 Bs
Estación de bebidas calientes Té, café, leche	1	25,00 Bs	25,00 Bs

FORMA DE PAGO

Para confirmar la reserva, el pago debe realizarse con el 70% del total y el 30% restante 72 horas antes de la fecha reservada.

RESERVA

La presente cotización tiene una vigencia de 15 días a partir de la fecha, la disponibilidad del salón varía de a día.
La reserva se debe realizar con un mínimo de 48 horas de anticipación.

RESERVA

Se tiene implementado los protocolos de bioseguridad necesarios para proporcionar el cuidado de todos los invitados.
El salón está equipado al 50%. La capacidad se toma en cuenta entre organizadores e invitados.

IMPORTANTE:


-Queda prohibido el ingreso de alimentos a los salones que sean preparados fuera del hotel.
-Se reservan los servicios LEP a cargo del cliente frente costo adicional.

Toda cancelación de reserva se debe realizar por escrito y con una anticipación de 15 días hábiles, de lo contrario se cobrará el show por el 30% del total.
Cambio de fecha de reservas confirmada tiene una penalidad del 30% del total. Se debe comunicar formalmente con anticipación de 7 días hábiles.

Atentamente

Mónica Estrada **Wanda Durán**
EJECUTIVA DE VENTAS
HOTEL EUROPA

Protocolo Covid-19



Activar Wi
Ve a Configu

Cotización de evento corporativo - Panamerican Hotel (3 estrellas)

PANAMERICAN

Señor:
Farid Garnica

Presenta, -

De mi consideración:

Mediante la presente nos dirigimos a Uds. con el fin de hacerle llegar la cotización y el detalle de los costos del servicio de uso de salón y alimentación, para poner en su consideración, según detalle:

Cabe hacer notar que cada espacio ofrecido en la cotización contará con todos los protocolos de bioseguridad según el siguiente detalle:

N	DETALLE	Precio unitario
1	USO DE SALÓN CAPACIDAD 80 PERSONAS ARMADO TIPO AUDITORIO CON UNA TESTERA PRINCIPAL PIZARRA ACRILICA, INTERNET WIFI, ALARGADORES DE CORRIENTE, MARCADORES Y BORRADOR, BAÑOS INDEPENDIENTES, UN LOBBY EQUIPO MULTIMEDIA, ECRAN, SONIDO, ROTAFOLIOS AMBIENTES CON TODAS LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD	PRECIO POR DÍA Bs.1.600.- PRECIO POR ½ DÍA Bs.900.-
3	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN REFRIGERIO AMMÁS VASO DE JUGO REFRIGERIO PM MÁS VASO DE JUGO ALMUERZO BUFFET MÁS VASO DE JUGO CAFETERÍA PERMANENTE	PRECIO POR PERSONA Bs.18.- Bs.18.- Bs.30.- Bs.12.-
4	FORMA DE PAGO SE HARA UNA VEZ CONCLUIDO EL EVENTO	
5	FECHAS DEL EVENTO POR DEFINIR	
6	TIEMPO DE VALIDEZ LA PRESENTE COTIZACION TIENE UNA VALIDEZ DE 10 DIAS	

Agradeciendo de antemano por su gentil atención y siempre atentos a cualquier requerimiento de Uds. me despido atentamente,

Helga Cisneros Flores
GERENTE GENERAL

Fuente: Panamerican Hotel

Fotografías de salones de eventos corporativos – Panamerican Hotel



Cotización evento Social (Boda) – Instalaciones del HOTEL GLORIA (3 Estrellas)

Cenas Bailables 2022

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buffet - 3 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo, Pescado o Cerdo + 3 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Whisky et. Rojo* • 1 Botella de Ron o Singani* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buffet - 2 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo, Pescado o Cerdo + 3 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Whisky et. Rojo* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plato Servido - 2 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo o Cerdo + 2 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Ron o Singani* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p>
Bs 250 Por Persona	Bs 240 Por Persona	Bs 230 Por Persona

- Extras: Sobodaycom - Bs 250 / Descorche por Botella - Bs 90
- Forma de Pago: Reserva con el 40% y 60% 5 días antes del evento.
- Capacidad: Mínimo 50 Personas/ Máximo 120 Personas • Horarios: Considerando 7 horas de Evento
- Incluye: Salón Sky Room, Garzones, Seguridad, Amplificación, Vajilla, Cristalería & Mantelería

Eventos

Hotel Gloria

Mayor Información Llamar:

☎ 240-7070 • Int. 513 📞 832-10561

Paquetes Bodas 2022

Boda Silver	Boda Gold	Boda Premium
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cena Servida - 2 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo o Cerdo + 2 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Whisky et. Rojo* • 1 Botella de Ron o Singani* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Arreglo de Salón (Tul y Flores) ✓ Suite Matrimonial <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno Buffet en Habitación • Arreglo Especial (Frutas, Flores) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cena Servida - 2 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo, Pescado o Cerdo + 3 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Whisky et. Rojo* • 1 Botella de Ron o Singani* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Arreglo de Salón (Tul y Flores) ✓ Suite Matrimonial (Hoteles Rurales) <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno Buffet en Habitación • Arreglo Especial (Frutas, Flores) ✓ Peinado & Maquillaje (Novia) ✓ Fotografía Ampliada (Novios) ✓ Filmación del Evento (DVD) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cena Servida - 3 carnes a elección: <ul style="list-style-type: none"> • Res, Pollo, Pescado o Cerdo + 3 guarniciones ✓ Bebidas: <ul style="list-style-type: none"> • Champagne y Galletas • Vino a Gaseosa • 1 Botella de Whisky et. Rojo* • 1 Botella de Ron o Singani* <p><small>* Per cada 10 personas. Incluye Gaseosa, Hielo y Limón</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Arreglo de Salón (Tul y Flores) ✓ Suite Matrimonial (Hoteles Rurales) <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno Buffet en Habitación • Arreglo Especial (Frutas, Flores) ✓ Peinado & Maquillaje (Novia) ✓ Fotografía Ampliada (Novios) ✓ Filmación del Evento (DVD) ✓ Mini Bombones en Cada mesa
Bs 290 Por Persona	Bs 305 Por Persona	Bs 315 Por Persona

- Forma de Pago: Reserva con el 40% y 60% 5 días antes del evento. • Extras: Sobodaycom - Bs 250
- Capacidad: Mínimo 50 Personas/ Máximo 120 Personas • Horarios: Considerando 7 horas de Evento
- Incluye: Salón Sky Room, Ceremonia Civil, Garzones, Seguridad, Amplificación, Vajilla, Cristalería & Mantelería

Eventos

Hotel Gloria

Mayor Información Llamar:

☎ 240-7070 • Int. 513 📞 832-10561

Fotografías salones de eventos sociales – Hotel Gloria



BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, Y. (05 de Junio de 2019). *Servicio: que es, características, clasificacion y tipos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/servicio-que-es-caracteristicas-clasificacion-y-tipos/>
- Casilla, S. B. (2005). *Hotelería*. Mexico: Continental.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestion del Talento Humano Tercera Edición*.
- Coll Morales, F. (25 de Febrero de 2021). *Convencion*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/convencion.html>
- De Vitta, A. (2020). *Set Competitivo. Les Hoteliers*. Obtenido de <https://www.leshoteliers.com/analisis-set-competitivo-de-un-hotel/#:~:text=El%20Competitive%20Set%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,segmentos%20o%20fuentes%20de%20demanda.>
- Fernandez, A. M. (1997). *Marketing y ventas en la Oficina de Farmacia*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Garcia, I. (11 de Diciembre de 2017). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/recursos-humanos>
- Gerencie.com*. (25 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://www.gerencie.com/contrato-de-servicios.html>
- Hernandez, Y. (2022). *Slidesharefromscribd*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yaiiriitaahernandez/que-es-hoteleria>
- IDCONGRESS. (26 de 08 de 2021). *Una convención es una tipología de evento del sector MICE*. Obtenido de <https://www.idcongress.es/blog/que-es-una-convencion>
- Industria Hotelera- Cap.4*. (2015). Obtenido de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo4.pdf
- Larraiza, L. (2020). *Diferentes Tipos de Huespedes*. Obtenido de Tendencias sobre Hotelería y Turismo: <http://leirelarraiza.com/operativa/diferentes-tipos-de-huesped/>
- NARBONA. (2020). Obtenido de Trabaja en el corazón de un hotel.
- Paredes , R. (s/f). *Rigoberto Paredes Law Firm*. Obtenido de Que es una sociedad de responsabilidad limitada: <https://www.rigobertoparedes.com/es/que-es-una-sociedad-de-responsabilidad-limitada/#:~:text=Una%20Sociedad%20de%20Responsabilidad%20Limitada%20S.R.L.,al%20valor%20de%20sus%20aportes.>
- Pérez, J. E. (2020). *Recepcion Hotelera/ Front Desk*. Obtenido de Información sobre las asignaturas de la especialidad de Turismo/ Hotelería.: https://sites.google.com/a/cecytebc.edu.mx/alavez_alimentos-y-bebidas/recepcion-hotelera-front

- Quintana, C. (14 de octubre de 2021). *Clientes Potenciales*. Oberlo. Obtenido de <https://cl.oberlo.com/blog/clientes-potenciales>
- Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *Cliente*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Redaccion. *Definicion de evento*. (06 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/evento/>
- Reserva Hotelera. La Ley*. (Junio de 2021). Obtenido de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAAUMTAxNTtbLUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAANZ_ITUAAAA=WKE#:~:text=La%20reserva%20hotelera%20es%20la,penalizando%20en%20caso%20de%20cancelaci%C3%B3n
- Revfine.com*. (2021). Obtenido de Tik Tok Hotel Marketing: consejos, estrategias y ejemplos : <https://www.revfine.com/es/tiktok-hotel-marketing/>
- S/N. (6 de 03 de 2019). Obtenido de <https://actualicese.com/funciones-que-debe-cumplir-un-contador-externo/>
- Salazar, P. (2004). *Trabajo de Finde Carrera*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador- Facultad de Arquitectura y Diseño: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5220/T-PUCE-5446.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Secretaria de Turismo-Mexico. (s.f.). *DATATUR- Analisis Integral de Turismo*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- SENA. (2017).
- SIIGO. (4 de 01 de 2018). *Consejo de redaccion de Siigo*. Obtenido de Cotizacion: <https://www.siigo.com/blog/contador/que-es-una-cotizacion/>
- Silva, D. d. (04 de 05 de 2021). *Blog de Zendek*. Obtenido de ¿Qué es un cliente potencial? Su importancia y cómo convertirlo en cliente real: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-cliente-potencial/>
- Trama Comunicación y Diseño. (s.f.). *Las ofertas como estrategia de marketing*. Obtenido de <https://www.tramapublicidad.com/blog/las-ofertas-como-estrategia-de-marketing/>
- TRATO. (2008). *Contrato de prestacion de servicio*. Obtenido de <https://trato.io/templates/contrato-prestacion-servicios-honorarios-mx>
- Travel Hotels - Alexander Palace Hotel* . (2022). Obtenido de <https://www.google.com/travel/hotels/La%20Paz/entity/Chcl6qOU0JWhyaZ2GgsvZy8xdzA0bDUyNRAB?q=salon%20en%20hotel%20de%203%20estrellas%20la%20paz&q2lb=2502548%2C2503771%2C2503781%2C4258168%2C4270442%2C4284970%2C4291517%2C4306835%2C4524133%2C4597339%2C4640247>
- Travel Hotels- Hotel El Dorado* . (2022). Obtenido de <https://www.google.com/travel/hotels/La%20Paz/entity/Chgl4d->

p8orhlu74ARoLL2cvMXRzYm41bjcQAQ?q=salon%20en%20hotel%20de%203%20estrellas%20la%20paz&g2lb=2502548%2C2503771%2C2503781%2C4258168%2C4270442%2C4284970%2C4291517%2C4306835%2C4524133%2C4597339%2C46402

Turismo, V. d. (2011). *Perfil del Turismo Interno - Encuesta Gasto* .

UNESCO Office San José_ Ada Acuña Castro. (2009). *El manual del Buen Conductor Cultural*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227588>

Uriarte, J. M. (10 de Marzo de 2020). *Publicidad*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/publicidad/>

Villena, E. (2006). *Técnico en Hotelería y Turismo 2 Vols*. Grupo Cultural.

Web de Hosteleria. (2019-2022). Obtenido de <https://www.hosteleria.site/definicion/hotel/>

Zegarra Verastegui, J. (2016). *4 formas de elaborar tesis y proyectos de grado, 3era edicion, Escuela Militar de Ingenieria*. La Paz, Bolivia.