

**ESTANDARIZACIÓN DEL LENGUAJE “VEA” EN EL PROCESO DE
COMUNICACIÓN EXTERNA DEL HOTEL ZUANA BEACH RESORT**

KATHLEEN PAMELA CASTRO DAZA

Código: 2016127163

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

PEDRO NAVARRO

Tutor de prácticas profesionales

EDWIN PEÑA

Tutor empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
TECNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA
SANTA MARTA
2022

**ESTANDARIZACIÓN DEL LENGUAJE “VEA” EN EL PROCESO DE
COMUNICACIÓN EXTERNA DEL HOTEL ZUANA BEACH RESORT**

KATHLEEN PAMELA CASTRO DAZA

Código: 2016127163

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

PEDRO NAVARRO

Tutor de prácticas profesionales

EDWIN PEÑA

Tutor empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
TECNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA
SANTA MARTA
2022

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	4
2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	6
2.1 ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES	6
2.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	10
3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	13
3.1 DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO	13
3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.	13
4. DIAGNÓSTICO	14
4.1 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	15
4.2 PROPUESTA	17
4.3 NOMBRE DE LA PROPUESTA.	18
5. JUSTIFICACIÓN	18
6. OBJETIVO GENERAL	19
6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
7. REFERENTES TEÓRICOS	20
8. PLAN DE ACCIÓN	27
9. RESULTADOS OBTENIDOS	34
10. AUTOEVALUACIÓN	35
11. RECOMENDACIONES GENERALES	35
12. CONCLUSIONES	36
13. BIBLIOGRAFÍA	37

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación y el lenguaje han sido base para el desarrollo de la humanidad, ya que, es por este medio que el ser humano puede interactuar con el entorno que lo rodea y transmitir los pensamientos, conocimientos, dudas, sentimientos y demás acciones que permiten, desde la comunicación entablar relaciones y generar interacciones que apoyan a la construcción de una sociedad y el funcionamiento del desarrollo en todas sus formas.

Por ello, la comunicación resulta indispensable para cada actividad, entre ellas destacan la formación y ejecución de empresa, que desde su organización logran aportar a la creación de servicios y productos básicos para el consumo del ser humano, todo ello, con el objetivo de suplir una necesidad que satisfaga a la población, generando así, la evolución y subsistencia del mismo, a partir de allí, las organizaciones para que cumplan y obtenga un reconocimiento del público, se hace necesario que estructuren canales comunicativos, donde se establezcan objetivos para darle validez a su funcionamiento y así informar, detallar, organizar u ordenar mediante la comunicación.

Ahora bien, el lenguaje toma protagonismo, debido a que es con él, con quien se puede generar el acto comunicativo y el asertividad al momento de querer transmitir una información que sea aceptada por los participantes de esta, así mismo, el lenguaje como base de entendimiento, permite entablar relaciones y formalizar desde el habla las acciones que se buscan ejecutar, por ello, es indispensable que toda empresa, organización, establecimiento, etc. Cuento con estos dos mecanismos bien estructurados y desarrollados para lograr la ejecución de todas las tareas y así mismo la prestación del servicio de forma oportuna.

Es aquí donde el modelo de Lenguaje VEA resulta pertinente para desarrollar en la presenta propuesta, puesto que, el modelo desde su implementación ha generado resultados innovadores en la función de

comunicar, satisfacer y atender al público de forma que se afiancen y generen vínculos que permiten que la percepción del cliente sea positiva, al momento de recurrir por medio de la comunicación para la solución de dudas, inquietudes, requerimientos o sugerencias.

El modelo de Lenguaje VEA ha resultado provechoso e innovador para los diversos sectores que cuentan con atención al cliente de primera mano, por ello, se ha implementado dicho modelo en las diferentes formas de comunicar, sea verbal o escrito, permitiendo un acercamiento con el cliente que genere un intercambio de sentimientos y acciones positivas que influyan en la satisfacción de este.

Es por ello, que el Hotel Zuana Beach Resort ha implementado el modelo de Lenguaje VEA en sus canales de comunicación con el cliente, a través de medios y herramientas web que permiten darle un acercamiento al establecimiento con las personas que adquieren los servicios del hotel, teniendo en cuenta que el Hotel Zuana Beach Resort cuenta con una historia de más de 50 años en la ciudad de Santa Marta, ha sido uno de los pioneros y promotor del turismo y servicios de hospedajes, eventos, descansos de calidad, han ejecutado el innovador modelo para captar al cliente y satisfacer sus necesidades.

Siendo así, la presente propuesta pretende estandarizar el modelo de Lenguaje VEA del Hotel Zuana Beach Resort que permitan potenciar la atención al cliente y mantener el posicionamiento en el sector, de forma que se logre una percepción positiva por parte del cliente o persona que interactúa con el mismo de forma externa, todo ello, teniendo en cuenta la realización de las prácticas profesionales en el área de Ventas y Mercadeo donde se desarrolla diariamente el modelo.

2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.1 ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES

Aspectos legales

Nombre de la empresa	ZUANA BEACH RESORT
Razón social	C.B. HOTELES Y RESORTS
NIT	819000986-8
Dirección principal	Carrera 2 # 6- 80 Bello Horizonte
Ciudad de domicilio	Santa Marta, Magdalena
Representante legal	Daniel Augusto Cabrales Méndez
Antigüedad Operacional	26 años
Número de empleados	402
Actividad económica	2551101: Alojamiento en “hoteles”, “hostales” y “aparta hoteles” Hospedaje día a día

Políticas de la empresa

Políticas De Seguridad y Salud En El Trabajo.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A es una empresa privada dedicada a la prestación de servicios hoteleros y turísticos con domicilio principal en la ciudad de Santa Marta, para ella, el bienestar integral de sus colaboradores es fundamental para la prestación de un servicio de calidad, por lo tanto, se compromete en velar por la seguridad y salud de su talento humano mediante la implementación y mejora del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), cumpliendo los siguientes objetivos:

- Identificar los peligros, evaluar y valorar los riesgos, comprometiéndose con los respectivos controles.
- Proteger la seguridad y salud de todos sus colaboradores, mediante la mejora continua del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.
- Cumplir con la normatividad nacional vigente aplicable en materia de riesgos laborales.

- Establecer una cultura de autocuidado en colaboradores, contratistas y trabajadores en misión garantizando las condiciones de seguridad y salud en el trabajo acorde a sus labores, promocionando un estilo de vida saludable y pausas activas durante la jornada laboral.
- Prevenir cualquier conducta de acoso laboral, promoviendo la sana convivencia, los valores corporativos y el código de ética de la empresa.

El funcionamiento del **Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo** contará con el apoyo del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST), el Comité de Convivencia Laboral, la Brigada de Emergencia y líderes de procesos y su alcance abarca a todos los centros de trabajo de la empresa, contratistas y trabajadores en misión.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A brinda a sus colaboradores la infraestructura, herramientas, equipos y elementos de protección personal e individual necesarios para ejecutar las labores asignadas en su puesto de trabajo, a fin de evitar toda posible causa de accidentes de trabajo o enfermedades laborales.

Políticas de prevención de consumo de alcohol y sustancia psicoactivas

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A tiene como prioridad asegurar un estricto cumplimiento de la política de prevención del consumo de alcohol y sustancias psicoactivas en todos los niveles de la empresa, para asegurarme ambiente de trabajo seguro, sano y productivo, dirigido a todos sus trabajadores, contratistas y trabajadores en misión.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A es consciente que el alcoholismo, la drogadicción y el uso de sustancias alucinógenas enervantes o que creen dependencia a los trabajadores, tienen efectos negativos en la capacidad para desempeñarse en forma adecuada y afecta seriamente la seguridad, la accidentalidad, eficiencia y productividad de otros trabajadores de la empresa y de la comunidad en general.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A de acuerdo con lo anterior, desarrollará su política de prevención del consumo de alcohol y sustancias psicoactivas bajo los siguientes parámetros:

- Mantener los lugares de trabajo donde prime la seguridad, la salubridad y la productividad.
- Difundir a todos sus trabajadores charlas de seguridad relacionadas con el uso y/o abuso del alcohol y drogas alucinógenas en el antes (daños físicos, psicológicos, Morales y sociales) y la prevención para el uso de estos.
- Practicar pruebas preestablecidas para detectar oportunamente el uso y/o abuso de alcohol y drogas, en cumplimiento del objetivo de la política:
 - ✓ Exámenes de ingreso a nuevos empleados, de acuerdo con lo establecido en el profesiograma de la empresa.
 - ✓ Pruebas aleatorias
 - ✓ Pruebas por sospechas, cuando exista información o causa justificada de un empleado bajo la influencia del alcohol o drogas.
 - ✓ Pruebas post accidentes laborales, de acuerdo con lo definido en el procedimiento de la investigación de accidentes, accidentes de tránsito, accidentes producidos por sueño, accidentes ocurridos por mal juicio o actos subestándar del involucrado.
 - ✓ Inspecciones no anunciadas en busca de bebidas alcohólicas o de sustancias psicoactivas que creen dependencia.

Políticas de Sostenibilidad

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A. es una empresa que tiene como propósito brindar servicios de alta calidad en materia de alojamiento, alimentación, eventos, convenciones, viajes y turismo; buscando por medio de su actividad el crecimiento económico y la creación de valor para sus clientes, socios, colaboradores, proveedores y comunidad en general.

Para el cumplimiento de su propósito sabe hoteles y resorts SA se reconoce como parte de la ciudad de Santa Marta, apoyando el desarrollo de su sociedad en el uso eficiente y responsable de los recursos.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A.

Considera que el cumplimiento de sus responsabilidades en materia económica, sociocultural, ambiental y laboral, parte del reconocimiento de las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y, en consecuencia, gestiona de manera responsable el impacto que su operación genera al entorno dónde se encuentra cimentada, mediante acciones proactivas, coordinadas e integrales en toda la organización, así mismo se compromete a:

- Cumplir los requisitos establecidos en la normatividad vigente aplicable en materia de turismo sostenible.
- Promover buenas prácticas ambientales, socioculturales y económicas que favorezcan al entorno.
- Participar en actividades externas que favorezcan la gestión para la sostenibilidad.

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A.

Promueve la contratación de colaboradores en condiciones dignas y justas, dando prioridad a los pobladores locales. Manifiesta su rechazo a cualquier práctica discriminatoria hacia la población humana y la explotación sexual comercial y laboral de niños, niñas y adolescentes.

C.B. Hoteles y Resorts S.A asegura el cumplimiento de esta política de sostenibilidad a partir del liderazgo de la alta dirección, en cabeza de su

gerencia general y el compromiso de todos y cada uno de sus colaboradores y asume los compromisos de mejora continua en todos los ámbitos de la sostenibilidad. Se actualizará siempre que las circunstancias lo requieran, adoptando, publicando en ambos casos nuevos objetivos.

2.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

Misión

“En la familia Zuana, la pasión por la hospitalidad nos impulsa a generar experiencias memorables a nuestros clientes y colaboradores. Estamos comprometidos con el ambiente, la sociedad y el mejoramiento continuo de nuestros procesos”

Visión

“En el año 2023 seremos reconocidos, en el sector hotelero, como la primera alternativa de descanso y diversión de las familias en el Caribe Colombiano y como una de las primeras opciones para eventos en Santa Marta”

Objetivos empresariales

C.B. HOTELES Y RESORTS S.A. es una empresa que tiene como propósito brindar servicios de alta calidad en materia de alojamiento, alimentación, eventos, convenciones, viajes y turismo; buscando por medio de su actividad el crecimiento económico y la creación de valor para sus clientes, socios, colaboradores, proveedores y comunidad en general.

Historia

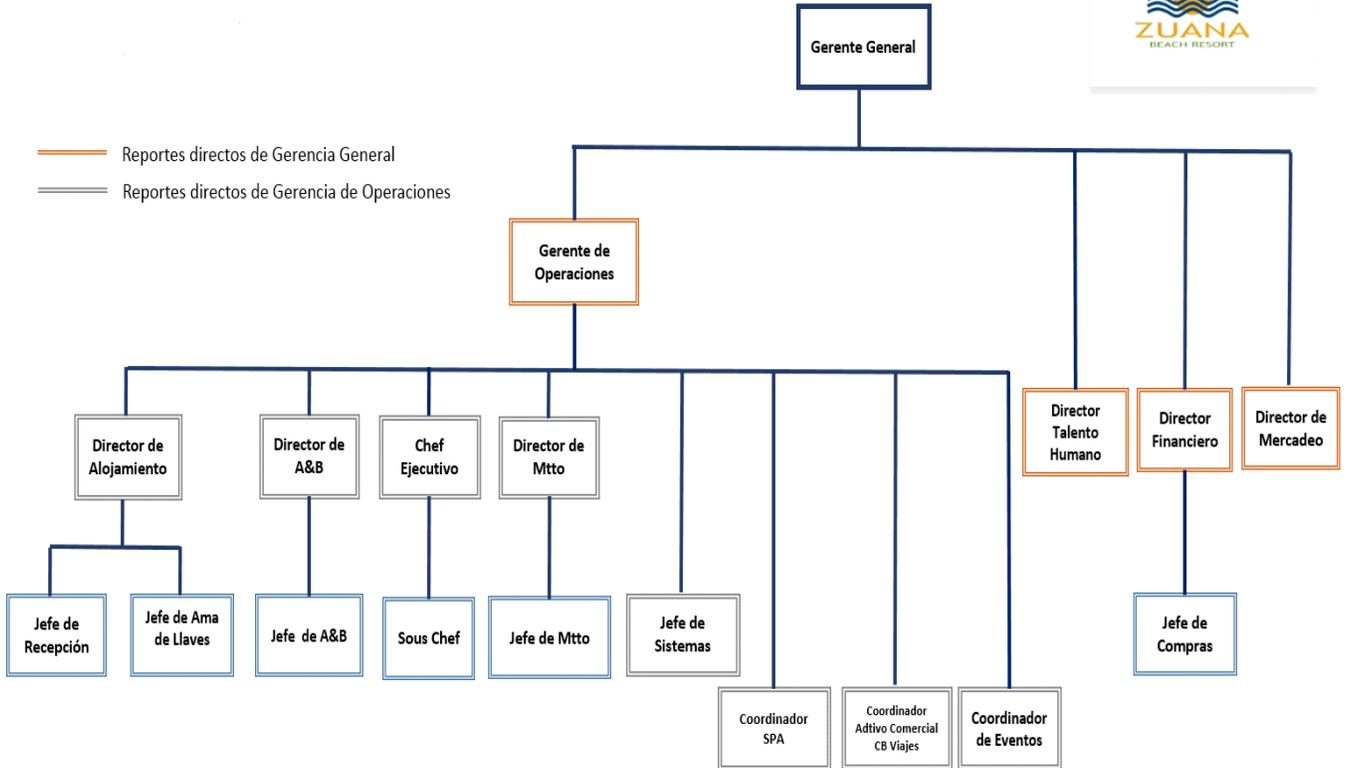
Zuana Beach Resort forma parte de un grupo muy sólido, que por su experiencia de más de 50 años es ampliamente conocido en Colombia, el Grupo Bolívar. Las empresas de la Familia Bolívar gozan de reconocida

solidez en el sector financiero y por medio de Constructora Bolívar S.A., dan respaldo a Zuana Beach Resort, ellas son: Davivienda, Fiduciaria Davivienda, Davivalores, Leasing Bolívar, Fondo Seguridad Bolívar, Constructora Bolívar, CB Hoteles y Resorts, Asistencia Bolívar, Soft Bolívar, Seguros Bolívar, Seguros Comerciales Bolívar, Aseguradora el Libertador, Capitalizadora Bolívar.

La Familia Bolívar en cabeza de la Constructora Bolívar S.A, en 1994 concreta su interés por diversificar su actividad con la implementación de proyectos de turismo bajo la modalidad de tiempo compartido y crea la sociedad C.B. Hoteles & Resorts, y construye en Santa Marta, el complejo turístico denominado “Zuana Beach Resort”, que, con modernas instalaciones y servicio hotelero de primera categoría lidera el mercado de tiempo compartido, inició operaciones en diciembre de 1996. Para operarlo se creó la sociedad CB HOTELES Y RESORTS S.A.

Para su promoción y venta se cuenta con oficinas en Bogotá, Cali, Valledupar, (Oficinas flotantes) y administrado por un fideicomiso llamado Patrimonio Autónomo TDZ. Es importante conocer que significa el nombre Zuana, “La casa de los Arhuacos es la Sierra Nevada de Santa Marta, la cual consideran sagrada, ya que son de la naturaleza al igual que los hombres. Para ellos existen unos sabios y guías a los cuales llaman Mamas, que les enseñan a proteger la naturaleza y los principios que debe tener. Ésta cultura siempre dedica tiempo a contemplar y disfrutar las cosas simples que hacen parte de la naturaleza.

Organigrama



3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO.

El desarrollo del trabajo se centra en el área de mercadeo y ventas, allí se brinda apoyo en el proceso de experiencia con el cliente externo, la gestión del practicante se desarrolla mediante la recolección y análisis de datos puestos en consideración por lo clientes, todo ello con el objetivo de aportar al buen manejo de servicio al cliente, brindando lo necesario para satisfacer y mantener una experiencia amena para con el hotel.

Así mismo, el área está conformado por el director de Mercadeo y Venta, coordinadora de experiencia de clientes y la orientadora de servicios quienes dan seguimiento a todas las actividades realizadas, como también solicita apoyo a las diversas necesidades que se presentan diariamente en el área, todo ello para dar cumplimiento a las exigencias de los clientes y el seguimiento de las consideraciones expuestas por cada uno.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

Las actividades realizadas durante la práctica se desarrollan en el horario de lunes a viernes de 8 am a 4:30 pm y los sábados de 8 am a 12 pm con dos domingos compensados al mes, las asignaciones por parte del área conformado por la ejecutiva de ventas, reserva y mercadeo, así mismo las labores realizadas se centran en:

- Respuesta de conserje virtual ante inquietudes, dudas, reservas, organizaciones de eventos, información general de acceso a servicios, etc.
- Seguimientos de conserje, monitoreo de respuestas automatizadas
- Acompañamiento, registro y análisis de información en conserje virtual
- Apoyo en llamadas de los mayhotel
- Apoyo en el registro de huéspedes los sábados

- Envíos masivos de información general para eventos, reservas, etc.
- Registros de inventario en área de decoraciones
- Apoyo en las decoraciones, organización, distribución, etc.
- Registros de celebraciones (cumpleaños)
 - Plataforma Zeus de registro de huésped
 - “socios” dueños de habitaciones de pagos por semanas tiempo compartido

4. DIAGNÓSTICO.

Desde el inicio de las actividades en el Hotel Zuana se pudo identificar la falencia al momento de entablar relaciones comunicativas con los clientes, como también el déficit de la implementación de modelos que permitan desarrollar la gestión de forma pertinente, ahora bien, resulta indispensable en el área de mercadeo y ventas, la formalización de relaciones profesionales con el cliente, de forma que se atiendan a las necesidades y/o requerimientos exigidos por estos, por ello se logró identificar que no se contaba con una técnica efectiva que facilitara dicho proceso y muchas veces se creaban vacíos que afecta la percepción del cliente, por ello, se aplicó el modelo del Lenguaje VEA dictado por William Briceño quien desarrolla capacitaciones y conferencias centradas en la atención al cliente en el Hotel Zuana.

Ahora bien, teniendo en cuenta que no se mantenía un lenguaje o guion formal con los clientes, se pudo constatar la falla en la implementación del modelo en el proceso de comunicación a través de los canales virtuales, siendo un recurso indispensable en el desarrollo de las actividades diarias del área, todo ello generó un impacto significativo, puesto que, los errores mínimos en la comunicación crean un quiebre en la transmisión y recepción de información, por lo que se ha caracterizado dicha problemática como base para la estructuración de la presente propuesta que toma como referente la comunicación externa, la atención al cliente y el modelo de Lenguaje VEA como herramienta de solución oportuna al diagnóstico expuesto.

4.1 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La comunicación es sin duda la acción más determinante del ser humano, la capacidad de transmitir información por diversos medios, sea oral, escrito o con señas, el cual permite el entendimiento y el relacionamiento con el contexto que rodea al ser humano, su función va direccionada hacia diversas finalidades, sea para transmitir información, sentimientos, opiniones o críticas, el cual permite entablar una relación con la o las personas con quien se ejecuta el acto comunicativo, ahora bien, la comunicación cuenta con diversos elementos, entre ellos:

- El Emisor: es el que produce el mensaje: habla, escribe, gesticula
- El Receptor: destinatario del mensaje: escucha, lee, mira...
- El mensaje: información que se envía entre el emisor y el receptor
- El código: conjunto de signos y de reglas que utilizamos para producir el mensaje.
- El canal: medio físico mediante el cual se transmite el mensaje. En este caso el aire.
- El contexto o situación es el conjunto de circunstancias en las que se desarrolla el acto comunicativo. Estas circunstancias son el tiempo, el lugar, la relación de los interlocutores. (Junta-de-Andalucía, S.F)

Ahora bien, en las organizaciones resulta indispensable el manejo de una buena comunicación que permita que se desarrollen las actividades de forma oportuna, en el ámbito corporativo se han establecido dos tipos de comunicación, la interna; entendida como el proceso de transmitir información, ordenes o sugerencias de forma que se le dé un seguimiento oportuno a todas las labores que se desarrollan en el contexto empresarial (Oyarvide Ramírez, Reyes Sarria, & Montaña, 2017)

Por otra parte, la comunicación externa; se refiere a la relación que se entabla con el cliente, proveedor o persona que entra en contacto con una compañía desde fuera, el papel de la comunicación externa busca satisfacer

y ofrecer un servicio o producto al público, todo ello, cuenta con una influencia determinante, puesto que, la persona externa percibe la imagen, el trato y funcionamiento de las empresas (Cardenas, 2019)

Teniendo en cuenta la caracterización y definición de la comunicación, resulta oportuno describir el papel de la comunicación externa en el Hotel Zuana Beach Resort, tomando como base que para el establecimiento en mención es indispensable contar con una excelente comunicación, puesto que, los procesos se desarrollan de forma que se busca satisfacer todas las necesidades de los clientes o huéspedes, creando así una experiencia agradable y reconfortante que permita tener una percepción positiva del hotel, donde la persona que adquiere los servicios del hotel, cuente con todas las herramientas necesarias para solucionar problemas, realizar sugerencias, hacer reservas, realizar celebraciones, eventos y demás, por ello la comunicación debe ser efectiva.

La atención al cliente que se ofrece en el Hotel Zuana Beach Resort, es la base central del funcionamiento y la imagen general del hotel, por ello, se han implementado diversas estrategias y modelos que le permiten al cliente tener un acercamiento y contacto directo donde la comunicación juega un papel esencial, debido a que se resume como la primera impresión que se tiene del hotel y lo que tiene por ofrecer al público.

Por ello, se ha implementado el modelo del Lenguaje “VEA”, definido y desarrollado por (Briceño W. , 2021) dicha estrategia busca lograr mayor lealtad con el cliente, confianza, seguridad, empatía y sentimientos positivos que permitan desde el área que tiene contacto con el personal externo genere vínculos afectivos y emocionales donde se forje una percepción positiva y facilite el proceso ante la interacción, entendido el VEA como

- V
 - Verbalizar acciones
- E
 - Empatía

- A
 - Autoestima (halagos, elogios, reconocimientos)

El lenguaje VEA en su ejecución ha permitido dinamizar las relaciones y el acto comunicativo durante la interacción entre el cliente y el área de mercadeo y ventas, por lo que resulta oportuno fortalecer dicha estrategia que permita profundizar e impactar positivamente al momento de solicitar los diversos servicios ofrecidos por el Hotel Zuana Beach Resort.

4.2 PROPUESTA

Las relaciones externas que se establecen con los clientes, resulta determinante para captar la atención, mantener un perfil profesional, atender a las consideraciones de forma pertinente y organizar oportunamente las actividades deseadas por los mismos, por ello, es fundamental el lenguaje y la forma de comunicación que se adopta para tratar con personal externo a la empresa, al momento de tener contacto con los clientes se hace necesario contar con las herramientas, aptitudes y actitudes necesarias que permitan la fluidez dentro del proceso, sea de compra, organización, reserva, queja, etc.

Por ello la implementación del Lenguaje VEA resulta pertinente a desarrollar en la presente propuesta, establecido por William Briceño Forero, expone el modelo como un estilo de comunicación que permite formar vínculos con los clientes, donde se genera lealtad, confianza, tranquilidad, empatía y gratitud, siendo estos aspectos determinantes para cada persona que recurre al servicio al cliente para solicitar o solucionar problemáticas, por ello, dentro del área de mercadeo y ventas resulta pertinente la implementación de dicho modelo puesto que, se pretende potenciar las habilidades del encargado de la atención como también contribuir al proceso de ventas y mantener una percepción positiva que beneficie a nivel global a la empresa, para este caso el Hotel Zuana Beach Resort

Resulta importante desarrollar dicha propuesta puesto que, el Hotel en mención se ha caracterizado por prestar sus servicios de forma impecable a través de los años, por lo que la implementación del Lenguaje VEA busca mantener la reputación del establecimiento, satisfacer al cliente, potenciar los procesos internos y atender a las necesidades de forma oportuna donde se establezcan relaciones profesionales y se reconozca las virtudes del servicio ofrecido.

4.3 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

La presente propuesta toma como nombre el lenguaje VEA en el proceso de comunicación externa del Hotel Zuana Beach resort, debido a la necesidad de establecer vínculos con los clientes que le permitan sentirse cómodo y en confianza con el servicio que se le ofrece, todo ello teniendo en cuenta que las actividades de comunicación con los clientes se desarrollan por medios virtuales, para el presente caso por la herramienta WhatsApp, por ello resulta oportuno implementar el lenguaje VEA como mecanismo que permita por parte del asesor, relacionarse con el cliente de forma que se establezca un vínculo positivo que de respuesta a las inseguridades, incógnitas, solicitudes y demás sentimientos que pueden afectar al cliente en su percepción del Hotel.

5. JUSTIFICACIÓN

Tomando como base el Lenguaje VEA resulta oportuno desarrollar la presente propuesta en pro del mejoramiento y fortalecimiento de la estrategia establecida e implementada en el Hotel Zuana, por ello, la propuesta va encaminada hacia la descripción de dicho lenguaje y su funcionalidad en el sector hotelero, teniendo en cuenta la necesidad de reconocer el impacto positivo que ha generado en el proceso de comunicación externa, así mismo, la necesidad de satisfacer las consideraciones de clientes y huéspedes que

van en búsqueda de adquirir los servicios del establecimiento, siendo un referente para la rama hotelera en la ciudad de Santa Marta.

Por otra parte, la generación de nuevo conocimiento apoyado de lo aprendido durante el proceso académico y la realización de las prácticas para potenciar y obtener nuevas alternativas para impactar en el cliente, tomando como base la necesidad de implementar acciones innovadoras que aporten positivamente en el área de atención al cliente en la ciudad de Santa Marta, así mismo, aportar a la comunidad turística nuevas estrategias que permitan potenciar y profundizar la aplicación del Lenguaje VEA como mecanismo para mejorar la percepción e imagen de los establecimientos turísticos en la ciudad.

6. OBJETIVO GENERAL

- Estandarizar el funcionamiento del lenguaje VEA en la comunicación externa del área de mercadeo y ventas del Hotel Zuana Beach Resort.

6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el proceso del Lenguaje “VEA” en la comunicación externa en el área de mercadeo y ventas del Hotel Zuana Beach Resort.
- Fortalecer el proceso de comunicación externa, utilizando el Lenguaje VEA mediante el conserje virtual del Hotel Zuana Beach Resort.
- Implementar el guion de respuestas automatizadas a través del conserje virtual del Hotel Zuana Beach Resort.

7. REFERENTES TEÓRICOS

Como se ha mencionado anteriormente, la comunicación juega un papel trascendental en las organizaciones, puesto que, es necesario entablar relaciones que permitan a los participantes desarrollar el acto comunicativo de forma efectiva y así mismo mantener asertividad al momento de informar, solicitar, ordenar, asignar, entre otras variables que inciden en el desarrollo de la comunicación como un aspecto necesario e indispensable para el ser humano, siendo así, la conceptualización que se le ha dado a la comunicación organizacional según (Ramos, Pareder, Teran, & al, 2017) la definen como “una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacional las necesidades e intereses de esta, con los de su personal y con la sociedad” así mismo, la comunicación se entiende como la base de toda actividad o acción que se desee ejecutar.

Por ello, desde las organizaciones al momento de plantear el funcionamiento, los objetivos, los retos y demás factores que son el sustento para la ejecución oportuna de las labores, la comunicación ha sido catalogada como el pilar en las empresas, siendo esta una disciplina que permite la construcción de una sociedad educada y organizada que le da sentido a los pensamientos, ideas y acciones que desde el lenguaje aporta al entendimiento del mundo que nos rodea (Ramos, Pareder, Teran, & al, 2017, pág. 7) de igual forma, para darle validez a la acción de comunicar y entablar relaciones estables entre las personas de una organización y las que se involucran desde fuera, se han trazado una serie de reglas o parámetros que permiten desde la comunicación a la creación de un pensamiento, crítica o transformación del entorno.

Entre las reglas del lenguaje y comunicación se ha identificado; el emisor, quien es el que comparte la información, el receptor, entendido como el encargado de recibirla, el mensaje como la información que se pretende

enviar, el contexto como el entorno que rodea a quienes intercambian el mensaje, el código como los signos y normas que estructuran el mensaje y el canal, siendo el medio por el cual se transmite la información (Blandón Massis & Blandón Ríos, 2020)

Ahora bien, resulta importante mencionar la estructuración de la comunicación debido a su funcionalidad en las organizaciones el cual permite el desarrollo de las actividades de forma oportuna, frente a ello, se han caracterizado diversos tipos de comunicación en las empresas, entre ellas se encuentra la interna y externa, (Yerovi, 2017) expone la primera como “responde a la necesidad específica de motivar a sus empleados, desde este punto de vista, mantener vivo el estímulo y la motivación mejora la satisfacción personal y mejora el trabajo” mientras que la comunicación externa “está compuesta por todos los elementos externos a la organización que tienen algún grado de influencia en ella” (Yerovi, 2017, pág. 182)

Al mencionar la comunicación externa, se puede relacionar con la imagen corporativa y la publicidad o mercadeo que maneja una organización para mantener una relación con el entorno o contexto al que se dirige la empresa para prestar sus servicios o productos, entre ellos, se caracteriza los mensajes o información suministrada a accionistas, proveedores, clientes, medios de comunicación, distribuidores, etc. Que hacen parte de la dinámica empresarial al momento de enfocar un público objetivo al que se desea impactar y mantener para aportar a la prestación de servicios de forma oportuna, así mismo, se han establecido tres tipos de niveles que acogen la planeación estratégica frente al proceso de comunicación externa por diversos autores, entre ellos (Briceño, Cabello, & Flores, 2014) ofrecen una conceptualización de estos:

- Nivel estratégico
 - Debe contener los objetivos y recursos sobre los que va a trabajar una organización, tomando una referencia frente al manejo de la información y la forma de transmitir la misma hacia

el público externo, dándole validez a la ejecución de las actividades a nivel interno.

- Nivel táctico
 - Se refiere a la forma de planear y ejecutar por medio de la estrategia la exposición de un producto o publicidad, donde se ofrece un servicio por medio de la efectividad y eficiencia de los lineamientos desarrollados desde las áreas encargadas de una organización para atraer público.
- Nivel operativo
 - Se expresa como la realización de lo planeado para ejecutar de forma oportuna las tareas que buscan mejorar la productividad y mantener el abastecimiento de productos o servicios para cada área, todo ello centrado en la comunicación y asignación previa por parte de los niveles estratégicos y tácticos.

Cuando se menciona la planeación estrategia y su relación con la comunicación organizacional, se debe tener en cuenta que esta se centra en el proceso de desarrollo, planeación y organización de una empresa para poner en práctica las diversas estrategias, a partir de allí, se le da un seguimiento, análisis y evaluación que permiten denotar si se está desarrollando de forma oportuna mediante los resultados obtenidos, desde ahí se pretende potenciar la productividad y la competitividad de una organización en el mercado.

A partir de allí, se direccionan las estrategias hacia el público objetivo que se desea impactar, es ahí donde la comunicación externa toma protagonismo, puesto que, se planea, se plantea y se ejecutan las acciones pertinentes para atender las necesidades del público, donde es un determinante frente a la estandarización de programas y herramientas que le permiten a la organización entablar una relación con el cliente, tomando como estrategia central el marketing y la comunicación externa.

Al exponer la comunicación externa en las actividades de marketing y atención al cliente en las empresas, se debe tener en cuenta que según (Avila, 2017) la comunicación se considera un instrumento de marketing, puesto que, a través de esta “se da a conocer las características, ventajas y necesidades que satisface” con ello se pretende formar un vínculo positivo con el cliente que se interese y acceda a consumir o utilizar los servicios que ofrece cada compañía, dicho instrumento puede implementarse en las diferentes áreas de la empresa, entre ellas resaltan (Tirado, 2013) “Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo.

De igual forma, en el proceso de atención al cliente y promoción de ventas se desarrollan con una relación estrecha, puesto que, de acuerdo con las estrategias que implementa una compañía al momento de impactar en el mercado, se hace necesario contar con una herramienta o recurso, (para el presente caso la comunicación y el lenguaje) para generar vínculos con el cliente o público, por ello, según (Castro Paccha & Paccha Soto, 2018) en el sector turismo, más específico en la cadena hotelera, se hace necesario que se establezcan estrategias determinantes que vayan ligadas a la excelencia en la calidad del servicio que se desea ofrecer y afianzar con los clientes, por lo que la capacitación, la información y la herramienta deben estar alineados hacia la eficiencia y la habilidad de satisfacer las necesidades del mercado, tomando esta como la base para plantarse ante la competitividad que se encuentra en el sector.

Es aquí donde el Lenguaje VEA toma relevancia en la estructuración y ejecución de la presente propuesta, ya que, se utiliza como un recurso que permite la interacción entre el cliente y el hotel de forma que se logre mayor lealtad, se genere confianza y tranquilidad ante los interrogantes o dudas que se tenga al momento de acceder a los servicios que ofrece el establecimiento, así mismo, incrementa la lealtad y potencia la percepción positiva en los clientes, el cual resulta determinante para la imagen del hotel.

Ahora bien, existen diversos medios que permiten apoyar dicha estrategia y herramienta para facilitar el proceso de comunicación externa entre el cliente y la organización, entre ellas se encuentran (Alfonso & Espitia, 2010)

- Transaccional
 - Intercambio entre conocimientos
- Bases de datos
 - Intercambio de información para la construcción de una herramienta que permita atraer al cliente
- De interacción
 - Relaciones entre clientes y la organización donde se generan relaciones que permiten la negociación para el acceso al servicio o producto
- De redes
 - Creación de redes entre clientes y la organización donde se accede a la información y recursos que ofrece la compañía para obtenerlos

Para el caso del Lenguaje VEA se relaciona con la interacción y redes, debido al modelo de implementación por medio de herramientas tecnológicas de comunicación que permiten el intercambio de información y conocimientos entre los clientes que desean acceder a los servicios y la atención al cliente frente a la respuesta oportuna mediante el Lenguaje VEA que permite afianzar la relación con el cliente y generar un vínculo para satisfacer las necesidades del mismo y así mantener una percepción positiva desde el primer acercamiento con el hotel.

El desarrollo del Lenguaje VEA se caracteriza por su funcionamiento en la atención al cliente, donde

- Verbalizar acciones

Se refiere a comunicarle al cliente en todo momento, es decir, mantenerlo informado mientras se realiza algún proceso, esta técnica como menciona el autor (Briceño W. , 2021) responde a la generación de confianza al cliente, esto le permite valorar y agradecer, el cual aporta a mantener la atención de la persona al momento de atender una solicitud o requerimiento, siendo este ítem un dinamizador en el proceso de prestación de servicios o ventas.

- Empatía

El segundo ítem responde a “la intención de escuchar activa y pacientemente, de observar y entender el lenguaje corporal del cliente” es decir, mantener la atención y comprender la situación en la que se encuentra el cliente, todo ello permite que las relaciones entre el emisor y receptor se desarrollen mediante el entendimiento, el valor de concientizar y comprender el sentimiento o emoción del cliente al momento de presentarse una duda, malestar, inconformidad, etc. Esta técnica permite mantener las emociones en un nivel estable el cual aporta a la realización del trabajo de atención de forma oportuna, creando así una comunicación asertiva.

- Autoestima

En la estructuración del modelo de Lenguaje VEA, para el autor este ítem se refleja como el pilar y más importante paso al momento de mantener la atención, empatía y la acción frente a la ejecución de servicio al cliente donde “a través del fortalecimiento de la autoestima, el asesor obtiene una mayor apertura por parte de los clientes lo que propicia mejor fluidez en la comunicación y mejor disposición” es aquí donde a partir del reconocimiento de halagos y elogios se da paso a una relación afectiva entre la comunicación y el lenguaje, donde se facilita el proceso de atención, prestación y aseguramiento de la fidelidad del cliente con el hotel.

Finalmente, la conceptualización expuesta permite entender el dinamismo y relación de la comunicación en los procesos de atención al

cliente y la función del marketing al momento mantener un posicionamiento en el sector, generando una imagen y percepción positiva aportando a la creación de vínculos y emociones apoyan el proceso, donde el cliente toma un lugar primordial al momento de satisfacer sus necesidades, dándole validez a la gestión interna del establecimiento que se ve reflejado a nivel externo.

8. PLAN DE ACCIÓN

La ejecución de las actividades propuestas por medio del Lenguaje VEA se centró en la estandarización del modelo mediante canales de comunicación, para la propuesta se utilizó el WhatsApp corporativo (conserje virtual) donde se automatizó y estableció un guion para la atención al cliente.

A partir de allí, se desarrolló lo siguiente:

Estrategia	Modelo	Técnicas	Regulador
Estandarización mediante canales de comunicación (conserje virtual)	Lenguaje VEA	automatización de mensajes, guiones de respuesta, atención oportuna, tiempos de respuesta, solución de problemáticas, dudas, incógnitas, inconformidades	Jefe de área Clientes

OBJETIVO:	Estandarizar el funcionamiento del lenguaje VEA en la comunicación externa del área de mercadeo y ventas del Hotel Zuana Beach Resort
ALCANCE:	A través del área de mercadeo y ventas del hotel se pretende satisfacer al cliente mediante el guion de respuesta automatizado desarrollado en el conserje virtual
LÍDER DE PROCEDIMIENTO:	Área de experiencia de cliente

DEFINICIONES

VEA: Verbalizar acciones, empatía, autoestima.

Estandarizar: Ajustes en la aplicación de un modelo mediante estrategias enfocadas en el mejoramiento

Automatizar: Utilización de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el mejoramiento de la prestación del servicio, para este caso, atención al cliente

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CONTROL	DOCUMENTO DE REFERENCIA	REGISTRO RESULTANTE
<p>Verbalizar acciones</p> <p>Desde la automatización de respuestas se utilizan palabras claves para atender las inquietudes, describiendo el proceso para mantener alerta al cliente</p> <p>Ejemplo: “En este momento verificaremos disponibilidad</p>	<p>CONSERJE VIRTUAL</p>	<p>Respuesta oportuna</p> <p>Percepción positiva</p> <p>Relación de confianza</p> <p>Gestión del área</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Modelo lenguaje VEA (Briceño W. , 2021)</p>	<p>Satisfacción del cliente</p> <p>Solución de dudas, inquietudes, experiencia, eventos, recepción</p> <p>Acercamiento y fortalecimiento de atención al cliente</p> <p>Tiempos de respuesta, solicitud, solución de problemáticas, operación interna</p> <p>Conserje virtual mediante automatización de respuestas.</p>
<p>Empatía</p> <p>A partir de un lenguaje amable y ameno que genere confianza frente a los servicios que ofrece el hotel en la actualidad</p> <p>Ejemplo: “Muy buenos días le saludamos desde el corazón”</p>	<p>CONSERJE VIRTUAL</p>	<p>Respuesta oportuna</p> <p>Percepción positiva</p> <p>Relación de confianza</p> <p>Gestión del área</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Modelo lenguaje VEA (Briceño W. , 2021)</p>	<p>Satisfacción del cliente</p> <p>Solución de dudas, inquietudes, experiencia, eventos, recepción</p> <p>Acercamiento y fortalecimiento de atención al cliente</p> <p>Tiempos de respuesta, solicitud, solución de problemáticas, operación interna</p>

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CONTROL	DOCUMENTO DE REFERENCIA	REGISTRO RESULTANTE
<p>“estimado cliente”</p> <p>“nos llena de alegría tenerlo en nuestro hotel”</p>				<p>Conserje virtual mediante automatización de respuestas.</p>
<p>Autoestima</p> <p>A través de halagos que permitan afianzar la relación del cliente con el hotel y su estadía, prestando un servicio óptimo que permita sentir al cliente el foco de las actividades hoteleras</p> <p>Ejemplo: “recuerde que en la familia Zuana, entre todos nos cuidamos y cuidamos de usted”</p> <p>“para nosotros es un placer atenderlo”</p> <p>“es un placer atenderlo y aún más, saber que hacemos parte importante de sus vacaciones”</p>	<p>CONSERJE VIRTUAL</p>	<p>Respuesta oportuna</p> <p>Percepción positiva</p> <p>Relación de confianza</p> <p>Gestión del área</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Modelo lenguaje VEA (Briceño W. , 2021)</p>	<p>Satisfacción del cliente</p> <p>Solución de dudas, inquietudes, experiencia, eventos, recepción</p> <p>Acercamiento y fortalecimiento de atención al cliente</p> <p>Tiempos de respuesta, solicitud, solución de problemáticas, operación interna</p> <p>Conserje virtual mediante automatización de respuestas.</p>

SISTEMAS DE INFORMACIÓN			
SISTEMA DE INFORMACIÓN	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	UBICACIÓN
WhatsApp corporativo	Utilizado para dudas, solicitudes, requerimientos, inconformidades, informaciones generales, etc.	Diario	Teléfono corporativo del Hotel
Zeus Hotel	Programa de registro de reservas del hotel	Diario	Zeustecnologias.com
Ficha de seguimiento (conserje virtual)	Registro de clientes en conserje virtual, tiempos de respuesta, tipo de mensaje, etc.	Diario	Excel (Drive corporativo)

CONTROL DE CAMBIOS				
VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	AAAA	MM	DD	
1	2022	03	22	Modelo de lenguaje VEA (estandarización)
2	2022	04	25	Objetivos, estructura de plan de acción
ELABORÓ				
NOMBRES Y APELLIDOS			CARGO	
KATHLEEN PAMELA CASTRO DAZA			Practicante área de mercadeo y ventas	
REVISÓ				
NOMBRES Y APELLIDOS			CARGO	
PEDRO NAVARRO			Tutor de prácticas profesionales	

EMPRESA	Hotel Zuana Beach Resort						
AREA PRACTICA	Mercadeo y Ventas						
OBJETIVO GENERAL	Estandarizar el funcionamiento del lenguaje VEA en la comunicación externa del área de mercadeo y ventas del Hotel Zuana Beach Resort						
Objetivo específico 1	Actividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Describir el proceso del Lenguaje “VEA” en la comunicación externa en el área de mercadeo y ventas del Hotel Zuana Beach Resort.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del lenguaje VEA • Análisis de desarrollo del proceso • Acercamiento con cliente • Observación de comportamiento de lenguaje VEA en conserje virtual 						
Objetivo específico 2	Actividad						
Fortalecer el proceso de comunicación externa, utilizando el Lenguaje VEA mediante el conserje virtual del Hotel Zuana Beach Resort.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de lenguaje VEA en conserje virtual • Desarrollo de respuestas a clientes • Investigación de comunicación externa y estrategias de validación 						
Objetivo específico 3	Actividad						
Implementar el guion de respuestas automatizadas a través del conserje virtual del Hotel Zuana Beach Resort.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de guion • Análisis de tiempos de respuestas • Evaluación de lenguaje VEA aplicado • Validación de resultados 						

El desarrollo de la propuesta, mediante la aplicación del Lenguaje VEA pretende desde su ejecución, formalizar y afianzar las relaciones entre el cliente y el hotel Zuana, de forma que, se de respuesta oportuna ante los interrogantes, inquietudes o dudas que puedan presentarse, sea para el acceso de servicios, localización, organización y demás actividades a las que el cliente busca obtener, por ello mediante el Conserje Virtual, se busca mantener un acercamiento con los huéspedes, donde se de respuesta de forma oportuna y el proceso de comunicación sea efectivo para mitigar errores o vacíos que puedan entorpecer las labores de las diversas áreas del hotel.

De igual forma, mejorar la percepción del hotel y la imagen positiva con los clientes, puesto que, son estos el centro de la operación hotelera, donde se atrae al turista para que consuma y haga uso de las instalaciones y las diversas actividades que ofrece el hotel que permitan mantener una estadía amena para el cliente, dándole así el reconocimiento y prestigio al hotel Zuana quien se ha mantenido a lo largo de los años como referente en la ciudad de Santa Marta

9. RESULTADOS OBTENIDOS

A partir de la estrategia implementada para el fortalecimiento del Lenguaje VEA en el Hotel Zuana Beach Resort se pudo constatar la efectividad de la estandarización en los procesos de comunicación externa, puesto que, se minimizaron los errores o vacíos al momento de entablar relaciones con los clientes, siendo así los resultados positivos que se presentaron se caracterizan de la siguiente manera:

- Reducción en los tiempos de respuestas, en promedio de 0,1 y 3,0 segundos, es decir, desde el inicio de la conversación por medio del conserje virtual, se pudo constatar las respuestas automatizadas con la utilización del conserje virtual
- Solución de dudas e inquietudes, se mejoraron las respuestas con relación a la accesibilidad de servicios, tales como: horarios de bar, servicio de limpieza, organización de eventos, registros de huéspedes, mantenimiento de equipos, seguimientos, entre otras solicitudes expuestas por los clientes
- Automatización, se estableció un guion de respuesta entre los que resalta: saludo al cliente, preguntas de servicios, solución de inquietudes, reservas de espacios, organización de eventos
- Seguimiento de rendimiento, por medio de formatos se documentó el flujo de clientes donde se verifican los servicios adquiridos, entre ellos resalta: nombre de cliente, tipo de requerimiento, número de teléfono, hora de solicitud, hora de respuesta, tiempo de respuesta, entre otras consideraciones que resultan provechosas para evaluar y analizar la

efectividad del modelo implementado por parte del área de ventas y mercadeo.

10. AUTOEVALUACIÓN

Teniendo en cuenta la realización de la práctica resulta oportuno resaltar la adquisición de nuevo conocimiento con relación al Lenguaje VEA, puesto que, se pudo interactuar, analizar y evaluar la efectividad del mismo, de igual forma, el aprendizaje académico permitió desarrollar las labores en el hotel de forma oportuna, como también, entablar relaciones asertivas con el personal, los compañeros de área y el jefe, el cual permitieron apropiarse y cumplir con los estándares establecidos por el Hotel.

Así mismo, la interacción con los clientes y la búsqueda de información en la investigación que permitieron el desarrollo oportuno de la propuesta, teniendo en cuenta las ventajas del nuevo modelo que apoya a la formación académica y profesional, generando un crecimiento y seguridad para darle cumplimiento a todas las tareas asignadas y así aprovechar al máximo los saberes y aprendizajes que deja la construcción y ejecución del presente trabajo, dejando evidencia de lo desarrollado y aportando a la generación de nuevos conocimientos que pretenden apoyar el proceso de comunicación externa en la academia y el sector hotelero de la ciudad de Santa Marta.

11. RECOMENDACIONES GENERALES

- Apropiarse del modelo de Lenguaje VEA como mecanismo para fortalecer la comunicación externa
- Implementar canales abiertos para el acceso de información por parte de los clientes
- Desarrollar teóricamente más conceptos y funcionalidad del Lenguaje VEA que esté abierto al público en general

- Apoyar al crecimiento y expansión del Lenguaje VEA como modelo general en todas las áreas de comunicación externa en el Hotel
- Desde la Universidad del Magdalena, apoyar el proceso de formación y capacitación de las innovaciones en comunicación externa para facilitar el proceso de enseñanza- aprendizaje.

12. CONCLUSIONES.

Durante la realización de las prácticas se logró constatar la importancia de la comunicación externa no solo para el Hotel Zuana Beach Resort, sino para todos los sectores y organizaciones que en su desarrollo buscan mantener alianzas y generar vínculos, estímulos y relaciones con los clientes, ya que, son estos quienes permiten que la empresa cuenta con los recursos necesarios para continuar generando oferta que aporte a la satisfacción de la población y así mismo, a la evolución y crecimiento de esta.

Teniendo en cuenta la investigación, los conocimientos adquiridos y la experiencia durante la práctica ha sido provechoso conocer, indagar y aprender sobre el Modelo de Lenguaje VEA, ya que, ha sido implementado y desarrollado de forma exitosa, a pesar, de ser nuevo en las teorías empresariales, marketing y atención al cliente, ha logrado cumplir con los objetivos del Hotel Zuana Beach Resort, por ello, potenciar el mismo se hace necesario puesto que, permite que la interacción entre el hotel y el huésped sea positiva, donde se busca la satisfacción para darle validez a la gestión que se realiza diariamente en el establecimiento.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, N., & Espitia, N. (2010). *SERVICIO AL CLIENTE: HERRAMIENTA ESTRUCTURAL DEL MARKETING RELACIONAL*. Obtenido de Repositorio Universidad Militar Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/4172/AlfonsoMartinezNohoraAndrea2010.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Avila, V. (2017). *La influencia del marketing digital en la eficiencia publicitaria y su impacto en la eficacia de la comunicación externa de los servicios educativos universitarios. Caso: Universidad Técnica de Machala – Ecuador*. . Obtenido de Repositorio Institucional Cybertesis UNMSM: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7166/Avila_rv.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Blandón Massis, M., & Blandón Ríos, J. (Febrero de 2020). *Estrategias de Comunicación en las empresas públicas y privadas*. Obtenido de Repositorio Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua: <https://repositorio.unan.edu.ni/15159/2/15159.pdf>
- Briceño, N., Cabello, L., & Flores, Y. (2014). *IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACIONES. Universidad José Gregorio Hernández*. Obtenido de <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-40.pdf>
- Briceño, W. (2021). *El poderoso lenguaje VEA*. Bogotá: Marketing en Vivo S.A.S.
- Cardenas, Y. V. (2019). *Relación de la comunicación externa como herramienta de relaciones públicas con la imagen corporativa de la empresa Liderman*. Obtenido de Repositorio Académico USMP: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5558/VARGAS_CY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro Paccha, E., & Paccha Soto, M. (2018). *INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LOS HOTELES DE GUAYAQUIL*. *Revista Alternativas*, 55-65. doi: <http://dx.doi.org/10.23878/alternativas.v19i3.237>
- Junta-de-Andalucía. (S.F). *Tema 1. El lenguaje y la comunicación*. Obtenido de IES Vicente Núñez: https://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14700390/helvia/sitio/upload/TEMA_1_EL LENGUAJE_Y_LA_COMUNICACION.pdf
- Oyarvide Ramírez, H., Reyes Sarria, E., & Montaña, M. (2017). *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Ciencias económicas y empresariales. Vol, 3. No 4., 296-309*. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.4.oct.296-309>

Ramos, D., Pareder, M., Teran, E., & al, e. (2017). *Comunicación Organizacional*. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás.

Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I. doi:http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74

Yerovi, A. B. (2017). LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA MOTIVACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES. *Revista de Didáctica y Educación*. Vol VIII. No 3, 179-186. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6662628

14. ANEXOS

Seguimiento conserje

1	R/	NO.	#DIA	DIA	CELULAR	CONTACTADOS POR CONSERJE	AREA	TIPO DE SOLICITUD	RANGO HORARIO	HORA SOLICITUD	HORA RESPUESTA	TIEMPO DE RESPUESTA
2	SI	1	31	LUNES	316 4348189	SI	SPA	Información	3	12:54 p. m.	12:55 p. m.	0:01
3	SI	2	1	MARTES	321 9336808	SI	Experiencia	Seguimiento	1	8:10 a. m.	8:10 a. m.	0:00
4	SI	3	1	MARTES	321 8524586	SI	Experiencia	Seguimiento	1	8:11 a. m.	8:14 a. m.	0:03
5	SI	4	1	MARTES	315 6252733	SI	Zu agencia	Transfer	3	12:38 p. m.	12:38 p. m.	0:00
6	SI	5	1	MARTES	311 3817038	NO	A&B	Información	1	9:38 a. m.	9:38 a. m.	0:00
7	SI	6	1	MARTES	311 3817038	NO	Eventos y recreación	Tennis	4	2:20 p. m.	2:23 p. m.	0:03
8	SI	7	1	MARTES	311 3817038	SI	Ama de llaves	Lavandería	4	3:40 p. m.	3:42 p. m.	0:02
9	SI	8	1	MARTES	311 4751413	NO	SPA	Información	5	4:19 p. m.	4:23 p. m.	0:04
10	SI	9	1	MARTES	313 7465626	SI	Recepción	Llaves	5	4:43 p. m.	4:46 p. m.	0:03
11	SI	10	1	MARTES	301 6781321	NO	Mercadeo y ventas	Reservas	6	6:25 p. m.	6:27 p. m.	0:02
12	SI	11	1	MARTES	310 3798659	NO	Ama de llaves	Aseo habitaciones	6	7:13 p. m.	7:14 p. m.	0:01
13	SI	12	1	MARTES	311 4637957	NO	Ama de llaves	Camas/ sofá camas/ corrales	6	7:39 p. m.	7:39 p. m.	0:00
14	SI	13	1	MARTES	350 8446026	NO	A&B	Room service	6	7:32 p. m.	7:33 p. m.	0:01
15	SI	14	2	MIERCOLES	301 2506860	NO	Zu agencia	Información	1	8:26 a. m.	8:31 a. m.	0:05
16	SI	15	2	MIERCOLES	316 2223121	SI	Bolera	Información	1	8:31 a. m.	8:35 a. m.	0:04
17	SI	16	2	MIERCOLES	317 3804871	SI	Experiencia	Seguimiento	1	8:44 a. m.	8:50 a. m.	0:06
18	SI	17	2	MIERCOLES	316 8290299	NO	SPA	Información	1	9:25 a. m.	9:29 a. m.	0:04
19	SI	18	2	MIERCOLES	313 2526517	SI	Mantenimiento	Mantenimiento equipos	1	8:17 a. m.	8:25 a. m.	0:08

Programa del Hotel Zuana para reservas

Zeus - Hotel Usuario: PMERCADEO Fecha actual: 2022.02.28 Servidor: ZEUS

Parámetros Recepción Consultas e Informes Caja Huéspedes Check-In Procesos Salir 2

Inicio Parámetros Reservas Recepción Auditoría Ama de Llaves Mantenimiento

Huéspedes Eventos Llegadas Cargos Entre Folios Múltiples Estada/Tarifa Registrar Cargos Transferecias Actualizar

Devolución Depósitos Payout Moneda Quejas Premios Ubicación Olvidados Generar Vouchers

Licencia para uso exclusivo de:
ZUANA BEACH RESORT
NIT: 819.000.986
Serie: ZHSN0126

Check-Ins en un Rango de Fechas

Fecha Inicial: 2022/02/26 Fecha Final: 2022/02/27

Rango de Horas: Inicial 00:00 Final 23:59

Agrupación

- Sin agrupar
- Planes
- Empresas
- Aerolíneas
- Agencias
- Ciudades
- Nacionalidad
- Tipos de Habitación
- Eventos
- Clase de Huésped

Mostrar

- Datos del Registro
- Datos del Huésped
- Comisión
- Preferencias

Filtrar

- Solo Habitaciones Check-In
- Sin Filtro
- Mostrar si estan checkin
- Llegadas con reservas
- Listado resumido
- Llegadas sin reservas

Clase Huésped: OTROS Todas las Clases

Complejo: ZUANA TORRE 1 Todos los Complejos

Formato con Estadística Detallar empresa, agencia y tarifa

Excluir Check In generados por procesos de corte de cuenta

Excluir huéspedes que no reciben información vía e-mail

Filtrar por: Ninguno

Código: _____

www.zeustecnologia.com

No tiene Alertas Pendientes

Escribe aquí para buscar

10:16 a. m. 28/02/2022

Evidencia formato de seguimiento

SEMANA 09

	A	B	C	D
C17		3015801779		
		NOMBRE	TELEFONO	VERIFICACION
1		FADUL PEREZ SANTIAGO ELIAS	3106320244	pe
2		BERMUDEZ COLL JULIANA CAROLINA	3115146409	ok
3		VALDES CASAS LUIS FERNANDO	3113078194	ok
4		ESPITIA MURCIA LUZ DARY	3142975941	pe
5		LEON SOTO CARMEN CECILIA	3157795012	ok
6		FARAH AMIN RICARDO ANDRES	3005865750	ok
7		MAYA ARELLANES MAUREN ORIANA	3006773136	ok
8		SUAREZ MORENO BLANCA MARIA	3114503884	pe
9		GUALQUE MONTAÑEZ HECTOR JOSE	3134249911	ok
10		SEGRERA BARRANCO PEDRO ANDRES	3135320373	ok
11		LOPEZ SANABRIA SERGIO ENRIQUE	3108095382	ok
12		ESCOBAR PAEZ CONCEPCION	3235236819	pe
13		TORRES ORDOÑEZ JOSE LUIS	3002167076	ok
14		URIBE HERNANDEZ MATEO	3002777235	pe
15		CASTIBLANCO OSORIO MARTHA LUCIA	3176654425	ok
16		TRESPALACIOS ALIES ERIK JAVIER	3015801779	ok
17		FONTALVO CONTRERAS GERSON	3194100922	pe
18		RAYO GUZMAN SANDRA YANNETH	3223563459	ok
19				

WhatsApp

TRESPALACIOS ALIES ERIK JAVIER...

HOY

Los mensajes están cifrados de extremo a extremo. Nadie fuera de este chat, ni siquiera WhatsApp, puede leerlos ni escucharlos. Haz clic para obtener más información.

Archivados

Ama de llaves / R... 7:56 a. m.
+57 310 7451390: Buenos ...

Recepción y Con... 10:10 a. m.
Sheyla: Por la carta que entr...

William S 09 ayer
Gracias por comunic...

TRESPALACIOS ... 10:14 a. m.
¡Hola Sr Erik! Nos llen...

CASTIBLANCO ... 10:13 a. m.
¡Hola Sra Martha! Nos ...

TORRES ORDO... 10:13 a. m.
¡Hola Sr Jose! Nos llen...

LOPEZ SANABR... 10:13 a. m.
¡Hola Sr Sergio! Nos ll...

¡Hola Sr Erik!

♥ Nos llena de mucha alegría el corazón poder recibirlos y tenerlos en Casa y aún más de saber que hacemos parte importante de sus vacaciones.

👋 Soy el Consejero Virtual del Hotel Zuana, y le salud desde el corazón!

👉 Un guía que lo acompañará a vivir experiencias memorables, estoy a su disposición para que, en este chat, pueda despejar dudas y conocer sobre nuestras áreas de servicio. Deseamos que disfruten de todas nuestras instalaciones.

¡No dude en contactarnos!

♥ Recuerde que en la Familia Zuana entre todos nos cuidamos y cuidamos de usted!

Escribe un mensaje aquí

Escribe aquí para buscar

10:15 a. m. 28/02/2022

Implementación modelo Lenguaje VEA mediante Conserje Virtual

