

# **UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**



**FACULTAD DE CIENCIA HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO OCTAVO "U"**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS HUMANAS Y  
DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN TURISMO Y HOTELERIA**

**TEMA: EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA DEL  
DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES Y EVENTOS DEL  
HOTEL MIRAFLORES INCIDE EN LA DISMINUCIÓN DE  
VENTAS EN LA CIUDAD DE AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE  
2008 – ENERO 2009**

**AUTOR: CHACÓN VARGAS BYRON JAVIER**

**AMBATO-ECUADOR**

# **APROVACION DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**Dr. Aníbal Jara**

**TUTOR DEL PROYECTO**

## **CERTIFICA**

Que el presente trabajo investigativo: **“EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA DEL DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES Y EVENTOS DEL HOTEL MIRAFLORES INCIDE EN LA DISMINUCIÓN DE VENTAS EN LA CIUDAD DE AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 – ENERO 2009”**, desarrollado, por Byron Javier Chacón Vargas , observa las orientaciones metodológicas de la investigación científica.

Que ha sido dirigido en todas sus partes, cumpliendo con las disposiciones emitidas por la Universidad Técnica de Ambato, a través de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Por lo expuesto:

Autorizo su presentación ante los organismos competentes

**Ambato Marzo del 2009**

.....

**Dr. ANIBAL JARA**

**TUTOR DEL PROYECTO**

# AUTORIA

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, a llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son exclusiva responsabilidad de su autor.

.....

**Chacón Vargas Byron Javier**

**CI. 1803725322**

**Autor.**

## **AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudios y calificación del informe del trabajo de graduación, sobre el tema:

**“EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA DEL DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES Y EVENTOS DEL HOTEL MIRAFLORES INCIDE EN LA DISMINUCIÓN DE VENTAS EN LA CIUDAD DE AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 – ENERO 2009”,**

Presentado por el Sr. Byron Javier Chacón Vargas, egresado de la carrera de Turismo y Hotelería, promoción septiembre 2008-enero 2009, una vez revisado el trabajo de graduación, considera que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante el organismo pertinente, para los trámites consiguientes.

### **LA COMISIÓN**

.....  
**ING. CARLOS BUSTOS  
GALARZA**

.....  
**LCDA. ALEXANDRA**

# DEDICATORIA

Con el presente trabajo espero transmitir in mensaje tanto para los funcionarios del Hotel Miraflores como para los clientes sobre el cuidado especial de la mantelería del Departamento de Convenciones y Eventos puesto que la imagen y presentación del hotel depende de todos

# AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, y de manera especial ala Carrera de Turismo y Hotelería por haberme brindado sabiduría a través de su educación.

A los tutores que con sus enseñanzas lograron orientarnos dándonos siempre el apoyo necesario en toda situación.

A mis padres que con valor y coraje siempre me guiaron por el camino del bien apoyándome con todo lo necesario en mi educación.

## **INDICE PRELIMINAR**

<b>PAGINA DEL TITULO O PORTADA.....</b>	<b>I</b>
<b>PAGINA DE APROVACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>II</b>
<b>AUTORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>PAGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>VI</b>
<b>INDICE PRELIMINAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE PRINCIPAL.....</b>	<b>VIII</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>IX</b>

<b>INDICE PRINCIPAL</b>	<b>PAG</b>
<b>INTRODUCCIÒN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I. EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 TEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>4A</b>
<b>1.2.1 CONTEXTUALIZACIÒN .....</b>	<b>4B</b>
<b>1.2.2 ANALISIS CRITICO.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÒN .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO II. MARCO TEÒRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 FUNDAMENTACIÒN FILOSOFICA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 FUNDAMENTACIÒN CIENTIFICA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.4 HIPOTESIS.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....</b>	<b>27</b>
<b>CAPITULO III. METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 MODALIDAD BASICA DE LA INVESTIGACIÒN.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÒN.....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 POBLACIÒN MUESTRA.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4 OPERACIONALIZACIÒN DE VARIABLES.....</b>	<b>30A</b>
<b>OPERACIONALIZACIÒN DE VARIABLES.....</b>	<b>30B</b>
<b>3.5 PLAN DE RECOLECCIÒN DE INFORMACIÒN.....</b>	<b>31</b>
<b>3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÒN.....</b>	<b>31</b>
<b>CAPITULO IV. ANALISIS E INTERPRETACIÒN DE RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>33</b>
<b>4.2 INTERPRETACIÒN DE DATOS.....</b>	<b>33</b>

<b>4.2 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS.....</b>	<b>47</b>
<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>5.1 CONCLUSIONES</b>	
<b>5.2 RECOMENDACIONES</b>	
<b>CAPITULO VI. PROPUESTA.....</b>	<b>50</b>
<b>6.1 DATOS INFORMATIVOS.....</b>	<b>51</b>
<b>6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>52</b>
<b>6.3 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>52</b>
<b>6.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>52</b>
<b>6.5 ANALISIS DE FACTIVILIDAD.....</b>	<b>53</b>
<b>C. MATERIALES DE REFERENCIA</b>	
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>

**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIA HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO OCTAVO “U”**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA DEL DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES Y EVENTOS DEL HOTEL MIRAFLORES INCIDE EN LA DISMINUCIÓN DE VENTAS EN LA CIUDAD DE AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 – ENERO 2009”,

**AUTOR:** BYRON JAVIER CHACÓN VARGAS

**TUTOR:** DR ANIVAL JARA

**RESUMEN:** El presente proyecto trata sobre la falta de interés, parte de los propietarios del Hotel Miraflores por renovar la mantelería existente en el departamento de convenciones y eventos ya que se encuentra en un pésimo estado, la renovación de estos manteles será indispensable para lograr ganar mejores ingresos para el hotel y así obtener grandes beneficios para los propietarios y empleados, brindando una mejor imagen y una excelente presentación de los salones.

## INTRODUCCIÓN

En la sociedad en la que vivimos hoy en día, nos podemos dar cuenta de que existe un indeterminado número de problemas de diferente índole, como también sucede en las diferentes empresas hoteleras del Ecuador, los mismos que se los debe solucionar de una manera sabia e inteligente puesto que de ello dependerá el buen funcionamiento de la empresa o institución. Y en vista de que estamos atravesando por una crisis socioeconómica en todo el territorio nacional no podemos dejar que nuestras empresas posean un bajo ingreso como lo observamos en el Hotel Miraflores, el mismo que esta cruzando por una serie de problemas de factor económico debido al mal estado de su mantelería en el departamento de convenciones y eventos afectando directamente a sus ventas.

Para esto es necesario que la institución tenga el apoyo de sus propietarios con el interés por mejorar el aspecto e imagen de los salones renovando la mantelería existente conjuntamente con su personal con un buen manejo y cuidado de la mantelería siendo organizados y tratando de mejorar cada vez mas en el mantenimiento de la misma, para de esta manera llegar a obtener una imagen ideal de los salones de actos sociales.

Una vez obtenida una mejor presentación de los salones y una excelente imagen lograremos que el cliente se lleve una de sus mejores experiencias vividas logrando tener un cliente satisfecho y de muy pronto retorno, además es posible que este cliente comente a las personas en su entorno social causándoles una inquietud y curiosidad por conocer estos magníficos salones del Hotel Miraflores.

Tendremos un gran resultado con la mejoría en sus ingresos y de esta manera podremos conservar la categoría en la que se encuentra catalogado este Hotel.

**CAPITULO I**

**EL PROBLEMA**

**1.1 TEMA**

**EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA  
DEL DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES  
Y EVENTOS DEL HOTEL MIRAFLORES  
INCIDE EN LA DISMINUCION DE VENTAS  
EN LA CIUDAD DE AMBATO  
PERIODO SEPTIEMBRE 2008  
ENERO 2009**

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 CONTEXTUALIZACION**

En la actualidad nuestro país se encuentra atravesando muchos problemas de carácter social político y sobre todo económico es por eso que hoy en día existen cantidades excesivas de negocios que por falta de un capital suficiente han tenido que cerrar y otros han quebrado, este es un problema que no solamente nos afectado en nuestro país sino que es un problema de nivel mundial.

Nosotros nos encontramos en un país con un mayor porcentaje de inmigrantes que teniendo grandes posibilidades de crear fuentes de vida en Ecuador, se arriesgan a viajar a otros países con el afán de ayudar a su familia y construir nuevas posibilidades de vida, arriesgando su integridad, su cultura y hasta su propia vida.

La crisis económica causa muchos estragos al ámbito nacional en forma general y por ende afectando a todo un pueblo en forma particular, es por eso que en la ciudad de Ambato no ha sido la excepción, ya que existen muchos negocios que no tienen una ganancia suficiente para la mantención de sus implementos.

Es lo que pasa en los hoteles de nuestra ciudad que debido a los pocos recursos que tienen no pueden brindar un servicio apropiado al cliente, dándole como resultado una mala expectativa del lugar y la pérdida de su clientela.

Es el problema por el cual está atravesando el HOTEL MIRAFLORES que por falta de interés de los propietarios y por la mala conservación de los recursos han hecho que se presente un gran problema, siendo este el mal estado de la mantelería ocupada en los salones de actos sociales bajando así el interés de las personas y reduciendo la elaboración de eventos debido a su mala presentación.

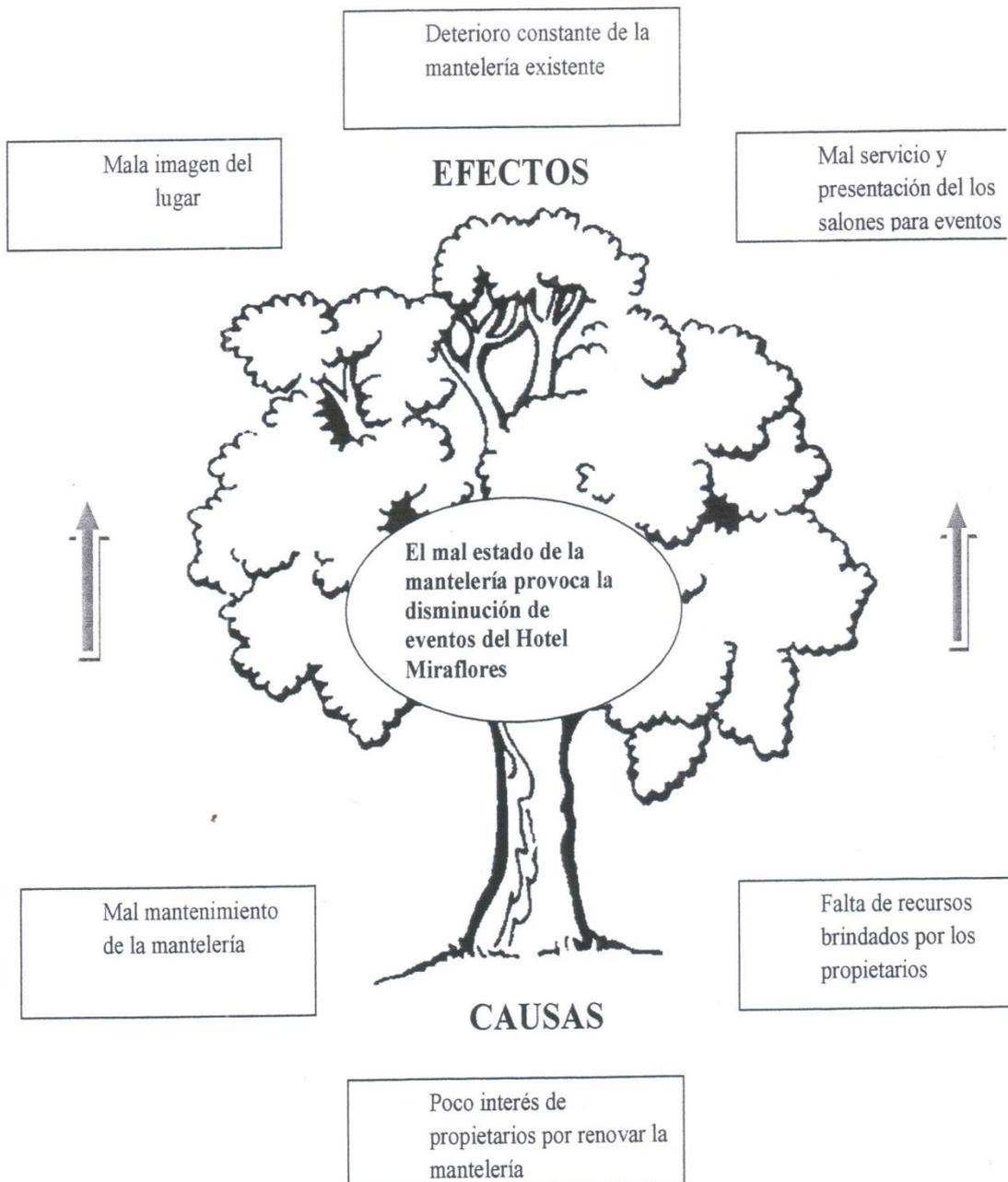
El hotel Miraflores ubicado entre las calles Miraflores y los claveles de esta ciudad de Ambato, posee dos salones denominados “los claveles” y “las rosas” que gozan una imagen excelente pero se ve diferente cuando un cliente ingresa al salón y observa que los implementos de montaje de las mesas en especial a lo que se refiere a los manteles se encuentran en malas condiciones, esto se ve reflejado en la disminución de eventos, por que el interés de todas las personas para ingresar a dichos salones ya no es el mismo. Esto no solamente afecta a los propietarios y trabajadores del hotel; sino que también por medio de estos problemas podemos perder una gran cantidad de clientes y posibles clientes ya que en un hotel el prestigio se lo gana con una imagen exclusiva y excelente servicio.

Toda la solución de los problemas existentes en nuestro país, están en nuestras manos somos los más indicados para cambiar para bien el Ecuador y hacer que él se fortifique, crezca y sobre todo pueda dar frutos de esperanza para todos los Ecuatorianos

Una manera de poder contrarrestar este problema sería que todos los empleados del hotel pongan interés en mejorar la conservación de los manteles ayudando de diferentes maneras tales como:

- El tratar de utilizar solamente la mantelería necesaria
- Al momento de alzar la mantelería se debería acceder con mucho cuidado y sin maltratar la tela.
- Verificar que todas las mesas tengan ceniceros para que no se quemen cuando haya un tabaco encendido.
- Que los implementos de limpieza de los manteles sean los adecuados.

## 1.2.2 ANALISIS CRÍTICO



### **1.2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

**¿Como incide el mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores en la disminución de ventas en la ciudad de Ambato en el periodo septiembre 2008 – enero 2009?**

### **1.2.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **DELIMITACIÓN ESPACIAL**

La investigación será realizada en el “HOTEL MIRAFLORES “de la ciudad de Ambato

#### **DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La investigación de este problema se realizara en el periodo septiembre 2008 – enero 2009

## **1.3 JUSTIFICACION**

El motivo de mi investigación se origina en el momento en el que llegue a realizar las pasantías en el Hotel Miraflores y encontré muchas filias en el departamento de convenciones y eventos ya que utilizan un solo tipo de mantelería y en realidad esta se encuentra en un pésimo estado debido a que los manteles tienen pequeñas fisuras y otros están manchados; cada vez en el que se realiza un evento allí aparentemente se mira un lugar súper especial pero en el momento en el que los invitados se acercan a las mesas respectivas se dan cuenta que el estado de la mantelería no es la adecuada y posee un mal mantenimiento, es por eso que causa una mala impresión para el invitado. Por este motivo realizo este proyecto orientado a los funcionarios del hotel Miraflores para que se den cuenta del daño que están causando al no solucionar este problema y tratar de mejorar la imagen del hotel y conservar la categoría en el que se encuentra catalogado, además esto ayudara a mejorar el servicio.

Este proyecto es muy factible con la ayuda de personal de mantenimiento para realizar una mejor conservación de las telas con la que están elaborados estos manteles y una buena utilización de implementos de limpieza para los mismos, además la ayuda de los propietarios

del hotel con el aporte del capital necesario para la renovación y mejoramiento de estos manteles, además disponemos de recursos económicos humanos y bibliográficos.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar la incidencia del mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores en la disminución de eventos

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar el mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos
- Analizar la disminución de ventas
- Proponer alternativas de solución

# CAPITULO II.

## MARCO TEÓRICO

## 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Revisando los archivos de la institución he podido ver que no se han hecho investigaciones de este tipo, sin embargo mi tema de investigación ha sido motivo para cursos, seminarios, publicaciones, etc.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSOFICA

Mi trabajo de investigación se ubica dentro del paradigma crítico-propositivo, porque cuestionamos la realidad y proponemos soluciones.

Dentro de esta fundamentación se encuentra la epistemología, que es la doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico; ontología que estudia la realidad, la axiología que estudia los valores.

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICA

### CONCEPTO DE MANTEL

1. Pieza de tela que cubre la mesa para comer:  
mantel de hilo.
2. Lienzo mayor con que se cubre la mesa del altar.

El **mantel** es una cubierta de lino, algodón, plástico u otra materia, que se coloca en la mesa para comer. Es por tanto, el vestido principal de la mesa. Es innumerable la cantidad de diseños y características posibles ya sea para comidas familiares o incluso para aquellas con mayores exigencias protocolarias. Las primeras suelen ser más informales, se rigen principalmente por la practicidad y funcionalidad, sin embargo, las segundas siguen las directrices de la estética, corrección y estilo sin perder de vista el aspecto funcional que toda mesa debe tener. En relación con este último apartado nace la mantelería como arte.

**La mantelería como arte.**-Es frecuente utilizar un bajo-mantel o muletón con finalidades tan importantes como evitar el deslizamiento del propio mantel superior, evitar asimismo ruidos desagradables durante el servicio y la comida, proteger la mesa de golpes, impedir que

el derrame de líquidos pueda ocasionar desperfectos en el acabado del mueble, así como proteger la mesa de platos y demás utensilios calientes, evitar humedades por el derrame de líquidos y proteger la mesa de golpes.

Según los tratados de restauración y protocolo un mantel debe ser lo suficientemente grande como para cubrir al completo la mesa pero sin llegar a establecer contacto con el suelo. Por lo general este elemento no debe sobrepasar el tercio de la distancia que haya desde la mesa hasta el suelo.



El mantel puede conjuntarse con los diferentes materiales que componen la mesa, así sea con la vajilla, cubiertos, elementos florales y por supuesto con las servilletas. El color más utilizado suele ser el blanco, las distintas tonalidades de los colores pastel o incluso la gama del marfil. También es relativamente frecuente el uso de manteles con cierta carga temática en determinadas celebraciones como Navidad, fiestas de cumpleaños, etc. Por su parte las servilletas deben estar a juego con el mantel, o en su defecto ir conjuntadas con él. El lugar de la colocación de ésta es variable según la fuente consultada, aunque si es cierto que parece existir cierta avenencia acerca de que no debe ser dispuesta sobre el plato o en el interior de la copa o vaso.

3. Aparte de su producción en núcleos industriales existe una destacada representación de la mantelería desde el punto de vista artesanal en determinados enclaves mundiales, incluyendo técnicas de bordado, troquelado y diferentes prácticas de costura.

**Usos de los manteles.** El mantel es el vestido principal de la mesa. Salvo para comidas familiares (incluso en estas, debería evitarlo), olvídense de mantelitos individuales y manteles de papel. Es muy recomendable utilizar un bajo-mantel o muletón, que sirve para varias cosas importantes: evitar que el mantel resbale, proteger la mesa de comidas calientes, evitar humedades por el derrame de líquidos, proteger la mesa de golpes y evitar ruidos durante el servicio de mesa. El muletón o bajo-mantel nunca debe ser mayor que el tamaño del mantel, para que no sobresalga. Tampoco debe ser muy grueso, para que no haga el efecto de estar debajo de una "colchoneta".

El mantel debe cubrir al completo la mesa, pero sin colgar hasta el suelo. La regla general es que solamente debe colgar, como mucho, un tercio de la distancia que haya desde la mesa hasta el suelo. Por supuesto, tampoco deberá quedar corto, dejando al descubierto una parte de la mesa o del muletón, o quedando al "ras" de la mesa, tapando justamente el borde de la misma. Si el mantel es calado es obligatorio poner un muletón o "fondo" para evitar que se vea la mesa.

El mantel debería conjuntarse con la mayor parte de elementos que componen la mesa. Con la vajilla, con los adornos, etc. El color más utilizado y elegante es el blanco, y los colores pastel suave o el color marfil. En determinadas ocasiones, como Navidad por ejemplo, se pueden utilizar manteles con diversos motivos referentes a la fecha. Las servilletas, deben estar a juego con el mantel, o al menos ir conjuntadas con el (si no pertenecen al mismo juego). Éstas se colocan a la derecha del plato, aunque en diversos libros de protocolo las sitúan a la izquierda también. Encima del plato, no se debería aunque también se hace.



Es un elemento imprescindible en toda buena mesa. Habrá que contar con servilletas de recambio para poder cambiarlas a lo largo de la comida (sobre todo si vemos que hay algunas muy sucias). El tamaño más utilizado es de 50 x 60 cms., aunque existen muchas variantes. Se doblan en forma de triángulo o de rectángulo y se dejan a la izquierda del plato (o la derecha como dijimos anteriormente). Los doblados artísticos solo están permitidos en fiestas familiares u ocasiones muy informales. Y nada de meter la servilleta en la copa, salvo en las ocasiones citadas como familiares o poco formales

## **Tipos de telas y colores de manteles, cubre-manteles y servilletas**

Cubremanteles Raso Bordado

Gasa

Organza

Algodón Bordado

Brúcelas

Brúcelas

Raso Bordado

Deshilado

Gasa c/aplicaciones

Jaquard

Deshilado

Gasa Blanca

Floreado

Caminos

Buganvilia

Gasa c/aplicaciones

Margarita Azul

Estampado Rayas

Encaje

Raso Bordado

Organza

Deshilado

Organza

Yute

## Tipos de telas y colores de manteles, cubre-manteles y servilletas

	Colores	Redondo 3,20 mts	Redondo 3 mts	Redondo 2,60 mts	Rectangular 3,20 x 1,80 mts	Rectangular 3 x 1,5 mts	Cubres 1,80 x 1,80 mts	Cubres 1,50 x 1,50 mts	Servilletas
Adamascado	Amarillo	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Azul	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Beige	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Blanco	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Bordo	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Celeste	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Verde	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Violeta	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
	Gris	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
Rosa Viejo	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	
Algodón, poliester	Amarillo	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Azul	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Blanco	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Bordo	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Celeste	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Gris	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Rosa viejo	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
	Negro	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
Rojo	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	

## Manteles

Contorno	Tamaño	Observaciones
	3.00 x 1.60	Algodón, poliéster
	2.60	Algodón, poliéster
	3.00	Algodón, poliéster
	3.20 x 1.80	Tela adamascada
	2.60	Tela adamascada
	3.00	Tela adamascada

## Cubre-manteles

Contorno	Tamaño	Observaciones
	1.50 x 1.50	Algodón, poliéster
	1.80 x 1.80	Tela adamascada

## Servilletás

	0.40 x 0.40	Algodón, adamascada, poliéster
		Servilletas blancas de mozo
		Repasador de cocina

## CONCEPTO DE EVENTO

En el ámbito **empresarial / profesional** un **evento** es un acto que sirve a su empresa para **presentar o potenciar** un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de idealización frente a la competencia del mercado actual.

De esta forma, un **evento** proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones empresa/cliente, y facilita la adaptación de su producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo.

### Organización de un evento

A la hora de **organizar un evento** hay que definir muy claramente unas cuestiones básicas, tales como qué tipo de acto se quiere realizar, a quién va dirigido, qué objetivo se quiere conseguir o qué fecha sería la idónea.

Una vez claro el **tipo de evento** comienza la **fase de preparación**, que son todas las acciones que han de realizarse antes de la ejecución del acto para que éste se desarrolle satisfactoriamente. Es la fase más costosa porque hay que encargarse de cosas muy diferentes. El listado de puntos a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo la **organización de un evento** depende directamente del **tipo de evento** que se desea realizar, pero podríamos enumerar algunas de las acciones más habituales:

- Elaboración de la **lista de invitados**
- Envío de las **invitaciones** correspondientes
- **Seguimiento** y confirmación a dichas invitaciones
- Contratación de **catering**
- Contratación de un **ambiente musical**
- **Decoración** del local
- Contratación de **transmisiones**

- **Micrófonos y atril** en caso de posibles discursos
- **Telefonía** fija y móvil
- **Proyectores**
- etc...
- Compra de posibles **obsequios** a los asistentes
- Contratación de **azafatas y/o intérpretes**
- Un largo etc. Como podrá comprobar la lista de acciones a llevar a cabo es interminable. Desde **Yo te lo Organizo S.L.** realizamos el estudio y planificación de su **evento**, y lo ponemos en marcha hasta su finalización.

## **LA DIVISIÓN DE LOS EVENTOS:**

Este mercado tiene 3 divisiones fundamentales, estas son:

**Eventos Sociales**, principalmente destinados a “**la diversión de los invitados**” y por su simplicidad, no se requiere tener equipos profesionales ni conocimientos reales para dar el servicio y que por lo barato de estos, se encuentran al alcance de cualquier persona.

**Eventos Corporativos**, completamente encaminados a vincular, incentivar, capacitar promover, promocionar, comunicar, a las empresas con sus asociados, trabajadores, clientes y al público en general. Por su grado de complejidad requieren de compañías con una mayor infraestructura tanto técnica como humana, que permita integrar todas las ramas audiovisuales para hacer llegar su mensaje y/o producto a los asistentes del evento.

**Eventos Públicos y / o populares**, mejor conocidos como eventos masivos que en su mayoría son Conciertos, festividades, ferias, desfiles, concursos y eventos culturales.

### **Clasificación.-**

A la hora de planificar su evento y/o encontrar a la compañía que le ayudara con el mismo, deberá tener en cuenta el tipo de evento que se quiere. Por esto, tendremos que separar la clasificación del evento del tipo o temática. Dándonos así una mejor idea o clasificación del mismo.

La primera clasificación se encontrara dividida en:

**Por su tamaño:** en pequeños, medianos, grandes y mega eventos.  
**Por el lugar de desarrollo:** siendo estos al aire libre, lugar cerrado, en provincia.  
**Por su tipo:** Sociales, Masivos y/o Populares, Religiosos, Culturales, Deportivos, Populares, Empresariales O Corporativos. Dentro del tipo del evento, tenemos una subdivisión que nos detalla la temática del evento. Gracias a esta temática y en combinación de las 3 primeras divisiones, podremos encontrar al tipo de compañía u organizadora de eventos que podríamos contratar para cada tipo de evento.

### **Tipos de Actos, Eventos Institucionales o de Trabajo**

Existe una gran variedad de actividades que bajo diversas denominaciones, según sea su objetivo específico, se desarrollan en el ámbito universitario. A continuación, la definición de sobre cada una de ellas entrega el profesor Pablo Izaguirre ("Manual de Relaciones Públicas"):

#### **Charla:**

Consiste en una exposición de carácter simple, generalmente con propósitos de divulgación o información, sobre diferentes tópicos, tratados sin mayor profundización. No se precisa de requisitos previos para asistir a ella.

#### **Conferencia:**

Exposición sobre un tema doctrinal o específico, que reviste complejidad o profundidad. Está dirigida a un auditorio que posee conocimientos previos sobre el tema y su objetivo es la difusión cultural en área determinada o la profundización en temas especializados.

#### **Disertación:**

Exposición metódica de carácter académico de un trabajo de investigación que realizado por el expositor y que lleva implícita la defensa de una de una tesis o la refutación de otra. Está dirigida a un público de pares.

#### **Curso:**

Conjunto de sesiones pedagógicas destinadas a desarrollar varios temas sobre una materia específica durante un periodo determinado, que se estructura bajo objetivos de enseñanza-aprendizaje definidos e implícitos. Para su realización se puede utilizar materiales de apoyo, incluir instancias de evaluación y exigir un mínimo de asistencia. El curso tiene como propósito ampliar la formación general, profesional o académica del público al cual está dirigido, por lo tanto puede tener diversos niveles de profundidad e complejidad.

**Cursillo:**

Breve serie de charlas o conferencias enmarcadas en una temática central, cuyos contenidos pueden ser independientes, los unos de los otros, o bien estructurarse en forma secuencial

**Taller:**

Actividad práctica realizada en conjunto por un grupo de personas con experiencia profesional en la materia, orientadas por especialistas competentes. Su propósito es estudiar o buscar soluciones a problemas concretos del área respectiva y posibilitar el intercambio de experiencias mediante el trabajo en pequeños grupos

**Seminario:**

Actividad académica de carácter teórico que se realiza a través de sesiones de trabajo colectivo o de un grupo de especialistas, para estudiar, analizar o enriquecer un tema previamente determinado. Está programado y dirigido por un académico experto en la materia, tiene un mínimo de sesiones, y concluye con la elaboración de un informe final, expuesto por un relator

**Coloquio:**

Reunión de especialistas en la cual no hay público ni expositor central. Todos los asistentes tienen idéntico derecho a participar en un trabajo común, sobre un tema de interés

**Mesa Redonda**

Reunión en la cual un grupo de personas versadas en un tema, generalmente polémico, participan en igualdad de condiciones, bajo la dirección de un moderador, exponiendo sus puntos de vista ante un público heterogéneo. El propósito es dar a conocer diversos enfoques sobre el mismo problema

**Panel:**

Modalidad de presentación de un tema ante una audiencia por un equipo de diversos especialistas quienes lo abordan desde diferentes ángulos, con el fin de proporcionar amplia información. Una vez expuesto el tema, el público participa formulando preguntas, presentando ideas o experiencias, que aclaran puntos de vista, sin que se produzca debate

**Foro:**

Reunión en la que uno o más especialistas exponen ante un público heterogéneo un tema previamente determinado, generalmente controvertido, seguido de una discusión en la cual participa el público asistente.

**Encuentro:**

Reunión de especialistas, en la cual uno o más expositores abordan temas inherentes a su área, con e

propósito de conocer e intercambiar trabajos y experiencias realizadas en sus respectivos campos profesionales.

**Simposio:**

Consiste en reunir a un grupo de especialistas expertos en un tema, los cuales exponen al auditorio sus ideas y conocimientos en forma sucesiva, conformando así un panorama lo más completo posible de tema en cuestión. Es una técnica formal en la que los especialistas exponen individualmente y en forma sucesiva, durante 15 a 20 minutos. Lo importante es que cada expositor trate un aspecto particular de tema, de tal manera que al terminar éste, quede desarrollado íntegramente y con la mayor profundidad posible. En el simposio se obtiene información autorizada y ordenada sobre los diversos aspectos de un mismo tema, puesto que los expositores no defienden posiciones, sino que suman informacional a aportar conocimientos propios de su especialidad

**Congreso:**

Conjunto de sesiones de trabajo sobre una temática determinada que se realiza durante un periodo relativamente prolongado y al cual concurren especialistas invitados en calidad de exponentes y observadores. Tiene por propósito presentar tesis, investigación o experiencias inéditas, para someterlas al juicio crítico de los participantes, a fin de unificar criterios en relación a la temática central. Los trabajos presentados son seleccionados previamente por comisiones especiales designadas para ello por los organizadores del evento. El congreso está estructurado sobre la base del trabajo de comisiones y reuniones plenarias, en las que se analizan las ponencias presentadas y las conclusiones elaboradas por las comisiones. Culmina con una sesión en la que se exponen y someten a aprobación las conclusiones a las que llegaron las distintas comisiones de trabajo. Un comité especialmente designado redacta las conclusiones del congreso, las que son publicadas posteriormente.

**Ciclo:**

Serie de actividades de extensión (charlas, conciertos, exposiciones, etc.) cuyos contenidos obedecen a una temática central que se realiza en forma periódica.

**Jornada:**

Periodo durante el cual se desarrollan una serie de diversas actividades de extensión, centradas en un área disciplinaria, cuyo propósito es difundir y actualizar los conocimientos de un grupo de personas con intereses afines.

## CONCEPTO DE CONVENCION

El término **convención** puede referirse a:

- Los **usos y costumbres**;
  - Un **tratado internacional**
  - Un periodo de la Revolución francesa, conocido como **La Convención**.
  - Un **acto negocio jurídico** de carácter bilateral (véase también **contrato**);
  - Una reunión o **convención empresarial**;
  - Una reunión o **convención política** (véase también **convención nacional**).
  - Una reunión o **convención de fans**
  - **Convención**, municipio de *Norte de Santander* en *Colombia*.
- Definición de convención: es un acuerdo entre personas o corporaciones. Conveniencia, conformidad. Asamblea de representantes de un país que asume todos los poderes.
- Las convenciones son tratados celebrados por escrito entre varios países y regidos por el derecho internacional, que tienen por finalidad específica que los Estados Parte implementen políticas públicas, cambios normativos y mejores prácticas destinadas a prevenir, detectar, investigar y sancionar actos de corrupción. En palabras más simples, son acuerdos entre los Estados para luchar contra los procedimientos corruptos.

La utilidad inmediata de estos instrumentos jurídicos internacionales está dada primero, porque permiten acordar qué entienden los Estados por corrupción, ya que no existe una definición unánime sobre lo que esto es. Las convenciones internacionales definen un conjunto de prácticas consideradas corruptas y, por lo tanto, ilegítimas y perseguirles por la justicia, como son, por ejemplo, el soborno, el tráfico de influencias y el uso indebido de información privilegiada. Estos acuerdos permiten además, ponerse de acuerdo sobre las principales herramientas de políticas públicas y de orden normativo para impedir las prácticas corruptas, como son los códigos de ética, las declaraciones de patrimonio, los sistemas de control o la cooperación jurídica mutua.

Finalmente, las convenciones contemplan muchas veces acuerdos acerca de cómo asegurarse de que los Estados Parte van a cumplir los compromisos contraídos, lo que se traduce en la creación de mecanismos de seguimiento, que examinan y evalúan los avances y deficiencias de los

Estado en la implementación de las convenciones en sus países.

Tipos de convenciones

Convenciones teatrales

Cuando asistimos a una representación teatral, normalmente, sabemos que nos vamos a encontrar con unos códigos que nos indican el tipo de obra que vamos a ver o la ideología estética que se ha querido reflejar. Son las convenciones teatrales. A este grupo pertenecen una serie de recursos que son diferentes en función del tipo de obra que estamos viendo o leyendo.

En primer momento, nos encontramos las convenciones que son propias del espectáculo teatral en sí mismo: el encuentro entre actores y espectadores, la ficción teatral aunque la veamos como real, la tensión del público, las acciones de los actores..... Pero, por tanto, nos podemos encontrar con convenciones que son propias de un tipo de teatro, de un actor particular, de una compañía.etc.

## **Qué son las Convenciones Locales**

Las Convenciones Locales son la estructura mínima de la Unión Liberal Popular. Alrededor de ellas se nuclea la gente que quiere elegir por sí misma sus representantes y que, como servicio a la sociedad, permite que los demás también los elijan.

Son las que forman las Convenciones Nominantes, lugar donde se elige verdaderamente a los candidatos que luego el partido lleva a las elecciones

Las Convenciones Locales pueden hacer más cosas que la mera acción política: apoyar escuelas para hacer el cambio cultural que se necesita para pasar a ser un país serio, tener programas de radio, apoyar entidades de bien público, mantener su propio sitio en Internet, etc.

**Que son convenciones cartográficas** Se estudian cartas o mapas o planos

## **CONCEPTO DE VENTAS**

La *venta* es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. Por ello, es imprescindible que todas las personas que están involucradas en actividades de mercadotecnia y en especial, de *venta*, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica.

Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.

## **Tipos de ventas**

Existen diversos tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

**Ventas directas:** involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al de tal, ventas puerta a puerta, venta social).

**Ventas industriales:** ventas de una empresa a otra.

**Ventas indirectas:** ocurre un contacto, pero no en persona (tele mercadeo, correo).

**Ventas electrónicas:** vía Internet (B2B, B2C, C2C).

**Ventas intermediadas:** por medio de corredores.

Otros tipos de ventas incluyen: ventas consultivas, ventas complejas.

## **Ventas y marketing**

Muchos tienden a confundir las ventas con el marketing (o mercadeo).

El marketing, aunque no hay consenso en torno a una definición, se refiere a un proceso muy amplio que incluye todo lo necesario para atraer y persuadir a un cliente potencial. Las ventas, por otro lado, se refieren a lo que necesita hacer para cerrar el negocio, y firmar el contrato o acuerdo. Son dos disciplinas separadas, pero ambas son necesarias para el éxito de una organización, y si trabajan en conjunto, mucho mejor.

**Palabras clave:** *ventas, gerencia de ventas, vendedores, fuerza de ventas, técnicas de venta, venta consultiva, desarrollo de negocios, nuevos negocios*

## **Ventas en un hotel**

### **Departamento de Mercadeo y Ventas**

Este departamento complementa a todos los demás, pero se dedica principalmente a las ventas y a la publicidad, aquí es donde se contacta a los clientes y se les presenta la empresa para ofrecerles nuestros servicios. Los directores de eventos, ventas y cuentas son los que informan a los gerentes correspondientes las decisiones de los clientes y:

- Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción
- Buscar clientes potenciales
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.

### **DEPARTAMENTO DE VENTAS**

El gerente general participa activamente en esta área por dos razones básicas. En primer lugar las ventas y su desarrollo son una actividad variada del hotel y no par las operaciones que se hacen día a día, en segundo lugar la política de ventas del hotel se entrelazan con la imagen de este ante el público y el gerente general desea mejorar esa imagen. Además del gerente y del departamento de ventas del hotel individual, muchas cadenas cuentan con organizaciones regionales de ventas, cuyo personal tiene como meta producir negocios para los hoteles de la cadena. La ventaja de tener personal para tal fin no puede ser exagerada. Al mismo tiempo, debe reconocer que el uso de personal regional puede generar la necesidad de menos vendedores en la nomina del hotel individual.

A lo largo de este capítulo nos referiremos al personal regional de ventas con respecto a los beneficios adicionales que proporciona a los hoteles pertenecientes a cadenas en comparación con los hoteles individuales.

El departamento esta encabezado por un director de ventas, al que se conoce algunas veces como vicepresidente de ventas o puede llevar un titulo inferior como el gerente de ventas. En cualquier caso es responsable de administrar y dirigir la labor de ventas en diversas sub-áreas en las que normalmente se divide la función de ventas.

## **RESPONSABILIDADES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS.**

### **Plantación**

Es la responsabilidad más importante del Dpto. de ventas de cualquier hotel. En ciertas aéreas como las de ventas a grupos de convenciones, las reservaciones se hacen de dos a cinco años antes. En otras, como suceden con las ventas de las agencias de viajes y las ventas de banquetes, el periodo puede ser mas corto, pero aun así se reservan con mucha anticipación a la fecha real. Puesto que las metas de largo alcance son extremadamente importantes, es vital una plantación correcta para alcanzarlas.

### **Políticas**

En todas las fases de la operación del hotel deben establecerse ciertas políticas y buscar su perfecta adopción, particularmente

En el área de ventas, ya que el proceso de vender debe hacerse considerando ciertas políticas. Las políticas de ventas deben establecerse por lo siguiente:

- Las tarifas para futuras reservaciones tratase de grupos, convenciones, agencias de viajes, individuos o banquetes.
- Capacidad de los grupos que serán aceptados en ciertas épocas del año según las distintas temporadas.
- Importes de los depósitos por anticipados que se obtendrán y que intervalos.
- Pagos de comisiones.

- Requisitos, como lista de alojamiento, pre etiquetado del equipo, pre asignación de habitaciones y trámites generales.
- Número de cuarto gratuitos que se darán a los grupos.
- Asignación general de las habitaciones, entre grupos e individuos.

Las políticas establecidas en relación con cada uno de estos puntos deben ser de tal forma que produzcan el máximo ingreso para el hotel.

### **Investigación**

Para obtener la mayor cantidad posible de negocios con grupos y convenciones, y especialmente debido a que estos negocios deben reservarse con mucha anticipación a la fecha de llegada debe realizarse una investigación para establecer y desarrollar las fuentes de tales negocios. La investigación es por tanto una función particularmente importante del departamento de ventas en las ventas a grupos y convenciones.

### **Hoteles. Términos y Condiciones de Venta**

#### **Condiciones Generales**

Una vez que usted haya completado y enviado los datos solicitados en nuestro "Formulario de Reservas", recibirá vía e-mail la confirmación de los servicios, junto con la tarifa del Hotel. Este e-mail llamado "Confirmación de reserva" será su Boucher para presentarlo cuando ingrese al Hotel.

*Las tarifas y condiciones pueden variar sin previo aviso y son de exclusiva responsabilidad del hotel.*

Las Reservas son manejadas por Gotolatin Travel S.A. Fax +56 2 796 4621, teléfono +56 2 796 4650. Nuestro e-mail es [hotels@gotolatin.com](mailto:hotels@gotolatin.com). Si desea escribirnos, nuestra dirección postal es Alfredo Barros Errázuriz 1954, Piso 8, Oficina 810 - Providencia,

**Forma de pago.** Todos los servicios solicitados deben ser Pre-pagados por adelantado.

### **Con Tarjeta de Crédito**

Usted puede pagar con tarjeta de crédito completando el formulario de cargo On Line, o si prefiere, imprimir el formulario de cargo a la tarjeta de crédito en formato PDF y enviar al fax número +56 2 796 4621, adjuntando una copia de su tarjeta de crédito (por ambos lados) y de su pasaporte.

Gotolatin S.A. acepta las siguientes tarjetas de crédito: 

- Le recomendamos considerar Seguros de Viajes para posibles eventualidades
- Le podemos dar detalles acerca de Coberturas para Seguros de Viajes si así lo desea.

### **Uso de la Tarjeta de Crédito**

El número de la Tarjeta de Crédito es indispensable para procesar su reserva. El pago de los servicios reservados se realiza generalmente a través del cargo de una tarjeta de crédito. Sin embargo, antes que el cargo sea realizado, usted recibirá una Solicitud de Cargo de Tarjeta de crédito para que la complete, firme y envíe por fax al +56 2 796 4621 con el fin de autorizar el cargo por el monto determinado. No haremos ningún cargo en su tarjeta de crédito, hasta que todos los servicios que usted solicita estén debidamente confirmados.

## **2.4 HIPOTESIS**

El mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores incide en las ventas

## **2.3 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

- ✓ **VARIABLE INDEPENDIENTE:** El mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos.
- ✓ **VARIABLE DEPENDIENTE:** disminución de las ventas

# CAPITULO II.

## MARCO TEÓRICO

### 3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Mi trabajo de investigación tenemos:

**Investigación bibliográfica.** Utilizaremos libros, revistas, internet

**Investigación de campo.** Nos trasladaremos al lugar de los hechos para aplicar las encuestas y entrevistas

### 3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

**Investigación exploratoria.** En esta etapa observare los principales fenómenos del trabajo de investigación

**Investigación descriptiva.** En esta etapa describiremos los fenómenos del problema en función de las dos variables

**Nivel explicativo.** Aquí buscaremos las causas y efectos de nuestro problema de investigación.

### 3.3. POBLACION MUESTRA

<b>Empleados del hotel</b>		<b>15</b>
<b>Clientes</b>		<b>50</b>
<b>Directivos</b>		<b>5</b>
<b>Población</b>	<b>=</b>	<b>70</b>

$$n = \frac{N}{E^2(N-1) + 1}$$

$$n = \frac{70}{(0.05)^2(70-1) + 1}$$

$$n = \frac{70}{0.0025(69) + 1}$$

$$n = \frac{70}{0.1725 + 1}$$

$$n = \frac{70}{1.1725}$$

$$n = 50.70$$

### 3.4 OPERALIZACION DE VARIABLES

#### Variable Independiente

- ✓ El mal estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
El <b>mantel</b> es una cubierta de lino, algodón, plástico u otra materia, que se coloca en la mesa para comer. Es por tanto, el vestido principal de la mesa.	Cubiertas	Lino Algodón Poliéster Tela Adamascada Plástico	¿Usted cree que el mal estado de la mantelería en los eventos influye en el número de visitantes al hotel Miraflores?	<b>Encuestas .-</b> Cuestionario  <b>Entrevistas.-</b> Guía de entrevistas  <b>Observación.-</b> La guía de observación, lista de cotejo

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
La <b>Convención</b> es un acuerdo entre personas o corporaciones, conveniencia, conformidad. Asamblea de representantes de un país que asume todos los poderes	Acuerdos entre personas	Conveniencia  Conformidad	¿Está usted conforme con la presentación e imagen de los salones de convenciones y eventos del hotel Miraflores?	<b>Encuestas .-</b> Cuestionario  <b>Entrevistas.-</b> Guía de entrevistas  <b>Observación.-</b> La guía de observación, lista de cotejo

<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
El <b>evento</b> es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una marca y dar a los clientes un acercamiento directo a nuestra empresa	Acuerdos entre personas	Conveniencia  Conformidad	¿Cree usted que existe el apoyo necesario de aporte de los propietarios para procesos de mejoramiento del departamento de convenciones y eventos?	<b>Encuestas .-</b> Cuestionario  <b>Entrevistas.-</b> Guía de entrevistas  <b>Observación.-</b> La guía de observación, lista de cotejo

### **Variable Independiente**

- ✓ **Disminución de ventas**

<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
La <b>venta</b> es una de actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o empresa que ofrecen (productos servicios u otros) en su mercado.	Actividades realizadas  Ofrecer	Empresas Organizaciones Personas  Productos servicios	¿Usted cree que la disminución de ventas del hotel afecta en los factores económicos de la empresa?	<b>Encuestas .-</b> Cuestionario  <b>Entrevistas.-</b> Guía de entrevistas  <b>Observación.-</b> La guía de observación, lista de cotejo

### **3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La investigación se realizara por medio de encuestas al personal de trabajo Personal administrativo y clientes con el fin de recolectar información acerca del mejoramiento de la imagen del hotel y como afecta directamente al consumidor.

### **3.6. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Con la información obtenida se realizaran los siguientes procedimientos:

Revisión bibliográfica

Tabulación

Elaboración de cuadros

Gráficos

Análisis

Interpretación de resultados

**CAPITULO IV.**

**ANALISIS E**

**INTERPRETACIÓN**

**DE RESULTADOS**

## ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS Y DIRECTIVOS DEL HOTEL MIRAFLORES

### PREGUNTA N.- 1

¿Usted cree que el mal estado de la mantelería en los eventos influye en el número de visitantes al Hotel Miraflores?

¿Usted cree que el mal estado de la mantelería en los eventos influye en el número de visitantes al Hotel Miraflores?	Cuadro N.-1		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	75	
NO	5	25	
TOTAL	20	100	

### GRAFICO N.- 1



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 15 personas que corresponden al 75% manifiestan que el mal estado de la mantelería si influye en el número de visitantes; y 5 personas corresponden al 25% manifestó que no influye.

**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas piensan que en realidad existe el problema de disminución de clientes debido al mal estado de la mantelería, es por eso que la mantelería debería ser remplazada.

## PREGUNTA N.- 2

¿Usted cree que la disminución de las ventas del Hotel afecta en los factores económicos de la empresa?

¿Usted cree que la disminución de las ventas del Hotel afecta en los factores económicos de la empresa?	Cuadro N.-2		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	17	85
	NO	3	15
TOTAL	20	100	

## GRAFICO N.- 2



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 17 personas que corresponden al 85% manifiestan que la disminución de las ventas del Hotel afecta en los factores económicos de la empresa; y 3 personas corresponden al 15% manifiestan que no afecta en los factores económicos de la empresa.

**Interpretación de Datos:** Se observa que hay un mayor porcentaje afinado que la realidad existe el problema de disminución de ventas influyendo directamente en el factor económico de la empresa, esta advertencia deberá ser tomado muy en cuenta por los directivos de la empresa.

### PREGUNTA N.- 3

¿Piensa usted si la mantelería fuera renovada existiría más eventos?

¿Piensa usted si la mantelería fuera renovada existiría más eventos?	Cuadro N.-3		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95	
NO	1	5	
TOTAL	20	100	

### GRAFICO N.- 3



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 19 personas que corresponden al 95% manifiestan que si la mantelería fuera renovada existiría mas eventos; y 1 personas corresponden al 5% manifestó que no es necesario renovar la mantelería.

**Interpretación de Datos:** Se observa que en realidad la mayoría de estas personas piensan que si la mantelería fuera renovada en realidad existiría una mejor presentación e imagen de los salones de eventos sociales del Hotel Miraflores.

## PREGUNTA N.- 4

¿Cómo calificaría la calidad de la tela con la que está confeccionando los manteles?

¿Cómo calificaría la calidad de la tela con la que está confeccionando los manteles?	Cuadro N.-4		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	EXELENTE	3	15
	BUENO	10	50
	REGULAR	7	35
	TOTAL	20	100

## GRAFICO N.- 4



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 3 personas que corresponden al 15% manifiestan que la calidad de la tela con la que está confeccionando los manteles es excelente; 10 personas que corresponden al 50% manifiestan que la tela es buena; y 7 personas que corresponden al 35% manifiestan que la calidad de la tela es regular.

**Interpretación de Datos:** Se observa que muchas de las personas consideran que la calidad de la tela con la que están confeccionando los manteles se encuentra entre bueno y regular, pero no excelente, por eso yo recomendaría utilizar otro tipo de tela de mejor calidad como para la confección de los manteles.

## PREGUNTA N.- 5

¿Considera usted que los implementos de limpieza de los manteles son adecuados?

¿Considera usted que los implementos de limpieza de los manteles son adecuados?	Cuadro N.-5		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	1	5
	NO	12	60
	POSIBLEMENTE	7	35
	TOTAL	20	100

## GRAFICO N.- 5



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 1 personas que corresponden al 5% manifiestan que los implementos de limpieza de los manteles del Hotel si son los adecuados; 12 personas corresponden al 60% manifestaron que no son los adecuados y las 7 personas que corresponden al 35% manifiestan que posiblemente son los adecuados.

**Interpretación de Datos:** Se observa que en realidad la mayoría de estas personas piensan que en realidad existe el problema de disminución de clientes debido al mal estado de la mantelería, es por eso que la mantelería debería ser remplazada.

## PREGUNTA N.- 6

¿Estaría usted de acuerdo con la participación de los cursos de mantenimiento continuo de la mantelería existente en el Hotel Miraflores?

¿Estaría usted de acuerdo con la participación de los cursos de mantenimiento continuo de la mantelería existente en el Hotel Miraflores?	Cuadro N.-6		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	16	80
	NO	4	20
	TOTAL	20	100

## GRAFICO N.- 6



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 20 personas encuestadas 16 personas que corresponden al 80% manifiestan que si desearía recibir cursos de capacitación sobre proceso de mantenimiento de la mantelería; y 4 personas corresponden al 20% manifestaron que no desean estos cursos.

**Interpretación de Datos:** Se observa que en realidad la mayoría de estas personas piensan que sería muy importante recibir estos cursos en la que los empleados aprendan nuevas técnicas de conservación de la mantelería del Hotel.

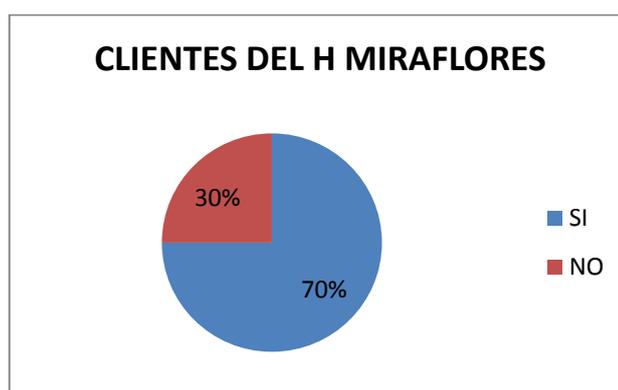
## ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL HOTEL MIRAFLORES

### PREGUNTA N.- 1

¿Está usted conforme con la presentación e imagen de los salones de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?

¿Está usted conforme con la presentación e imagen de los salones de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?	Cuadro N.-1		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	35	70
	NO	15	30
TOTAL	50	100	

**GRAFICO N.- 1**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 35 personas que corresponden al 70% manifiestan que están conformes con la presentación e imagen de los salones de actos del Hotel Miraflores; 15 personas corresponden al 30% manifestaron que no están conformes con la presentación e imagen del Hotel.

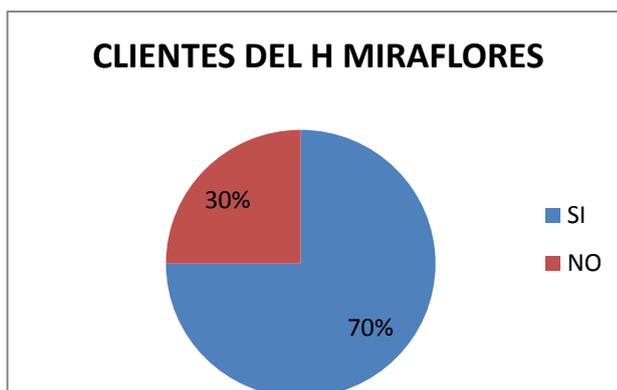
**Interpretación de Datos:** Se observa que en realidad la mayoría de estas personas están conformes con la presentación e imagen del Hotel sin embargo también existe un buen porcentaje de personas que no están a gusto con esto, por lo cual habrá que mejorar su imagen y presentación.

## PREGUNTA N.- 2

¿Pieza usted que debería haber diferentes estilos de mantelería para cada evento?

¿Pieza usted que debería haber diferentes estilos de mantelería para cada evento?	Cuadro N.-2		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	48	96
	NO	2	4
TOTAL	50	100	

## GRAFICO N.- 2



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 48 personas que corresponden al 96% manifiestan que debería existir diferentes estilos de mantelería para cada evento en el Hotel Miraflores; 2 personas corresponden al 4% manifestaron que no debería haber más estilos de mantelería.

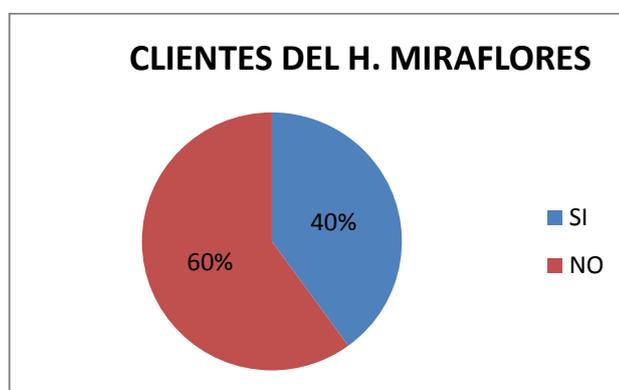
**Interpretación de Datos:** Se observa que en realidad la mayoría de estas personas desean una variedad de mantelería tanto en modelos y colores para tener diferentes opciones de presentación del salón de actos del Hotel Miraflores.

### PREGUNTA N.- 3

¿Cree usted que existe el apoyo necesario de aporte de los propietarios para procesos de mejoramiento del departamento de convenciones y eventos?

¿Cree usted que existe el apoyo necesario de aporte de los propietarios para procesos de mejoramiento del departamento de convenciones y eventos?	Cuadro N.-3		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	SI	20	40
	NO	30	60
	TOTAL	50	100

### GRAFICO N.- 3



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 20 personas que corresponden al 40% manifiestan que existe el apoyo necesario de parte de los propietarios del H. Miraflores; y 30 personas corresponden al 60% manifestó que no hay este apoyo.

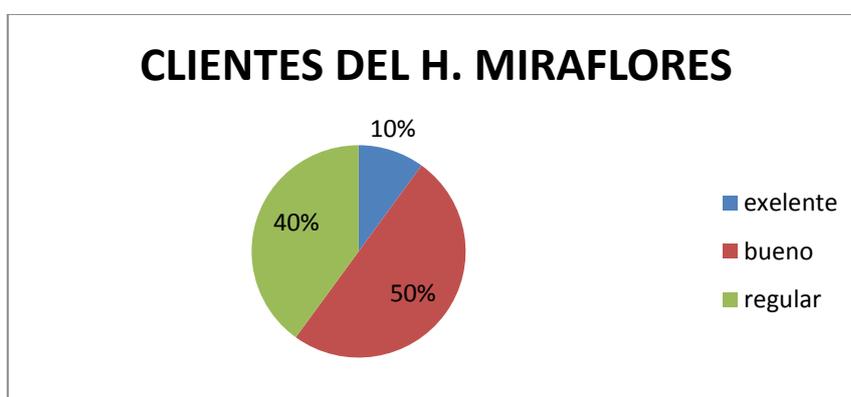
**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas se dan cuenta que los propietarios del Hotel Miraflores no ponen empeño en procesos de mejoramiento del departamento de convenciones y eventos y esto se ve reflejado en los eventos realizados.

## PREGUNTA N.- 4

¿En qué estado piensa usted que se encuentra el estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?

¿En qué estado piensa usted que se encuentra el estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?	Cuadro N.-4		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	excelente	5	10
	bueno	25	50
	regular	20	40
TOTAL	50	100	

## GRAFICO N.- 4



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 5 personas que corresponden al 10% manifiestan que la mantelería del departamento de convenciones se encuentra en excelente estado de conservación; 25 personas corresponden al 50% manifestaron que se encuentra en buen estado, y 20 personas que corresponden al 40% consideran que la mantelería se encuentra en un estado regular.

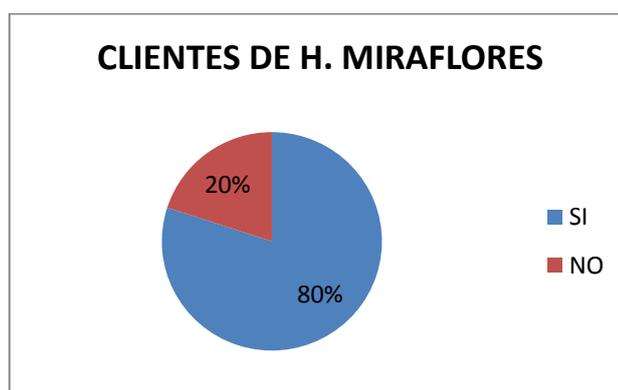
**Interpretación de Datos:** Se observa que algunas de estas personas que esta mantelería se encuentran en un lugar medio de conservación pero esta luego de poco tiempo se vera muy afectado con la realización de mas eventos, es por eso que ya se debería estar empleado un método de remplazo de la mantelería.

## PREGUNTA N.- 5

¿Cree usted que los manteles del departamento de convenciones y eventos deberían ser remplazados por otros?

¿Cree usted que los manteles del departamento de convenciones y eventos deberían ser remplazados por otros?	Cuadro N.-5		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	80	
NO	10	20	
TOTAL	50	100	

## GRAFICO N.- 5



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 40 personas que corresponden al 80% manifiestan que los manteles del hotel Miraflores deberían ser remplazados por otros; y 10 personas corresponden al 20% manifestó que no deberían ser remplazados estos manteles.

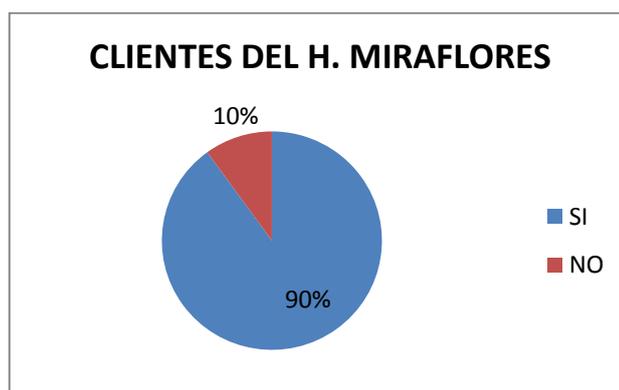
**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas piensan que la mantelería debería ser renovada para una mejor presentación y llegar a obtener una imagen más agradable de los salones.

## PREGUNTA N.- 6

¿Cree usted que deberían existir diferentes modelos y colores de mantelería para cada ocasión?

¿Cree usted que deberían existir diferentes modelos y colores de mantelería para cada ocasión?	Cuadro N.-6		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	90	
NO	5	10	
TOTAL	50	100	

## GRAFICO N.- 6



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 45 personas que corresponden al 90% manifiestan que debería existir diferentes colores y modelos de mantelería para cada ocasión; y 5 personas corresponden al 10% manifestó que no debería existir mas mantelería.

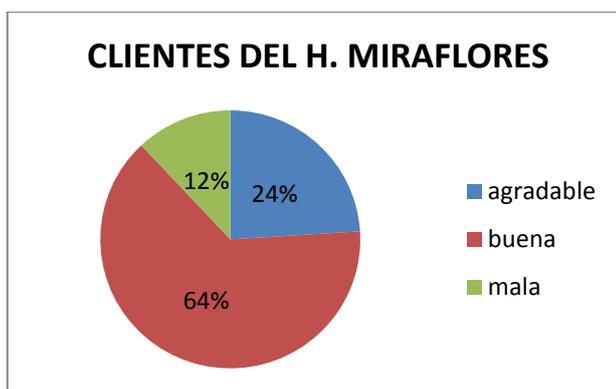
**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas piensan que en realidad debería existir una gama de colores y modelos de mantelería para cada evento dándole al salón un mayor realce en su imagen y mantener la categoría en la que se encuentra catalogado el Hotel Miraflores.

## PREGUNTA N.- 7

¿Al finalizar un evento en el Hotel Miraflores usted qué tipo de experiencia se lleva del lugar?

¿Al finalizar un evento en el Hotel Miraflores usted qué tipo de experiencia se lleva del lugar?	Cuadro N.-7		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	agradable	12	24
	buena	32	64
	mala	6	12
	TOTAL	50	100

## GRAFICO N.- 7



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 12 personas que corresponden al 24% manifiestan que la finalización de un evento en el Hotel Miraflores se llevan una experiencia agradable; 32 personas corresponden al 64% manifestaron que se llevan una experiencia buena. y 6 personas que corresponden al 12% manifiestan que al termino de un evento se llevan una experiencia mala.

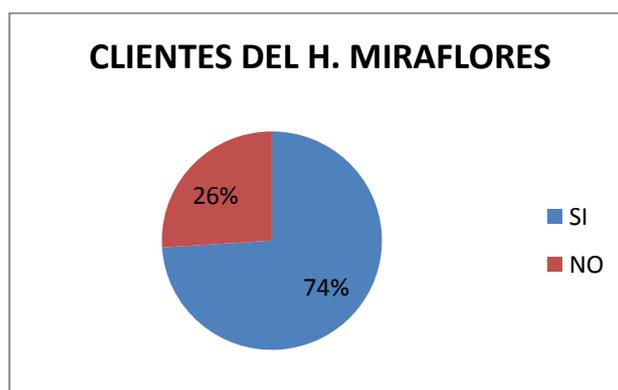
**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas piensan que solo se llevan una experiencia buena pero no agradable como deberían opinar todas estas personas por lo tanto deberían mejorar el servicio y la imagen del lugar.

## PREGUNTA N.- 8

¿Con la imagen y presentación de las salas de eventos volvería a realizar otro tipo de acto social en el Hotel Miraflores?

¿Con la imagen y presentación de las salas de eventos volvería a realizar otro tipo de acto social en el Hotel Miraflores?	Cuadro N.-8		
	Escala	Frecuencia	Porcentaje
SI	37	74	
NO	13	26	
TOTAL	50	100	

## GRAFICO N.- 8



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Byron Chacón

**Análisis:** De las 50 personas encuestadas 37 personas que corresponden al 74% manifiestan que volverían a realizar un evento social en el Hotel Miraflores; y 13 personas corresponden al 26% manifestaron que no volverían a realizar otro evento en el Hotel Miraflores.

**Interpretación de Datos:** Se observa que la mayoría de estas personas piensan que un evento en el Hotel Miraflores con su estilo e imagen es posible volver a realizarse pero hay que tomar mucho en cuenta que el porcentaje que no regresan es considerable, es por eso que se deben tomar las medidas necesarias para solucionar esto.

### **4.3 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS.**

Con las encuestas realizadas a los empleados y directivos del Hotel Miraflores y también con personas que llegan al Hotel Miraflores con el fin de recibir la calidad de sus servicios nos dimos cuenta de que en realidad existe el problema ya que realice una encuesta con preguntas de acuerdo al mal estado de su mantelería y su efecto en las ventas y obtuve un gran porcentaje a nivel de todas estas preguntas y me supieron dar a conocer que muchas de estas personas no se sienten a gusto con la presentación e imagen del salón además estas personas están de acuerdo que se debería renovar constantemente la mantelería teniendo variedad de colores y diseños para toda ocasión, dando como resultado la acogida a mas clientes. En cuanto a los empleados también manifiestan que deberían ser más cautelosos con el cuidado de la mantelería y comprometiéndose con una mejor utilización de los productos de limpieza.

**CAPITULO V.**

**CONCLUSIONES Y**

**RECOMENDACIONES**

## **5.1 CONCLUSIONES**

- Con el transcurso de mi investigación en el hotel Miraflores junto con los funcionarios del Hotel hemos determinado que en realidad este hotel se encuentra atravesando por el problema de la mala presentación de la mantelería para eventos sociales.
- Es un problema que debería ser resuelto inmediatamente por los responsables de esta empresa, para ayudar al Hotel a mantener su categoría y conservar su imagen como hasta hoy lo sigue brindando, colocándose así entre los mejores hoteles de Ambato.
- Este es un problema que se soluciona con el apoyo de los propietarios y con la participación de los empleados.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Utilizar instrumentos adecuados para la mantención de la mantelería.
- Se debería realizar la renovación de la mantelería mas amenudeo.
- Los propietarios de Hotel Miraflores deberían tener mas interés proporcionando los recursos suficientes para obtener el servicio adecuado.

# CAPITULO VI.

# PROPUESTA

## **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

### **TITULO.**

EL MAL ESTADO DE LA MANTELERIA DEL  
DEPARTAMENTO DE CONVENCIONES Y EVENTOS DEL HOTEL  
MIRAFLORES INCIDE EN LA DISMINUCION DE VENTAS EN LA CIUDAD DE  
AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 - ENERO 2009

### **INSTITUCIÓN EJECUTORA**

**BENEFICIARIOS.-** Propietarios, Directivos y Empleados del Hotel Miraflores y en especial a clientes que llegan al Hotel con el fin obtener sus servicios

**UBICACIÓN.-**El Hotel Miraflores se en ubicado en la provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, Avenida Miraflores y Avenida los Claveles

**TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN.-** el tiempo que esta previsto parar este proyecto será de un semestre y empezara una vez presentado y aprobado por la Universidad Técnica de Ambato.

**EQUIPO TECNICO RESPONSABLE:** El gerente del hotel con la ayuda del equipo de contabilidad y mi persona

### **RECURSOS UTILIZADOS AL REALIZAR EL PROYECTO**

**Humanos.-**Propietarios, directivos, empleados del Hotel, clientes, y Mi persona en calidad de investigador

**Institucionales.-**Hotel Miraflores, Universidad Técnica de Ambato

**Materiales.-**Encuestas, cámara, dinero, esferos, cuaderno

**Económicos.-**

Ayuda del tutor 116.25 dólares

Pasajes para la investigación 60 dólares

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

La propuesta reciente hace hincapié a la obtención de mejores resultados en el hotel Miraflores, debido a que la economía no es muy buena y los servicios prestados no son los adecuados.

La propuesta que pretendo encaminar será al servicio de los clientes los mismos que ayudan a que la empresa surja y no se quede embancada obteniendo una mejor calidad en los servicios y satisfaciendo al cliente.

## **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Dentro de las alternativas existe una gama de propuestas, técnicas, conclusiones y recomendaciones que nos servirán como apoyo y un aporte a la investigación que quiera satisfacer su curiosidad en lo que concierne a la problemática de la baja de ventas del hotel Miraflores y como solucionar la misma.

Es por eso que decidí realizar la investigación tanto en el hotel como en el internet obteniendo una gama de respuestas al problema mencionado, alcanzando los objetivos propuestos y ayudándoles tanto como para los empleados del hotel como los directivos a mejorar sus servicios.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **Objetivo general.-**

- ✓ Resolver la disminución de ventas influido por el mal estado de la mantelería

### **Objetivos Específicos.-**

- ✓ Mejorar la calidad de sus servicios
- ✓ Obtener mas clientela

## **6.5 ANALISIS DE FACTIVILIDAD.**

La aplicación de esta propuesta esta directamente respalda por las autoridades del Hotel Miraflores.

En la parte administrativa esta financiado con presupuesto propio del Hotel en busca de un mejor servicio y una imagen mas agradable ayudando al aumento de ventas de servicios.

## **C MATERIALES DE REFERENCIA**

### **Bibliografía**

- <http://www.freewebs.com/anysmanteleria/>
- <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- <http://wwció>
- <serw.google.com.ec/search?hl=es&q=clasificacion+de+las++convenciones&meta=>
- <http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=clasificacion+de++eventos&meta=>
- <http://www.eventplannerspain.com/>
- <http://www.mapfre.com/portal/convenciones/index.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Convenci%C3%B3n>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- <http://www.edpformacion.com/eae/Marketing-ventas.asp?c=I10007M0020&gclid=CKPE5c-SspkCFQETGgodXWjN5g>
- <http://images.google.com.ec/images?hl=es&q=manteles&gbv=2>
- [http://www.protocolo.org/gest\\_web/proto\\_Seccion.pl?rfID=217&arefid=89](http://www.protocolo.org/gest_web/proto_Seccion.pl?rfID=217&arefid=89)
- <http://www.freewebs.com/anysmanteleria/>
- <http://www.olx.com.ec/q/manteleria/c-324>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- <http://www.gestiondeventas.com/concepto%20venta.htm>

# ANEXOS

## ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS Y DIRECTIVOS DEL HOTEL MIRAFLORES

1.- ¿Usted cree que el mal estado de la mantelería en los eventos influye en el número de visitantes al hotel Miraflores?

Si	
No	

2.- ¿Usted cree que la disminución de ventas del hotel afecta en los factores económicos de la empresa?

Si	
No	

3.- ¿Piensa usted que si la mantelería fuera renovada existiría más eventos?

Si	
No	

4.- ¿Como calificaría la calidad de la tela con la que esta confeccionados los manteles?

EXELENTE	
BUENO	
REGULAR	

5.- ¿Considera usted que los implementos de limpieza de los manteles son los adecuados?

SI	
NO	
POSIBLEMENTE	

6.- ¿Estaría usted de acuerdo con la participar en cursos de mantenimiento continuo de la mantelería existente en el Hotel Miraflores?

Si	
No	

## ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES DEL HOTEL MIRAFLORES

1.- ¿Esta usted conforme con la presentación e imagen de los salones de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?

Si	
No	

2.- ¿Pieza usted que debería haber diferentes estilos de mantelería para cada evento?

Si	
No	

3.- ¿Cree usted que existe el apoyo necesario de aporte de los propietarios para procesos de mejoramiento del departamento de convenciones y eventos?

Si	
No	

4.- ¿En que estado piensa usted que se encuentra el estado de la mantelería del departamento de convenciones y eventos del Hotel Miraflores?

EXELENTE	
BUENO	
REGULAR	

5.- ¿Cree usted que los manteles del departamento de convenciones y eventos deberían ser remplazados por otros?

Si	
No	

6.- ¿Cree usted que deberían existir diferentes modelos y colores de mantelería para cada ocasión?

Si	
No	

7.- ¿Al finalizar un evento en el Hotel Miraflores usted que tipo de experiencia se lleva del lugar?

AGRADABLE	
BUENA	
MALA	

8.- ¿Con la imagen y presentación de las salas de eventos volvería ha realizar otro tipo de acto social en el Hotel Miraflores?

Si	
No	



**HOTEL MIRAFLORES**  
*La Nueva Imagen*













