



CAPÍTULO V

DISEÑO DEL PLAN PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS

RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

En 1992, con la iniciativa del Sr. Guiseppe de Pinto, surge la idea de hacer un proyecto para edificar un lugar donde pudieran celebrarse reuniones de negocios, congresos, exposiciones y ferias que en un futuro se convirtiese en punto focal para el desarrollo del llamado turismo de convenciones y por ende una expansión económica en cadena.

Otro de los factores que este empresario consideró como una buena oportunidad para realizar dicho proyecto, es que Venezuela carece de una infraestructura que preste servicios de convenciones y menos de tal envergadura, lo que representa el desarrollo económico y turístico de la región y por ende del país. Treinta millones de dólares, siete años de arduo trabajo, donde un sin fin de problemas de nivel político y económico en el país, hicieron retrasar la culminación y apertura al público de tan ambicioso proyecto.

El Palacio ofrece oportunidades tecnológicas al más alto nivel y es capaz de brindar todos los servicios de la más alta calidad. Su construcción



abarca 62.000 m² disponibles para la funcionabilidad que los clientes demanden. Constituye la más importante edificación para albergar eventos de toda Venezuela, con el mejor servicio y las más modernas instalaciones para alojar a todo tipo de público.

Es el centro de eventos más importante de Venezuela, para la celebración de los más destacados e importantes eventos nacionales e internacionales. Con una capacidad máxima para 4.500 personas, el Gran Salón Venezuela se crea para asistir a grandes espectáculos musicales, congresos, graduaciones, conferencias y 16 salones multiuso para pequeños y grandes encuentros como reuniones, seminarios y foros.

Así pues, el 21 de Julio de 1999, se hizo realidad el sueño de poner en manos de la ciudad de Maracaibo, la primera fase de esta extraordinaria infraestructura que hoy en día trabaja para todos los que residen en dicha ciudad.

ESQUEMA DEL PLAN PROGRAMA PALACIO DE EVENTOS DE VENEZUELA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. TIPO DE EMPRESA

PALACIO DE EVENTOS DE VENEZUELA, es una empresa privada perteneciente a un consorcio, el Centro de Convenciones más grande de Latinoamérica.



1.2. NORMATIVA LEGAL QUE LO SUSTENTA

- Constitución Bolivariana de Venezuela
- Ley del trabajo
- Ley de Impuesto

1.3. PROPÓSITO Y FINALIDAD QUE LO SUSTENTA

El Palacio de Eventos de Venezuela tiene como objeto principal proporcionar a sus clientes un servicio de organización de eventos para todos los sectores tales como: Sector institucional, sector empresarial, sector comercial y el sector cultural; brindando un servicio de excelente calidad sustentado por profesionales capacitados que desempeñan sus labores en pro de su público meta, haciéndoles saber que son la razón de ser de la empresa.

1.4. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.4.1. MISIÓN DE LA EMPRESA.



Posicionarnos como el mejor centro para la celebración de eventos que garanticen la excelencia de servicios, de manera eficaz e inmediata con un alto nivel de calidad.

1.4.2. VISIÓN DE LA EMPRESA.

Ser líderes y pioneros en la región desarrollando el turismo de convenciones, exposiciones y eventos en general para nuestros clientes, asociados y dueños.

1.4.3. OBJETIVO GENERAL DEL PALACIO DE EVENTOS DE VENEZUELA.

Prestar servicios completos para impulsar y desarrollar el segmento de convenciones y eventos y asegurar la fluencia permanente de turistas en la región.

1.5. MISIÓN, VISIÓN, Y OBJETIVOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO DE RRPP.

Se recomienda crear un departamento de Relaciones Públicas.



1.5.1. MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RRPP.

Mantener una comunicación eficaz y efectiva entre todos los departamentos del Palacio de Eventos de Venezuela, para lograr un sentido de pertenencia interna, velando por la armonía entre la organización y sus públicos, partiendo de los valores y la comunicación establecidos por la empresa.

1.5.2. VISION DEL DEPARTAMENTO DE RRPP.

Proyectar y posicionar al Palacio de Eventos de Venezuela como imagen de excelencia, estableciendo relaciones óptimas con sus clientes actuales y potenciales creando así una imagen de recall de la empresa.

1.6. GRUPOS ALIADOS

- Federación Venezolana de Turismo y Deporte.
- AVOCA.
- Cámara de Turismo.



1.6.1. PARTICIPACIÓN DE ACCIONES

- CORPOZULIA
- Empresas Polar
- B.O.D.

1.7. UBICACIÓN

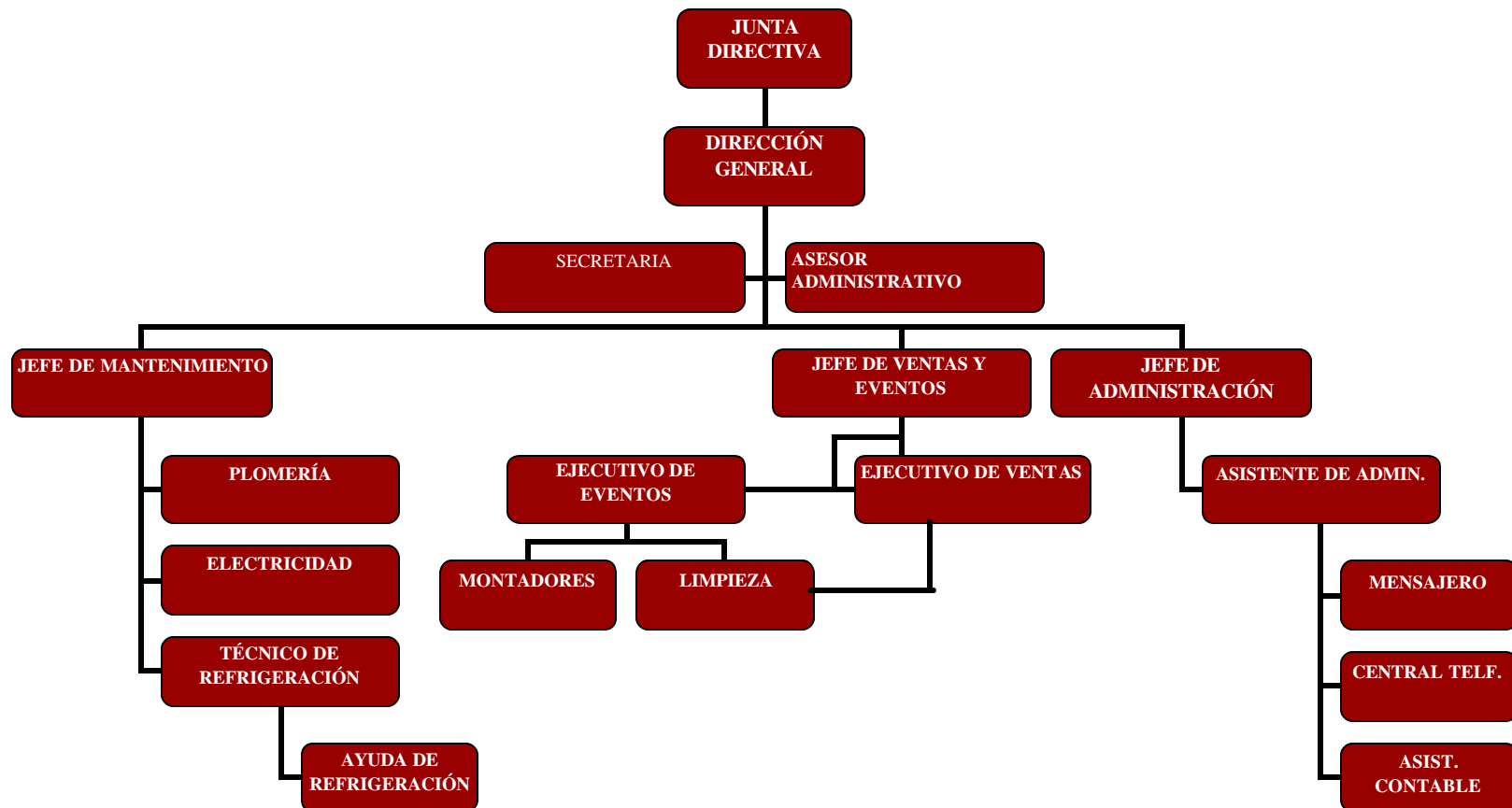
Av. Circunvalación 2 Sector Zona Industrial Municipio Maracaibo
Estado Zulia.

1.8. DISPERSIÓN GEOGRÁFICA:

Existe sólo un centro de convenciones llamado Palacio de Eventos de Venezuela, en todo el territorio venezolano, encontrándose ubicado en el Municipio Maracaibo, Estado Zulia.



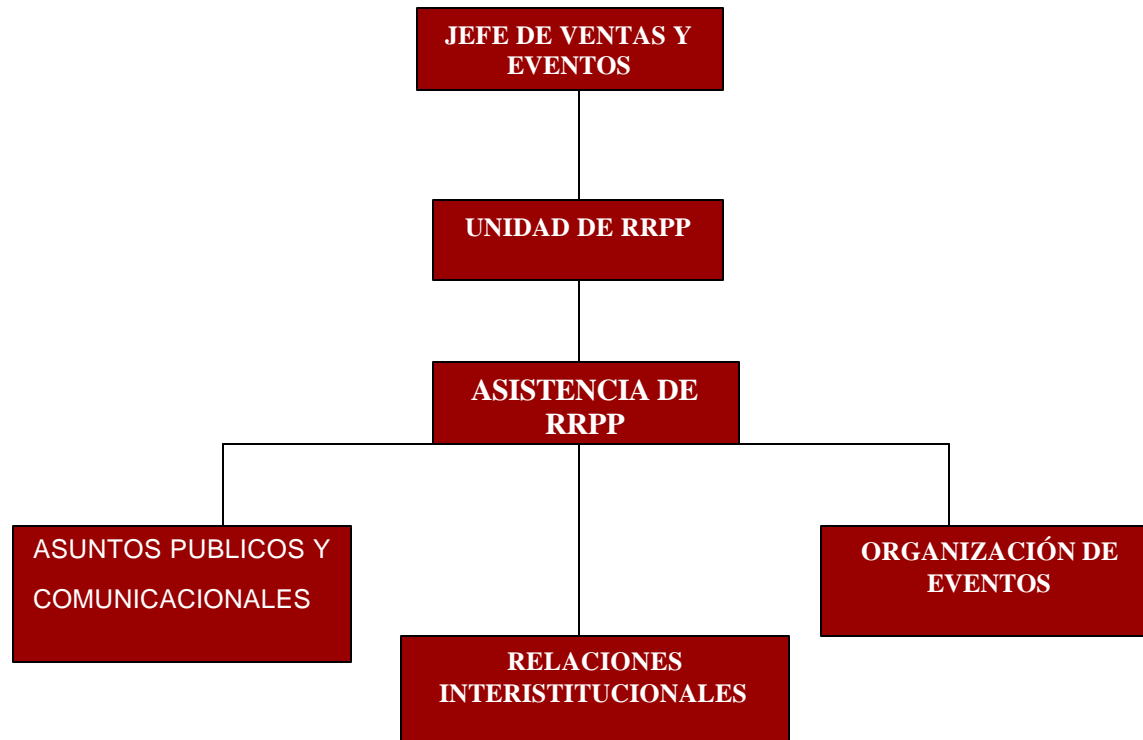
1.9. ORGANIGRAMA DEL PALACIO DE EVENTOS DE VENEZUELA





CAPÍTULO V

1.10. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL DEPARTAMENTO DE RRPP





1.11. PÚBLICOS CLAVES PARA LAS ESTRATEGIAS DE RRPP

PÚBLICO EXTERNO

- Clientes del sector empresarial.
- Clientes del sector cultural.
- Clientes del sector público.
- Clientes del sector comercial.

PÚBLICO INTERNO

- Gerente general.
- Empleados.
- Obreros.

1.12. ESTRATEGIA DE MEDIOS

Utilizar un boletín informativo mensual de circulación interna, llevar a cabo la utilización de memorando a los diferentes departamentos y realizar carteleras informativas. En cuanto a las estrategias de medios del público externo, realizar manuales de identificación de públicos para ofrecer un mejor



CAPÍTULO V

servicio, Presentaciones multimedia fuera del país por parte de las ejecutivas de cuenta. Realizar presentaciones vía Internet de PALEV.

1.13. PROPUESTA DE EVALUACIÓN.

Para evaluar si se cumplieron los objetivos del Plan de Relaciones Públicas se utilizará el método formal la encuesta; la cual determina la incidencia de las actividades siendo la opinión favorable o indiferente al cambio.



2. MARCO INSTRUMENTAL

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Abordar comunicacionalmente la fusión Hotel-Casino Maruma/PALEV.				
Estrategias: Crear un Departamento de RRPP de PALEV y Hotel Maruma				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Reunión con gerente de PALEV y gerente de Hotel Casino MARUMA, para la selección del personal	Salón Europa II Palacio de Eventos de Venezuela	28/09/2003	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar Cartas o memorandos para tal fin. • Convocar por teléfono o cara a cara a los participantes. • Personal encargado de programas sin costo. 	450.000 Bs. aprox. Coffe Break

EVALUACIÓN Y CONTROL: Semanalmente / Verificar agenda



CAPÍTULO V

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Abordar comunicacionalmente la fusión Hotel-Casino Maruma/PALEV.				
Estrategias: Crear Medios de Comunicación Internos para el flujo de Comunicación.				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Implantar Intranet en PALEV y MARUMA	PALEV-MARUMA	Octubre de 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer reunión con gerente de PALEV y MARUMA para tal fin • Buscar Precios de Software para la instalación de Intranet a las computadoras de PALEV y MARUMA 	200.000 Bs.
Implantar Carteleras informativas en PALEV y en MARUMA	PALEV-MARUMA	Octubre de 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar precios para la implantación de carteleras informativas 	50.000 Bs. por cartelera

EVALUACIÓN Y CONTROL: Semanalmente / Verificar agenda



CAPÍTULO V

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Fortalecer la comunicación Cliente - PALEV				
Estrategias: Establecer Relaciones mas directas con los clientes de PALEV				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Realizar un manual de características de los clientes de PALEV para ofrecer un mejor servicio	PALEV	Octubre de 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer reunión con gerente de PALEV y MARUMA para suministro de información de este manual. • Investigar modelos de manual de servicio y especificaciones para los clientes potenciales 	Sin Costo
EVALUACIÓN Y CONTROL: Semanalmente / Verificar agenda				



CAPÍTULO V

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Fortalecer la comunicación Cliente - PALEV				
Estrategias: Establecer líneas de comunicación y promoción para clientes foráneos de PALEV				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Enviar ejecutivas de Ventas a países estratégicos con el fin de presentar PALEV en el exterior y estrechar las relaciones públicas.	Países Varios	Abril de 2004	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer reunión con gerente de PALEV y MARUMA para plantear el objetivo y cuadrar presupuestos internos para este fin. • Investigar los países que sean más prestos a organizar eventos y crear presupuestos en Dólares. • Seleccionar el personal más idóneo para este fin. • Entrenar y suministrar de información vía Internet, y realización de presentaciones multimedia a este personal, previamente, antes del viaje. 	<p style="text-align: center;">Sin Costo</p> <p style="text-align: center;">70.000 Bs.</p>

EVALUACIÓN Y CONTROL: diariamente / Verificar agenda



CAPÍTULO V

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Mejorar la identificación del público interno de PALEV				
Estrategias: Fortalecer los medios de comunicación internos de PALEV				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Realizar carteleras informativas en donde se expongan las actividades de cada departamento	Pasillo central de Mezanine	Octubre de 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar información de real interés de cada departamento para soportar las relaciones públicas internas. • Seleccionar el presupuesto más accesible para PALEV de una cartelera tamaño 90 x 200 cm. 	<p style="text-align: center;">Sin Costo</p> <p style="text-align: center;">100.000 Bs.</p>

EVALUACIÓN Y CONTROL: diariamente / Verificar agenda.



CAPÍTULO V

Objetivo General: Establecer una óptima comunicación interna y externa, favorables para el Palacio de Eventos de Venezuela.				
Objetivo Específico: Mejorar la identificación del público interno de PALEV				
Estrategias: Incentivar el sentido de pertenencia del público internos de PALEV				
Actividad	Lugar	Fecha	Forma estratégica	Presupuesto
Publicar lista de cumpleaños del mes en todas las carteleras de PALEV	Carteleras de todos los departamentos de PALEV	Octubre de 2003	<ul style="list-style-type: none"> Realizar estas celebraciones al final de la jornada laboral. Enviar pequeña invitación vía Intranet a todos los departamentos para tal fin Enviar tarjeta de felicitación al empleado bien sea Intranet, Internet, o físicamente a su escritorio. 	Sin Costo
Realizar pequeñas celebraciones internas para los empleados con motivo de cumpleaños.	Recepción de PALEV	Fechas varias		2.000 Bs. por tarjeta

EVALUACIÓN Y CONTROL: diariamente / Verificar lista de cumpleaños.

Presupuesto total aproximado para el Plan Programa de RRPP

872.000 Bs.