

Balance de Hotelería 2018



DARIUS MORGAN, PRECURSOR DEL TURISMO EN BOLIVIA

Pinceladas de historia



El turismo se inicia en Bolivia en el periodo pre inca e inca, cuyas características sociales determinan que ciertos grupos de privilegio podían desplazarse fuera del lugar de su residencia habitual. Bajo estas mismas características los desplazamientos en la época de la colonia y república son de gran interés, se desarrollan en expediciones que buscan riqueza y expansión del dominio español, hasta llegar al periodo republicano casi actual, donde aparecen los primeros entes oficiales de turismo y el surgimiento de los pioneros en desarrollar el turismo organizado "todo incluido" en Bolivia.

El turismo en la colonia

Los viajes que se realizaron en el continente americano constituyen uno de los grandes factores del renacimiento de los siglos XV y XVI, transformando la cosmovisión que tenían los pensadores y estudiosos de la humanidad.

El descubrimiento de la América realizado por Cristóbal Colón determinó el mayor número de desplazamientos los cuales tenían como objetivos la conquista y sojuzgamiento de los originarios.

Los viajes expedicionarios de los siglos XVIII y XIX aportaron información que fue altamente difundida en los círculos de la elite pensante de Europa, fue la que atrajo a turistas extranjeros a nuestro país, imbuidos por las maravillas que na-

rraban en sus obras estos maestros de la geografía, biología y antropología.

Darius Morgan

El año 1930, durante la Presidencia de David Toro se cuenta con el primer ente oficial del turismo en Bolivia, es el momento en que se da importancia a esta actividad, la cual empieza a ser normada de alguna manera. El primer ente del turismo tiene bajo su tui-

ción velar por el cuidado de los atractivos turísticos, su difusión y otorgar apoyo a los turistas que arriban al país.

El precursor del turismo organizado en Bolivia es Darius Morgan, quien llegó al país por los años 40. Al recorrer el sector altiplánico y especialmente el Lago Titicaca, quedó fascinado con la belleza paisajística de este sector, a partir de este momento, intentó mostrar la belleza de este hermoso lago a sus compatriotas.

Morgan logró un ambiente para crear una agencia de viajes en las instalaciones del Hotel La Paz de ese entonces, empieza a organizar viajes todo incluido al Lago Titicaca, con una movilidad adaptada a tal fin, logró impactar a los turistas. Ante la inexistencia de establecimientos de hospedaje, montó campamentos en carpas para disfrutar del amanecer en el lago y de la navegación precaria, donde se deslizan lentamente pequeñas embarcaciones de madera que transportaban pasajeros y mercancías de uno a otro margen; las embarcaciones con sus cascotes pintados de colores claros cabeceaban al golpe de los remos, no lejos de la vista, las balsas trabajadas de totora y empujadas por el viento donde un campesino pesca y se provee de juncos en los totorales.

Hotelería...

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse

en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías.

Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero. Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado. A la vez, se les ofrecía servicio de comidas.

Pero es a raíz de la Revolución Industrial, cuando los medios de transporte experimentan una vertiginosa evolución y las personas empiezan a desplazarse masivamente de un lugar a otro.

En un principio, los viajes están destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, que empiezan a salir de vacaciones fuera de sus ciudades y exigen unos establecimientos de acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto sea posible, es necesario el surgimiento de una serie de establecimientos donde los viajeros puedan comer y pernoctar: Es el nacimiento de la hostelería propiamente dicha.

En principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás; pero, con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más sencillos y al alcance de todo bolsillo.

Santa Cruz, pionera en hospedaje

Según información obtenida del sitio WEB de la Cámara Hotelera de Santa Cruz, a partir de los años 50 las posadas y pascanas fueron transformándose en empresas hoteleras, que con el sostenido desarrollo de la ciudad, se fue estableciendo una oferta hotelera que tiene características modernas, de primer nivel. Santa Cruz como ciudad que en el proceso industrial y comercial en Bolivia adquiere una dimensión cada vez mayor, desde la década de los 70, con el fin de cubrir la demanda de inversionistas, turistas nacionales y extranjeros; experimentó un crecimiento continuo de la oferta del servicio de hospedaje, en donde se construyeron varios hoteles, residenciales, alojamientos y posadas.

**Nueva
Economía**
LIDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Fundado el 28 de octubre de 1993

www.nuevaeconomia.com.bo

Depósito Legal N° 4-3-18-00

La Paz | Bolivia

Presidente del GNE:
Carola Capra
ccapra@nuevaeconomia.com.bo

Unidad de Inteligencia de NE:
Carola Capra
María Claudia Dabdoub
George Gray
Gilberto Hurtado

Administración GNE:

Administración
administracion@nuevaeconomia.com.bo

Gerencia Comercial
wsanchez@nuevaeconomia.com.bo

Suscripciones y ventas:
suscripciones@nuevaeconomia.com.bo
ventas@nuevaeconomia.com.bo

Atención al cliente:
atencionalcliente@nuevaeconomia.com.bo

Semanario Nueva Economía:

Diseño y diagramación:
Gonzalo Téllez

Impresión:
Impresiones Gráficas VIRGO

Dirección:

Calle Claudio Aliaga N° 1239, entre Gabriel René Moreno y Enrique Peñaranda (Planta alta).
Teléfonos: (591-2) 2771711 – (591-2) 2791912.
La Paz – Bolivia.



Los negocios
pasan en todas partes

pero no es lo mismo
que en Los Tajibos

SANTA CRUZ

BOLIVIA

Vi te imaginás


los tajibos
Hotel

Av. San Martín 455, Santa Cruz – Bolivia / Tel. (591-3) 342 1000 Int 0

Síguenos en:   /lostajiboshotel |  www.lostajiboshotel.com

HOTELES BOUTIQUE

Pequeños con gran personalidad e identidad propia



Este concepto ingresa a Bolivia con el ánimo de innovar y fortalecer la industria hotelera diferenciándose este de la oferta tradicional, por la identidad del lugar y el servicio personalizado; buscando que el huésped tenga una agradable experiencia, además de una agradable estadía en el hotel.

El término hotel boutique es originario de la Europa de los años 80. Se utiliza para definir a aquellos hoteles con ambientes íntimos y poco convencionales, generalmente con una denotación de lujo.

Emergieron en los años 1980 en Nueva York, pero su expansión definitiva se produjo a finales de los años 1990. Este tipo de hotel ocupó el hueco dejado por las grandes cadenas de hoteles cuyos establecimientos seguían un determinado estándar. El hotel boutique, en contraposición, busca un estilo y carácter propio.

Servicios exclusivos para vivir una experiencia única

La finalidad de los hoteles boutique es hacer sentir al cliente como en casa. Buscan crear una experiencia única para el cliente. La exclusividad que ofrece este tipo de alojamientos es una de sus principales características. Al tratarse de hoteles pequeños, generalmente de menos de 100 habitaciones, la privacidad e intimidad están garantizadas. Además, el entorno donde se encuentran ubicados, acaba de marcar la diferencia con otro tipo de alojamiento.

Los hoteles boutique, a pesar de estar situados en antiguas edificaciones, están también dotados de infraestructuras modernas y de todas las tec-

nologías para que el huésped pueda disponer de todas las comodidades y vivir una estancia de lujo.

Sus huéspedes buscan un alojamiento de calidad donde prime la exclusividad. Una exclusividad que no solo se mida por el servicio ofrecido, sino también por el ambiente que emane de sus instalaciones, además del entorno donde se ubique el hotel: la historia de la zona, de la edificación, el respeto por preservar esta historia, la armonía con su entorno, la exquisitez en su decoración, el mimo en sus detalles, una atención que haga sentir al cliente parte de la familia del lugar... En definitiva, poder vivir una experiencia global, que no se limite a lo sucedido entre las paredes de la habitación.

A decir de Magdalena Morales. Gerente de Hotel Aviador lo hoteles boutiques Son pequeños en cuanto a capacidad instalada y no así en cuanto a servicios y comodidades, por lo general cuentan con los mismos proveedores de hoteles de camas, línea de ropa de cama y amenities de 5 estrellas.

"Personalidad e identidad propia, entendida como una temática específica que rige el carácter del hotel, y que precisamente esta característica hace que sea atractiva para convertirse en una tendencia mundial ya que permite poder marcar una diferencia en cuanto hoteles tradicionales", agregó Morales.

5 Ventajas de los Hoteles Boutique

Los resorts son muy divertidos pero a veces elegir un entorno más íntimo puede ser mejor. Si usted nunca se ha hospedado en un hotel boutique, la verdad es que se está perdiendo de una gran experiencia. A continuación le presentamos

5 ventajas de elegir hospedarse en un hotel más pequeño y trendy.

• Un nivel de servicio más personalizado

Debido a que la mayor parte de los hoteles boutique cuentan con menos de 100 habitaciones en total, el personal del hotel comúnmente tiene mayor oportunidad de ofrecer un servicio más personal. Además, un ambiente más pequeño e íntimo también fomenta el trato personal.

• Estilo peculiar

Una característica común de los hoteles boutique es que ofrecen un ambiente chic y diferente. Reflejando el ambiente en el que se encuentran, los hoteles boutique comúnmente ofrecen una experiencia cultural a sus huéspedes, perfecta para quienes buscan escaparse y sumergirse en la cultura y el entorno que los rodea. Ingredientes locales, muebles artesanales y servicios exclusivos son tan solo un ejemplo de los elementos que comúnmente caracterizan a los hoteles boutique. Un hotel con tanta personalidad quizá no sea del gusto de todos, por lo que se enfoca en servir un nicho específico de viajeros.

• Independientes

Como la mayor parte de los hoteles boutique son operados por propietarios independientes y no son parte de grandes compañías, los hoteles tienen mayor libertad y más voz en relación a su oferta. Una variedad de servicios y amenidades puede ser un factor muy atractivo para alguien a quien la piscina estilo resort no le importa mucho y que preferiría disfrutar de otro tipo de experiencias, como una terraza en la azotea, una escena musical o una galería de arte.

• Una experiencia vacacional distinta

Ubicados a menudo en edificios históricos o en ciudades pequeñas que aún no han sido invadidas por resorts, los hoteles boutique ofrecen experiencias que a veces solo se pueden encontrar por fuera de los grandes hoteles. Esto quiere decir que usted podrá disfrutar de unas vacaciones más sencillas y relajantes.

• Mayor valor

Aunque no todos los hoteles boutique son baratos, la mayoría ofrece precios más bajos y mayor valor que las grandes cadenas de resorts.



¡QUE TU EMPRESA TENGA LA MEJOR CONVENCION!

DISFRUTA DE TODOS LOS SERVICIOS QUE TENEMOS PARA BRINDARTE A TI Y A TU EQUIPO EN DM ANDINO



AV. MANUEL CASTILLO N° 5, MECAPACA - TELF. 2749191 - 76760275 - 76747797
RESERVAS@DMHOTELES.COM - WWW.DMHOTELES.COM - LA PAZ - BOLIVIA



Innovación tecnológica para emprendedores creativos



XXVIII PANAMERICANO
CONGRESO INTERNACIONAL
de Escuelas de
Hotelería, Gastronomía y Turismo



CONPEHT



BOLIVIA



“Nuevos
Desafíos de
la Industria
Hotelera
del Siglo XXI”

28 de
Octubre al
2 de Noviembre
2018

Nuestras carreras:

- Gastronomía y Arte Culinario
- Administración de Hoteles y Restaurantes
- Administración del Turismo Sostenible
- Cocina Profesional
- Pastelería Profesional
- Barman y/o Garzón Profesional

EHT
Informes

Avenida Sánchez Lima N° 2099 esquina Aspiazu - Telf./Fax: 2 424154 - 2 424184
www.eschotel.com.bo - Facebook: escuelahterabolivia - ExperienciaEHT

BALANCE

Los protagonistas de la industria sin chimenea



En los últimos años hemos sido testigos del vertiginoso crecimiento cualitativo de la oferta hotelera de nuestro país especialmente en la capital oriental. Situación que revela un importante movimiento económico en materia de inversión, generación y capacitación.

Para Taleb Rifai, Secretario General de la OMT, en los últimos años, nuestro sector ha mostrado una fuerza y una resistencia extraordinaria pese a los innumerables retos a los que se ha enfrentado, en particular los relativos a la seguridad. Los viajes internacionales siguen incrementándose y consolidándose y contribuyen a la creación de empleo y el bienestar de las comunidades en todo el mundo.

La demanda de turismo internacional siguió siendo fuerte en 2016 pese a las dificultades. Según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 3,9 % hasta situarse en los 1.235 millones, alrededor de 46 millones de turistas más (visitantes que pernoctan) que el año anterior.

De acuerdo a la información proporcionada por el Viceministerio de Culturas, la última encuesta del Grupo de Expertos de la OMT muestra una firme confianza en 2017, puesto que una amplia mayoría de los alrededor de 300 encuestados (63 %) dicen esperar resultados mejores o mucho mejores que en 2016: Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumenten entre un 3 % y un 4 % en 2017.

En Europa se prevé un crecimiento de entre el 2 % y el 3 %; tanto en Asia y el Pacífico como en África, de entre el 5 % y el 6 %; en las Américas de entre el 4 % y el 5 % (en América del Sur y Central en ambas, del +6 %) y en Oriente Medio de entre el 2 % y el 5 %, debido a la mayor inestabilidad de la región.

Bolivia y el abanico turístico

Según la Constitución Política del Estado, el turismo se convierte en un sector estratégico y pro-

Las tendencias de los visitantes del turismo mundial muestran que los visitantes quieren encontrarse con culturas vivas, con pueblos originarios y tener una experiencia cercana de sus tradiciones, comer platos típicos, participar en sus danzas y tener una interrelación cultural.

ductivo cuyo fin es generar empleo digno, reducir los índices de pobreza, generar una mejor redistribución del ingreso, unir a los bolivianos y fortalecer el modelo de gestión de turismo de base comunitaria. Tanto la Ley Marco de Autonomías como la Ley General de Turismo respaldan el criterio constitucional y ratifican la visión de Estado.

Asimismo, el Decreto Supremo N° 29272, aprueba el Plan Nacional de Desarrollo, mismo que establece que el nuevo Estado concibe al turismo como una actividad productiva, integral, y que su desarrollo estará orientado a promover y priorizar la participación de pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales en la actividad, como agentes de preservación de la diversidad cultural, en armonía con el medio ambiente, determinando que el Estado prestará asistencia técnica y financiamiento para su desarrollo y que las empresas privadas como otros actores de ésta actividad al compartir esfuerzos con los agentes sociocomunitarios conformarán alianzas estratégicas para el desarrollo del turismo sostenible.

La oferta turística de este país es tan amplia que aún asombra a muchos; para ello basta con mencionar algunos destinos: Lago Titicaca, Madidi-Pampas, Amazonía, Misiones Chiquitanas, Santa Cruz urbano, Ruta del Vino en Tarija, Sucre-Tarabuco, Turismo de aventura en Los Yungas, Circuitos de Alta Montaña en La Paz y Oruro, Trópico de Cochabamba, Toro Toro, Turismo Comunitario y pesca deportiva en Beni y la Ruta del Che en el Chaco. A esta amplia lista se pueden adherir otros como el Salar de Uyuni o la Reserva Nacional Eduardo Avaroa.

Hoteles, protagonistas del desarrollo

En los últimos años hemos sido testigos del vertiginoso crecimiento cualitativo de la oferta hotelera de nuestro país especialmente en la capital oriental. Situación que revela un importante

movimiento económico en materia de inversión, generación y capacitación.

El incremento de infraestructura de la industria hotelera, incluido el tema camas y habitaciones, es una muestra importante de que el flujo migratorio tanto externo como interno ha ido subiendo con el transcurrir del tiempo. Sin lugar a dudas, es un aporte importante a la economía nacional, pues, no es sólo la industria hotelera la beneficiada, sino que también el transporte, servicios de gastronomía, comercio, etc.

De acuerdo a un estudio presentado el año pasado por la Universidad Central (UNICEN) y la Gobernación de Santa Cruz, con datos de Fundempra, el turismo en el país registró un crecimiento del 26% en el último año, cerrando con un registro de 5.938 empresas, donde Santa Cruz ocupa el primer lugar con 1.863 empresas, seguida de La Paz con 1.273.

En cuanto al flujo de turistas ingresados por transporte aéreo a nivel nacional, Santa Cruz va a la cabeza con el 68%, La Paz con el 24% y Cochabamba con el 3%. Dentro ese marco, a nivel nacional en el 2016, los ingresos por hospedajes tuvieron un total de más de 2 millones de viajeros de los cuales Santa Cruz tiene el 31%.

En materia gastronómica, el panorama no cambia. En 2016, Santa Cruz ha crecido en un 15%, aspecto que se tradujo en cerca de 700 millones de USD. de facturación.

En el país existen hoteles de muchas categorías y variada gastronomía. En este sentido, cada departamento goza de infraestructura cada vez más amplia para albergar turistas de toda condición económica con una oferta culinaria para todo tipo de paladar, desde comida internacional hasta los tradicionales platos locales.

La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Sucre y Tarija tienen hoteles con fundamentos muy excelentes, así como buenos restaurantes. En Potosí, Beni y Pando las instalaciones son más modestas. El turis-

Grafico 1:

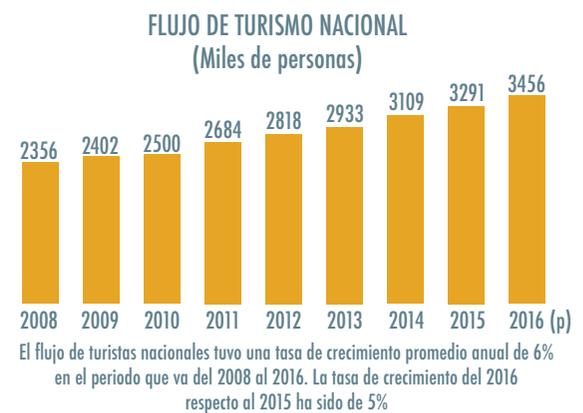


Grafico 2:



Grafico 3:

CANTIDAD DE PRESTADORES DE SERVICIOS

| Tipo de Prestador | Cantidad |
|----------------------|----------|
| Hospedaje | 1.707 |
| Agente de Viaje | 458 |
| Operadora de Turismo | 470 |
| Guías | 750 |

CANTIDAD DE EMPLEOS EN TURISMO

| EMPLEOS DIRECTOS | EMPLEOS INDIRECTOS | TOTAL EMPLEOS |
|------------------|--------------------|---------------|
| 103.940 | 211.031 | 314.971 |

Fuente: Viceministerio de Turismo

ROYAL HOTEL
Simplemente Diferente!

HABITACIONES Y SUITES
SALONES CORPORATIVOS
RESTAURANTE

Av. San Martín Nro. 200 (Equipetrol Norte) | ventas@royalhotel.com.bo | (591-3) 3438000 | www.royalhotel.com.bo | Santa Cruz de la Sierra - Bolivia

Participación del Turismo en la Economía Nacional

| EXPORTACIONES TOTALES | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 (p) |
|-----------------------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | Gas Natural | 2.797,80 | 3.832,70 | 5.478,50 | 6.113,44 | 6.012,23 | 7.540,14 |
| 2 | Soya y Derivados | 567,6 | 665,6 | 954,2 | 942,78 | 993,4 | 1.540,26 |
| 3 | Turismo | 467,1 | 481,2 | 516,2 | 557 | 652 | 670 |
| 4 | Plata | 684 | 1.081,90 | 986 | 842,65 | 703,28 | 270 |
| 5 | Zinc | 888,1 | 941,2 | 736,8 | 762,37 | 984,48 | 230 |

| EXPORTACIONES NO TRADICIONALES | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 (p) |
|--------------------------------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| 1 | Soya y Derivados | 522,6 | 610,2 | 954,2 | 942,79 | 993,4 | 1.540,26 |
| 2 | Turismo | 467,1 | 481,2 | 516,2 | 557 | 652 | 670 |
| 3 | Nueces del Brasil | 103,71 | 148,37 | 145,62 | 129,47 | 175,07 | 190,83 |
| 4 | Quinoa | 46,5 | 63,40 | 79,8 | 153,25 | 196,63 | 98,5 |
| 5 | Productos de Joyería | 56,8 | 53 | 68,6 | 81,5 | 48,09 | 76,03 |

| EXPORTACIONES CON VALOR AGREGADO | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 (p) |
|----------------------------------|-----------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|----------|
| 1 | Turismo | 467,1 | 481,2 | 516,2 | 557 | 652 | 670 |
| 2 | Productos de Joyería | 56,8 | 53 | 68,6 | 81,5 | 48,09 | 76,03 |
| 3 | Girasol y Productos de Girasol | 117,97 | 78,78 | 102,94 | 111,34 | 84,83 | 64,94 |
| 4 | Maderas y Manufacturas de maderas | 85,1 | 73,70 | 70,4 | 59,35 | 58,47 | 49,121 |
| 5 | Cueros y Manufacturas de Cueros | 27,5 | 42,8 | 50,5 | 58,19 | 66,53 | 17,9 |

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Rural
INE
Viceministerio de Turismo

ta puede encontrar hoteles, de una a cinco estrellas, apart hoteles, hostales, hosterías, residenciales y cabañas. En las ciudades principales, el visitante encuentra variedad de bares, restaurantes, karaokes, peñas, pubs y discotecas.

Turismo Comunitario

Las tendencias de los visitantes del turismo mundial muestran que los visitantes quieren encontrarse con culturas vivas, con pueblos originarios y tener una experiencia cercana de sus tradiciones, comer platos típicos, participar en sus danzas y tener una interrelación cultural. Bolivia ofrece diversos sitios turísticos con múltiples opciones. En un sólo departamento se puede apreciar nevados, paisajes tropicales e incluso territorios amazónicos. Para algunos expertos, el desarrollo histórico del sector se debe a la apuesta generada desde el sector privado en complejos hoteleros para atraer flujo turístico.

En los últimos años, cambió el escenario desde la perspectiva de la apropiación de los tres niveles de Estado en cuanto a invertir para potenciar la infraestructura vial nacional, aeroportuaria y de prestación de servicios.

Un factor que también puede explicar el despegue de la actividad turística se debe a la promoción y arribo de turistas en la ruta del Dakar, que colocó al salar de Uyuni en la vitrina mundial y por la materialización de proyectos comunitarios en municipio con vocación turística.

Análisis FODA de un hotel

- **Fortalezas:** La infraestructura debería ser muy lujosa por lo menos con más de 20 pisos, y más de 200 habitaciones, contener más de 10 suite de lujo, hermosas vistas, amplias salas de reuniones, contar con un restaurant, seguridad, el personal amable, respetuoso y cortés, los empleados deberían tener estudios acorde a sus puestos, motivados al logro y con incentivos.

Al mismo tiempo, los clientes deberían ser lo primero, se busca la excelencia, calidad, e inclusive el hotel debe poseer un ambiente agradable, donde el residente se sienta cómodo y con ganas de volver a hacer su reserva en el hotel.

- **Amenazas:** Poseer un restaurant no muy bien ubicado y personal poco especializado, huelgas en algunas áreas del hotel, y que la competencia posea

precios bajos, una crisis mundial hara que no hallan créditos a viajeros por lo que no concurrirán a los hoteles conllevando a una amenaza.

- **Debilidades:** No poseer estacionamiento o si lo contiene no ser muy seguro, confiable, o pudiendo ser incómodo, los costes de infraestructuras son costosos, generando aumento o precios altos en las reservas de estancias en el hotel.

- **Oportunidades:** La ubicación es estratégica, los acantilados son especiales para la ubicación de un hotel, rodeado de centros comerciales, y acceso a parques de diversiones, el prestigio es importante para los hoteles y ser el preferido por los clientes, la tecnología que despliegue debe ser avanzada

Recopilada la matriz FODA de manera veraz, se debe comenzar con el análisis y tomas de decisiones, se deben preguntas en cuanto a su competencia, y las posiciones internas de cada producto, servicio etc. Este sería el punto final, el tener que tomar medidas al respecto y tomar decisiones, planear, seleccionar las nuevas metas y objetivos recogiendo críticas, y a la vez seleccionando todas las alternativas posibles.

Ahora bien, para poder recopilar más información en lo que respecta a la competencia, publicidad u otros hoteles y la popularidad de los mismos, lo puede encontrar en páginas webs, prensa, marketing, vendedores etc.

Preguntarse, ¿donde están sus clientes?, ¿qué le puede ofrecer el hotel?, entre otras preguntas sinceras, como el mejorar en la atención al público, etc.

Y para el conocimiento de la posición de la competencia se deben analizar las fortalezas y oportunidades; las debilidades con las oportunidades; fortaleza con amenaza; y debilidades con las amenazas; se pueden realizar en gráficos de ser necesario o para un mejor análisis.

Luego, tomar las medidas necesarias para mantener, proveer o corregir lo que se tenga que corregir en el hotel, este análisis FODA debe realizarse por lo menos una vez al año, lo importante es no dejar de lado que la competencia está tomando medidas para mejorar y superar sus debilidades y amenazas, y al igual que su hotel también quiere ser el mejor en el mercado.

Capacitación, la herramienta estratégica

La capacitación consiste en dotar a todo el personal de servicio del hotel técnicas para mejorar la calidad en el servicio y del mismo modo aportar a la empresa un crecimiento humano y económico.

En todas las capacitaciones se manejan un alto porcentaje de motivación y desarrollo personal así como también otorgan una breve inducción a los colaboradores, para de esta forma se logre inculcar una filosofía de compromiso con el hotel, es decir que el colaborador se ponga la camiseta y se identifique con el hotel y juntos lograr todos los objetivos preestablecidos por la empresa y de esta forma contribuir con el hotel.

Se realiza un análisis de las necesidades de capacitación y se elabora el programa de capacitación dentro de la empresa.

Transmitiendo técnicas actuales que la empresa pueda implementar con óptimos resultados, los programas son totalmente interactivos por ejemplo: Ejercicios, estudios de casos y vídeos que se utiliza, hace que el personal se identificado con las situaciones que vive a diario en su trabajo.

Capacitación general

- Dirigidos a empleados de todos los sectores y personal de superposiciones.
 - Calidad y atención al huésped.
 - Atención telefónica: básico y avanzado.
 - Manejo de quejas y reclamos.
 - Cliente interno.
 - Introducción de la calidad según la Norma ISO 9000.
 - Introducción de la mejora de procesos.
- Dirigidos al personal de superposiciones de todas las áreas
 - Liderazgo de equipo hacia la calidad.
 - Liderazgo situacional.
 - Formación de instructores.
 - Conducción eficaz.
 - Trabajo en equipo.
 - Comunicación.
 - Evaluación de desempeño.
 - Negociación.
 - Los 8 principios de la Calidad y la orientación a procesos (Norma ISO 9000)
 - Introducción a la variabilidad de los procesos: Las 7 herramientas de la calidad.

Capacitación por Áreas

- Alimentos y Bebidas
 - Técnicas de servicio de camareros.

- Técnicas de servicio para personal de banquetes.
- Atención en Room service.
- Y seguridad en el área.
- Venta sugestiva/ upselling.
- Introducción a las normas relacionadas con alimento (Nivel Directivos) HACCP, etc.
- Dirigidos al personal del departamento de marketing y ventas, reservas, relaciones publicas y gerentes de front office y alimentos y bebidas.
 - Técnicas avanzadas de ventas.
 - Marketing en la industria hotelera.

Fuimos pioneros y conservamos nuestro estilo único, que te da mucha independencia... mucha privacidad.

La Quinta
HOTEL
Santa Cruz Bolivia
Su primera opción

Estamos ubicados en la tranquila zona sud-oeste de la ciudad, próximos a oficinas de YPFB, Carretera a Camiri, Aeropuerto El Trompillo, Stadium Departamental, Urbari Racquet Club, Colegio de Ingenieros, parada de Transporte al Fuerte de Samaipata, Campus Universitario y residenciales Barrios Las Palmas y Urbari.

Ofrecemos todos los especiales servicios de nuestras 4*, contando además cada departamento con una cocina equipada y un garaje contiguo a cada unidad.

Para disfrutar Santa Cruz durante estadias cortas o largas... y con los mejores precios!

TIPS

¿Cómo elijo al mejor?

La ubicación y el precio son lo más importantes para los turistas.

Los programas 'verdes' del hotel e instalaciones, lo menos relevante.

Elegir un buen hotel es casi tan importante como escoger el destino en el que se vacacionará. No sólo porque representa el 50% o más del costo del viaje, sino por que impacta directamente en una estadía placentera o no.

Para facilitar esta elección, líneas abajo detallamos los aspectos a ser considerados:

- 1. Costo.** Debe considerar cuánto está dispuesto a gastar. Recuerde que el costo de los hoteles va a en función a los servicios que ofrecen. Debe analizar todos los rubros, pues casi todos los hoteles que ofrecen habitaciones económicas suelen trasladar el costo real a otras cosas, como alimentos o bebidas.
- 2. Servicios.** Antes de realizar su reservación, debe tener claro a qué servicios tendrá acceso y el costo de los extras. De esta manera no tendrá sorpresas desagradables al llegar.
- 3. Ubicación.** Busque un hotel cercano a los lugares que planea visitar. Casi todos los hoteles económicos están ubicados lejos de las zonas turísticas, por lo que podría implicar que haga traslados de hasta tres horas.
- 4. Acceso a transporte.** Antes de buscar hoteles es necesario que conozca cuál es la mejor forma de trasladarse en la ciudad o destino que visitará. En función de ello, debe elegir un hotel que le permita tomar el metro, camiones o taxis. Si elige uno que no tenga un buen acceso a transporte público, terminará gastando más para movilizarse que lo que hubiera invertido para hospedarse en un hotel más lujoso.
- 5. Limpieza.** Si no quiere despertar al lado de una cucaracha o enfermarse por la mala cali-



dad del agua y la poca higiene de las habitaciones, asegúrese que su hotel cuenta con las medidas de limpieza mínimas.

- 6. Comidas.** Deberá elegir entre habitaciones con alimentos incluidos o elegir un lugar cercano en el que pueda comer y no resulte caro. Ésta es la mejor opción para quienes probar platillos típicos durante su viaje.
- 7. Wi-Fi.** ¿Puede vivir sin tener acceso a internet? Seguramente no, por lo que deberá considerar que el hotel en el que se hospede tenga Wi-Fi gratis. Probablemente, el costo de la habitación será más alto, pero no tanto como pagar por el uso de internet por día; aunque no lo uses todo el tiempo, se hacen el cargo por 24 horas.

Una buena respuesta está en las estrellas

En efecto. Si saldrá de viaje y quiere vivir las mejor de las experiencias, debe dejar que las estrellas lo

guíen por el camino correcto.

Los hoteles, pueden partir de elementos básicos como alcobas con cama, armario, mesa, sillas y lavamanos; hasta suites con jacuzzi, bar y sala de reuniones privada, etc. Muchos hoteles realizan estos ofrecimientos según sea su calificación, que puede ser de estrellas o diamantes, en el caso de Bolivia la calificación se la realiza a través de las estrellas.

Más que una calificación

La Organización Mundial de Turismo, encargada de unificar y establecer los criterios de clasificación hotelera; en este caso hacemos referencia a las estrellas, la más clásica y conocida de las calificaciones para conocer con qué servicios cuenta un hotel, los más cómodos, costosos o aquellos que pueden cubrir todas las expectativas.

- **Una estrella:** Son económicos y ofrecen una habitación privada con un baño (a veces compartido), generalmente son hoteles de paso.
- **Dos estrellas:** De mediana categoría y pone a disposición de sus clientes una habitación más amplia, con servicios de tv cable, baño privado y alimentos en un horario determinado.
- **Tres estrellas:** Por un costo medio, estos hoteles brindan amplios espacios con mobiliarios completos, servicios de telefonía, tv por cable, baños confortables y en algunas ocasiones internet. Cuentan con restaurantes y servicios de guía turística.
- **Cuatro estrellas:** Hoteles de primer nivel con recámaras amplias y lujosas en las que se hallan todos los servicios necesarios; además cuentan tiendas, restaurantes, centros de reuniones y sala de recreación. Varios de estos tienen suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas.
- **Cinco estrellas:** Aparte de proporcionar habitaciones con todas las comodidades imaginables, incluyen servicio a la habitación las 24 horas, espacios de trabajo y recreación, así como servicios de descuentos especiales para la participación en eventos.



Santa Cruz - Bolivia

El primer hotel en Santa Cruz perteneciente a una de las cadenas de hoteles más reconocidas en el mundo.



Av. San Martin Esq.. Calle "E" Equipetrol Norte
CONTACTANOS : (591-3) 3434010

DISFRUTA DE NUESTROS BENEFICIOS
<https://goo.gl/AE2Y9Q>



13 STANNUM

BOUTIQUE HOTEL & SPA

EN EL CORAZÓN DE LA PAZ... A LA ALTURA DE SUS NECESIDADES

AVENIDA ARCE N° 2631 TORRE MULTICINE PISO 5
TEL. +591-2-214 83 93
CEL. +591-767 90 220

SÍGUENOS EN / FOLLOW US ON
STANNUMHOTELS.COM

RESERVATIONS@ STANNUMHOTELS.COM

EN **SANTA CRUZ Y LA PAZ**
SOMOS TU **MEJOR** ELECCIÓN



SANTA CRUZ



LA PAZ



SANTA CRUZ - BOLIVIA | Av. San Martín y 4to anillo Equipetrol Norte | Telf.: 591-3 3423535
LA PAZ - BOLIVIA | Av. Ballivián #369 Esq. Calle 10 de Calacoto | Telf.: 591-2 2792323