



**PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL  
ROOFTOP**



**VALERIA ISABEL FERNANDEZ RIASCOS**

**Código: 2019227013**

**Trabajo de grado para optar por el título de profesional que se le otorga**

**COLOMBIA SANDRA PATRICIA JARAMILLO BOTERO**

**Tutor de prácticas profesionales**

**JUAN CARLOS CORREA PINEDO**

**Tutor empresarial**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA**

**FACULTAD DE EMPRESARIALES**

**PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN  
HOTELERATURÍSTICA**

**SANTA MARTA**

**2022**



# PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	5
<u>2.1.</u> Aspectos legales, económicos y organizacionales. ....	5
<u>2.2.</u> Filosofía institucional.....	8
3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO.....	11
<u>3.1.</u> Descripción del área de trabajo.....	11
<u>3.2.</u> Descripción de las actividades asignadas. ....	11
4. PROPUESTA.....	12
<u>4.1.</u> Nombre de la propuesta.....	12
<u>4.2.</u> Diagnóstico.....	12
<u>4.3.</u> Planteamiento o identificación del problema.....	12
5. JUSTIFICACIÓN.....	13
6. OBJETIVO GENERAL.....	14
<u>6.1.</u> Objetivos específicos.....	14
7. REFERENTES TEÓRICOS.....	14
8. PLAN DE ACCIÓN.....	17



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



9. RESULTADOS OBTENIDOS.....	21
10. AUTOEVALUACIÓN.....	21
11. RECOMENDACIONES GENERALES.....	21
12. CONCLUSIONES.....	22
13. BIBLIOGRAFÍA.....	23
14. ANEXOS.....	24



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### 1) INTRODUCCION

El turismo es una actividad muy importante para Colombia y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio. El desarrollo coherente de este sector, mejora la calidad de vida de los protagonistas inmersos en este intercambio, para generar una experiencia grata para el turista.

Una mochila y algo de dinero bastan para salir al mundo. El espíritu aventurero, que es infaltable en las travesías, es la peculiaridad común de estos viajeros que andan sin complicaciones para empaparse de las costumbres, la gastronomía, los bailes, y el lenguaje de cada lugar al que llegan. Para estos aventureros, los hostales son la mejor opción de alojamiento; una idea que surgió en 1912 en Alemania, cuando en el Castillo de Altena se adecuaron los dormitorios para alumnos que necesitaban de una acomodación cómoda, pero que al mismo tiempo fuera limpia y sobre todo con un costo bajo. Lo que empezó como un albergue para los jóvenes se convirtió en una de las tendencias más importantes del turismo hoy.

El presente informe busca dar a conocer el trabajo desarrollado y los conocimientos adquiridos durante las prácticas Profesionales realizadas en el Distrito Hostel en la ciudad de Santa Marta, a su vez, los temas relacionados con la propuesta de mejora para el establecimiento.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### 2) GENERALIDADES DE LA EMPRESA

#### 2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONOMICOS Y ORGANIZACIONALES



El **DISTRITO HOSTEL** surge de la experiencia obtenida por el señor Juan Carlos Correa en distintos hostales a las afueras de su país natal Colombia, mientras él se hospedaba en diferentes lugares y obtenía diferentes experiencias enriquecedoras, más le gustaba la idea de traer esa tendencia del hostel a Santa Marta, él quería e imaginaba un lugar para satisfacer la exigencia de los turistas que llegan a la ciudad de Santa Marta. Así que decidió comenzar un proyecto con ayuda de su familia el cuál consistió en la implementación de un alojamiento diseñado para ajustarse a los requerimientos del turista backpacker, que principalmente es un alojamiento económico, sin embargo con servicios adicionales que ayudarán a mejorar la experiencia del turista, haciendo de su estadía confortable y muy agradable.

El nombre de **DISTRITO HOSTEL** surge debido a que Santa Marta es **Distrito** Turístico, Cultural e Histórico; los distritos son entidades territoriales de nivel local, que se encuentran sujetas a un régimen especial al establecido para los municipios.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



Distrito Hostel ofrece alojamiento privado o compartido, El hostel cuenta con 10 habitaciones privadas, cinco dormitorios compartidos de 8 camas, para así tener una capacidad de 50 personas en total, cada uno de los tipos de habitación que posee el hostel, tiene diferentes precios a la venta. A su vez cuenta con terraza, baños compartidos, cocina, comedor y servicio de lavandería.



Figura 1: Servicios ofrecidos en el Distrito Hostel

Ubicado en la calle 24 # 4-15 esquina. Distrito Hostel es un tesoro, desde la recepción, sus confortables espacios y la cocina donde a fuego lento se comparte las aventuras, sus espacios vivos, abiertos, diversos y cargados de coloridas emociones.



**PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL  
ROOFTOP**



Organigrama:



Figura 2: Organigrama Empresarial



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### **2.2) FILOSOFIA INSTITUCIONAL.**

#### **MISIÓN:**

Nuestra misión como Hostel es brindar el mejor de los servicios, siempre con la mejor calidad ya que nuestros clientes son nuestra prioridad, hacerlos sentir en un ambiente de comodidad, tranquilidad y seguridad para que lo único a lo que venga a nuestro Hostel es descansar en nuestras excelentes habitaciones.

#### **VISIÓN:**

Es para nosotros una meta más que nos exige el siempre estar actualizados, contar con los mejores servicios y llegar a ser los líderes en Hostelería y Posicionarnos como uno de los mejores hostales, mediante la excelencia en el servicio, en todas las interacciones con huéspedes y clientes.

#### **NUESTROS VALORES**

- Actitud Positiva: Pensamos y actuamos de forma optimista
- Respeto: Tratamos con educación a los huéspedes y a los compañeros de trabajo.
- Responsabilidad: Actuamos de forma diligente.
- Compromiso: Nos implicamos con los valores y los objetivos.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



- Humildad: Recordamos que todos somos iguales.
- Amabilidad: Mostramos, en todo momento, un trato amable y agradable al cliente, ofreciéndole nuestra mejor sonrisa.
- Empatía: Escuchamos a compañeros y huéspedes, tratando de ponernos en su lugar en el trato directo con ellos.
- Calidad: Nos esforzamos y ponemos los 5 sentidos en nuestras actividades para que el resultado sea excelente.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



**POLITICAS:** *Para una mejor experiencia en el hostel*

- 1. CHECK OUT ES A LAS 12 PM**  
Después de pasar esta hora será cargado a su cuenta la mitad del día, si se realiza el check out después de las 6 PM, será cargado a su cuenta el día completo.
- 2. GUARDE SUS PERTENENCIAS**  
El hostel ofrece lockers gratuitos, por lo cual no se hace responsable por la pérdida de objetos.
- 3. NO SE PERMITE FUMAR EN LAS HABITACIONES O AREAS CERRADAS**  
Solo está permitido fumar en la terraza
- 4. NO SE PERMITE EL INGRESO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS TRAIIDAS DE AFUERA DEL HOSTAL**  
Recuerde que las bebidas traídas por fuera del hostel están prohibidas y serán confiscadas.
- 5. EL HOSTAL NO SE HACE CARGO POR PERDIDAS O DAÑOS EN LA LAVANDERIA**  
Por favor verifique el número de piezas a lavar en la recepción
- 6. NO GUINDAR ROPA EN LAS VENTANAS**  
Preguntar en recepción donde puedes colgar la ropa secar
- 7. LAS VISITAS ESTAN PERMITIDAS DESDE LAS 8 AM HASTA LAS 11 PM**  
La hora de salida de las visitas es a las 11 PM y solo pueden acceder a la terraza
- 8. NO ESTA PERMITIDO NINGUN TIPO DE RUIDO FUERTE DESPUES DE 11 PM**  
Por favor respetar a las personas que duermen y a los vecinos
- 9. CANCELACION O MODIFICACION CON MAS DE 48 HORAS DE ANTICIPACION**
- 10. POR FAVOR PAGAR LA CUENTA CADA 3 DIAS**
- 11. MANTENGA EL AREA DE LA COCINA LIMPIA**  
Recuerde que usted no es el único que utiliza la cocina
- 12. TODAS LAS NOCHES DEBERAN SER CANCELADAS CON ANTICIPACION**



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### **3) INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO**

#### **3.1.) DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.**

Esta zona de la instalación es una de las más importantes, es el corazón del negocio ya que es la tarjeta de presentación del Hostel. Esto es el primer y último contacto con el cliente, ya sea de manera presencial, por teléfono, Internet, etc.

Además, desde Recepción también se realizan diferentes funciones, como la de controlar, coordinar, y brindar diferentes servicios a los clientes.

#### **3.2) DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.**

Mis actividades designadas durante mi proceso de prácticas en el Distrito Hostel estuvieron enfocadas en el área de recepción y bar

- Mantener el control en la recepción.
- Brindar apoyo en las diferentes actividades.
- Ofrecer atención a visitantes externos y ubicarlos en el área correspondiente.
- Llevar a cabo el registro de check-in y check- out de visitantes.
- Contestar los canales de atención al cliente (Celular, WhatsApp, Instagram, correo electrónico, Booking.com).



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



- Manejar software de alojamiento: Cloudbeds.
- Preparar bebidas como jugos y cocteles.
- Preparar Snacks.

### 4) PROPUESTA

#### 4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

#### **PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP**

#### 4.2 DIAGNÓSTICO.

El hostel Distrito es una empresa constituida previamente que requiere de un plan estratégico de actividades lúdicas y marketing para poder mejorar la actividad de su terraza para los clientes (turistas) y poder mantener y ampliar sus servicios a través de la implementación de estrategias claves para lograrlo.

Cabe resaltar que, por tratarse de una empresa recientemente constituida, no tiene diseñada la misión, la visión y los valores corporativos por lo que han sido propuestos por este informe y aprobados por la administración del Distrito Hostel.

#### 4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



Se pudo identificar un problema dentro de la red de promoción del hostel, Se realiza un análisis de situación de Distrito Hostel, que permite identificar estrategias para tener una mayor organización del Hostel que garantice una mejor atención a los clientes y mayor competitividad en el mercado. Se plantea una solución para las problemáticas detectadas, Para esto se realiza la planeación estratégica para el Hostel, lo que permite la realización de la misión, la visión, los valores. A su vez se establecen algunas estrategias para el incremento de actividades recreativas en el Hostel Distrito para esto se crea el respectivo plan de acción, en donde a su vez se presentan los resultados obtenidos con el fin de que se logre implementar este proyecto para el mejoramiento y optimización del rooftop.

### 5. JUSTIFICACION

El mundo actual se caracteriza por los cambios acelerados en todos los sentidos. En el ámbito económico la competencia es cada vez más agresiva lo cual impone un reto para las empresas de hoy el cual es el mantener su producto en el mercado de forma sostenida.

En los últimos tiempos la humanidad ha tenido motivaciones las cuales fueron incentivando a las personas a hacer turismo se han ido actualizando de manera cuantitativa y cualitativamente. Así el auge turístico se fue expandiendo cada vez a mayores sectores de la población dejando de ser patrimonio de solo una minoría. Esto ha impulsado en el interés de conocer nuevos lugares, aprender sobre diferentes culturas, también el deleitarse con



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



maravillosos paisajes, con la posibilidad de compartir con la familia, conocer nuevas personas de diferentes lugares del mundo con la ayuda también de la ampliación de las redes sociales y la oportunidad de hacer actividades que la cotidianidad no siempre lo permite

Después de aproximadamente un año de adaptar la estructura al funcionamiento del hostel y debido a un aumento de turistas, se identificó la necesidad de realizar un plan estratégico para la activación del rooftop en donde se pueda plasmar la posición actual del hostel. Un punto importante de este proyecto, es poder atraer al turista deseado a través de dichas estrategias y maximizar los beneficios económicos del hotel.

### **6. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar la planeación didáctica y estratégica para el Distrito Hostel en la ciudad de Santa Marta con el fin de mejorar su competitividad en el sector turístico, subsector hostelero.

#### **6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Crecer a nivel local, tanto en nivel de servicios y en número de visitantes
- Ser un establecimiento que genera una maravillosa experiencia en el servicio de alojamiento.
- Implementar campañas estratégicas y publicitarias creativas diferenciadoras para persuadir al cliente.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### 7. REFERENTES TEÓRICOS

**Rooftop:** Es un espacio y ambiente construido en el exterior de la terraza de un edificio, con los elementos necesarios para que las personas lo pasen rico escuchando música, consumiendo comida, disfrutando de un trago de licor o de un cóctel, asoleándose mientras otras personas hacen lo mismo

**Actividades recreativas:** son aquellas que nos permiten distraernos y aliviarnos de las responsabilidades y del trabajo. Por lo tanto, se trata de tareas realizadas de manera voluntaria y entusiasta que aportan un diverso grado de relajación, diversión y socialización, sin obligación de por medio.

Las actividades recreativas tienen una importancia central en la vida del ser humano, no solo como alivio de las tensiones del día a día y de la actividad productiva, sino también como ejercitación física y dinámica de aprendizaje. De modo que una vida desprovista de recreación, generalmente, será una vida de sufrimiento, enfermedad y envejecimiento prematuro.

**Plan de marketing:** es una herramienta de gestión comercial que propicia la coordinación de equipos, recursos y materiales en función de orientarse al cliente, pero que también genera ganancias, posición en el mercado e imagen.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



**Plan de acción:** es donde se detalla que acciones se quieren realizar según los objetivos y las estrategias corporativas, cuando realizarlas y quienes serán los responsables de estas actividades

**Competitividad:** El concepto de competitividad es complejo y multidimensional. Se puede aplicar a varias escalas (nacional, regional, municipal, sectorial, empresarial e incluso a productos y servicios). Asimismo, las definiciones de competitividad contienen tanto un significado macroeconómico como uno microeconómico. Sin embargo, dada la complejidad y amplitud del término, no hay una única definición universalmente válida.

La capacidad de una empresa para incursionar y mantenerse en el mercado requiere de un importante nivel de competitividad, basada fundamentalmente en los recursos intangibles de la empresa. Actualmente, es más evidente que el valor de la empresa se relacione más con aspectos intangibles que con los tangibles, sobre los que se hacía tradicionalmente la valoración (Carrión y Ortiz, 2000). Es notorio que los recursos intangibles sean destacables como recursos estratégicos, pues reúnen fácilmente los requisitos exigidos para generar ventajas competitivas sostenibles.

Cesar Augusto Bernal Torres y Hernán Darío Sierra Arango indican en su libro *Proceso Administrativo para las Organización del siglo XXI*, que debido al mundo cambiante que las organizaciones enfrentan en este siglo, es necesaria una estrategia para administrar cada vez mejor; por este motivo las personas en las organizaciones deben ser cada día más innovadoras, y



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



así llevar el conocimiento a tal punto que se convierta en estrategia por el bien de la competitividad de la organización.

Smith sostenía que, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente).}

### 8. PLAN DE ACCIÓN

Implementaremos algunas estrategias lucrativas y de marketing, con el fin de generar un aumento en las actividades realizadas en el rooftop y a su vez para dar a conocer el lugar que cada vez toma más auge turísticamente como los servicios que ofrecemos en la ciudad de Santa Marta.

#### **Estrategias:**

- **Promoción en redes sociales:** La publicidad en redes sociales es una de las herramientas las más asentadas en la actualidad debido principalmente a su bajo coste y su facilidad de uso. En una estrategia de Marketing para productos, crear y publicar contenido de valor en las diferentes redes sociales es clave para lograr el éxito. Por eso una de nuestras estrategias es mostrar fotos, videos, ofertas especiales sorteos y concursos en nuestras redes sociales. Otra de nuestras



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



estrategias en redes sociales es mostrar videos publicitarios donde se explicarán las actividades a realizar en nuestro producto de manera que llegemos a ser visibles ante nuestro público o. Esta es una forma rápida y económica de conseguir la visibilidad que necesitamos y como todos sabemos hoy en día las tecnologías y redes sociales hacen parte del diario vivir de la mayoría de personas.

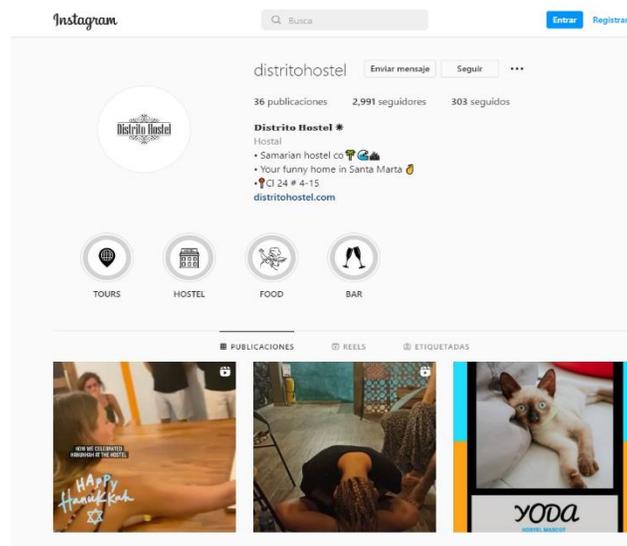


Figura 3: Red social Instagram

### Actividades:

- **Clases de Yoga:** Se realizaran las clases de yoga en cualquiera de sus modalidades las cuales estarán a cargo de un profesional del área.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



- **Exchange language:** Aprende algunos de los términos más importantes de los diferentes idiomas durante tus vacaciones; mediante el intercambio de conversaciones entre huéspedes y voluntarios se lograría esta actividad.
- **Clases de baile:** Siente el beat latino y aprende los pasos de baile más populares; se realizarán clases de distintos tipo resaltando los géneros musicales propios de Colombia.
- **Concurso de talentos:** consistente en una serie de actuaciones individuales (como cantar, bailar, etc.
- **Fiesta de Karaoke:** Canta las mejores canciones de tus artistas favoritos en esta fiesta de karaoke.

### Juegos:

- **Dardos:** Los participantes tendrán un dardo por turno para explotar un globo de su elección de 10, que se encuentra clavado en un tablero. Primera Ronda: cada jugador tira tres dardos con la mano derecha Segunda Ronda: tiros con la mano izquierda. Tercera Ronda: El jugador deberá tirar tres dardos subidos a una silla. Se anota la cantidad de aciertos obtenidos en cada ronda.
- **Juegos de mesa:** Una noche llena de diferentes juegos de mesa como el ludo, póker, jenga, etc.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



- **Tequila-pong:** Los jugadores se turnan para lanzar una pelota de ping pong a una de las copas de sus oponentes; si cae, hay que beber el contenido y retirar la copa de la mesa. Si tu equipo se queda sin vasos antes, pierdes. Lo sentimos.
- **Titanic:** Coge un vaso, llénalo de cerveza, vino o lo que te apetezca, y colócalo en el centro de la mesa. A continuación, coge otro, pero de chupito vacío y colócalo en el que contiene líquido para que flote. Cada jugador debe verter una pequeña cantidad de su bebida en el vaso de chupito. El que lo hunda, tiene que tomarse todo. Mucha suerte.
- **Yo nunca:** El juego 'Yo nunca' es una forma estupenda de conocer a mucha gente, probablemente demasiada, en poco tiempo. Básicamente es decir "Yo nunca he hecho..." como prefijo de una frase, y todos los que lo han hecho tienen que beber un trago.
- **Mímicas:** Cuando le toque a tu equipo una persona se pone de pie enfrente del grupo y tiene que actuar una palabra o frase escogida al azar sin palabras ni ruidos. El resto del grupo adivina lo que la acción significa.



## **PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP**



### **9. RESULTADOS OBTENIDOS**

Después de planificar y ejecutar las actividades recreativas, y analizar la satisfacción que sienten los clientes con las mismas, a partir de la verificación y evaluación del propio proceso de puesta en marcha del plan, pude observar que las actividades de animación constituyen un elemento que determina notablemente el grado de satisfacción de los clientes en el rooftop del Hostel, pero aun así existe una necesidad de obtener más información en este diagnóstico el cual abre el camino a la variedad y análisis de nuevas oportunidades de más actividades.

### **10. AUTOEVALUACION**

Considero que desde que llegué a la empresa no he dejado de demostrar mi motivación y compromiso con esta. También cumplí con la propuesta y los objetivos marcados de manera oportuna. De la misma manera mis habilidades y capacidad de trabajo en equipo han destacado durante el último período desde mi punto de vista, participado activamente en el desarrollo y crecimiento del Hostel.

### **11. RECOMENDACIONES GENERALES**

Poner en marcha y ejecutar de manera integral la propuesta para el Distrito Hostel teniendo en cuenta que se diversifica su contenido y contribuye a elevar la participación de los huéspedes/cliente en las actividades. A su vez buscar convenios con ciertos lugares, como por



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



ejemplo para insertar algunos estudiantes de turismo para la recreación y apoyar las diferentes actividades de animación obteniendo ellos como recompensa el intercambio y practica de idiomas.

A su vez, también se sugiere la implementación de herramientas de análisis para realizar seguimiento continuo al cumplimiento de objetivos propuestos por el Distrito Hostel con el fin de lograr el posicionamiento que se aspira obtener.

### **12. CONCLUSIONES.**

Se puede finalizar este proyecto con la idea y la intención de poder brindar nuestro aporte y apoyo como estudiante de Hotelería y Turismo. También agradecimiento a todos los conocimientos adquiridos a raíz de las actividades realizadas en el Distrito Hostel, también agradecida con el personal de este establecimiento por hacerme sentir parte de la familia, apoyarme y ayudarme de la mejor manera y con las mejores intenciones, tuve la oportunidad de compartir con grandes compañeros y jefes, aprendiendo y creciendo de la forma que siempre se espera.

También aspiro poder seguir aportando ideas e innovaciones para el desarrollo del establecimiento Distrito Hostel, con el objetivo de llevar a este a otro nivel de calidad y satisfacción para los huéspedes.



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### 13. BIBLIOGRAFÍA

Abreu, P. 2003 Manual de animación turística. La Pampa. Argentina: Editorial Región Empresa Periodística.

OMT 2001 Introducción al turismo Retrieved <http://www.world-tourism.org>.

Cervantes, J. O. (2013). Plan estratégico para Hotel Bahía Dorada S.A. De C.V. Obtenido de <http://posgrado.itlp.edu.mx/uploads/55f07fe8badc7.pdf>

Anchundia, M. (2013). Planificación Estratégica 2013-2018 Para El Hotel Atos Ubicado En El Canton La Concordia. Obtenido de [https://issuu.com/pucesd/docs/plan\\_estrat\\_gico\\_hotel\\_atos/1](https://issuu.com/pucesd/docs/plan_estrat_gico_hotel_atos/1)

Francés, A. (2003). Turismo: competitividad y estrategia. Planes de desarrollo de destinos turísticos con el Cuadro de Mundo Integral. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA.

Autoevaluación personal: ¿te animas a hacerla? | EAE  
El blog de retos para ser directivo | Desafíos de la Gestión Empresarial  
<https://retos-directivos.eae.es/te-animas-a-hacer-una-autoevaluacion-personal/>



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



### 14. ANEXOS



*Figura 4: Entrada Distrito Hostel.*



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



*Figura 5: Instalaciones Distrito Hostel.*



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



*Figura 5: Instalaciones Distrito Hostel siendo disfrutadas por los huéspedes.*



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



*Figura 6: Instalaciones Distrito Hostel siendo disfrutadas por los huéspedes.*



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



*Figura 7: Instalaciones Distrito Hostel siendo disfrutadas por los huéspedes.*



## PLAN ESTRATEGICO PARA LA ACTIVACIÓN DEL ROOFTOP



*Figura 8: Convivencias Staff Distrito Hostel*