

Informe Final de Pasantía Hotel Holiday Inn Express & Suites Bogotá DC

Modalidad: Pasantía

Autor: María Alejandra Rincón Morales

Tutor: Leslie Ballesteros Santos

Corporación Universitaria UNITEC

Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Bogotá D.C

Abril 2023

Tabla de Contenido

Introducción	1
Descripción del Escenario de Práctica	2
Ubicación Geográfica	3
Misión.....	4
Visión.....	5
Objetivos de la Institución	6
Estructura Organizacional	7
Departamento de Eventos	8
Funciones del Departamento	9
Diagnóstico Situacional del Escenario de Práctica	9
Planteamiento del Problema	10
Delimitación del Problema.....	11
Pregunta de Investigación	12
Justificación	13
Objetivos	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos.....	16
Marco Contextual	17
Marco Teórico Conceptual.....	18
Marco de Referencia Legal	19
Diseño Metodológico Propuesta.....	20
Propuesta del Proyecto o Práctica.....	21
Principios Éticos	22
Plan de Trabajo.....	23
Análisis DOFA.....	24
Infografía.....	25
Logros del Plan de Actividades	26
Pertinencia	27

Conocimientos Adquiridos Durante la Práctica Profesional	28
Área Contable y Financiera	
Departamento de Eventos	
Conclusiones	29
Recomendaciones	30
Referencias Bibliográficas.....	31

Tabla de Figuras

Figura 1 Edificio Oxo 69

Figura 2 Lobby del hotel

Figura 3 Buffet desayuno

Figura 4 Restaurante

Figura 5 Terraza

Figura 6 Decoración centro de mesa

Figura 7 Evento El Tiempo

Figura 8 Montaje evento social

Figura 9 Montaje en U

Introducción

Este informe presenta las actividades realizadas en el periodo de pasantías desarrollado desde el 13 de febrero de 2023, hasta el 14 de abril de 2023, en el Hotel Holiday Inn Express & Suites Bogotá DC calle 67, en el área contable y en el área de eventos, el informe va enfocado principalmente a realizar un análisis de posibles estrategias para fortalecer un nuevo proyecto del hotel con relación a esta área.

En primer lugar se realizará una descripción de la organización y una contextualización del sector al que pertenece, el origen y evolución de la marca, además de una descripción del departamento en donde se desarrolló la pasantía.

También se plantearán los objetivos e importancia de la realización de la pasantía, a su vez se precisarán las etapas de este proceso desde su inicio, mencionando funciones, procedimientos y actividades a desarrollar.

Por último, se presentarán los logros, conocimientos, competencias adquiridas durante este proceso y las conclusiones.

Descripción del Escenario de Práctica

Ubicación Geográfica

El hotel Holiday Inn Express & Suites Bogotá DC, se encuentra ubicado en la dirección Cra 7#67-39 en la zona financiera y de negocios de Bogotá; cercano a compañías como Caracol, Baker Hughes, Cisco Systems, Microsoft y el Banco Mundial, conectado a múltiples vías de acceso al Aeropuerto Internacional de Bogotá y a otros espacios turísticos de la ciudad, como las zonas T, G, y el Parque de la 93 y Parque el Virrey en donde se encuentran también restaurantes con amplia oferta gastronómica. A tan solo 20 minutos del hotel se encuentra Monserrate y se pueden visitar museos en el centro de la ciudad, como el Museo Nacional y Museo del Oro (Qué hacer en Bogota cerca del hotel Holiday Inn Express & Suites Bogota DC, s. f.).

Figura 1

Edificio Oxo 69



Nota: Fuente propia.

Figura 2*Lobby del hotel***Figura 3***Buffet desayuno*

Nota: Fuente propia.

Misión

Holiday Inn Express & Suites Bogotá DC es un hotel energético, e inteligente que le ofrece al huésped soluciones eficientes y rápidas, respaldado por un equipo líder apasionado por la hospitalidad. Nuestros colaboradores están comprometidos con la calidez en el servicio y la sostenibilidad ambiental, enfocados a entregar los mejores resultados (C.Beltrán, comunicación personal, 12 de abril de 2023).

Visión

En el 2025 seremos el hotel número uno de la marca Holiday Inn Express en América Latina en la calificación Guest Love y alcanzaremos el liderazgo en la participación del mercado frente al set competitivo (C. Beltrán, comunicación personal, 12 de abril de 2023).

Figura 4

Restaurante



Figura 5

Terraza



Nota: Fuente propia.

Objetivos de la Institución

Objetivos Financieros

Ventas de alojamiento - **\$5.891.994.533**

Ventas A&B - **\$1.269.968.682**

Objetivos Operativos

Satisfacción general del huésped -**90%**

Reputación en línea – **4,5**

Gastos- **\$4.786.735.946**

Intención de recomendar – **90%**

GOP (35,2%)- **\$2.599.150.518**

Satisfacción A&B – **80%**

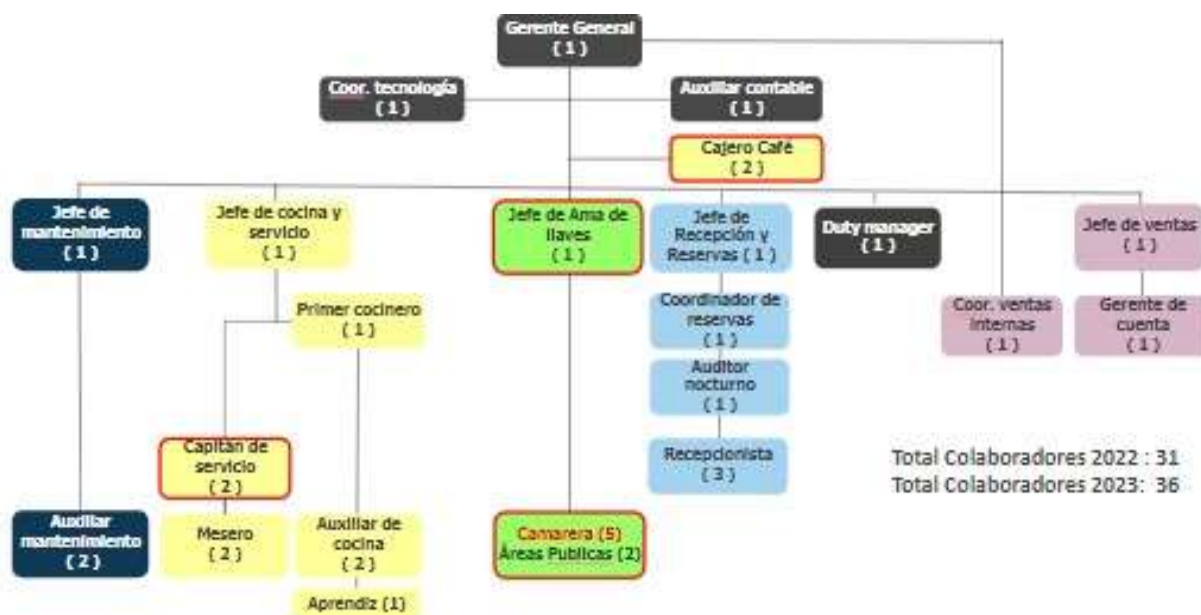
Fee oxoHotel - **\$289.140.258**

Member recognition – **80%**

NOI (22,7%)- **\$1.675.576.183**

Limpieza general – **95%**

Estructura Organizacional



(C. Beltrán, comunicación personal, 12 de abril de 2023).

Departamento de Eventos

El hotel cuenta con el servicio de organización de eventos de distintas categorías, especialmente corporativos, se brinda a los clientes servicio de alimentos y bebidas, para toda ocasión como; almuerzos, cenas, desayunos, brunch, estación de café, buffet, breaks y

pasabocas, con espacios amplios y organizados de acuerdo al requerimiento de montaje que sea solicitado por el cliente, que además cuentan con disponibilidad de equipos audiovisuales modernos y así mismo brindan acompañamiento técnico. Los espacios mencionados anteriormente son, el salón “Montserrat” con capacidad aproximadamente para 100 personas y “Guadalupe” para 80 personas, son salones modulares que juntos conforman el salón “Los Cerros” que tiene capacidad para aproximadamente 220 personas según el montaje que se realice. También cuenta con una sala de juntas llamada “Lourdes” con capacidad para 8 personas, la terraza y el restaurante también son espacios ofrecidos para los asistentes a cada evento.

Figura 6

Decoración centro de mesa



Figura 7

Evento El Tiempo



Fuente: Sánchez, V (2023).

Para su operación, el departamento de eventos cuenta con el apoyo de los departamentos de alimentos y bebidas, mantenimiento, ama de llaves y recepción, para la coordinación de temas logísticos y administrativos y como manera informativa a estas áreas sobre los eventos que serán realizados.

Coordinadora de Eventos

Vanessa Sánchez

Funciones del Departamento

- Llevar un control por mes y fecha de los eventos cotizados, confirmados o cancelados, para así mismo realizar nuevas cotizaciones y confirmar a los clientes el salón solicitado evitando sobreventas.
- Cotizar los salones y servicios específicos de acuerdo a las solicitudes de los clientes.
- Realizar el seguimiento de la cotización garantizando la confirmación del evento, por medio de correo electrónico y telefónicamente
- Asegurar que haya disponibilidad de todos los elementos acordados con el cliente, como decoración, mesas, sillas y mantelería adecuadas para el montaje que solicitan, apoyos audiovisuales, menú, entre otros.
- Posterior a la confirmación del cliente, hacer entrega de las órdenes de evento con todas sus especificaciones a los jefes de área de mantenimiento, alimentos y bebidas, recepción y ama de llaves, para asegurar que todo el equipo tenga la información clara sobre las labores y preparativos que deben realizar.
- Solucionar todo tipo de inquietud y requerimiento por parte del cliente, antes, durante y después del evento, y de igual manera brindar soluciones rápidas en caso de la realización de cambios repentinos en la orden de evento.

-Realizar un seguimiento del minuto a minuto del evento, verificando que las actividades y servicios se estén realizando en las horas y tiempos especificados por el cliente evitando retrasos o inconvenientes.

-Realizar cotizaciones de grupos de alojamiento y evento solicitados por la jefe de ventas y los gerentes de cuenta.

-Llevar un control de nivel de satisfacción de los clientes por medio de encuestas diligenciadas por el encargado del evento, para conocer la percepción de calidad y buen servicio en todos los aspectos.

-Asegurar la recepción del pago para confirmar totalmente la realización del evento y transferir los pagos realizados al área financiera.

-Llevar un control del cuadro condensado de grupos de alojamiento y eventos en excel, el cual es revisado periódicamente por gerencia y jefe de ventas.

-Cumplir el presupuesto de ventas internas y eventos mensualmente, el cual es revisado 2 veces a la semana por gerencia y jefe de ventas.

-Totalizar y hacer firmar una planilla de propinas derivadas del servicio alimentos y bebidas por cada evento y asegurar que queden registradas para su respectivo pago a cada integrante del equipo.

-Realizar solicitud de personal extra de meseros cuando sea requerido, a la empresa outsourcing TYD.

-Encargarse de recibir las visitas de posibles clientes que deseen realizar algún evento en el hotel, hacer explicación de los servicios y funcionalidades de los salones.

Figura 8***Montaje evento social***

Fuente: Sánchez, V (2023).

Figura 9***Montaje en U***

Fuente: Sánchez, V (2023).

Diagnóstico Situacional del Escenario de Práctica

Planteamiento del Problema

El turismo de eventos ofrece un enfoque más amplio el cual incorpora a los hoteles, restaurantes, complejos turísticos, parques temáticos y las actividades que se realizan entorno a estos lugares, tales como eventos de categoría cultural o educativa, deportivos, festividades religiosas, folklóricas entre otras, que son catalogadas como atractivos creados por el hombre, en su mayoría para atraer visitantes, esto junto a el acceso la facilidad y el equipamiento constituye un producto turístico importante; de ahí viene el turismo de eventos que ha venido desarrollándose con un alta demanda turística , el cual incluye el turismo de convenciones, congresos y reuniones; este tipo de eventos requieren un conocimiento de la realidad económica, social, ambiental y cultural del destino y de esta manera tener una visión y lograr identificar oportunidades, fortaleciendo su gastronomía y folklore, incentivando a los turistas y posicionándose como destino turístico.

Es un tipo de turismo de afinidad ya que se basa en las relaciones de grupos que al pasar del tiempo afianzan un intercambio de ideas y conocimiento en temas de tecnología y ciencia que hacen parte del desarrollo de esta tipología.

Alguna de las ventajas que tiene el turismo de eventos es que mitiga un poco los efectos de la estacionalidad del turismo ya que durante las temporadas de baja afluencia se pueden programar varios eventos, también afianza el regreso del turista al destino y permite que este realice inversión en otras actividades del sector turismo, es un turismo versátil que combina otros tipos de turismo en él, además de permitir inversiones públicas en cuanto a infraestructura que benefician tanto a la oferta como a la comunidad local (M, 2018).

En esta tipología se encuentran los eventos sociales realizados frecuentemente y enfocados principalmente al ámbito privado, familiar o de relaciones sociales que buscan

principalmente fortalecer los vínculos con los invitados, causar una buena impresión y celebrar ocasiones especiales, algunos de estos son las bodas, bautizos, cumpleaños, aniversarios, primeras comuniones, graduaciones entre otras (Esneca ,2022)

Teniendo en cuenta el auge del sector de los eventos en la hotelería ,el Hotel Holiday Inn Express & Suites por su ubicación geográfica y al ser un hotel express está enfocado al sector empresarial, de negocios y reuniones, los eventos realizados en sus instalaciones son de este tipo; se encuentra la necesidad de empezar a ampliar el segmento del mercado también orientado a los eventos sociales ya que los espacios y servicios que ofrece el hotel son adecuados y se pueden adaptar para llevar a cabo eventos sociales, logrando más reconocimiento del hotel en la zona y generando un valor agregado y diferenciador a su oferta.

Delimitación del Problema

El propósito principal de la implementación de esta idea de mejora es impulsar aún más la oferta del Departamento de Eventos del hotel, de igual manera fortaleciendo las áreas que lo apoyan y complementan su operación, se espera lograr un buen posicionamiento en el segmento de eventos sociales.

Algunas limitaciones que se pueden encontrar en el avance del proyecto es lograr obtener clientes que deseen realizar su evento en las instalaciones del hotel ya que el sector de ubicación es exclusivamente financiero y empresarial, también lograr la publicidad e impacto adecuado para resaltar y atraer clientes potenciales, a su vez no se cuenta con mantelería y cristalería propios, estos son proporcionados por el proveedor, la empresa O'clock Eventos, quién realizará los montajes y el alquiler del menaje para cada evento según la ocasión celebrada.

A partir del mes de julio se espera tener el primer avance de este proyecto, realizando junto con la empresa O'clock un showroom a los primeros clientes y concretar la realización del evento.

Pregunta de Investigación

De acuerdo a lo descrito anteriormente se plantea la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuáles serían las estrategias de mercadeo, publicidad y demás procesos que se podrían implementar en el Hotel Holiday Inn Express Cll 67 para promocionar y captar clientes potenciales que deseen realizar un evento social en las instalaciones del hotel?

Justificación

Este informe tiene como objetivo presentar el proceso realizado durante el periodo de prácticas profesionales en el Hotel Holiday Inn Express Cll 67, principalmente en el Departamento de Eventos, logrando aplicar conocimientos adquiridos durante la carrera profesional, en un entorno ideal; además de realizarse como cumplimiento de un requisito para la obtención del título profesional, es una oportunidad de fortalecer habilidades y competencias para el desarrollo de la vida personal y laboral, al ser de las primeras inmersiones que se tienen en el sector, alcanzando a conocer la manera en que opera y a tener una visión mucho más amplia sobre el trabajo realizado ahí.

Objetivos

Objetivo General

Proponer las posibles estrategias que serían de utilidad para promover el posicionamiento del segmento de eventos sociales en el hotel Holiday Inn Express ClI 67.

Objetivos Específicos

1-Definir el aliado o proveedor adecuado con el cual se podrá trabajar en todos los requerimientos o solicitudes para el proyecto.

2-Identificar cuáles serían las posibles estrategias de promoción para captar clientes potenciales.

3-Relacionar las estrategias propuestas para el desarrollo de este nuevo proyecto con los conocimientos adquiridos durante la práctica profesional realizada en el Departamento de Eventos.

Marco Contextual

El origen de InterContinental Hotels Group se remonta al año 1777, cuando William Bass inicia un paso de la cervecería a la hospitalidad, adquiriendo algunas marcas hoteleras reconocidas mundialmente; en el año 1946 el fundador de Pan American Airways, Juan Trippe funda la marca InterContinental con el fin de proporcionar alojamiento luego de los largos vuelos y en 1949 se hace apertura del primer hotel InterContinental en Belem Brasil.

Al empresario Kemmons Wilson le surge la idea de proporcionar un alojamiento cómodo y asequible para las familias y decide inaugurar en 1952 el primero Holiday Inn en

Memphis Tennessee; en el año 1954 ya era la primera marca hotelera de franquicia y creció mundialmente, alcanzando en 1956 las 300.000 habitaciones.

En 1965 Holiday Inn lanza Holidex, el primer sistema de reservas hoteleras computarizado, y en 1967 vincula en este sistema a las aerolíneas y agencias de viajes.

El concepto Boutique nace en 1981 con Kimpton Hotels & Restaurants, con la necesidad que vio Bill Kimpton por una estadía más personalizada, elegante y bella; inicia también con el segmento de los viajeros de negocios en el año 1983 con el Crowne Plaza en Rockville, Maryland con nuevos servicios e instalaciones apropiadas para este tipo de viajeros.

En el año 1983 se crea “Priority Club Rewards” el primer programa de fidelización de la industria, lanzado por Holiday Inn. En el año 2000 Bass adquiere Southern Pacific Hotels Corporation en Australia y Bristol Hotels & Resorts Inc, una compañía de administración de hoteles con sede en Estados Unidos, desde ahí se transformó la industria de la cerveza para pasar a dedicarse completamente a la hospitalidad.

En el año 2003 nace IHG convirtiéndose en una empresa totalmente independiente, lanzando la marca Boutique Hotel Indigo en Midtown Atlanta, vende su participación en Britvit plc , el negocio de refrescos para dedicarse totalmente a la hotelería.

En 2006 se lanza en China IHG Academy , en donde inicia una colaboración entre hoteles, escuelas y comunidades para educar a la población local en la prestación de servicios hoteleros.

Se crea una alianza con Orange Lake Resorts y el fundador de Holiday Inn Kemmons Wilson para crear Holiday Inn Club Vacations en el año 2008, y en 2009 IHG inicia a construir hoteles sostenibles con IHG Green Engage; en 2011 lanza su nueva marca Even Hotels; en el año 2013 IHG Rewards Club ofrece beneficios nuevos a los huéspedes como el acceso gratuito a internet en todos los hoteles del mundo, beneficio que fue primicia en la industria.

En 2015 IHG compra Kimpton Hotels & Restaurants y abre su hotel número 5000. En 2016 se crea la fundación IHG que busca ayudar a la comunidad local y a la sostenibilidad ambiental.

Asegurando un segmento de lujo IHG compra la participación del 51% en la marca Regent Hotels & Resorts llegando a operar 13 hoteles de lujo en Reino Unido; en el año 2019 se lanza Alwell Suites, una marca de hoteles con suites y habitaciones de gama media en donde también quisieron implementar la eliminación de amenities para reducir los desechos contaminantes e instalar todos estos elementos en las habitaciones con dispensadores de mayor tamaño.

En el año 2021 IHG Hotel Group pasa a llamarse IHG Hotels & Resorts, celebrando 75 años de ser pionera en el turismo de lujo con experiencias exclusivas; en el 2022 presenta su nuevo programa de lealtad IHG ONE Rewards.

(IHG Hotels & Resorts: historia, marcas y pipeline de proyectos hoteleros – Reportero Hotelero | Por Javier Baz, s. f.).

Actualmente cuenta con 5 colecciones y 18 marcas.

-Colección Luxury and Lifestyle: Six Senses, Regent, Intercontinental Hotels & Resorts, Vignette Collection, Kimpton Hotels & Restaurants, Hotel Indigo.

-Colección Premium: VOCO, Hualuxe, Even, Crowne Plaza.

-Colección Essentials: Holiday Inn Express, Holiday Inn, Avid.

-Colección Suites: Atwell Suites, Staybridge Suites, Holiday Inn Club Vacations, Candlewood Suites.

-Socios Exclusivos: Iberostar Beachfront Resorts.

(IHG Hotels & Resorts / Nuestras marcas, s. f.)

El hotel Holiday Inn Express que hace parte de la colección essentials, de la marca internacional IHG, realizó su apertura en diciembre de 2014, es el segundo Holiday Inn Express de Bogotá, está operado por oxoHotel, un operador hotelero certificado a nivel nacional, que lleva 14 años de trayectoria (C. Beltrán, comunicación personal, 12 de abril de 2023).

oxoHotel es una compañía encargada de la conceptualización, desarrollo y operación de servicios de alojamiento multimarca y multisegmento, que asesora a los inversionistas y gestiona distintos proyectos hoteleros, garantizando la satisfacción de inversionistas, colaboradores y huéspedes; actualmente cuenta con 20 hoteles a nivel nacional, distribuidos en Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Yopal, Santa Marta, Cartagena, Barranquilla, Guajira, Chocó y una próxima apertura en San Andrés (oxoHotel Operador Hotelero, 2020).

Marco Teórico Conceptual

Teniendo en cuenta que en su mayoría, los hoteles operados por oxoHotel ofrecen en sus instalaciones espacios para la realización de eventos, se ve la necesidad y la importancia de esta área para el sector hotelero, y toda la gestión que debe ser realizada, antes, durante y después del evento, para un mayor impacto es importante tener en cuenta herramientas de difusión por medio digital y realizar una publicidad creativa.

Los eventos en empresas turísticas pueden ser eventos internos para el personal, que fomentan el trabajo en equipo y la convivencia, los gastronómicos, como catas, degustaciones de nuevos menús o productos, talleres, congresos y convenciones, con fines educativos o corporativos, showrooms, presentaciones y demostraciones, especiales para lanzamientos para el público potencial (Turismo, 2021), y los eventos sociales, que se caracterizan por ser privados y en donde se celebran ocasiones y fechas especiales.

Es necesario adaptarse a la demanda del mercado de reuniones y eventos a nuevas necesidades, a las tendencias actuales tales como las reuniones pequeñas; en cuanto a los eventos corporativos los planificadores buscan un mayor rendimiento del capital invertido en este tipo de eventos, es decir que hay que ofrecer un producto y servicio acorde con sus necesidades (La comercialización de eventos en hoteles, s. f.).

La existencia del departamento de organización de eventos en la hotelería, ha ido surgiendo para cubrir las necesidades, actúa sobre la demanda y debe ser orientado mediante estrategias de marketing para cumplir estos deseos; se debe destacar la importancia del uso de esta herramienta para los servicios ya a diferencia de los productos, es un poco más complicado su comercialización. Se tienen en cuenta algunas estrategias como, tangibilizar el servicio, por ejemplo, representarlo por medio de un catálogo con fotografías y descripciones, algún tipo de bono de regalo con algún otro servicio del hotel, un reportaje de fotos del evento, entre otros. También se debe identificar el servicio por medio de algún distintivo, logo o marca, la venta cruzada también puede funcionar como estrategia ofreciendo servicios adyacentes para favorecer los costos; utilizar medios de promoción personal tales como venta personal, garantizando una buena relación entre vendedor y comprador, también por medio de comunicación personal al cliente con buenas referencias por parte de sus amigos y familiares.

La diferenciación por calidad también es importante en este tipo de marketing, debe ser fiable, rápido, tener sentido de responsabilidad, accesible, competente, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión, debe ser tangible y personalizado con el cliente, esto va ligado a la singularización del servicio adaptando las características del evento a los requerimientos y necesidades del cliente, y finalmente contrarrestar la naturaleza perecedera de los servicios implementando estrategias adicionales, como los precios diferenciales, servicios complementarios, sistemas de reservas, desarrollar demanda fuera de temporada, mejorar eficiencia, rapidez, aumentar participación del cliente, entre otras (Amaya, 2017).

Marco de Referencia Legal

Decreto 343 de 2021, sección 4, sobre los establecimientos de gastronomía y bares turísticos, tiene por objeto reglamentar y determinar los establecimientos gastronómicos y bares de carácter turístico (Duque & Restrepo, 2021).

NTSH Sectorial Colombiana 001 (2003-02-24), esta norma proporciona los requisitos, criterios de desempeño, conocimientos y competencias que deben tener el personal de establecimientos hoteleros para la operación de elementos y equipos de trabajo en establecimiento de alojamiento y hospedaje (ICONTEC, 2003).

NTSH Sectorial Colombiana 002 (2003-02-24), establece los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, bajo dos niveles “nivel básico de sostenibilidad” y “nivel alto de sostenibilidad”, cumpliendo el 100% de los requisitos descritos en esta norma, se podrá obtener el Certificado de Calidad Turística (ICONTEC, 2006).

NTSH Sectorial Colombiana 003 (2003-02-24), estipula las condiciones para ofrecer el servicio al cliente en procedimientos como check-in , check out y reservas (ICONTEC, 2003b).

NTSH Sectorial Colombiana 004 (2003-02-24), tiene como objetivo establecer las directrices para la ejecución de las labores de apoyo a los huéspedes en la entrega y recibo de habitaciones según los procedimientos definidos (ICONTEC, 2003c).

NTSH Sectorial Colombiana 005 (2003-02-24), es otra de las normas de competencia laboral cuyo objetivo es proporcionar lineamientos definidos para el manejo de valores y cobros en estos establecimientos, aplica para las áreas de facturación y caja (ICONTEC, 2003a).

Diseño Metodológico Propuesta

Objetivos específicos	Actividades	Subactividades	Fechas
<p>Definir el aliado o proveedor adecuado con el cual se podrá trabajar en todos los requerimientos o solicitudes para el proyecto.</p>	<p>Búsqueda por internet de empresas organizadoras de eventos sociales principalmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con posibles proveedores. -Solicitud de catálogos. -Selección de un proveedor para establecer la alianza en este caso fue O'clock Eventos y Alquiler. -Programación de visita, vía correo electrónico a los directivos de la empresa. -Primer encuentro en el hotel para conversar sobre la propuesta, con la coordinadora de eventos. -Programación de reunión con gerencia del hotel para acordar detalles sobre show room. 	<ul style="list-style-type: none"> -3 de marzo de 2023. -3 de marzo de 2023. -15 de marzo de 2023. -22 de marzo de 2023. -24 de marzo de 2023. -10 de abril de 2023.
		<ul style="list-style-type: none"> -Reunión con gerencia del hotel y directivos de O'clock. 	<ul style="list-style-type: none"> -12 de abril de 2023.
<p>Identificar cuáles serían las posibles estrategias</p>	<p>-Proponer una serie de estrategias de</p>	<p>-Realización de un análisis DOFA,</p>	<p>-7 de mayo de 2023</p>

de promoción para captar clientes potenciales.	marketing para promocionar el servicio de eventos sociales según lo observado y aprendido en la práctica profesional.	relacionado al área de eventos. -Realización de un plan de marketing reflejado en una infografía, plasmada en el informe.	
Relacionar las estrategias propuestas para el desarrollo de este nuevo proyecto con los conocimientos adquiridos durante la práctica profesional realizada en el Departamento de Eventos.	-Reflejar en el informe final de prácticas los conocimientos adquiridos durante la práctica profesional en el área de eventos, planteando posibles estrategias que puedan ser implementadas en el nuevo proyecto de eventos sociales.	-Descripción detallada del sitio de práctica, área, características y funciones en el informe final. -Revisión del informe y definición de la temática a tratar con la coordinadora encargada el área de eventos.	-10 de abril de 2023 al 9 de mayo de 2023. -26 de abril de 2023.

Propuesta del Proyecto o Práctica

Principios Éticos

La práctica fue realizada bajo los valores organizacionales:

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| -Pasión | -Hacer lo correcto |
| -Excelencia | -Demostrar que nos importa |
| -Criterio | -Aspirar más alto |
| -Honestidad | -Celebrar las diferencias |
| -Trabajo en equipo | -Trabajar mejor unidos |

(C. Beltrán, comunicación personal, 12 de abril de 2023).

Plan de Trabajo

Análisis DOFA

Debilidades	Oportunidades
<p>-El hotel no cuenta con una mantelería, cristalería o decoración propia para el montaje adecuado de un evento social.</p> <p>-La ubicación del hotel es ideal en su mayoría para eventos empresariales.</p> <p>-Un evento social requiere de más personal de meseros, atentos a los clientes, se tendría que contratar personal extra con más frecuencia.</p> <p>-Incremento de precios en el valor total del evento debido a la necesidad del alquiler de muchos de los elementos.</p>	<p>-El proveedor ofrece la realización de los montajes sin costo adicional.</p> <p>-Reconocimiento en el sector hotelero, por la implementación de este nuevo segmento ofrecido.</p> <p>-Fidelización de clientes.</p> <p>-Aumento de ingresos para el área de eventos y alimentos y bebidas.</p>
Fortalezas	Amenazas
<p>-El hotel cuenta con 2 salones y la terraza, que son espacios ideales para llevar a cabo este tipo de eventos.</p> <p>-Disponibilidad y variedad de nuevos menús establecidos por el área de alimentos y bebidas.</p> <p>-El hotel cuenta con personal altamente capacitado para la atención de eventos con gran cantidad de asistentes.</p> <p>-Al tener el servicio de alojamiento y parqueaderos, el cliente y los asistentes al evento no se tendrán que desplazar y encontrarán estos servicios complementarios a su alcance.</p>	<p>-Incumplimiento del proveedor en la prestación de algún servicio solicitado.</p> <p>-Que la publicidad y el marketing no causen el suficiente impacto en los clientes potenciales.</p>

Infografía

Estrategias

Creación de página web

Diseñar una página web exclusiva para mostrar el portafolio, tanto de eventos corporativos como sociales, con fotos, videos, y herramientas que faciliten el contacto para cotizaciones, preguntas, sugerencias, etc...



Incentivos

Realizar algunas cortesías o descuento para los clientes que estén realizando por primera vez su evento en el hotel, además de ofrecer algún recordatorio en el show room que se va a realizar.



Promover

Dar a conocer a los clientes frecuentes de eventos corporativos la nueva propuesta e intentar establecer alianzas con ellos ; además de brindar publicidad digital y física a los huéspedes para dar a conocer los servicios ofrecidos. Es importante hacer uso de redes sociales y compartir este contenido.



Alianzas

Una de las estrategias que ya se está implementando actualmente es la búsqueda de Wedding Planners con las cuales se pueda tener un tipo de alianza y facilitar un poco más la realización de este tipo de eventos en el hotel.



Sello distintivo

Realizar la creación de un logo y slogan representativo específicamente para este servicio del hotel.



Nota: No se realiza cronograma establecido con el cumplimiento de actividades ya que solamente se realizó un planteamiento de posibles estrategias en base al proyecto que se quiere implementar en el Holiday Inn Express en el área en el que realicé la práctica.

Logros del Plan de Actividades

Se logró encontrar un proveedor apto para la necesidad del proyecto el cual fue O'clock Eventos y Alquiler, concretando las respectivas reuniones con gerencia general para establecer las condiciones de la alianza, exponer la propuesta y los lineamientos de trabajo.

En el área de eventos se está avanzando por medio de la búsqueda de Wedding Planner, que puedan servir como aliados para atraer clientes potenciales al hotel; además de estar programando un Showroom con fecha tentativa para el 7 u 8 de julio , en donde se pueda hacer una muestra de un montaje para eventos sociales.

Puntualmente en la práctica profesional, se logró adquirir distintos conocimientos de la operación del área de eventos, desde que se tiene el primer contacto con el cliente hasta finalizar, y como se lleva a cabo el proceso de la realización y organización del evento, lo que implica y los detalles que se deben tener en cuenta ya que cada evento es distinto y requiere de un manejo especial. También se logró conocer el manejo del sistema de cotizaciones.

Teniendo en cuenta el tiempo trabajado en el área de eventos se pudieron identificar ciertas características, oportunidades de mejora, fortalezas, entre otros aspectos que brindaron información importante para la formulación de las posibles estrategias para el proyecto.

Pertinencia

De acuerdo a la práctica profesional y las actividades realizadas durante este tiempo, tuvieron relación dos asignaturas cursadas durante la carrera, como organización de eventos y protocolo, y auditoría hotelera, ya que en la asignatura de organización de eventos y protocolo obtuve conocimientos sobre los distintos tipos de eventos, el proceso paso a paso y los requerimientos de la realización de un evento.

En la asignatura de auditoría hotelera recibí conocimientos sobre la importancia de este proceso en el sector hotelero y los procedimientos que se realizan directamente en el sistema Zeus. Pude aplicar estos conocimientos durante el tiempo que realicé apoyo en el área financiera principalmente en la revisión de la auditoría nocturna y sobres de remisión; pudiendo observar el proceso de esta actividad finalizado, verificando que los cargos y consumos se hayan realizado adecuadamente a cada habitación o evento comparando los soportes anexados con el reporte del sistema Opera, relacionar los valores en efectivo tanto en dólares o pesos, de acuerdo al reporte reflejado en el cierre; de igual manera las tarjetas de crédito y en general observar la operación del hotel a nivel de ingresos y movimientos realizados.

Conocimientos Adquiridos Durante la Práctica Profesional

Área Contable y Financiera

-Revisión de auditoría nocturna, e interpretación de algunos datos de los reportes que se encuentran anexos en ella, para de igual manera informar al área correspondiente si se observa alguna inconsistencia.

-Relación del dinero recibido en tarjetas y en efectivo ya sea pesos o dólares, por parte de los recepcionistas, verificando que corresponda al valor que aparece en el reporte generado en Opera y en su cierre, para posteriormente realizar la consignación diaria de la suma recaudada.

-Verificar que si se hayan hecho correctamente los cargos a las habitaciones comparando el reporte con el soporte.

-Escanear las facturas de cuentas por cobrar anexas en la auditoría para ser enviadas a cada cliente con sus respectivos soportes de cargos realizados.

-Subir las facturas electrónicas recibidas en el correo a DIGIDOC relacionando su naturaleza y el área al que pertenecen también en un cuadro compartido de Excel al que tienen acceso los jefes de área.

Departamento de Eventos

-Conocimiento y manejo del programa “Asiste” en cada uno de los módulos utilizados, cotización, orden de evento, creación de clientes entre otras funciones.

-Realización de cotizaciones de alojamiento y evento, solicitadas al correo en el programa “Asiste”, de acuerdo a los requerimientos de los clientes, previamente revisando la disponibilidad de la fecha y el salón apropiado para el evento.

-Conocimiento de los servicios ofrecidos en los eventos, los salones y espacios, con sus respectivos precios para así mismo poder realizar las cotizaciones y órdenes de evento, teniendo en cuenta factores como tipo de evento, cantidad de asistentes, horarios, entre otros.

-Realización de órdenes de evento con sus especificaciones de montaje, menú, horarios, si necesita apoyo de plataforma audiovisual, entre otros requerimientos, para

posteriormente entregar a las áreas de recepción, alimentos y bebidas, mantenimiento, y ama de llaves para que tengan en cuenta sus labores.

-Organización de datos recopilados en encuestas de satisfacción entregadas a cada responsable del evento; en un documento de Excel, reflejando la información plasmada en tablas de datos con sus respectivas gráficas, porcentajes y promedios, con el fin de visualizar los resultados de cada evento de manera porcentual.

- Tener oportunidad de apoyar en un evento realizado por parte de ISN “International Student Network”, una feria de universidades de Estados Unidos, colaborando a la persona encargada del evento en sus solicitudes, cambios de montaje o de los servicios solicitados, así como también en el control del registro de asistentes al evento, realizado el día 26 de marzo.

Conclusiones

El proceso de prácticas profesionales es necesario e importante para el desarrollo profesional, al ser el primer acercamiento al sector que se ha estudiado y que es útil para poner en práctica los conocimientos con los que se cuenta, y de igual manera adquirir mayor aprendizaje en las áreas de interés. También es una oportunidad para conocer lugares y personas que brinden un apoyo en el crecimiento personal, profesional y laboral, ya que es un hotel de marca internacional y reconocida.

Es un periodo de tiempo en donde se logra fortalecer y demostrar habilidades y considerar si es la profesión que se quiere ejercer en el futuro; además de conocer en qué áreas se puede tener un buen desempeño.

Se obtuvieron conocimientos valiosos en el manejo de sistemas para el área de eventos, específicamente en la realización de cotizaciones, y en la operación de esta área en

conjunto con otras áreas del hotel que apoyan este departamento. Específicamente esta área aporta conocimientos sobre manejo de grupo, trabajo en equipo, servicio al cliente, solución eficaz de dificultades y demás situaciones imprevistas que puedan presentarse.

Recomendaciones

-El tiempo de práctica para realizar este tipo de informes debería ser un poco más extenso, para poder presentar un proyecto más estructurado y preciso.

Referencias Bibliográficas

Qué hacer en Bogota cerca del hotel Holiday Inn Express & Suites Bogota DC. (s. f.). IHG.

<https://www.ihg.com/holidayinnexpress/hotels/us/es/bogota/bogbo/hoteldetail/local-guide-whats-nearby>

Esneca. (2022). *Eventos Sociales: Tipos y Consejos para su Organización.* Esneca.

<https://www.esneca.com/blog/tipos-de-eventos-sociales/>

M, M. C. M. (2018). *Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela**.

<https://www.redalyc.org/journal/257/25755483006/html/#:~:text=Una%20de%20las%20principales%20bondades,extender%20geogr%C3%A1ficamente%20la%20demanda%20tur%C3%ADstica%2C>

IHG Hotels & Resorts: historia, marcas y pipeline de proyectos hoteleros – Reportero

Hotelero | Por Javier Baz. (s. f.). <https://reporterohotelero.com/ihg-historia-marcas-y-pipelinede-proyectos-hoteleros/>

IHG Hotels & Resorts | Nuestras marcas. (s. f.). IHG.

<https://www.ihg.com/content/us/es/about/brands>

oxoHotel Operador Hotelero. (2020, 3 agosto). oxoHotel Operador Hotelero.

<https://www.oxohotel.com/lo-que-sabemos-hacer/>

Turismo, A. L. I. (2021). ¿Por qué mi empresa turística debe organizar eventos? *Andalucía Lab*. <https://www.andalucialab.org/blog/eventos-en-empresas-turisticas/>

La comercialización de eventos en hoteles: Vol. Capítulo 1. (s. f.). José Luis Rocca Prats. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490770023.pdf>

Amaya, C. A. (2017). *Marketing y diferenciación en hoteles con departamento de Organización de Eventos* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de Valladolid.

Duque, I., & Restrepo, J. M. (2021). DECRETO 343 DE 2021. En *FUNCIÓN PÚBLICA* (Decreto 343 de 2021). Recuperado 8 de mayo de 2023, de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=161269

ICONTEC (Ed.). (2003). NORMA TÉCNICA NTSH SECTORIAL COLOMBIANA 001. En MINCIT, SENA, & COTELCO, *FONTUR* (NTSH-001). Recuperado 8 de mayo de 2023, de <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH001.pdf>

ICONTEC (Ed.). (2006). NORMA TÉCNICA NTS-TS SECTORIAL COLOMBIANA 002. En MINCIT, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Viceministerio de Turismo, & Universidad Externado de Colombia, *FONTUR* (NTS TS-002). Recuperado 8 de mayo de 2023, de https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_TS002.pdf

ICONTEC (Ed.). (2003b). NORMA TÉCNICA NTSH SECTORIAL COLOMBIANA 003.

En MINCIT, SENA, & COTELCO, *FONTUR* (NTSH-003). Recuperado 8 de mayo de 2023, de <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH003.pdf>

ICONTEC (Ed.). (2003c). NORMA TÉCNICA NTSH SECTORIAL COLOMBIANA 004.

En MINCIT, SENA, & COTELCO, *FONTUR* (NTSH-004). Recuperado 8 de mayo de 2023, de <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH004.pdf>

ICONTEC (Ed.). (2003a). *NORMA TÉCNICA NTSH SECTORIAL COLOMBIANA 005* (De

MINCIT, COTELCO, & SENA; NTSH-005). Recuperado 8 de mayo de 2023, de https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH005_.pdf