

Guía de estudio semipresencial

Servicios y Hospedaje I

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Licda. Jenny Marleny Lemus Castillo



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Presentación

Estimado Estudiante:

La presente guía de estudio ha sido elaborada por una profesional especialista en la materia, pensando en usted y fundamentalmente para apoyar su proceso de formación en la carrera universitaria que ha elegido. El éxito en sus estudios requiere de dedicación, esfuerzo y constancia, los cuales se generan por medio del trabajo en el aula y el desarrollo de otras actividades fuera de ella. En este sentido, tiene en sus manos una herramienta de apoyo didáctico para la organización y retroalimentación de los contenidos del curso.

La guía de Introducción a la **Servicios y Hospedaje I** elaborada por la **Licda. Jenny Marleny Lemus Castillo**, está diseñada a partir de los contenidos que se desarrollarán en el curso y plantea actividades de reflexión, análisis y ejercitación, con el fin de afianzar y ampliar los conocimientos obtenidos.

Es por ello que le motivamos a realizar con mucho entusiasmo cada una de las actividades diseñadas, lo que redundará en un mejor desempeño académico.

M.A. Rosemary Méndez de Herrera

Directora

Departamento Sedes Regionales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Introducción

“Por definición, la Universidad es la comunidad de maestros y estudiantes animados por el mismo amor al saber, que, de modo riguroso y crítico, contribuye a la tutela y al desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural, mediante la docencia, la investigación y el servicio que presta a la sociedad”. Peter-Hans Kolvenbach, S.J.

En el curso de Servicios y Hospedaje I, el estudiante adquirirá los conocimientos técnicos que le ayuden a comprender y poner en práctica una de las áreas más importantes en las operaciones de la Hotelería, nos referimos al Departamento de División Cuartos. Esta división se muestra como eje fundamental en las operaciones de un hotel y contribuye significativamente, en la cadena de valor que se le ofrece al cliente y que marca la línea de excelencia que cada institución quiere alcanzar.

En la presente Guía de aprendizaje encontrará herramientas, actividades, lecturas y una serie de ejercicios que favorecerán el aprendizaje del curso y el aprovechamiento de los contenidos, para seguir creciendo en los significativos temas de la Hotelería y formación para el servicio y la excelencia.

Cabe destacar que la presente Guía debe ser utilizada como apoyo y soporte para comprender el contenido del curso de Servicios y Hospedaje I, pero puede ser complementada con material que el docente considere importante para el aprovechamiento de los temas.

Este material fue estructurado en 4 unidades que buscan proveer al estudiante una base sólida del funcionamiento del departamento de División de Cuartos en un hotel, logrando así que sea capaz de desarrollar sistemas de control, aplicar procedimientos de atención a los huéspedes y el manejo correcto de la gestión y operación de cada una de las áreas, para lograr así la ejecución adecuada y una innovación constante en los servicios que genere una alta satisfacción a los huéspedes.

Deseamos que el presente documento favorezca el aprendizaje del curso y facilite la utilización y práctica de los diferentes temas que se desarrollan en el presente texto, recuerde que esta Guía le apoyará en la enseñanza del contenido, pero no le limitará a profundizar y ampliar los temas en beneficios de nuestros estudiantes y de la Industria Hotelería.

MISIÓN DE LA FACULTAD

“Formar profesionales en la ciencias económicas y empresariales con excelencia académica y valores.”

Nombre del Curso:	Servicios y Hospedaje I
Prerrequisito:	Introducción a la Industria Turística y Hotelera
Ciclo:	Primer Ciclo Académico
Créditos académicos:	2 teóricos y 2 prácticos
Tipo de aprendizaje:	Teórico, conferencias, laboratorios y visitas de campo.
Descripción del curso:	En este curso el estudiante estará expuesto a la teoría y lenguaje técnico que se refiere al área de División Cuartos en la Hotelería. El área de División Cuartos es considerada con el eje fundamental de la operación hotelera y es de vital importancia. Se presentan cada una de las áreas, brindando especial énfasis en Recepción, Reservas, Servicios Uniformados, Teléfonos y Ama de Llaves. Se realizan proyectos de investigación y de aplicación de la teoría, así como hojas de trabajo en el aula.
Objetivo general del curso:	Proveer al estudiante con una base sólida del funcionamiento del departamento de División Cuartos de un hotel logrando así que sea capaz de desarrollar sistemas de control, aplicar procedimientos de atención a los huéspedes y el manejo correcto de la operación en cada una de las áreas. Impulsar al alumno aplicar procedimientos innovadores para la operación del hotel y servicio a los huéspedes.

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METODOLOGÍA	PERÍODOS
DIVISIÓN DE CUARTOS Y DEPARTAMENTO DE RESERVAS 1. Introducción básica a la industria hotelera. 2. Responsabilidades del departamento de División Cuartos. 3. Estructura organizacional de División Cuartos. 4. Software de la propiedad. 5. Revenue management 6. Responsabilidades del departamento de reservas. 7. Estructura organizacional del departamento de reservas. 8. Canales de reservas de habitaciones del hotel. 9. Servicio central de reservas y reservas internas. 10. Manejo de las reservas. 11. Control de reservas. 12. Tecnología del departamento.	Proporcionar al estudiante con una completa perspectiva de la industria hotelera en el mundo de hoy. Retroalimentar los conocimientos básicos de la industria hotelera. Proporcionar al estudiante los conocimientos sobre los objetivos y operación del departamento de reservas de un hotel. Que el estudiante aprenda técnicas de control y terminología actual sobre el proceso de reservas. Que el estudiante aplique los conocimientos aprendidos.	a. Exposición de los temas. b. Creación de una propiedad hotelera. c. Exposición de los temas. d. Práctica de reservas y chequeo de huéspedes en un software hotelero. e. Elaboración del Manual de Funciones y Procedimientos del Departamento de Reservas. f. Entrevista a un gerente de reservas. g. Casos prácticos.	8
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN 1. Gestión de la calidad del servicio 2. Responsabilidades del departamento de recepción. 3. Estructura organizacional del departamento de recepción. 4. Operaciones del día a día en recepción.	Profundizar en el conocimiento de los objetivos y operación del departamento de recepción de un hotel. Que el estudiante conozca la estructura organizacional y funciones del departamento de re-	a. Elaboración del Manual de Funciones y Procedimientos del Departamento de Recepción. h. Práctica de registro de huéspedes y cargos a folios en un software hotelero.	8

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METODOLOGÍA	PERÍODOS
5. Control de disponibilidad de habitaciones. 6. Reportes, tecnología y formatos del departamento. 7. Relaciones con los huéspedes.	cepción y aplique los conocimientos aprendidos.	b. Investigación de tendencias en el servicio de recepción. c. Entrevista a un gerente de recepción. d. Casos prácticos. e. Primer examen parcial y prueba de seguimiento.	
DEPARTAMENTO DE TELÉFONOS Y OTROS 1. Responsabilidades del departamento de teléfonos. 2. Estructura organizacional del departamento de teléfonos. 3. Ofrecimientos de comunicación al huésped. 4. Técnicas telefónicas efectivas. 5. Área de Centro de Negocios (Business Center). 6. Área de Concierge. 7. Área de Piso Ejecutivo. 8. Área de "Lounge" en aeropuerto. 9. Área de Botones. 10. Room Controller 11. Auditor Nocturno	Proporcionar al estudiante de los conocimientos de la operación y funciones de las diferentes áreas de un hotel diseñadas para brindar una alta satisfacción a los huéspedes. Que el estudiante comprenda la importancia de brindar un excelente servicio e innovar los servicios constantemente.	a. Exposición de los temas. b. Investigación de tendencias de servicio. c. Visita de campo para conocer más detalladamente el área de división cuartos de un hotel. d. Segundo examen parcial y prueba de seguimiento.	5
DEPARTAMENTO DE AMA DE LLAVES Y LAVANDERÍA 1. Responsabilidades del departamento de Ama de Llaves. 2. Estructura organizacional del departamento de ama de llaves. 3. Operaciones del día a día en ama de llaves. 4. Control de las habitaciones.	Proporcionar al estudiante la teoría para el conocimiento y aplicación de los procesos y herramientas utilizadas en un departamento de ama de llaves que garantizan el cumplimiento de estándares de operación. Proporcionar al estudiante las herramientas de dirección, motivación y liderazgo para lograr la satisfacción de los empleados.	a. Exposición de los temas. b. Discusión de casos prácticos. c. Investigaciones y exposiciones en grupo. d. Elaboración del Manual de Funciones y Procedimientos del Departamento de Ama de llaves y lavandería. e. Entrevista a un Ama de llaves. f. Presentación del proyecto final. g. Examen final.	8

EVALUACIÓN

Sistemática y periódica a través de del desarrollo del curso, con una distribución de puntos de la forma siguiente:

Asistencia y Puntualidad	10 puntos
Proyecto final	20 puntos
Presentaciones y trabajos en clase	15 puntos
Pruebas de seguimiento	10 puntos
Exámenes parciales	10 puntos
Visitas de campo	5 puntos
Examen Final	30 puntos
TOTAL	100 puntos

Información complementaria

- No se aceptarán trabajos entregados fuera del día.
- Las pruebas coordinadas por ninguna causa se repetirán.
- El ingreso a clases es puntual.
- Comprobaciones, pruebas cortas o visitas de campo se repondrán si existe una justificación congruente y de peso.

Referencias Bibliográficas

Texto (s) Obligatorio(s)

- Vallen, G. K. & J. J. Vallen. (2003). *Check in Check out*. 7^a ed. Prentice Hall.

Textos Adicionales

- Gestión de hoteles, una nueva visión. Gallego, Jesús F. Thomson editores, España
- Hospitality Today an Introduction. 5th ed. Rocco Angelo & Andrew Vladimir. 2004. Educational Institute: American Hotel & Lodging Association.

Referencia

www.rimag.com

www.hotels.com

Cronograma

Unidad	CONTENIDO	SEMANA			
1	1. Introducción básica a la industria hotelera	1			
	2. Responsabilidades del departamento de División Cuartos				
	3. Estructura organizacional de División Cuartos				
	4. Software de la propiedad	5. Revenue Management	2		
				6. Responsabilidades del departamento de reservas	
		7. Estructura organizacional del departamento de reservas	3		
		8. Canales de reservas de habitaciones del hotel			
		9. Servicio central de reservas y reservas internas			
		10. Manejo de las reservas	11. Control de reservas	4	
	12. Tecnología del departamento				
	1. Gestión de la calidad del servicio				5
3. Estructura organizacional del departamento de recepción					
2	4. Operaciones del día a día en recepción	6			
	5. Control de disponibilidad de habitaciones				
	6. Reportes, tecnología y formatos del departamento	7			
	7. Relaciones con los huéspedes				
	3		1. Responsabilidades del departamento de teléfonos	8	
		2. Estructura organizacional del departamento de teléfonos			
		3. Ofrecimientos de comunicación al huésped			
4. Técnicas telefónicas efectivas		9			
5. Área de Centro de Negocios (Business Center)					
6. Área de Concierge		10			
7. Área de Piso Ejecutivo					
8. Área de "Lounge" en aeropuerto		11			
9. Área de Botones					
10. Room Controller		12			
11. Auditor Nocturno					
4	1. Responsabilidades del departamento de Ama de Llaves	13			
	2. Estructura organizacional del departamento de ama de llaves				
	3. Operaciones del día a día en ama de llaves	14			
	4. Planeación				
	5. Operaciones del día a día en ama de llaves	15			
	6. Planeación				
	7. Operaciones del día a día en ama de llaves	16			
	8. Organización				
	9. Operaciones del día a día en ama de llaves	17			
	10. Dirección, Control y Evaluación				
	11. Área de Lavandería	18			
	12. Organización				
	13. Responsabilidades de cada área				
	14. Proceso del lavado				
	15. Área de Lavandería	19			
	16. Tipos de fibras textiles				
	17. Productos químicos				
	18. Remoción de manchas				
	19. Ama de llaves y Mantenimiento	20			

Unidad 1

División de cuartos y Departamento de reservas

Descripción

Esta unidad le permite identificar los diferentes tipos de segmentos y clasificación hotelera, dominar la terminología utilizada dentro de la industria para que a su vez se involucre con la gestión y operación de uno de los departamentos más importantes de un hotel; el de División Cuartos. En esta unidad se tendrá la oportunidad de profundizar en el área de reservaciones y conocer sus diferentes funciones, responsabilidades y su pilar más importante; la tecnología.

Objetivos

Después de la lectura y estudio de la presente unidad, usted podrá:

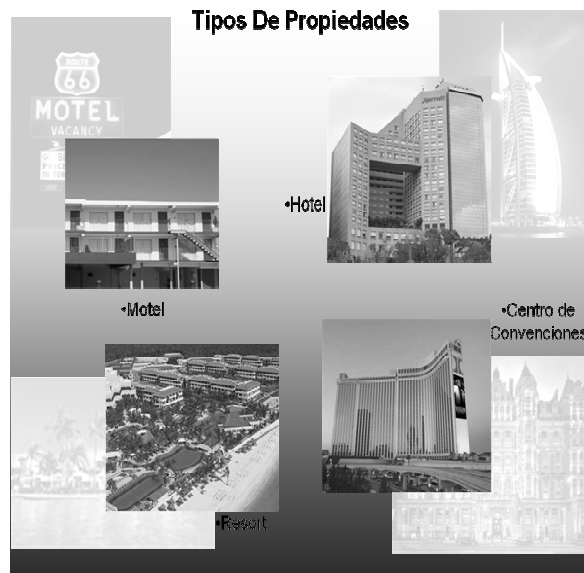
1. Identificar los conocimientos básicos de la industria hotelera.
2. Aprender técnicas de control y terminología actual sobre el proceso de reservas.
3. Conocer el funcionamiento de un sistema de administración de propiedades hoteleras.

Semana 1

Contenidos

- Introducción básica a la industria hotelera
- Responsabilidades del departamento de División Cuartos
- Estructura organizacional de División Cuartos





Departamentos fundamentales en la organización de un hotel

Depende del tamaño del hotel, va a ser la cantidad de personal, el cual también depende de la cantidad de huéspedes y los huéspedes de la cantidad de habitaciones.

Organización de un hotel



Recordemos

La estructura organizacional básica dependerá del volumen de la empresa, de la cantidad y variedad de productos/servicios que ofrezca y de la pertinencia o no a un grupo o cadena hotelera.

- Estructura lineal o militar
- Estructural
- Por comités

División Cuartos

Es el departamento encargado de coordinar los servicios de hospedaje y que tiene como finalidad principal proporcionar al cliente del hotel, desde su arribo las condiciones agradables, cómodas y seguras que él mismo esperaba encontrar.

Estructura organizacional. El organigrama que a continuación se presenta (Fig. 4), se plantea la departamentalización por funciones (según Taylor). De esta forma, se ha planteado para fines de enseñanza, no debiéndose interpretar como el único modelo con aplicación “strictu sensu” a TODA operación Hotelera.

Generalmente se plantea como primer nivel jerárquico a la posición de Gerencia General o Dirección General, seguida de: Contralor General, Gerencia de Ventas, Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia de Mantenimiento, Gerencia de Alimentos y Bebidas, (en algunos casos también la posición de Chef Ejecutivo) y la Gerencia de División Cuartos; al grupo de Gerentes o Directores de Área, se le conoce en la mayoría de los hoteles, como «Comité Ejecutivo».

La siguiente línea de mando se establece a partir de los Jefes Departamentales, Ej. : Jefe(a) de Recepción, Encargado(a) de Teléfonos, etc. Y todos ellos forman él «Comité de Operaciones» .

El área de División Cuartos generalmente comprende los departamentos de: Recepción, Reservaciones, Bell Boys (botones), Ama de Llaves, Teléfonos (pbx) y en algunos casos incluye también a los departamentos de Seguridad, Áreas públicas, Valet parking, Porteros, Concierge, Centro de Negocios y Animación entre otros.



Para efecto de éste estudio ubicaremos los departamentos de: Recepción, Reservaciones, Ama de Llaves, Teléfonos (Pbx), Bell boys (botones) y Seguridad. De esta forma encontramos como primer nivel inmediato inferior a los/las Gerentes, Jefes o encargados(as) de estos departamentos, quienes deberán reportarse directamente con el Director o Gerente del Área de División Cuartos.

IMPORTANTE

La atención al cliente y la excelencia en el servicio

Una de las bases del éxito de las Empresas, como ya es sabido, radica en la Calidad que sus productos y/o servicios puedan ofrecer. Y más importante aún, es el seguimiento que se le dé a las sugerencias y/o quejas que se reciban; así como las estrategias que se vayan implementando encaminadas a cubrir las expectativas del cliente.

Todo esto obviamente, no puede ser posible si el personal en general no está abocado y con la convicción del compromiso de ofrecer un Servicio Excelente o sea, adoptar una Cultura de Servicio.

Cabe señalar que debemos identificar y estar conscientes que a lo largo de estas cadenas de Servicio, encontramos Clientes Internos y Clientes Externos (Proveedores Internos y Proveedores Externos). De esta forma el Gerente de División Cuartos es un cliente y proveedor interno del Gerente General y al mismo tiempo, el propio Gerente de División Cuartos es cliente y proveedor interno del Jefe de Ama de Llaves y así sucesivamente.

Luego entonces, es oportuno citar: “Trata a los demás como te gustaría ser tratado” y, aplicado a éste caso específico, “Trata a tu Cliente como te gustaría ser tratado”... estamos hablando de practicar activamente la EMPATÍA. En consecuencia, se involucra un sinnúmero de obvias virtudes como: Honradez, Solidaridad, Preocupación hacia el prójimo, Espíritu de sacrificio y Trabajo en equipo, entre otras.

Desde tiempos ancestrales se ha comprobado que el Trabajo en equipo ha permitido librar muchos obstáculos y, de hecho, en la actualidad simplemente lo hemos seguido comprobando cuando vemos la unión de varias personas que van en la búsqueda de algún logro o algún tipo de ayuda como por ejemplo en las catástrofes naturales. Y si esta unión la guiamos para cubrir las expectativas de los clientes, sin lugar a dudas, es posible dirigir el esfuerzo común en este sentido.

Lectura

Lectura en parejas dentro del aula:

World-wide the hotel industry

A hotel is an establishment that provides paid lodging, usually on a short-term basis. Hotels often provide a number of additional guest services such as a restaurant, a swimming pool or childcare. Some hotels have conference services and meeting rooms and encourage groups to hold conventions and meetings at their location.

Hotels differ from motels in that most motels have drive-up, exterior entrances to the rooms, while

hotels tend to have interior entrances to the rooms, which may increase guests' safety and present a more upmarket image.

In Australia, a hotel may also be an establishment that serves alcoholic drinks, and usually meals in a casual setting but which does not necessarily provide accommodation. This type of establishment would more usually be called a pub or bar in other countries.

In India, the word may also refer to a restaurant since the best restaurants were always situated next to a good hotel.

Services and facilities

The word *hotel* derives from the French *hôtel*, which referred to a French version of a townhouse or any other building seeing frequent visitors, not a place offering accommodation (in contemporary usage, *hôtel* has the meaning of "hotel", and *hôtel particulier* is used for the old meaning). The French spelling (with the circumflex) was once also used in English, but is now rare. The circumflex replaces the 's' once preceding the 't' in the earlier *hostel* spelling, which over time received a new, but closely related meaning.

Basic accommodation of a room with only a bed, a cupboard, a small table and a washstand has largely been replaced by rooms with en-suite bathrooms and, more commonly in the United States than elsewhere, climate control. Other features found may be a telephone, an alarm clock, a TV, and broadband Internet connectivity. Food and drink may be supplied by a mini-bar (which often includes a small refrigerator) containing snacks and drinks (to be paid for on departure), and tea and coffee making facilities (cups, spoons, an electric kettle and sachets containing instant coffee, tea bags, sugar, and creamer or milk).

Some hotels offer various combinations of meals as part of a room and board arrangement. These are often advertised as:

European Plan	no meals are included, or only a minimal breakfast
American Plan	all meals included (full board)
Modified American Plan	option of breakfasts and dinners

In the United Kingdom a hotel is required by law to serve food and drinks to all comers within certain stated hours; to avoid this requirement it is not uncommon to come across "private hotels" which are not subject to this requirement.

However, in Japan the capsule hotel supplies minimal facilities and room space.

Classification



A View of H.Top Calella Palace in Spain.

The cost and quality of hotels are usually indicative of the range and type of services available. Due to the enormous increase in tourism worldwide during the last decades of the 20th century, standards, especially those of smaller establishments, have improved considerably. For the sake of greater comparability, rating systems have been introduced, with the one to five stars classification being most common.

Boutique hotels

"Boutique Hotel" is a term originating in North America to describe intimate, usually luxurious or quirky hotel environments. Boutique hotels differentiate themselves from larger chain or branded hotels by providing an exceptional and personalized level of accommodation, services and facilities. Because of their financial successes in the most recent past, there have been attempts to create chains have adopted the "boutique" look and feel. In the US this trend was started by the "W" hotel chain in the 1990s and most recently this trend can be observed in chains as "aloft", "NYLO", "Hyatt Place" and others. Through this corporate adaptation of the concept the term "boutique" also changed and more recently hoteliers prefer to use the term "lifestyle hotels" to get away from the above mentioned quirky image.

Boutique hotels are sometimes furnished in a themed, stylish and/or aspirational manner. Although usually considerably smaller than a mainstream hotel (ranging from 3 to 100 guest rooms) boutique hotels are generally fitted with telephone and wi-fi Internet connections, honesty bars and often cable/pay TV. Guest services are attended to by 24 hour hotel staff. Many of the boutique hotels have on site dining facilities, and the majority offer attractive bars as well as lounges which may also be open to the general public.

Of the total travel market a small percentage are discerning travelers, who place a high importance on privacy, luxury and service delivery. This mar-

ket is typically price insensitive (made up of both high end leisure and corporate travelers), non-seasonal, high-yielding and repeat, and therefore one which boutique hotel and other high-end operators target as their primary source of income

Motels

There is no hard and fast rule differentiating motels from other hotels, although the word *motel* suggests that it is aimed at motorists. This may simply mean that it is a hotel with good access to the road network (on a motorway or ring road) so that a long car journey need not be interrupted for long by town-centre traffic. In other cases the designation is simply an attempt to make the most of a poor location inconvenient for town-centre services and attractions. Classically, though, a *motel* is a hotel which is made convenient for people who, for whatever personal reason, wish to be able to have quick access from the outside world (especially from their parked car) to the hotel room - without passing the scrutiny of a receptionist or fellow guests. This is usually arranged by having rooms (sometimes in individual chalets or even trailers) arranged around the car park with room doors opening directly to the outside rather than to an internal corridor.

Historic hotels



Hotel Astoria and a statue of Tsar Nicholas of Russia in front, in Saint Petersburg

Some hotels have gained their renown through tradition, by hosting significant events or persons, such as Schloss Cecilienhof in Potsdam, Germany, which derives its fame from the so-called Potsdam Conference of the World War II allies Winston Churchill, Harry Truman and Joseph Stalin in 1945. The Taj Mahal Palace & Tower in Mumbai is one of India's most famous and historic hotels because of its association with the Indian independence movement. Other establishments have given name to a particular meal or beverage, as is the case with the Waldorf Astoria in New York City, USA, known for its *Waldorf Salad* or the Raffles Hotel in Singapore, where the drink *Singapore Sling* was invented. Another example is the Hotel Sacher in Vienna Austria, home of the *Sachertorte*

or even the Hotel de Paris where the crêpe Suzette was invented.



Hotel Ritz in Paris

There are also hotels which became much more popular through films like the Grand Hotel Europe in Saint Petersburg, Russia when James Bond stayed there in the blockbuster *Goldeneye*. Cannes hotels such as the Carlton or the Martinez become the center of the world during Cannes Film Festival (France).

A number of hotels have entered the public consciousness through popular culture, such as the Ritz Hotel in London, UK ('Putting on The Ritz'), the Algonquin Hotel in New York City with its famed Algonquin Round Table and Hotel Chelsea, also in New York City, subject of a number of songs and also the scene of the stabbing of Nancy Spungen (allegedly by her boyfriend Sid Vicious). Hotels that enter folklore like these two are also often frequented by celebrities, as is the case both with the Ritz and the Chelsea.

Unusual hotels

Many hotels can be considered destinations in themselves, by dint of unusual features of the lodging and/or its immediate environment:



The first of the Aiaiu towers

Treehouse hotels

Some hotels, such as the Costa Rica Tree House in the Gandoca-Manzanillo Wildlife Refuge, Costa Rica, or Treetops Hotel in Aberdare National Park, Kenya, are built with living trees as structural elements, making them treehouses.

The Ariau Towers near Manaus, Brazil is in the middle of the Amazon, on the Rio Negro. Bill Gates even invested and had a suite built there with satellite internet/phone. Another hotel with treehouse units is Bayram's Tree Houses in Olympos, Turkey. Another ecological treehouse hotel is in the natural reserve at Rio Claro, Antioquia, (Colombia).

Cave hotels



A state hotel in Cienfuegos, Cuba

Desert Cave Hotel in Coober Pedy, South Australia and the Cuevas Pedro Antonio de Alarcón (named after the author) in Guadix, Spain, as well as several hotels in Cappadocia, Turkey, are notable for being built into natural cave formations, some with rooms underground.

Capsule hotels

Capsule hotels are a type of economical hotels that are quite common in Japan. Recently there has been a gain in popularity of these types of hotels in Europe as well, although more space and luxury have been allocated. Examples are Yotel, citizenM hotels and Qbic Hotels.

Ice hotels

Ice hotels, such as the Ice Hotel in Jukkasjärvi, Sweden, melt every spring and are rebuilt out of ice and snow each winter.

Snow hotels

The Mammut Snow Hotel in Finland is located within the walls of the Kemi snow castle, which is the biggest in the world. It includes The Mammut Snow Hotel, The Castle Courtyard, The Snow Restaurant and a chapel for weddings, etc. Its furnishings and decorations, such as sculptures, are all made of snow and ice.

A hotel which offers similar accommodation is the Lainio Snow Hotel in Lapland, near Ylläs, Finland.

Garden hotels

Garden hotels, famous for their gardens before they became hotels, includes Gravetye Manor, the home of William Robinson and Cliveden, designed by Charles Barry with a rose garden by Geoffrey Jellicoe.

Underwater hotels

As of 2005, the only hotel with an underwater room that can be reached without Scuba diving is Utter Inn in Lake Mälaren, Sweden. It only has one room, however, and Jules Undersea Lodge in Key Largo, Florida, which requires Scuba diving, is not much bigger.

Hydropolis is an ambitious project to build a luxury hotel in Dubai, UAE, with 220 suites, all on the bottom of the Persian Gulf, 20 meters (66 ft) below the surface. Its architecture will feature two domes that break the surface and an underwater train tunnel, all made of transparent materials such as glass and acrylic.

Other unusual hotels

The Library Hotel in New York City is unique in that its ten floors are arranged according to the Dewey Decimal System.

The Rogers Centre, formerly SkyDome, in Toronto, Canada was the first sports stadium to have a hotel connected to it, with 70 rooms overlooking the field. West Ham United F.C. in the UK now has a hotel with rooms that overlook the pitch and sometimes double as executive boxes for important games, as does Coventry City's Ricoh Arena.

The Burj al-Arab hotel in Dubai, United Arab Emirates, built on an artificial island, is structured in the shape of a sail of a boat.

The RMS Queen Mary in Long Beach, California is the only 1930s ocean liner still in existence. Its elegant first-class staterooms are now used as a hotel.

World-record setting hotels

Tallest

The tallest hotel in the world is thought to be the Burj al-Arab in Dubai, United Arab Emirates, at 280 metres, which however will soon be surpassed by the nearby Rose Rotana Suites at 333 meters (1,091 ft). The Ryugyong Hotel in Pyongyang was intended to

reach 330 meters (1,083 ft), but is unlikely to be completed; it has been under construction since 1987 and was abandoned in 1992. The Baiyoke Sky Hotel in Bangkok, Thailand has a building height of 309 meters, but rooms do not go all the way to the top.

The highest hotel rooms are in the *Grand Hyatt* in the Jin Mao Building in Shanghai, the highest floor being at around 350 m.

Largest

The largest hotel in the world is the MGM Grand Las Vegas in Las Vegas, Nevada, USA with a total of 6,276 rooms as of December 20, 2006. On December 18, 2006 Guinness World Records listed the First World Hotel in Genting Highlands, Malaysia^[2] as the world's largest hotel. It has a total of 6,118 rooms and is part of the Genting Highlands Resort and Casino. The First World Plaza which is joined to the two hotel towers boasts 500,000 square feet (50,000 m²) of indoor theme park, shopping centres, casino gaming areas, and eateries. Previously, Guinness had listed the MGM Grand Las Vegas in Las Vegas, Nevada, USA with 5,005 rooms as the largest hotel in the world. In the past, other hotels have held the title of largest hotel in the world, in terms of the number of rooms. Some of these include the Rossiya Hotel near Moscow's Red Square, and the Ambassador City Jomtien in Pattaya, Thailand. Other large hotels being considered for development that may one day take the title are in Penang, Malaysia and Macau.

Oldest

According to the Guinness Book of World Records, the oldest hotel still in operation is the Hoshi Ryokan, in Awazu, Japan. It opened in 717, and features hot springs.

Hotel occupations



Oberoi Hotel, Delhi, India.

The owner, chairman, or CEO of a hotel or hotel group is known as a *hotelier*.

The front desk, reservations, housekeeping, security, or loss prevention, valet parking, transportation, uniformed services (which may refer to bellmen, doormen, and even concierge) food and beve-

rage, accounting, sales, marketing, catering, audio visual, and engineering or maintenance are common departments of a mid or large sized hotel.

The night auditor role falls within the front desk department but also carries some of the responsibilities of the accounting department.

The engineering staff takes care of building repairs and up keep of HVAC systems, plumbing, fire sprinkler systems, chillers, cooling towers, pool and spa if applicable, lights, breakers, door locks, C.P.R., laundry machines, kitchen walk ins, ice machines, building air handlers, room repairs and upkeep.

Hotel chains

A hotel chain is a collection or grouping of hotels under one recognizable brand operated by a management company. Best Western International claims to be the largest hotel chain in the world, in terms of the number of properties.

Living in hotels

The American billionaire Howard Hughes lived much of his life in hotels. He moved with his entourage from hotel to hotel and from Beverly Hills to Boston before deciding to move to Las Vegas and become a casino baron. Less than a month after his November 27, 1966 arrival, Hughes made a public offer to buy the Desert Inn. The hotel's 8th floor became the nerve center of his empire and the 9th floor penthouse became Hughes' personal residence. Hughes moved to the Bahamas, Vancouver, London and several other locations – always taking up residence in the top floor penthouse of the hotel. Between 1966 and 1968, he also purchased several other hotel-casinos from the Mafia: Castaways, New Frontier, The Landmark Hotel and Casino, Sands and Silver Slipper.

Coco Chanel made the Hotel Ritz in Paris her home for more than thirty years, until the day of her death, at 87, in a suite now named "Coco Chanel Suite".

King Peter II of Yugoslavia spent much of the Second World War at Claridge's, a hotel in London. His son, Aleksandar Karadorđević, was born in the hotel.

Prince Felix Yusupov lived in the Hotel Melia Vendôme Paris in Paris.

Sultan Said Bin Taimur of Muscat lived at Dorchester Hotel in London after he was deposed by Qaboos of Oman in 1970, he died in the hotel in 1972.

Eleftherios Venizelos, Greek statesman and diplomat, lived in the Hôtel Ritz Paris while he was in exile in France from 1935-1936.

Actress Elaine Stritch lives at the Carlyle Hotel in New York City.

Magician Criss Angel lives at the Luxor Hotel in Las Vegas, Nevada. As of late 2006 - present in the Presidential suite.



Hotel Leningradskaya in Moscow.

An Apartment Hotel (also ApartHotel, Apart Hotel and Apart-Hotel) is a type of accommodation, described as "a serviced apartment complex that uses a hotel style booking system". It is similar to renting an apartment, but with no fixed contracts and occupants can 'check-out' whenever they wish.

Apartment hotels are flexible types of accommodation; instead of the rigid format of a hotel room an apartment hotel complex usually offers a complete fully fitted apartment. These complexes are usually custom built, and similar to a hotel complex containing a varied amount of apartments. The length of stay in these apartment hotels is very varied with anywhere from a few days to months or even years. Prices tend to be cheaper than hotels. The people that stay in apartment hotels use them as a home away from home, therefore they are usually fitted with everything the average home would require.

A bed and breakfast, referred to also as a B&B or BB and spelled sometimes as bed-and-breakfast, used to be considered almost exclusively as a type of boarding house typically operating out of a single family residence, condominium, or townhome.

In some countries many of this type of accommodation are known as Guesthouses (or 'Guest Houses'), these can be identical to B&B's but tend, generally, to be larger and often have more separated facilities from those of the owner family, this varies though even within the same town or city. Bed and breakfasts typically are homeowner-run operations, and can include historical or multi-owner commercial properties with one bedroom to rent upwards of twenty rooms that more closely resemble the traditional definition of an "inn". One thing most of the properties have in common is a focus on customer service, individually decorated rooms, and a home-cooked-style breakfast.

Hostels provide accommodation where guests can rent a bed, sometimes a bunk bed in a dormitory and share a bathroom, kitchen and lounge. Rooms can be mixed or single-sex, although private rooms may also be available. Hostels are generally cheaper for both the operator and the occupant; many hostels employ their long-term residents as desk clerks in exchange for free accommodation.

An effort should be made to distinguish between establishments that provide longer term accommodation (often to specific classes of clientèle such as nurses, students, drug addicts, arrested persons subsequently bailed to await trial and homeless people where the hostels are sometimes run by Housing Associations and charities) and those offering short term accommodation to travellers or backpackers.

Within the 'traveller' category another distinction can be drawn between hostels that are members of Hostelling International (HI), a non-profit organization encouraging outdoor activities and cultural exchange for the young, and commercial independent hostels. Hostels for travellers are sometimes called backpackers' hostels, particularly in Australia and New Zealand (often abbreviated to just backpackers).

Hostal is a Spanish word for a category of lodging. Hostales tend to be somewhat nicer than youth hostels, but cheaper and more personal than hotels. Hostals normally provide a bar and/or a restaurant/cafeteria where drinks and food is offered, to guest and locals alike. Over all many, but not all, hostales are focusing on not only their temporary guests staying at the hostel, but also on locals living in the area all year around, to a wider extent than most youth hostels and hotels do. Accommodations typically include private bedrooms, some-

times combined with backpacker dormitories and/or apartments with possibility to rent either short or long term, and linens and towels are usually provided, unless it is a long term apartment rental. Then they are considered resident, and can sort themselves out, also meaning no cleaning or other services. Guests may sometimes share a common bathroom, but in contrast to youth hostels many hostales can provide a number of rooms with en suite bathroom. Hostales are common in Spain and may also be found in Mexico, Central and South America. They are often family-run and may provide a friendlier and less formal atmosphere than a hotel.

Hostal-residencias are the same as hostals but in general, but not always, without a cafeteria or other place where you can eat

A luxury resort, sometimes referred to as an exclusive resort, is a very expensive vacation facility which is fully staffed and has been rated with five stars. Luxury resorts often boast many visitor activities and attractions such as golf, watersports, spa and beauty facilities, skiing, natural ecology and tranquility. Because of the extent of amenities offered, a luxury resort is also considered a destination resort.

A luxury resort is an elite luxury property which exhibits an exceptionally high degree of customer service and hospitality. A flawless execution of guest services will be the resort staff's and management's main concern. A luxury resort will commonly also feature a superb architectural interior and exterior design as well as an interesting physical location.

The interior design will normally be elegant with stylish bedroom decor, exceptional dining facilities, and manicured landscaping and meticulous grounds. Luxury resorts will often also be in based in exceptionally desirable and strategic worldwide locations, from beautiful tropical islands, to snow caked mountains, to scenic lakes and rivers, to exhilarating cities. The locations will often be famous for featured activities from skiing to golf, water spots, diving, fishing, sailing and nature walks to glamorous shopping and nightlife entertainment.

A luxury resort may vary greatly in character, style and theme from resort to resort. A luxury resort will, however, normally be characterized by a high level of luxury, sophistication and, of course, price. Accommodations are first class, whether they follow a classic and traditional nature or a more minimalist and modern styling. An unmatched level of

comfort will be available at a luxury resort, as well as many personalized services and amenities.

Entering dictionaries after World War II, the word motel (portmanteau of "motor" and "hotel" or "motorists' hotel") referred initially to a single building of connected rooms whose doors face a parking lot and/or common area or a series of small cabins with common parking. Their creation was driven by increased driving distances on the United States highway system that allowed easy cross-country travel.

A resort is a place used for relaxation or recreation, attracting visitors for holidays or vacations. Resorts are places, towns or sometimes commercial establishment operated by a single company. Such a self-contained resort attempts to provide for most of a vacationer's wants while remaining on the premises, such as food, drink, lodging, sports, entertainment, and shopping. The term "resort" sometimes is misused to identify a hotel that does not provide the other amenities required of a full resort. However, a hotel is frequently a central feature of a resort, such as the Grand Hotel at Mackinac Island, Michigan. A resort is not merely a commercial establishment operated by a single company, although in the late twentieth century this sort of facility became more common.

Towns that contain resorts—or where tourism or vacationing is a major part of the local activity—are often called resort towns. Towns such as Sochi in Russia, Newport, Rhode Island or St. Moritz, Switzerland, or larger regions, like the Adirondack Mountains or the Italian Riviera are well known resorts. The Walt Disney World Resort is a prominent example of a modern, self-contained commercial resort. Resorts exist throughout the world, increasingly attracting visitors from around the globe. Thailand, for instance, has become a popular destination. Resorts are especially prevalent in Central America and the Caribbean. Closely related to resorts are convention and large meeting sites. Generally these occur in cities where special meeting halls, together with ample accommodations as well as varied dining and entertainment are provided.

A serviced apartment is a type of furnished, self-contained apartment designed for short-term stays, which provides amenities for daily use.

Serviced apartments can be less expensive than equivalent hotel rooms. Since the beginning of the boom in cheap international travel and the corresponding increase in the level of sophistication of

international travellers, interest in serviced apartments has risen at the expense of the use of hotels for short stays.

Since the dot-com crash, company budgets have been squeezed and since when staying in a hotel one is paying for facilities such as restaurants and bars which are often not needed, many companies have switched their accommodation budgets to serviced apartments.

Comprensión de Lectura

Responda a las siguientes preguntas individualmente en su texto paralelo.

1. Some hotels offer various combinations of meals as part of a room and board arrangement. What do mean when they offer a European plan?

2. Name one of the unusual hotels and give a little description of it?
3. The Burj al-Arab hotel in Dubai, United Arab Emirates, is it:
 - a. The largest in the world
 - b. The tallest in the world
 - c. The oldest in that country
4. How do you call an establishment that provides a paid lodging?
5. What other meaning does the word "Hotel" has in India?

Lectura

Terminología

Daremos como terminología todas las expresiones que se manejan como "argot" en la mayoría de los departamentos, así como la fraseología más común utilizada en los hoteles.

Término	Descripción
Adjoining room	Habitaciones contiguas, pero sin conexión interna
Allotment	Número determinado de habitaciones comprometidas con Agencias u Operadoras que han establecido un contrato con el hotel para éste efecto
Amenities	Suministros, amenidades o productos que brindan mayor comodidad o facilidades dentro de la habitación al huésped
Back of the house	Personal, departamentos o áreas de servicio que no están expuestas al público
Best available	Compromiso moral o escrito por parte el hotel para ofrecer la mejor habitación disponible en el momento de la llegada del cliente cubriendo la tarifa correspondiente
Briefing	Información que se proporciona a los huéspedes de recién ingreso, sobre los horarios y áreas de servicio del hotel, o bien, sobre qué hacer y a dónde ir en la ciudad
Candado	Letrero que se coloca en el picaporte de la puerta de la habitación indicando "no molestar" o "servicio de limpieza"
Cierre	Datos que corresponden al % de ocupación, tarifa promedio, total de cuartos, total de ingresos, etc. Que son reportados en la Auditoria Nocturna
Cuartos / noche	Esta expresión, utilizada para fines estadísticos, se refiere a una medida que permite cuantifi-

Término	Descripción
	car el volumen total de habitaciones (cuartos) ocupadas y/o disponibles
Cuenta Maestra	Son cuentas especiales que se abren en Recepción para llevar el control de consumos de los grupos, o eventos en el caso de Convenciones
Cut off date	Fecha límite que se asigna para reportar depósitos o "Rooming List" en los casos de Allotment o Grupos
Cut off time	Hora límite que se establece generalmente para las reservaciones sin garantía; por lo general se anulan a las 18:00 hrs. del día de llegada
Charter	Transporte que se renta en forma exclusiva para un Operador o Grupo, con el objeto de facilitar su traslado por lo general fuera de los horarios y rutas comerciales
Check in	Entrada o Registro individual o de grupo
Check out	Salida individual o de grupo
Check in time	Horario establecido para realizar la entrada o registro, generalmente se establece entre las 13:00 y las 15:00 hrs., dando tiempo al personal de Ama de Llaves para la entrega de habitaciones limpias
Check out time	Horario establecido para realizar la salida o entrega de la habitación; regularmente vence la habitación entre las 11:00 y las 13:00 hrs
Daily	Reporte en el que se concentra la información que reporta Auditoría nocturna y se reparte a cada miembro del Comité Ejecutivo
Discrepancia	Es aquella diferencia de información que se obtiene al hacer un comparativo del reporte de Ama de Llaves contra la información existente al momento de su entrega al departamento de recepción
Forecast	Pronóstico de Ocupación
Front desk	Mostrador o Recepción
Hospitality room	Lugar o habitación destinada a ofrecer algunas facilidades para los huéspedes que están en espera de su check in o check out
Lost and found	Departamento o bitácora cuya función es localizar y tomar reportes de objetos extraviados, así como dar el seguimiento correspondiente
Master key	Llave Maestra: Llave programada para abrir todas las puertas de las habitaciones. (Puede también haber llave general para ciertas áreas o secciones, o con restricción cuando se encuentre la habitación con pasador interno)
No show	Reservación garantizada cuyo titular no llegó a registrarse. Procedimiento de cargo por tener garantía y no haber hecho acto de presencia
Over stay	Llamado también: "colgados", son huéspedes que sin aviso a recepción deciden prolongar su estancia o su salida tarde
Pax	Pasajero, persona
Rack	Dispositivo que contiene la información de cada huésped o habitación; existen dos tipos: alfabético y numérico y en algunos casos su estado es actualizado en forma simultánea como respaldo para la información que se ingresa en la computadora, cuando ésta falla
Rollaway bed	Cama extra o adicional
Room service	Servicio de alimentos y bebidas que se ofrece para las habitaciones
Rooming List	Lista de acomodo de los participantes de un grupo
Run of the house (room)	Habitación disponible que se asigna a la llegada de individuales o grupos, generalmente no suite
Sábana o Reporte nocturno	Reporte que contiene la información del día detallada: tarifas, planes, datos y movimientos de cada huésped y cada centro de consumo
Skipper	Cliente que se retira del hotel sin aviso para evitar el pago de su cuenta total o parcial.
Sobre venta	Es cuando el hotel vende más habitaciones de las que tiene disponibles y es necesario enviar a algunas de las reservaciones a otros hoteles de similares características para evitar molestias o demandas.

Término	Descripción
Tent cards	Elementos de publicidad que sirven para anunciar o promover eventos y servicios; son colocados en posición vertical, ya sea en forma de caballete o trifoliar.
Tip	Propina
Turnaway	Persona que a pesar de tener reservación, tiene que ser enviada a otro hotel por motivo de sobre venta.
Understay	Huésped que se retira del hotel antes de la fecha reservada, se conoce también como “salida adelantada”.
Up grade	Otorgar una categoría arriba de la tarifa cubierta, previa autorización del jefe correspondiente.
Up date	Actualización de datos.
VIP (very important person)	Clasificación para algunas personas que tiene una importancia interna o que se solicita una mayor atención, generalmente para Altos ejecutivos de la compañía o personalidades de Cuentas comerciales o del Gobierno.
Walk in	Ciente que llega al hotel por sí mismo, sin reservación o intermediario.
Wake up call	Llamada de despertador: Solicitud que hace el huésped para que sea despertado. (Ya sea a Teléfonos o a Recepción).

Hoja de trabajo

Instrucciones. Unir con una línea la terminología con el concepto correcto

Rack	Reservación garantizada cuyo titular no llegó a registrarse. Procedimiento de cargo por tener garantía y no haber hecho acto de presencia
Skipper	Llamado también: “colgados”, son huéspedes que sin aviso a recepción deciden prolongar su estancia o su salida tarde
Run of the house (room)	Dispositivo que contiene la información de cada huésped o habitación; existen dos tipos: alfabético y numérico y en algunos casos su estado es actualizado en forma simultánea como respaldo para la información que se ingresa en la computadora, cuando ésta falla
Over stay	Cama extra o adicional
Sobre venta	Servicio de alimentos y bebidas que se ofrece para las habitaciones
Turnaway	Lista de acomodo de los participantes de un grupo
No show	Habitación disponible que se asigna a la llegada de individuales o grupos, generalmente no suite
Sábana o Reporte nocturno	Reporte que contiene la información del día detallada: tarifas, planes, datos y movimientos de cada huésped y cada centro de consumo
Room service	Ciente que se retira del hotel sin aviso para evitar el pago de su cuenta total o parcial.
Rollaway bed	Es cuando el hotel vende más habitaciones de las que tiene disponibles y es necesario enviar a algunas de las reservaciones a otros hoteles de similares características para evitar molestias o demandas.

Hoja de trabajo

Instrucciones:

1. Dividir la clase en tres grupos.
2. Cada grupo deberá desarrollar el organigrama que corresponda según la propiedad que se le indique:
 - a. Grupo 1: Hotel boutique de 15 habitaciones dirigido y administrado por la propietaria
 - b. Grupo 2: Hotel de lujo de ciudad conformado por un comité ejecutivo

- c. Grupo3: Hotel Resort conformado por comités
3. Al finalizar, cada grupo debe presentar y explicar al resto de la clase su organigrama.

Actividades para casa

Tarea

Instrucciones. Con base a la clasificación y segmentación hotelera vista en clase, se le pide determinar ejemplos de propiedades reales y justificar su segmentación y tipo de propiedad.

Por tipo de propiedad: <ol style="list-style-type: none"> Resort Motel Centro de convenciones 	Por segmentación: <ol style="list-style-type: none"> Hotel primera clase Hotel económico o popular Hotel de Lujo
--	---

Semana 2

Contenidos

- Software de la propiedad
- Revenue Management

Conceptos importantes

1. *Software de la propiedad*: orientado a facilitar la tarea de administración y operación de habitaciones de los huéspedes, dándole al personal una herramienta ágil, moderna y eficiente.
2. *Revenue Management*: busca optimizar el ingreso del hotel a través del mejor REVPAR posible.
3. *REVPAR* (revenue per available room): reporte que determina el ingreso por cada cuarto disponible en el hotel.

Ejemplo de REVPAR:

Usted es el (la) revenue management del Hotel Princess de Barcelona, el cual cuenta con 125 habitaciones. En la reunión diaria del jueves 8 de mayo con los ejecutivos, el Gerente General le pide que le indique lo siguiente:

- a. ¿Qué día de la primera semana de Mayo se tuvo el mejor REVPAR? *día 7*
- b. ¿Cuál es el REVPAR de los 5 primeros días del mes? *460.62*
- c. ¿Cuál es la tarifa promedio de los 7 primeros días del mes de Mayo? *\$749.56*

Para responder lo anterior, usted sabe que debió realizar el informe del REVPAR por lo que a continuación se le presenta la información:

Mes: Mayo 2010

Día	Ingreso	Ocupación	Habs. ocupadas	Tarifa Promedio	REVPAR
1	78000	80%	100	780	624
2	56560	46%	57.5	983.65	452.48
3	67090	59%	73.75	909.69	536.72
4	51200	85%	106.25	481.88	409.6
5	35035	20%	25	1401.4	280.28
6	48590	69%	86.25	536.36	388.72
7	86090	92%	115	748.61	688.72
TOTALES	422565	64%	563.75	749.56	482.93

- Hab. Ocupadas: habitaciones disponibles * % de ocupación
- Tarifa Promedio: Ingreso/habitaciones ocupadas
- REVPAR: ingreso/habitaciones disponibles
- Total Ingresos: Σ de todos los ingresos
- Total % de ocupación: promedio de todos los % de ocupación
- Total de hab. ocupadas: Σ de todas las habitaciones ocupadas
- Total tarifa promedio: Σ ingresos/ Σ habitaciones ocupadas
- Total REVPAR: Σ ingresos/(habitaciones disponibles * número de días solicitados)

Ejercicio

En la reunión diaria del martes 8 de junio con el Comité Ejecutivo, el Gerente General del Hotel Clarion que cuenta con 225 habitaciones le pide que le indique el REVPAR de los días que llevan al mes:

- a. ¿Qué día de la primera semana de Junio se tuvo el mejor REVPAR? _____
- b. ¿Cuál es el REVPAR de los 5 primeros días del mes? _____
- c. ¿Cuál es la tarifa promedio de los 7 primeros días del mes de Junio? _____

Para responder lo anterior usted sabe que debió realizar el informe del REVPAR por lo que a continuación se le presenta la información:

Mes: Junio 2010

Día	Ingreso	Ocupación	Habs. ocupadas	Tarifa Promedio	REVPAR
1	67090	59%			
2	48590	69%			
3	78000	80%			
4	51200	85%			
5	86090	92%			
6	56560	46%			
7	35035	20%			
TOTALES					

Tarea

Descargar el sistema GABILOS en su computadora personal para familiarizarse con un software de la propiedad hotelera.

Este sistema es gratuito por lo que puede descargarlo sin ningún costo, ni dificultad, solamente siga las instrucciones que a continuación se le indican:

1. Ingresar a la siguiente página web: www.gabilos.com
2. Ingresar a la opción de **Demos y Cursos**
3. Ingresar a **Descargar Demos**
4. Elegir el demo **Gestión de Hotel**
5. Al dar **Ejecutar** siga las instrucciones que le indica el mismo programa hasta llegar a la opción de **Finalizar**.

Al ingresar al sistema Gabilos se le recomienda familiarizarse con el mismo ya que durante todo el curso se desarrollaran diferentes ejercicios que abarcan las diferentes áreas de División Cuartos.

Lectura**Good News Formula For RevPar in 2009 - By Doug Kennedy**

With all the bad economic news in the media lately, and with most industry experts expecting RevPar to drop by as much as 5%-10% here in 2009, there are few if any hotels that are projecting a good financial performance this year. Yet in the real world it's a great time to remember that as with life in general, success in the hotel industry is an 'I'll See It When I Believe It' opportunity, not the opposite! If

you as a hotel leader still believe it's possible to have a reasonably solid year even in the face of declining demand, here's a good news formula for you to consider as you think about RevPar for next year.

Let's take a look at a model for the 'Anytown Hotel' as an example. Currently, this hotel has a transient average rate of \$100 and a transient average stay of 1.5 nights, so each reservations inquiry generates \$150 in revenue. Let's say this hotel current converts 30% of its reservations inquiry calls. For every 100

calls, they would convert 30 reservations, thus generating \$4,500.

Now let's say that this hotel experiences a 5% decline in call volume, yet their transient sales team is able to increase call conversion by the same 5%. So out of 95 calls the hotel would convert 33.25 reservations, thus generating \$4,987.50. Not bad.

Let us now assume the expert's worst expectations prove out and this hotel experiences a drop of 10% in inquiry calls, yet the team is more focused than ever and is able to increase call conversion by 10% to now convert 40% of inquiries. This scenario would be excellent news actually. Although the hotel now only received 90 calls, they were able to convert 36, for a grand total of \$5,400.

These model formulas don't even factor in the RevPAR impact of an effective upselling program, which will move the potential opportunity even higher.

However the base numbers in the formula work out for your actual hotel or call center, the main takeaway here is that plenty of hotels can and will have good - if not stellar - financial years in 2009. Those that do will achieve it through hard work, focus, and a true team effort to maximize the return on each and every reservations inquiry. Plenty of other hotels will continue doing exactly what they have done in the past, and these organizations will likely experience exactly what the experts are predicting, which is an off year that is down 5-10%. If you're looking to help your team maximize their call conversions while at the same time to become more proficient at upselling and revenue optimization, here are some considerations for your future planning sessions and training meetings:

Start listening in to what your reservations agents are saying daily. Consider the telephone line the 'store front window' for your hotel, make sure your window is always properly dressed.

Listen to the questions your team is currently fielding, especially those related to rates, promotions, and special packages. Use the 'supervisory monitor' function available in most modern phone systems, or consider hiring an outside mystery shopping company such

as our team at Kennedy Training Network or many of the other fine companies in the field.

Use what you observe to help train your agents on handling future calls of a similar nature to those you are currently hearing.

Role play through the most common scenarios and practice overcoming your actual most common objections.

Train your agents to ask investigative questions to find 'the story' behind the call so that they can sell relevant benefits vs. listing random features.

Help your agents use 'product' descriptions that allure, entice and appeal to emotional desire vs. simply listing random features.

Make sure all agents know that most guests still ask for the discount just to check your reaction. While it's true many guests are actually on tighter budgets these days, plenty of others are simply 'deal seekers' who have been reading the proliferation of news stories and articles in the mass media about travel discounting. Sometimes agents just need to hold the line on price by reiterating value and reassuring the caller this is the lowest rate available for their dates.

Ensure that your agents are familiar with the overall 'product' they are selling, this includes the room of course, which agents at some hotels haven't seen in years, but also the hotel facilities, services, and amenities as well as the location and area attractions. Today's callers want local insider's information and tips.

Train your staff that closing the sale benefits everyone to overcome any hesitancy if they see closing as been too pushy or aggressive. The proof is in the negative reaction of caller's who call back to book, only to find their options are now sold out.

Especially for resorts and hotels that charge deposits and/or have restrictive cancellation fees, consider a 'courtesy hold' option allowing guests to hold a room for two or three days while their plans are finalized.

If you don't get the sale, be pro-active with follow-up, such as offering to e-mail the caller a link to the room type or package discussed.

By focusing now more than ever on the fundamental principles of reservations sales success, you and your team can help make sure that 2009 is at least as good a year as the one before it. If your transient sales team works harder and smarter than ever before, it's still possible to capture the same if not more revenue than last year, even in the face of declining call volume.

Doug Kennedy

Doug Kennedy, President of the Kennedy Training Network, has been a fixture on the hospitality and tourism industry conference circuit since 1989, having presented over 1,000 conference keynote sessions, educational seminars, and on-premise training workshops for diverse audiences representing every segment of the lodging industry.

His articles have also appeared worldwide in more than 17 prominent international publications including the HSMAI

Marketing Review, eHotelier, 4hoteliers, Hotel News Resource, Hotel Online, Human Assets - Dubai and Hong Kong,

Hsyndicate worldwide, BAHA Times - U.K., Hospitality - Maldives, and the Hotel Expert Magazine Hong Kong.

This article comes from Hotel News Resource <http://www.hotelnewsresource.com> The URL for this story is: <http://www.hotelnewsresource.com/article36455.html> © 1998 - 2009 Nevistas and the author. Brought to you by Hotel News Resource *Distribute your news on our Network* See what all the buzz is about at: http://www.hotelnewsresource.com/Info-news_account_info.html

Tarea

Determinar el REVPAR de los últimos 10 días del mes de Mayo para un hotel boutique que cuenta con 21 habitaciones.

Mes: Mayo 2010

Día	Ingreso	Ocupación	Habs. ocupadas	Tarifa Promedio	REVPAR
22	1500	71%			
23	2400	85%			
24	3000	90%			
25	1500	71%			
26	3000	90%			
27	2700	87%			
28	1200	68%			
29	2000	82%			
30	3300	100%			
31	3000	90%			
TOTALES					

Indique los resultados del siguiente análisis:

- ¿Qué día se tuvo el mejor REVPAR? _____
- ¿Cuál es el REVPAR de los 5 últimos días del mes? _____
- ¿Cuál es la tarifa promedio de los 10 últimos días del mes de Mayo? _____

Semana 3

Contenidos

- Responsabilidades del departamento de reservas.
- Estructura organizacional del departamento de reservas
- Canales de reservas de habitaciones del hotel.

Reservaciones

Su función principal es el control de la ocupación de habitaciones dentro del Hotel, mediante la adecuada y oportuna información del volumen de ventas registrado tanto de individuales como grupales, ya sea a través de clientes directos, Agencias de Viajes, Cuentas Comerciales, Gobierno, Corporativo, etc.

Semana 4

Contenidos

- Servicio central de reservas y reservas internas.
- Manejo de las reservas.
- Control de reservas.
- Tecnología del departamento

Reservaciones

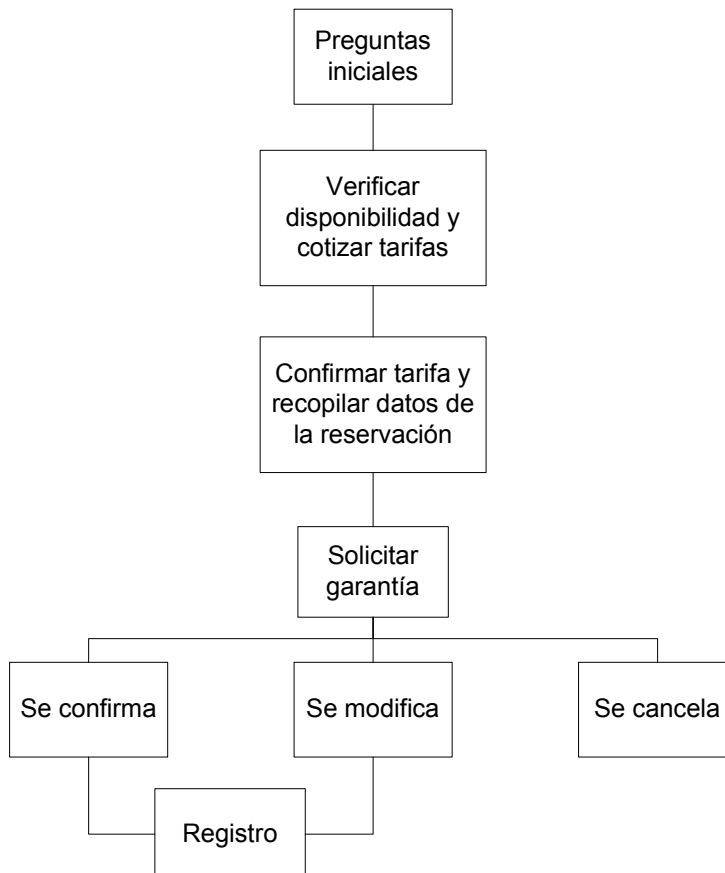
1. Primer contacto: Internet/teléfono/walk in
 - Requiere uso de tecnología y presencia de la marca
 - Debe tener alcance del mercado y estar asociado a experiencias
2. Es el primer contacto que el huésped tiene con el hotel
 - Información clara
 - Presentación agradable
 - Relación precio/valor
3. Es una posición de ventas
 - Debe brindar la información necesaria para realizar la venta – Conocer el producto
 - Debe conocer a su prospecto para realizar la venta

4. Habilidades en el uso del teléfono
 - Se puede escuchar una sonrisa
 - Consistencia en el uso de palabras y claridad
5. Central Reservation System (CRS)
 - Centraliza las ventas de habitaciones y permite compartir la información en las cadenas hoteleras

Funciones del Personal de Reservaciones

- a. Obtener información para crear el Récord de Reservación
- b. Determinar disponibilidad de habitación y tarifa
- c. Confirmar el Récord de Reservación
- d. Mantener el Récord de Reservación
- e. Producir Reportes de Reservación
- f. Investigar, planificar y monitorear reservaciones

Anatomía de una Reservación



IMPORTANTE

Reservación confirmada

- Se asegura al huésped la información de su reservación y se brindan detalles tales como tipo de habitación, amenidades, servicios y el número de confirmación generado por el sistema
- Código de la reserva

Depósitos por adelantado

- Garantizar las reservaciones se ha vuelto más popular hoy en día y el manejo de efectivo ha perdido terreno.

Tipos de reserva

1. Reserva no garantizada
2. Reserva garantizada
 - El hotel se compromete a conservar la habitación en caso de una llegada tarde a través de un depósito o garantía

Reserva con depósito por adelantado o Advance deposit/payment

- Previene inventarios sin ser vendidos y caducidad a través de conseguir que los huéspedes paguen en parte o por completo la duración de su estadía y los servicios requeridos.
- Caso especial: clientes sin ética.

Reservas electrónicas

- Su registro se hace en el PMS y para realizar las modificaciones o cancelaciones se debe abrir la reserva original y modificarla.

Modificaciones a la reserva

Ejemplos:

- Cambios en la fecha de llegada o partida
- Nombre del huésped (corporativo generalmente)
- Cambio del tipo de habitación
- Cancelaciones
- Otros

Cancelaciones

- Incentivar las llamadas de cancelaciones permite manejar menor cantidad de *no shows*. Se genera un número de cancelación por parte del sistema.

- Se deben manejar adecuadamente para mantener una buena relación pública en el hotel.
- Reduce el índice de *no shows* (No. de no shows/No. de clientes)
- A menor cantidad de *no shows*, mayores ingresos por huéspedes *walk in*, y menor número de quejas por prácticas de *overbooking*.
- El huésped debe ser informado sobre la política de cancelaciones.
- El sistema genera un número de cancelación.

Pronóstico de ocupación (FORECAST)

Es una proyección de vital importancia para prever las necesidades de los recursos a futuro, esto es, en cuanto a personal, insumos o materia prima, etc.

Antes que nada deberá contar con toda la información necesaria, como lo es: total de habitaciones con fechas de entrada y salida, tanto de individuales, grupos y *allotments*.

Actualmente los sistemas de administración de propiedades hoteleras (software) realizan este procedimiento automáticamente; sin embargo, es necesario aprender a realizarlo de forma manual.

La fórmula a aplicar es:

$$\% \text{ ocupación} = \text{cuartos ocupados} / \text{inventario total}$$

Donde:

cuartos ocupados = del día a determinar

Inventario total = total de cuartos disponibles del día

Ejemplo:

Un hotel tiene 326 habitaciones para el 12 de Diciembre, seis estarán fuera de servicio, el inventario total es de 320 y se han recibido 224 reservaciones para ese día. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación para el 12 de Diciembre?

$$224/320 = 0.7$$

70% de Ocupación

Ejercicios

1. Elaborar un flujograma con el proceso de reservas (con los datos básicos más importantes).
2. Desarrollar en grupos de 3 la estructura organizacional para el área de reservas.

Actividad en clase

En grupos de trabajo deberán elaborar del Manual de Funciones y Procedimientos del Departamento de Reservas.

Tarea

Entrevista a un gerente de reservaciones

Instrucciones:

1. Organizar grupos de cuatro participantes.
2. En clase deberán presentarle al docente del curso diez preguntas que deberán realizarle a un gerente de reservas de un hotel.
3. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Ejercicios de reservas

Desarrollar tres diferentes ejercicios de reservas en el sistema Gabilos y presentarlos impresos al docente el próximo día de clase.

Unidad 2

Departamento de Recepción

Descripción

Esta unidad le permite aprender sobre el departamento de recepción, que es la fuente principal de información para todo el hotel, además de que generalmente, es uno de los únicos departamentos que está en servicio las 24 horas del día y a lo largo del contenido se conocerá su funcionamiento, administración y operación para brindarle al cliente un servicio de calidad durante toda su estadía.

Objetivos

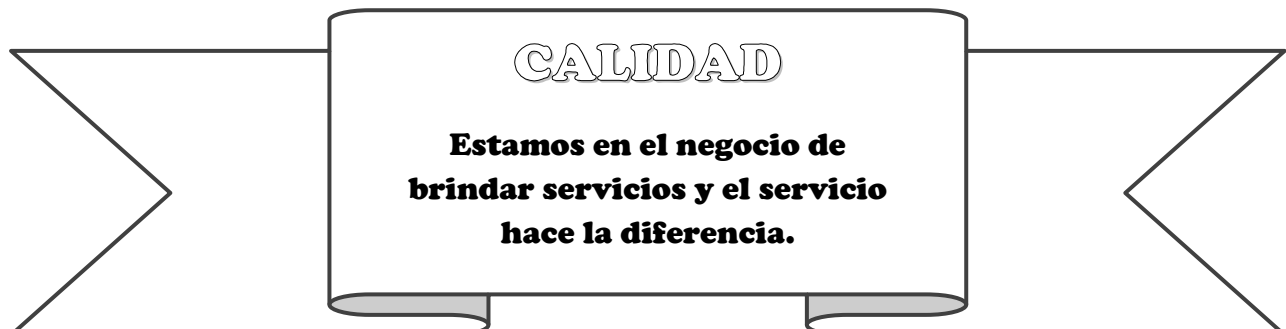
Después de la lectura y estudio de la presente unidad, usted podrá:

- Profundizar en el conocimiento de los objetivos y operación del departamento de recepción de un hotel.
- Describir la estructura organizacional y funciones del departamento de recepción.
- Realizar procedimientos del departamento a través del uso de un software.
- Resumir la importancia de relacionarse correctamente con los huéspedes.

Semana 5

Contenidos

- Gestión de la calidad del servicio
- Responsabilidades del departamento de recepción.
- Estructura organizacional del departamento de recepción.



Bibliografía recomendada para reforzar el tema de la Gestión de la Calidad:

- Hesselink, M. & F. Van dem Assem (2002). *Building people and organizational excellence*. Vol. 12 . N° 3 . Pp. 139-145.
- McCole, P. (2004). *Dealing with complaints in services*. International Journal of Contemporary, Hospitality Management. Vol. 16. N° 6. Pp. 345-354.

RECEPCIÓN



La recepción es el lugar donde vamos a proyectar la imagen del hotel a todos los huéspedes actuales y a los potenciales.

Principales responsabilidades y funciones de la recepción:

1. Check-in
2. Check-out
3. Canje de Divisas

Recomendación.....

Visita las siguientes páginas Web y descubra a través de estos videos la esencia del *front desk*.
Describe cuál es para usted la esencia.

- <http://www.youtube.com/watch?v=JDcdpJ8g03>
- <http://www.youtube.com/watch?v=QCuVy5o5GHk>
- <http://www.youtube.com/watch?v=wyqfYJX23lg&NR=1>

Tarea

Entrevista a un gerente de recepción

Instrucciones:

1. Organizar grupos de cuatro participantes.
2. En clase deberán presentarle al docente del curso diez preguntas que deberán realizarle al gerente de recepción de un hotel.
3. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Semana 6

Contenidos

- Operaciones del día a día en recepción
- Control de disponibilidad de habitaciones

Control de Disponibilidad

Es el número real o proyectado de habitaciones que todavía no están reservadas u ocupadas en una fecha determinada.

- Inventario de habitaciones: Son todas las habitaciones que en teoría se pueden vender.
- Ocupación noche anterior: Cantidad de habitaciones que estuvieron ocupadas la noche anterior.
- Salida: Cuando un huésped está programado a salir en determinada fecha.
- Permanencia: Cuando un huésped ocupa la habitación hoy y se quedará una noche extra.
- Reservaciones: Son el número total de habitaciones que han recibido reservaciones.
- Estancia breve: Huésped tiene programado quedarse hasta cierta fecha pero se va antes.
- Estancia prolongada: Cuando el huésped se queda más de lo programado.
- Cancelaciones: Cuando el huésped tiene reservaciones y no se presenta.
- Reservaciones *No Show*: Personas que hacen reservaciones y nunca llegan a registrarse y se cobra.
- Llegadas anticipadas: Los que tiene reservación y llegan un día antes.

Fórmulas

- Estancias prolongadas = estancia prolongadas/salidas
- Estancias más breves = estancias más breves/permanencias
- Reservaciones *no show* = *no show*/reservaciones
- Cancelaciones = cancelaciones/reservaciones
- *Walk in* = *walk in*/reservaciones
- Llegadas anticipadas = llegadas anticipadas/reservaciones

Ejercicio

1. 120 Huéspedes pasaron la noche en el hotel y están programados para salir hoy pero seis de estos huéspedes decidieron quedarse más días.

2. 80 Personas tienen programado quedarse en el hotel hoy y dos huéspedes deciden salir anticipadamente.
3. 200 Personas tienen reservaciones para hoy, seis huéspedes no llegan a registrarse.
4. 200 Personas tienen reservaciones y cuatro llaman el mismo día a cancelar.
5. 360 habitaciones comprometidas para hoy incluyendo permanencias y nuevas reservaciones. nueve huéspedes llegan sin reservación.
6. 360 habitaciones comprometidas para hoy y cuatro personas tienen reservaciones para otro día y llegan antes.

Lectura

Arribo, registro, asignación

Y ocupación de la habitación¹

Aunque el *procedimiento de arribo y recepción* del huésped parece rutinario y ya estandarizado en la mayoría de los hoteles, no hay dos arribos exactamente iguales. Hay una diferencia en la forma que se maneja el arribo de los nuevos huéspedes, “*novatos*”, sin experiencia y que necesitan guía en el proceso de registrarse hasta el momento de alojarse en su habitación, y en el otro extremo los llamados “*guerreros del camino*” que son viajeros experimentados y que no necesitan gran interacción con el personal del hotel para acomodarse en sus habitaciones.

El arribo es el primer encuentro entre el huésped y el hotel y por ello es el “*momento de la verdad*”, y una magnífica oportunidad para causar una buena “*primera impresión*”. El momento del arribo del huésped distingue la nitidez y la excelencia en los diferentes niveles de servicio de la industria del hospedaje.

Se puede distinguir el arribo en los hoteles de “*servicio limitado*” (*Limited service*), en el que únicamente se trata con el empleado de la recepción y en los casos, del auto-chequeo en terminales, el huésped no tendrá contacto con ningún personal de bienvenida.

En los hoteles de “*servicio completo*” (*full service*), el arribo del huésped es parte de la experiencia, y

uno de los “*momentos de la verdad*”. El proceso se inicia, si todo está en orden y se sirve con precisión y nitidez, desde el momento de recibir el vehículo del huésped, la bienvenida y el saludo por el personal uniformado (Conductores de buses para el traslado del aeropuerto al hotel, -*Airport shuttle driver*-, personal para el parqueo del vehículo -*valet parking*-, porteros -*doorperson*- y maleteros -*bellperson*-; seguido del recibimiento por el personal de servicio de recepción (*front desk*) y su correspondiente registro con rapidez pero hospitalariamente; el traslado del huésped y sus maletas a la habitación para que se acomode e inicie el consumo de los servicios que ofrece el hotel.

Tomar control del vehículo, proveer de un ticket de recepción del vehículo y parquear el vehículo es la “*esencia del trabajo*” de los encargados de parquear los vehículos de los huéspedes. Los encargados de parquear usualmente ayudan con sacar las maletas del auto, y por sus servicios, frecuentemente reciben propinas.

El servicio de parquear los vehículos es importante ya que en muchos lugares es difícil y complicado encontrar lugar, especialmente para los huéspedes que arriban por primera vez.

El servicio de parqueo puede ser un “*centro de ingresos*” del hotel ya sea prestando el servicio el hotel, o autorizando que el servicio lo ofrezca una compañía externa, a cambio de una porción del pago por estacionamiento. La compañía externa asume todas las responsabilidades del servicio, incluyendo seguro por cualquier daño que se cause a los vehículos.

El personal que atiende la puerta del hotel, “*Portero*”, a diferencia del personal de parqueo, no produce un ingreso directo al hotel y están presupuestados en la nómina de empleados del hotel.

¹ *Arrival, Registration, Assignment, and Rooming*. En: Vallen, G. K. and Vallen, Jerome J. (2009). *Check-In Check-Out: Managing Hotel Operations*. 8ª Ed. New York: Prentice Hall. Pp. 287-324.

El portero con sus espléndidos e impresionantes uniformes envía un claro mensaje del hotel, su preocupación por los huéspedes y el nivel de servicio. Actúan en muchos niveles, parte de la conserjería, parte anfitrión, parte guía de turismo, parte ayudante para conseguir un taxi, y parte amigo del recién llegado huésped, quien le busca por consejos, información, sugerencias, direcciones etc., como también brindan información inmediata a la seguridad del hotel, controlan el ir y venir de huéspedes y transeúntes, observando cualquier comportamiento extraño o sospechoso. Los porteros trabajan estrechamente con el personal de estacionamiento.

Registro

Frecuentemente los huéspedes que arriban encuentran rótulos en la recepción que los guían - Front desk- Check in- Reception- Arrivals- Registration-, según sea el tamaño del hotel, tendrán separados del que arriba como el que sale (Check Out), y dependiendo de la estructura organizacional. En esencia el personal de recepción, confirma la reservación y la acomodación, hace que le huésped le llene una tarjeta de registro y asegura el pago mediante una tarjeta de crédito, selecciona la habitación, transfiere la llave y intercambia bromas y saludos de bienvenida, todo en cuestión de minutos.

La diferencia del tiempo radica en que si el huésped que arriba tiene o no reservación, y lógicamente el que la tiene, ya ha proveído alguna información de antemano y su manejo será más expedito (rápido), que el que solo se presenta solicitando una habitación - Walk in- . En cualquier caso el manejo debe ser cordial y rápido, y debe mantenerse la compostura en aquellos casos en que el hotel está lleno al 100% de su capacidad, tratando de proveer algunas alternativas, como referirlos a hoteles asociados, y lograr que de una experiencia traumática se convierta en un “momento de la verdad” y se auxilie al huésped.

Los huéspedes sin reservación impulsan la ocupación de un hotel y representan el último nivel en el Yield Management System. El potencial de ventas esta primeramente en el sugestivo y atractivo vestíbulo del hotel (hotel lobby), no en el teléfono, la net, o el vendedor por comisión; y en segundo lugar depende del personal de servicio al cliente que es cordial y conocedor de las necesidades del huésped, y tiene el mensaje correcto.

Registrado pero no asignado (RNA)

Los que arriban más temprano y especialmente cuando aun no es hora de la salida (Check Out),

puede que tengan que esperar a que se produzca la salida y se quede una habitación vacante o libre; a37 los huéspedes en espera frecuentemente se les ofrece el servicio de chequeo de equipaje y alguna bebida de cortesía; la tarjeta de registro se completa pero se le marca con RNA, y esperan que algún huésped salga y luego que la habitación se limpie para poder ser asignada (room is on change).

RNA ocurren cuando el hotel está lleno y se producen simultáneamente arribos y salidas, tales como grandes convenciones o grupos de turistas en tours que se traslapan. En los ocupados días festivos, cuando los huéspedes quieren entrar temprano y los que salen quieren hacerlo lo más tarde posible. En los casos de los hombres de negocios, la tardanza no es mayor problema ya que estos buscan dejar sus maletas e ir a tratar sus negocios.

Esperar por una habitación es una experiencia estresante para el huésped para el que el tiempo pasa lentamente; solo en casos extremos se le puede asignar una habitación temporal y luego más tarde trasladarlos a su habitación; esto representa costos adicionales al hotel que deben tratar de ser evitados. Chequear RNA permite que estos incurran en gastos en el uso de las facilidades del hotel, tales como tomar un desayuno mientras se desocupa la habitación etc.

Los arribos antes de tiempo (Early arrivals)

Los Huéspedes que arriban antes de tiempo pueden tener lista una habitación inmediatamente ya que un hotel 100% de ocupación es muy raro e improbable, especialmente por los huéspedes que no se presentan (no-shows) pero que crean un lleno completo matemáticamente, ya que se cobran las habitaciones como ocupadas, pero en realidad están vacías y pueden ser asignadas de inmediato a los huéspedes tempraneros. Las tarifas son el verdadero tema con los huéspedes tempraneros. Hace algunos años era desconocido el sistema de horario para ingresar (check in) y para dejar la habitación (Check Out), pero actualmente ese es el sistema que se publica en los hoteles y un retraso en entregar una habitación puede tener una tarifa complementaria o adicional, especialmente en época alta; todo lo contrario en época baja donde la presión es menor y el hotel puede permitir una entrega de habitación mas tarde de las establecidas. Generalmente los hoteles tienen como hora límite para entregar las habitaciones, un rango que va desde las 1:00 p.m., a las 4:00 p.m. y como de arribo, de las 11:00 a.m. a las 4:00 p.m.

Líneas de espera

La cantidad de huéspedes que llegan temprano no es muy grande por lo que reciben un servicio rápido e inmediato. Las horas más ocupadas de atención a los que arriban es de 4:00 p.m., a 7:00 p.m., y de entrega de habitaciones va desde las 7:00 a.m. a las 9:00 a.m.

Acomodar a los que arriban es muchas veces delicado, el personal se encuentra con gente que llega cansados, frustrados por los trámites en los aeropuertos, las maletas que no llegan etc., y que quieren inmediata atención en obtener su habitación, lo que requiere de un personal experimentado y entrenado para hacer menos tenso el proceso. Hay una variedad de técnicas para la atención del huésped a la hora del arribo y registro, “la teoría de la cola” (Queuing theory), los quioscos de atención y los dispensadores electrónicos y automáticos de atención al público que no requieren de personal.

Mejores líneas de espera a través de la “Queuing theory” (teoría de la cola)

El matemático del siglo XX, A.K. Erlang introdujo la teoría de la “cola de espera” (Queuing), apodada “la teoría de las líneas o colas de espera”, por su aplicación a las líneas de espera en las casetas de peaje, llamadas al 911, semáforos etc., y que trata de balancear los costos contra el tiempo de espera. En la hotelería, las líneas de espera se dan en los teléfonos, en las ventanas de la internet o red y en las líneas de registro en la recepción: *“Demasiado servicio incrementa los costos operativos; Una espera muy prolongada, y los ingresos se pierden”*

Los ejecutivos de los hoteles deben balancear los “4 elementos de las colas o líneas de espera”:

1. Arribo de Población: Se dan muchas variables, dependiendo del tamaño y la clase de hotel. Los hoteles de grupos de turistas tienen una dinámica diferente que un hotel exclusivo; la opción de pre-registro impactan en la carga de la recepción; el hecho de que no hay líneas “puras” de registro, algunos huéspedes solo quieren hacer una pregunta, pedir direcciones, quejarse, otros esperan por su llave o por el correo y finalmente aquellos que usan esa línea para dejar la habitación.
2. Población de Servicio: consiste en la cantidad y la capacidad del personal de atención al público. Los empleados capacitados y entrenados para cumplir funciones de atención al público aunque

sea otro su trabajo, y que ayudan a mejorar la dinámica del servicio. Mejor si todos pueden responder a los requerimientos de los huéspedes.

3. Disciplina en las “colas de espera” (Queue Service): Va del proceso matemático al de conducta o comportamiento humano. Queue Service debe considerar la reacción de los huéspedes a hacer cola. Algunos se resisten y se rehúsan a hacer cola, otros se van cambiando conforme una línea avanza más rápido, otros reniegan o se desesperan y desertan la cola después de alguna espera, otros se saltan la cola de espera o se deslizan provocando el reproche a la falta de los “pecadores” por parte de los otros que esperan su turno y los obligan a regresar a la cola.
4. Disciplina en el Servicio: examina las actitudes de los empleados a las colas de espera de los huéspedes. Son muchas las preguntas sin contestar, tales, como ¿hay algún razonamiento de cómo tratar a los huéspedes que se salen de la secuencia de espera? ¿Se da prioridad a los Huéspedes importantes (VIP) o que son clientes usuales (frecuent costumers)? ¿Cómo manejar los casos de alguien que “solo quiere hacer una pregunta”? ¿Cuándo dejar de atender a un huésped para ayudar a otro en problemas? ¿Quién contesta el teléfono? Etc.

Soluciones creativas

Fracasar en atender las cuatro partes de la teoría de la cola de espera por parte de la administración del hotel y de su personal puede hacer que el primer encuentro con el huésped sea un “momento de la verdad” negativo. Los huéspedes se agitan cuando la espera se prolonga más allá de lo que esperaban, o las largas esperas cuando hay pocos en la cola de espera, y crea una imagen de mal servicio en los que esperan. La angustia de la espera puede mitigarse con alguna actividad o entretenimiento. No saber el tiempo de espera desespera y frustra, por lo que es mejor informar de alguna forma el tiempo de espera, aunque este sea un poco largo. Administrar las colas de espera es un tema de todos los negocios de servicios. Los bancos responden con una línea de espera, eso es “*queue discipline*”; los supermercados publican su “*disciplina de servicio*” abriendo nuevas cajas registradoras cuando se forman colas de espera de más de 3 clientes; las líneas aéreas envían personal de apoyo al final de la cola (Servicio a la población); y, los restaurantes solicitan “arribo de población” con sus “*Early- bird specials*”. Los hoteles utilizan algunas de estas ideas y han creado sus propias soluciones. The Mirage Hotel and Casino

creó una solución espectacular: un acuario gigantesco, con peces de colores llamativos y tiburones, detrás de su recepción que distraen a los que esperan y fomenta la conversación entre extraños, y sirviendo como una de las mejores soluciones a la irritante cola de espera.

Mejores líneas de espera a través de la innovación

Mientras que la teoría de las colas de espera se refiere a las líneas, otros aplican otras técnicas de eliminación de las colas. El registro se puede hacer desde el bus que los recoge en el aeropuerto por medio de técnica de asistencia por radios; capturando al huésped en el vestíbulo o atendiendo en la parte trasera de la cola; o la información capturada por computadora, el huésped es guiado a escritorio especial para la firma y entrega de llaves. Separando a los huéspedes con programas VIP o cliente frecuente, mediante la atención de un ejecutivo del hotel o una línea diferente solo para ellos.

Los kioscos de auto-registro son populares ya que el acceso es más rápido y más eficiente y es visto como un servicio extra, más que una reducción en el servicio. Las terminales, muchas veces móviles o móviles, están provistas de la última tecnología de pantallas de tacto y ya no de teclado, y el cliente puede elegir el tipo de cuarto y su ubicación dentro de las disponibles; otras veces se usan en los aeropuertos para atender a grandes grupos de viajeros, quedando pendiente la entrega de la llave en el hotel. Estos servicios usualmente requieren de la reservación y el pago mediante una tarjeta de crédito. Algunas terminales van más allá de registro y entrega de la habitación y ofrecen información de la comunidad, los servicios del hotel, tales como bebidas y comidas; también proveen de un mapa de la propiedad para que el huésped ubique su habitación, o el parqueo, restaurante etc. Hay decisiones que todavía las máquinas terminales no pueden proveer como en el caso de ocupación completa del hotel y se hace necesario un up-grade a una suite, eso solo se puede hacer en la recepción. Cada cadena de hoteles ha implementado su servicio automatizado, así, El Hyatt tiene un sistema de “touch and Go”; Wyndham y su “autocheck”, etc., a los que se puede acceder con el nombre del huésped o número de tarjeta de crédito utilizada al reservar; o activados mediante la voz, o introduciendo un PIN que se le da en el momento de la reservación etc.

La tarjeta de registro

El personal de recepción dará simultáneamente un cordial saludo de bienvenida y una tarjeta de regis-

tro que el huésped llenará y firmará (muchas veces se utiliza como la aceptación del contrato de hospedaje y otras veces por ser un requisito de ley y requiere de mayor cantidad de información, llegando incluso a solicitar la presentación del pasaporte al personal que atiende); en los casos de huéspedes con reservación, la información provista con anterioridad sirve para tener lista e impresa la tarjeta de registro y solo requiere de la firma y entrega de las llaves.

La liberación de la información del registro

El dilema de los hoteles de “cooperar con las autoridades o preservar la privacidad del huésped” fue resuelto, en USA, mediante la “Ley Antiterrorismo” del 2001, pasada inmediatamente después del ataque de las torres gemelas en New York (9/11). En otros países se requiere de una orden judicial escrita para entregar la información confidencial del huésped, lo que protege al hotel de una posterior demanda por invasión a su privacidad.

Contenido de la Tarjeta de Registro

1. **Nombre y Dirección:** nombres y apellidos completos son necesarios para identificar al huésped, verificación de la tarjeta de crédito, para la facturación y para la lista de correo para el mercadeo. La información debe ser legible y completa, incluyendo Zona postal -Zip Codes cuando esté disponible, número de apartamento, ciudad y estado, país. Los hoteles comerciales requieren la afiliación corporativa, título del puesto que ocupa y la dirección de la compañía, y la verificación de la tarjeta de crédito a la que se cargaran los gastos incurridos.
2. **Número de huéspedes en el cuarto o habitación:** aunque no siempre el número de huéspedes determina la tarifa de la habitación, los niños y los adultos se identifican por separado, especialmente cuando se provee de un plan de comidas, así como también para ser utilizado en las estadísticas del hotel.
3. **Número de cuarto o habitación:** En la comunidad hotelera, el cliente es identificado por el número de habitación; la referencia es el número de cuarto más que el nombre del huésped, y permite su pronta localización, identificación, seguimiento y facturación. Los números de reservación son usados antes de que el huésped haya arribado para localizar la reservación y el registro de los depósitos anticipados realizados.
4. **Fecha de Salida:** La fecha de salida es crítica en el modelo de pronóstico y el Yield Management

System. Verificar el día de salida es un paso importante en el proceso de registro, y más aun en las épocas de alta demanda cuando la salida crea nuevas vacantes necesarias para acomodar a los nuevos huéspedes que arriban. Cambio de planes, emergencias, negocios que toman más tiempo del esperado o menos del anticipado, hacen más desafiante el pronóstico de ocupación. Algunos huéspedes no saben cuáles son sus planes o que dijeron al momento del registro.

Tarifas

La tarifa por habitación es la cantidad diaria que se cobra por habitación. Es determinado por la cantidad de personas y el número de cuartos y el tipo de cuarto asignado. La afiliación es otro componente de la tarifa; las corporaciones negocian tarifas preferenciales por volumen de ventas anual, con el departamento de ventas. Para los viajeros de place, el estar afiliado a triple A (AAA), y otros, significan descuentos o tarifas especiales, así como personas en uniforme, el clero, empleados del gobierno etc.

Identificación de la persona que atendió al huésped

La tarjeta de registro siempre identifica al empleado que realizo el registro de arribo; algunas veces con las iniciales o mediante un código secreto (password) que utiliza el empleado para acceder a la computadora y sus programas. Este puede ser utilizado por la administración para saber sobre las tarifas, cortesías y otras preguntas que puedan surgir, o bien cuando el huésped hace un cumplido a quien lo atendió.

El número de folio

Las cuentas de los huéspedes llevan un número de identificación. Los folios pueden ser accesados por este número de identificación (ID), por el número de habitación. O por el nombre del huésped. Esta secuencia de números también sirve al control de la contabilidad cuando un miembro del personal asume posiciones de ventas (vende el cuarto), cajero (y recibe el dinero), o de superviso/auditor (prepara los registros de control). Los folios y tarjetas de registro deben guardarse por 7 años. Los sistemas de cómputo hacen esta tarea más fácil actualmente, ya que se pueden guardar o almacenar en discos duros o externos, siendo fácil su recuperación en caso de necesidad.

Exención de responsabilidad

Leyes estatales, no federales, controlan la responsabilidad del establecimiento sobre el equipaje y pertenencia de sus huéspedes, pero si el hotel cumple

con las disposiciones de las leyes estatales, la responsabilidad por pérdida de propiedad disminuye. Sin esta protección especial de limitaciones legales de responsabilidad, los hoteleros podrían ser responsables en las cortes civiles con penalidades económicas sin tope por daños ocasionados como resultado del juicio.

Para gozar de esta protección especial el hotel tiene que informar al huésped de responsabilidad limitada que asume y la "manera" como prescribe la responsabilidad.

Hay dos componentes comunes en las leyes de USA: el hotel debe mantener una caja fuerte para ser utilizada por los huéspedes para guardar pertenencias valiosas y dar aviso al huésped que puede utilizarla. En algunos estados el hotel puede rehusarse a guardar un objeto valioso por cualquier razón.

Puntos del acuerdo

Nuevo lenguaje legal a sido agregado a las tarjetas de registro, aun cuando es trabajo del hotel agilizar el proceso de registro. Estos avisos deben cumplir con los requisitos legales, pero pocos huéspedes los leen durante el proceso de registro, así que el hotel debe resaltar los temas en: boletines en el cuarto, en los sobres de las llaves, y verbalmente por los empleados en la recepción.

Para minimizar los malentendidos, el personal debe repetir los hechos mientras se lleva a cabo el proceso de registro y cuando se cierra. Entre ellos, la fecha de partida, el tipo de cuarto asignado, las tarifas (especialmente circulándolas y pidiendo al huésped que ponga sus iniciales), y es el momento en que el huésped puede hacer preguntas sobre el cuarto, su tarifa, y las tarifas especiales y las responsabilidades sobre su cuenta.

Al partir se espera que el huésped liquide sus cuentas, pero casi nadie paga en efectivo sino a través de tarjetas de crédito o son pagados por una tercera persona (corporaciones, compañías, agencias, asociaciones etc.), son la norma.

Finalmente los nuevos temas sociales han sido agregados las responsabilidades del hotel, en los puntos de acuerdo, tales como cuartos para no fumadores (no-smoking room), macotas (pets) y instalaciones verdes (green facilities).

Asignación de habitaciones

Muchos de las cosas que se suceden durante el proceso de registro pueden ser listados alfabéticamente.

te, pero hay eventos que no fluyen en determinado orden; no en todos los hoteles; no todos son aplicables a los que arriban; los voucher de los viajeros; clarificaciones sobre los cuartos etc.

Cuartos de no fumadores

Hace una década los cuartos de no fumadores eran raros; gradualmente la solicitud de cuartos de no fumadores creció, y se asignaron pisos y alas completas de hoteles para no fumadores. Actualmente las leyes prohíben fumar en lugares públicos y la tendencia es la de los Hoteles libres de cigarros, lo cual viene a beneficiar a los hoteles quienes tenían que invertir grandes recursos para mantener limpios las habitaciones de fumadores que impregnaban, alfombras, sábanas, cobertores, etc. Puede haber penalidades económicas para el que fume en una habitación sin estar permitido, como política del hotel y como regulación legal.

Mascotas (pets)

Contrario al alboroto acelerado que causaron las habitaciones de no fumadores, los hoteles están dando la bienvenida a más mascotas dentro de las habitaciones, a pesar que muchas personas son alérgicas, por lo que las habitaciones que permiten mascotas deben ser bien separadas e identificadas con avisos en los corredores y puertas de los hoteles, como en el caso de las habitaciones de fumadores, si no es prohibido por las leyes del país; en todo caso y aunque los hoteles le cobran a los huéspedes con mascotas tarifas extras por limpieza, las personas de limpieza no realizan un esfuerzo adicional o no saben cómo desinfectar y desensibilizar la habitación. Los reportes de USA dicen que hay 13,000 hoteles que aceptan mascotas en las habitaciones, porque alimentar a las mascotas puede ser una decisión lucrativa. El acomodar a las mascotas es parte del proceso de asignación de habitaciones.

El proceso de asignación

Cada mañana y a lo largo del día, el personal de ventas calcula las habitaciones que están disponibles a la venta; referencia es tomada del reporte del ama de llaves y las fechas de salida que los huéspedes dieron al registrarse; obviamente los cuartos desocupados de la noche anterior están disponibles inmediatamente para la venta. Los que están programados para irse si es que no hubo solicitud de extensión y están vacantes, estarán listo a lo largo del día. Analizando la información a la experiencia histórica del hotel para ese día y fecha, ventas pue-

de pronosticar el número de cuartos disponibles para la venta a los que se presenten en el vestíbulo sin reservación (walk-ins), decisión que se va revisando y ajustando durante el día.

Hacer coincidir los huéspedes que arriban con la adecuada acomodación es lo que hacen mejor el personal de servicio al cliente; entre mejor el personal conoce inventario de cuartos, mejor será la asignación. Cada cuarto tiene sus propias características, algunos tienen mejor vista, otros son más grandes, otros son más ruidosos por la ubicación cerca de los elevadores o dan a un callejón. Las renovaciones con nuevas tinas, nueva ropa de cama, alfombras va de piso en piso, así que aún las habitaciones del mismo tipo o categoría no son iguales. El personal de servicio al cliente no son clarividentes, ellos no saben el orden de salidas relativo al orden de entradas. Los huéspedes no están esperando en el vestíbulo a que se desocupe determinada habitación, si otras están disponibles; pero hay circunstancias que requieren que determinados cuartos reservados se guarden para los huéspedes que aún no han llegado.

Bloqueando un cuarto

Habitaciones pueden ser bloqueadas y preasignadas cuando el hotel tiene que honrar requerimientos especiales; preasignando cuartos antes para huéspedes que se esperan arriben en cualquier momento minimiza que haya una sobreventa con los walk-ins. En casos especiales son preasignadas aunque el hotel este 100% vendido o no. Cuartos para discapacitados (handicapped), es un ejemplo de una necesidad obvia. También un meticuloso administrador de cuartos tendrá cuidado de bloquear Early arrivals y cuartos conectados; especial atención se prestará cuando el administrador ha realizado la reservación y los VIP arribos. El personal puede “jugar solitario” con la lista de cuartos. Cambios se tendrán que hacer en el caso de arribos anticipados y los cuartos asignados no están listos (on change). Estos constantes cambios presentan el riesgo de que se asignen dos huéspedes a la misma habitación si no se tiene cuidado de ingresar la información con prontitud al sistema de reservas, especialmente cuando el personal está muy ocupado o alguien está actuando independientemente.

Elegir vender el cuarto

Los miembros de la recepción tienen un viejo dicho: “entre menos cuartos disponibles, mas fácil la asignación”. Entre mejor se conoce al huésped mejor será el trato con él. Los administradores deben asegurarse que el personal de recepción conozcan bien

los productos; las lecciones empiezan conociendo el diseño y el plano de la habitación en las computadoras o impresos; frecuentes inspecciones de las habitaciones cuando esta lento el registro le permiten al personal conocer bien el producto, ya que no se trata únicamente de asignar una habitación sino de venderla. El personal debe hacer la venta: convenciendo al cliente tomar la opción más cara; se venderán mejor si han sido entrenados, en cómo hacerlo, conocen su producto y hay un sistema de incentivos en efectivo. Mostrar la habitación es una ayuda para venderla; es una magnífica técnica para vender a los walk-ins en los resorts; mostrando las imágenes en la computadora, y si no se tiene la tecnología mostrando fotos de los cuartos.

Algoritmos y los sistemas de administración de la propiedad

Una serie de declaraciones o afirmaciones “if-then” “si-entonces” (algoritmos), estructuran el sistema de administración de la propiedad. Y la computadora usa esta función mientras busca por el cuarto apropiado a asignar. Sin la función de los algoritmos los cuartos disponibles serían presentado en secuencia, en cuyo caso, el primer cuarto posiblemente sería vendido una y otra vez; con los algoritmos la administración controla la exposición y alcanza diferentes objetivos. El uso de la habitación se rotan igualmente; las asignaciones se pueden enfocar en las instalaciones recientemente renovadas a precios más altos; las alas, pisos y las exposiciones pueden restringirse o alargarse para ahorrar energía, reducir el desgaste (wear and tear) y concentrar la mano de obra.

Mejorar a una acomodación superior con la tarifa original (upgrade)

Es parte del proceso de asignación mejorar la acomodación de los huéspedes sin alterar la tarifa. Miembros de los programas de huéspedes frecuentes generalmente logran mejorar el tipo de habitación al mismo precio si el “espacio lo permite” (Space permitting), que es el término operativo para todas las mejoras de ubicación. Mejores cuartos tiene que estar disponibles; los huéspedes corporativos, los clientes regulares que retornan son reconocidos y premiados con upgrade. También se usa para resolver pequeños problemas o solucionar quejas o bien premiar la actitud paciente del cliente en la cola de espera. Upgrade son automáticos si no hay una habitación disponible a la tarifa reservada; a menos el personal de servicio al cliente le pueda vender otra

habitación superior con una tarifa más alta, el huésped gozará de un a mejor habitación pero pagando la tarifa reservada, si el “espacio lo permite”. Al huésped hay que advertirle que es un upgrade de lo contrario el esperará el mismo tipo de habitación con un precio igual al que está pagando cuando fue upgrade; si la diferencia entre tarifas es muy alta, el huésped puede ser trasladado al día siguiente a un cuarto con su tarifa original y las mejores instalaciones son requeridas por nuevos arribos. Los huéspedes no se moverán si su estancia es breve, ya que la movilización tiene un costo para el hotel, en términos de personal; el movimiento se hará cuando no esté el huésped y se requiere al menos dos personas (un maletero y un supervisor) quienes inventariarían las pertenencias del huésped, las empacarán y las moverán a la nueva habitación asignada. Esto por supuesto no será del agrado del “road warrior”, y mucho menos si se hace sin su presencia, pero **lo que sí es inaceptable es que se realice sin el conocimiento previo del huésped.** VIP siempre serán upgrade.

Personas muy importantes

VIP's- (very important people)

Los hoteles identifican las reservaciones especiales y a los huéspedes registrados marcándolos como VIP's, DG's (Distinguished Guests), o SPATT (Special Attention), STAR GUEST, también es usado. VIP's representan buena publicidad y mejores negocios para el hotel. Los organizadores de encuentros, convenciones, presidentes de compañías y asociaciones y celebridades obtienen un tratamiento VIP. También los escritores de viajes. Todos representan una ganancia para el hotel por el impacto que causan. Los DG's incluyen políticos, héroes, ganadores de premios y personas distinguidas de todas las disciplinas. Los Administradores acompañan a estos arribos especiales hasta su cuarto que ha sido upgrade, El registro puede ser allí, lejos del iluminación de la recepción. Cestas de frutas, quesos y vino o champagne espera a los que arriban.

Los que no se quedan (Did not Stay)

En raras ocasiones, un grupo que arriba puede registrarse e irse inmediatamente. Insatisfacción con el hotel o un incidente con algún miembro del staff puede provocar una precipitada salida. El huésped puede o no buscar un remedio a la situación; es muy probable que el hotel sea el motivo, Ya sea un mensaje de urgencia le espera en la recepción o que llega antes de que el huésped sea llevado a su habitación. Típicamente no se cobran cargos si la salida

tiene lugar en un tiempo razonable, aun si el cuarto fue ocupado brevemente. La tarjeta completada de registro se marcará DSN (Did not Stay), no se quedará, y se entrega a el supervisor. La administración se asegurará que el motivo no fue en el sistema de reservación del hotel o sus empleados.

Estableciendo el crédito y la identidad

Los huéspedes con reservación ya han establecido un nivel preliminar de su identidad y crédito. Ambos, el agente de servicio al cliente y el sistema de la tarjeta de registro conducen al próximo paso preguntando cómo será cancelada la cuenta; los hoteles y la mayoría de los huéspedes prefieren el pago con tarjeta de crédito.

Si el huésped tiene diferentes clases de tarjetas de crédito, el hotel debe aceptar la que le cobre menos comisión por la transacción.

Estas tarjetas de crédito establecen la identidad del huésped, pero en ciertos lugares se requiere una identificación adicional, licencias de manejo, pasaportes, identificaciones -ID- son utilizados. Requerir estos documentos de identidad, por ley o no, mantienen lejos a las prostitutas y personas no deseables.

La identificación del huésped es crítica en caso de muerte o lesión grave del huésped; en recuperar artículos robados, y recuperar las cuentas no pagadas o daños realizados en la habitación. La identificación del huésped ayuda en el retorno de los artículos perdidos, pero solamente después de que el huésped lo ha inquirido; artículos perdidos nunca se devuelven si no han sido requeridos por el huésped.

Las tarjetas de crédito se introducen al sistema de administración de la propiedad, mediante las terminales que leen la tira de códigos y de regreso viene la aprobación (o negación) mediante un número de autorización, y muchas veces el límite (floors -piso) del crédito que aplica.

Un pequeño grupo de huéspedes prefiere pagar en efectivo sus cuentas, por lo que el hotel tiene dos opciones: o cobra adelantado o requiere una tarjeta de crédito como garantía hasta que se entregue la habitación y se cancele en efectivo o cheque. El efectivo o las tarjetas de crédito son dos formas de pago aceptadas. En los casos de pago en efectivo por adelantado, anula el uso de llamadas internacionales, firma en los restaurantes del hotel y otros servicios, y se requiere el pago en efectivo, siempre con una tarjeta de crédito de garantía de cualquier cuenta no saldada.

Ocupación de la habitación

por el huésped (Rooming the Guest)

Cuando el registro y la asignación de las habitaciones han concluido, se procede a conducir al huésped a su habitación, por algún miembro uniformado del hotel.

Los servicios uniformados

Muchos huéspedes prefieren ir a sus habitaciones por si solos y pocos hoteles insisten en que alguien los acompañe. Los Hoteles de lujo prefieren y unos pocos requieren que una persona, “botones” o “maleteros” (bellperson), acompañen a los nuevos arribos. El botones lleva el equipaje, sirve como guía, actúa como anfitrión, promueve los servicios del hotel y hace una rápida inspección de la habitación antes de marcharse, lo que permite corregir cualquier error de enviar a un huésped a una habitación ocupada. Los miembros uniformados (bellperson) están en la posición única de mejorar la comunicación entre la administración y el huésped. Después de la “visita” en el elevador, por los corredores, puede que el huésped desarrolle cierta conexión con el bellperson que lo ha acompañado a su habitación. Los botones con experiencia perciben y respetan el silencio del huésped que acompañan; pero puede haber unos 10 o 15 minutos de intimidad en el proceso del Rooming o entrega de la habitación cuando el botones y el huésped están aislados en un ambiente de uno a uno; mas adelante el botones puede reforzar la anterior familiaridad mediante una sonrisa, un saludo y conversando brevemente con el huésped durante su estancia; esta conexión puede ayudar al hotel en su programa de garantía de la calidad. Muchos problemas se pueden anticipar y solucionar si la administración mantiene una comunicación abierta con el personal uniformado.

El personal uniformado puede y deben ser los ojos y oídos de la seguridad de un hotel por su privilegiada posición de moverse por todas partes, y pueden utilizar la tecnología moderna para tener comunicación permanente con micrófonos activados por la voz y radios que permiten mejorar el servicio y la seguridad, probando que es una buena inversión.

Rotación del personal al frente

Cuando hay botones en el hotel, realizan una variedad de actividades especialmente en los pequeños Hoteles, ellos manejan el bus para recoger a los huéspedes en el aeropuerto, esperan a los nuevos arribos en la puerta, sustituyen personal en la recepción durante las comi-

das, sirven cocktails en el vestíbulo, llevan a los huéspedes a su habitación (Rooming).

El personal uniformado tiene salarios mínimos, pero tienen los más altos ingresos debido a las propinas que son la fuente principal de sus entradas; y son celosos de guardar ese acceso a ese flujo de ingresos, mediante la regulación de los turnos para obtener las propinas. El que se adelanta en tomar la llave y acompañar al huésped se les denomina: **the front** (el que atiende el frente, el turno); el personal de frente se rota en turnos; y el que ya completo su turno se les llama: **the last** (el último), y se les asignan tareas que no producirán propinas, moverán el equipaje en los cambios de cuartos cuando los huéspedes no están presentes. Mantiene el vestíbulo limpio y nítido.

Entre el frente y el último, el botones se rotan en posiciones asignadas en el vestíbulo; cada posición tiene un objetivo; la estación en la entrada recibe el equipaje de los nuevos arribos; la posición del elevador asiste en la salida y fortalece la seguridad. La cantidad y tamaño del personal de apoyo (staff y uniformados) depende del tamaño y calidad del hotel, así el famoso hotel Fairmont de San Francisco tiene una relación promedio de 1 persona por cada 20 huéspedes, mientras generalmente la relación promedio de los hoteles comerciales grandes es 1 por cada 40-65 huéspedes. Actualmente el trabajo del botones es menos formal que hace 25 años cuando se les llamaba sonando una campana o se gritaba "front", se hacían señales de mano y otros medios; actualmente con la tecnología a disposición, la estación de los botones recibe e imprime el listado de los arribos que se esperan cada día; el control de los **front** es riguroso para permitir el sistema de rotación y la secuencia se rompe solamente si un huésped requiere el servicio de alguien en particular o el front no ha vuelto de realizar una tarea, pero los turnos se compensan para mantener el control de la rotación. El diario o bitácora computarizada en la estación de botones dirigidos por un capitán, nos dice "quien estaba en donde y por cuánto tiempo", aunque actualmente es más fácil por los medios de comunicación enumerados.

El equipaje del grupo y otros ingresos

Los grupos de hombres de negocios son importantes para ambos, para el hotel en general y para el ingreso del departamento de apoyo uniformado (Bell); casi es universal la práctica de los hoteles de cobrar por cada pieza de equipaje de los grupos de turistas en la entrada y salida y se agrega a la cuenta del grupo, recolectado así el hotel el dinero para distri-

buirlo entre los bells, (especialmente si existe un sindicato). El equipaje descargado del bus y procesado en el vestíbulo o en el área de la recepción; tags o etiquetas de colores previamente colocadas ayudan con la identificación del equipaje de los huéspedes; cada tag tiene el nombre del huésped y un número ya que es más fácil identificarlo de esa manera; otra técnica es adherirle una etiqueta engomada (sticker), con el nombre y el número de habitación asignada, haciendo más fácil la tarea de mover la masa de equipajes a los respectivos cuartos. En los grupos de tours ellos mismo van a su habitación. El coordinador entrega los números preasignados y las llaves en sobres previamente preparados de conformidad con la lista de arribos que proporciona la agencia del tour. El equipaje de grupos de turistas son "el pan y la mantequilla - bread and butter -", se calcula un valor promedio de \$1.00 a \$3.00 cada entrada y salida. En conclusión el hotel recolecta el cobro por maleta y lo carga a la cuenta del grupo de turistas y lo reparte entre el personal de apoyo, mientras que cada botones recibe directamente su propina de manos del huésped.

Los formularios entregados al huésped (Rooming slips)

A través de los formularios (slips) entregados al huésped, la recepción se comunica con los botones y estos con los huéspedes; sin ese servicio, el receptionista tendría que hacerlo personalmente. En los formularios a los huéspedes le piden que verifique 3 piezas de información: **nombre y su ortografía, fecha de salida y la tarifa**. Alguna de la información que ya se había hecho constar en la tarjeta de registro, tales como requerimiento de uso de la caja fuerte, etc. El botones utiliza el formulario para obtener el nombre del huésped y el número de habitación asignado, su destino, y otra información que puede ser utilizada en la ruta para iniciar conversación y servir como anfitrión; la ciudad de donde viene, el tiempo, los deportes o eventos programados, las convenciones, etc., son puntos para darle la bienvenida. Los formularios pueden contener información sobre seguridad, anuncios, productos y promociones, instrucciones para el check-Out, pero en general son usados como tarjetas de identificación que se les pide a los huéspedes cuando firman por los servicios utilizados en el hotel. Colores agregan un valor extra; VIP's tienen un color, todo incluido, otro etc. Ambos el servicio y la contabilidad mejoran cuando el staff sabe quién es quién. Finalmente los slips son utilizados por el gobierno (ISR) para verificar el ingreso y declaración de los empleados.

Arribando a la habitación

Cuando se ha completado el proceso de registro el botones los conduce por el elevador (en algunos hoteles tienen elevadores de servicio) y el huésped y el botones se unen en el pasillo del piso asignado buscando la habitación. El botones siempre de golpea la puerta del huésped y se anuncia, y después entra el cliente; encontrar a alguien a medio vestir puede ser incomodo o ser extremadamente peligroso. El huésped sigue al guía a su habitación, el botones usualmente bloquea la puerta con una pieza de equipaje, ayuda a colgar piezas de ropa sueltas y coloca el equipaje en el rack de maletas, no sobre la cama y chequea el cuarto, explicando el uso de la calefacción o aire acondicionado, minibar etc., revisa las puertas de los cuartos que ese comunican si el grupo está tomando más de una habitación, a menos de que haya algún requerimiento de servicio, el botones se marcha no sin antes entregar la llave y el slip y acepta con una gracias cualquier propina que reciba, si la hay. Si el hotel se ha convertido en ecológico, se explica sobre el uso del agua etc.

Los hoteles ambientales ecológicos

Los esfuerzos de la industria del alojamiento de convertirse en ecológicos (greening), fueron cosméticos, limitándose a poner anuncios de conservar el agua y el medio ambiente. Las “toallas en el rack” y las “tarjetas sobre la ropa de cama”, significan que el huésped está dispuesto a usar las mismas por otro día; sintiéndose el huésped bien y el hotel ahorrando dinero; ahorros en agua y energía son medibles; estos ahorros son reforzado por una conciencia ambiental y nuevos productos, conduciendo a la hotejería hacia la nueva era ecológica ambiental.

Ecoturismo

La nueva tendencia ambientalista en la industria del Alojamiento es reciente pero la onda del turismo ecológicamente sensible, que lleva actualmente la etiqueta de “ecoturismo”, ha estado presente por los últimos 25 años. La mayor parte ha sido fuera de los Estados Unidos de Norteamérica. La mayor atracción del ecoturismo ha sido la vida animal en peligro, las selvas, y otros fenómenos naturales como la Red Rock de Australia o las Karsts del Pearl River de China. Los críticos ven el exitoso ecoturismos como un eventual fracaso. Entre más personas estén visitando los lugares más se degrada el medio ambiente. Entre más personas utilizando las regaderas y los baños y consumiendo la comida local, menos prístino el ambiente y mayor la necesidad de las importacio-

nes. Ecoturismo trae desesperadamente la necesidad de recursos externos para los lugares pobres económicamente, sin cuidados; el éxito puede destruir los lugares atractivos. Un tema preocupante del ecoturismo es que será exitoso solo si no tiene éxito. Solo una pequeña porción de la industria del alojamiento es eco-sensible la mayoría se contentan con tratar de reducir el impacto ambiental en sus operaciones. Algunos esfuerzos son marginales y en otros casos son espectaculares.

Otros términos específicos

La terminología es parte importante en la innovación y el cambio. Un eco-término despectivo “tree-huggers”, (abrasadores de los arboles) utilizado al principio fue reemplazado por “green” (verde, ecológico), término que todavía tiene una carga política se ha transformado en “sostenible”. Sin importar que termino, los hoteles que muestran sensibilidad al tema del medio ambiente han llamado la atención de LEED (Leadership in Energy and Environmental Design - Liderazgo en Diseños en Energía y Medio Ambiente), quienes certifican las construcciones ambientales deseables. Para lograr ganar la aprobación. Los hoteles tienen ser examinados y deben instalar un rango de productos, incluyendo pisos de bambú, sábanas y toallas de bambú (con un costo al doble de las normales), alfombras reciclables y productos de limpieza libres de químicos; y esto es solo el inicio de una gran lista. Para lograr la acreditación de LEED, el edificio debe también ahorrar energía. Dos de los muchos estándares, son los techos cubiertos con césped o cubiertas blancas refractivas, y ventanas que se pueden abrir. Ahorros reales con artefactos que apagan las luces y energía cuando los huéspedes o empleados abandonan un área; igualmente cambiarse a los bulbos de energía más eficientes. Los grandes hoteles usan y tienen miles de bulbos. Un bono no esperado viene en las facturas de los servicios, cuando el consumo de agua se reduce, los jardines sustituye el césped de alto consumo de agua para su mantenimiento (wáter-hungry grass). Algunos afluentes de agua pueden ser reciclados para usarse en los jardines y en los campos de Golf. Donde sea posible los hoteles pueden contratar energía de plantas geotérmicas o producidas por el viento logrando un segundo nivel de apoyo.

Tres componentes que estructuran el alojamiento ambiental o ecológico:

1. Administración de energía y recursos;
2. Mantenimiento y operaciones;
3. Diseño y construcción.

Moverse de un concepto novedoso de desarrollo sostenible a un producto básico viable requiere una

Lectura

Facturación del folio del huésped²

Todo el proceso de la hotelería empieza desde las reservaciones, continúa con la llegada y el registro del huésped y termina cuando se va. Durante su estadía el huésped disfruta de los servicios del hotel. La venta de esos servicios da sentido al hotel, al final se entrega al huésped una cuenta de todos los servicios que compró y es de eso que se trata el capítulo.

Venta de servicios. Los hoteles venden habitaciones, alimentos, bebidas y otros servicios, dependiendo de la clase y el tipo de hotel que sea. Mientras más servicios se ofrecen, más detallado será el sistema de recordkeeping.

Registrando las ventas. Los hoteles, a diferencia de otras empresas, se relacionan con el cliente de una manera especial. El hotel conoce mucho del huésped: nombre, dirección, teléfono, y el más importante: número de tarjeta de crédito, tener el número de tarjeta permite que el cliente no pague de inmediato los servicios, sino que se vayan registrando en una cuenta que profesionalmente se le llama **folio** y se cobren en el momento de su check out.

Preparando el Folio. El folio es el registro exacto de lo que el huésped debe. Éste está disponible tanto para el huésped como para el hotel. El folio debe ir actualizándose de manera que en el momento en que el huésped se va, pueda pagar la cantidad exacta que debe. Un pequeño error en el folio podría afectar la experiencia del huésped.

CUENTAS POR COBRAR

Los hoteles, como muchas otras empresas, no reciben un pago inmediato luego de entregar el bien o servicio, sino en el momento en que sea convenientemente.

gran inversión de capital especialmente en diseño y construcción. La industria del alojamiento no será la que conduzca el liderazgo en el desarrollo sostenible pero ha empezado a hacer su parte que le corresponde.

te. Los cargos de los huéspedes se hacen al folio y el cobro se hace hasta después. Durante el periodo de estadía, antes de que el huésped paga tiene una deuda con el hotel, el cual se considera como “**cuentas por cobrar**”.

Tipos de Cuentas por Cobrar. Existen dos tipos de cuentas por cobrar: 1. Huéspedes que están registrados dentro del hotel ocupando una habitación. (**Transient guests** o huéspedes transitorios) 2. Clientes o empresas no registrados en el hotel y no ocupantes de habitaciones. (**city guests** o huéspedes de ciudad).

Los huéspedes transitorios, usualmente se convierten huéspedes de ciudad, ya que al irse del hotel pagan con una tarjeta de crédito: Visa, Master Card, etc., por lo tanto las compañías de tarjetas de crédito son las que tienen la deuda con el hotel. Dichas compañías no están registradas en el hotel ni ocupan alguna habitación por lo que se consideran huéspedes de ciudad. Otros ejemplos: agencias de viajes, aerolíneas, agentes del gobierno, etc.

The Ledgers (Los libros de contabilidad). En un hotel hay muchas cuentas individuales registradas. Se cuenta con miles de huéspedes registrados y miles de folios registrados. Un grupo de folios es llamado **ledger**.

Los huéspedes transitorios, que cuentan con folios en la recepción, son vistos como un solo record llamado **transient ledger** (libro de los transitorios). Por su parte, el grupo de los huéspedes de ciudad se les llama **city ledger** (libro de huéspedes de ciudad.) Éstos no están registrados en el hotel, un ejemplo es Visa, Master Card, etc.

En la época pre electrónica los folios eran grandes cantidades de papel llenados a mano. Actualmente se almacenan en la computadora. La diferencia entre ambos es el TIEMPO que se toma en llenar a mano o computadora.

El **transient ledger** es también conocido por: front office ledger, ya que se ubica en el front office, también se llama guest ledger ya que es únicamente

² *Billing the guest folio.* En: Vallen, G. K. and Vallen, Jerome J. (2009). *Check-In Check-Out: Managing Hotel Operations.* 8ª Ed. New York: Prentice Hall.

de huéspedes registrados, otro nombre es romos ledger ya que es de las habitaciones.

City Ledger: hay muchas sub categorías del city ledger que se explicarán en el cap. 11. Para referirse al city ledger no existen más nombres que ese. La ubicación de este es en las oficinas de contabilidad del hotel.

Todos los cargos de los huéspedes se hacen en el momento en que se vende el servicio y se registran (posted or recorded in the folio) en el folio.

Por su parte las cuentas de city ledger se van pagando periódicamente.

Para qué es una cuenta...

Cada folio sirve como un record de la deuda del huésped con el hotel. Si el huésped prefiere pagar sus servicios de inmediato o justo después de obtenerlos, no se maneja como un folio.

Si una persona llega al hotel para comprar servicios pero no está hospedada (como restaurante, spa, salones de eventos, etc.) puede manejar sus pagos de dos formas: pagando con efectivo o con tarjeta de crédito. Si lo hace con tarjeta, es la compañía de tarjetas de crédito la que le debe al hotel y pasa a ser parte del city ledger.

El folio. Cuenta por cobrar individual. Otros nombres del folio: cuenta, cuenta del huésped, tarjeta de cuenta, etc.

Ubicación y Archivo de Folios. Sin excepción, los hoteles modernos usan folios computarizados que crea el PMS (property managemet system). Los huéspedes pueden acceder a su folio en la pantalla de su televisión o una copia impresa. Por lo tanto los empleados de recepción deben saber manejar la tecnología para acceder a la información de los folios.

Los folios hechos a mano se mantienen en el front desk y son separados con divisores por número de habitación. Hacer los folios a mano genera grandes cantidades de papel y puede ser difícil manejarlas.

Los cargos al folio del huésped no lo hace el personal de recepción sino el personal del departamento que da el servicio (restaurante, bar, etc.)

Número de Folios. El número de folios por habitación varía. Puede ser que en una habitación se hospede una familia de 5 personas y necesiten un solo folio para todos, o por otro lado puede ser que en una

habitación se hospeden dos personas que deciden pagar por aparte sus gastos, por lo que se abrirán dos folios para la misma habitación.

Por su parte las cuentas de los city ledgers se manejan por compañías y no por habitación. Es decir una cuenta por cobrar es la de Visa.

El folio: Cuentas por cobrar de grupos

La cuenta maestro. Se acomoda a compañías tour, asociaciones, organización de convenciones, grupos, etc. Los gastos de todas las personas del grupo se acumulan en la cuenta maestra. La cuenta maestra es considerada dentro del transient ledger. Ésta cuenta es pagada en el check out. Las cuentas maestras son complejas y pueden llegar a tener más de 25 páginas. Ésta puede crear muchos conflictos.

La estructuración de la cuenta maestro. El hotel y la organización deciden los detalles de servicios, términos de créditos y firmas autorizadas.

Single Entity Groups (grupos de entidades individuales). Empleados de compañías que se hospedan para reuniones o grupos que viajan juntos. Normalmente se cargan los gastos de todos a una sola cuenta maestra.

Conventio Group (grupos de convenciones). Los grupos de convenciones están formados por personas de diferentes compañías y localidades. En este caso los participantes de la convención pagan sus propios gastos personales: habitación, alimentación, etc., pero si existe una cuenta maestra en donde se registran gastos de toda la convención como: fiestas de cocktails, banquetes, gastos de los conferencistas, etc.

En las convenciones hay sub grupos que abren una cuenta maestra cada uno como por ejemplo: todos los empleados de una compañía específica, a quienes la compañía les pagará los gastos.

Tour Groups (grupos de turistas). La diferencia de éste grupo con los otros dos es que los viajeros pagan todo a la agencia de viajes y ésta se encarga de negociar con el hotel, por lo tanto la agencia de viajes es responsable de pagar todos los gastos del grupo incluidos en el paquete, lo que no está incluido en el paquete lo debe pagar el cliente individual.

Split Billing (facturación dividida). La distribución de los cargos entre la cuenta maestra y los cargos personales del folio del huésped se llama Split billing o Split folios.

El master folio (de gastos de todo el grupo) normalmente se le llama folio A y el folio del huésped se llama el folio B. El folio A es más importante ya que implica los pagos de todo el grupo, mientras que el folio B contiene gastos menores de cada miembro del grupo.

Casino Comps. Los Casinos de los hoteles a veces le entregan a los jugadores frecuentes noches en el hotel. En este caso la Split billing se usa para separar los gastos que el Casion asumirá y los que el huésped pagará. Por ejemplo, el casiono puede donar de cortesía la habitación, alimentación y teléfono, dichos cargos se hacen al folio A, por su parte si el huésped decide utilizar otros servicios como spa, debe asumir ese cargo y se coloca en el folio B, esto es pues la facturación dividida.

Preffered-guest programs (programas de huéspedes frecuentes). Los programas de clientes preferentes normalmente utilizan la facturación dividida o Split billing. En este caso el huésped junta puntos a través de otras compañías. El gasto de la habitación se carga en el folio A, ya que es el gasto que cubrirá su programa de cliente frecuente, mientras que los gastos extra a la habitación los pagará el huésped y se registran en el folio B.

El folio A pasa a ser parte del city ledger, ya que será pagado por la compañía mayor que proporciona al cliente los puntos. Normalmente éstas compañías no pagan la tarifa completa de la habitación, sino una parte o se basan en el ADR del último mes para pagar una cantidad que convenga a ambas partes.

Entendiendo los cargos y los créditos

La contabilidad normalmente capacita al personal que manejará los folios para que entiendan la interfaz entre el front office record (transient ledger) y el back office record (city ledger). Sin embargo los folios han sido creados para ser comprendidos por todos, aun cuando no tienen dicha capacitación.

Los **cargos** por servicios prestados **incrementan** el débito que el cliente tiene con el hotel.

Los **créditos reducen** el débito del huésped.

Activos. Los activos son todo aquello que le pertenece al negocio. Incluyen: terrenos, edificios, muebles, equipos, etc. Existen dos activos importantes del front office que se encuentra en responsabilidad de los folios: las cuentas por cobrar que es lo que los huéspedes deben al hotel y caja que es dinero en efectivo, en el banco, en el escritorio, etc. La cuen-

ta de caja es menos popular ahora ya que muchos huéspedes prefieren las tarjetas de crédito.

Ventas o ingresos. Los hoteles son negocios que venden servicios. Dichas ventas generan ingresos y los ingresos muchas veces generan ganancias. La venta de habitaciones es el producto mayor. Dependiendo del hotel (tamaño, tipo y clase) los ingresos también provienen de la venta de otros servicios. Algunas veces, pero no tan seguido, los ingresos decaen.

Todas las cuentas tienen dos partes, lo cual significa que si una cuenta aumenta, otra disminuye. Por ejemplo, si se vende una bebida del bar, los ingresos del bar aumentan y el cargo se hace al folio del huésped, que después será pagado con tarjeta de crédito.

Posting to the folio (postear en el folio las cuentas por cobrar). Postear en el folio significa registrar un evento sea: una venta o un pago. Si el huésped paga inmediatamente luego de recibir el servicio, el folio no se ve afectado.

Hay dos cosas que obligatoriamente se postean en el folio: cargo de la habitación y cargo por llamadas telefónicas, éstas generalmente se registran automáticamente ya que el hotel no tiene otra forma de cobrarlo.

El huésped puede pagar su cuenta en el check out a través de efectivo o con una tarjeta de crédito.

Descripción general del proceso de facturación

Los folios electrónicos se popularizaron desde 1980.

Preparando el folio. Cuando el huésped llega y se registra se crea el folio. Los datos para el folio se toman de la tarjeta de registro. En el folio aparece información como: hora de arribo, hora de salida, datos del huésped, etc. Los folios son enumerados secuencialmente para el mejor control. No existen reglas de lo que el folio debe llegar, pero muchas veces aparece información importante como un contrato.

Presentado la cuenta. La ley protege a los hoteles de fraude. Hay huéspedes que no tienen la capacidad de pagar o simplemente no quieren hacerlo, por lo tanto el hotel desde el principio lucha por tener el número de tarjeta de crédito de sus huéspedes.

Normalmente el folio se imprime y se entrega al huésped en el momento del check out para que cancele su cuenta, si se hace algún ajuste se da una copia de esto al huésped. Algunos hoteles imprimen

el folio y se lo entregan al huésped una noche antes de partir.

Los huéspedes de larga estadía deben pagar sus cuentas semanalmente.

Comunicando los cargos. Se necesita comunicación dentro del hotel para hacer los folios, ya que los servicios que el huésped compra provienen de diferentes departamentos. **Antes de la era electrónica** era necesaria la comunicación entre departamentos de manera rápida ya que si el huésped consumía una bebida del bar, el bar debía avisar manualmente la venta para ser registrada en el folio. Para todo ello se utilizaban vouchers que se entregaban en el front office, lo cual era riesgoso ya que podían perderse y se utilizaban en los departamentos las hojas de control, las cuales incluían nombre del huésped, número de habitación, número de voucher, etc.

Los vouchers se tardaban mucho en llegar a la caja y algunas veces llegaban luego de que el huésped ya se había ido del hotel, por lo que quedaba una cuenta incobrable.

Si el voucher llegaba a tiempo al front desk debían buscar en la pila de papeles el folio correspondiente a la habitación. Cuando se encontraba, se posteaba la venta.

Durante la era electrónica el property management system del hotel ha sustituido los vouchers, las hojas de control y el tener que trasladar los vouchers de un departamento a otro para postear en el folio. Ahora, todos los departamentos se comunican electrónicamente para postear las ventas en el folio de los huéspedes. Los cajeros ingresan el cargo en el folio del huésped por medio de una caja electrónica que registra directamente en el folio, llamada point of sale terminal POS. Por lo tanto el folio se mantiene siempre actualizado.

Instalar POS es difícil y costoso. Algunos hoteles instalan POS solamente en los departamentos de mayores ingresos y en el resto utilizan los antiguos vouchers.

Registrando los cargos a las cuentas por cobrar. Los cargos incrementan las cuentas por cobrar, mientras que los créditos las disminuyen. Ambos son posteados en el folio para mantenerlo actualizado. A continuación se hablará sobre los créditos:

Comprendiendo la línea de postear. Un cargo en el folio representa dos cosas: una es que el valor final del folio cambia, la cantidad que el huésped debe aumenta. Mientras más servicios compran, más debe

al hotel. La otra es que la cantidad cargada significa el ingreso que el hotel gana por la venta de un servicio. 49

Todos los folios incluyen un formato parecido: hay una línea por cada entrada de dinero, en el folio se identifica la fuente de la venta.

El hecho de postear significa que el huésped compró algún servicio.

Números de referencia. En cada línea en donde se postea hay un número. Este número identifica departamentos en la tabla de cuentas del hotel. Esa tabla de cuentas es un sistema de códigos de numeración por medio del cual los hoteles clasifican los records. Cada departamento se identifica con un código. Tener códigos hace que sea más fácil el trabajo de clasificar las cuentas. Por ejemplo si se vende una bebida en el bar se postea colocando el nombre de la bebida, el número de la habitación y el **código del bar**.

Posteando los cargos de la habitación. Los cargos de los diferentes departamentos pueden aparecer más de una vez, por ejemplo si una persona desayuna almuerzo y cena en el restaurante del hotel, las tres ventas aparecerán registradas en el folio por separado. Los cargos de la habitación funcionan diferente, ya que se postean solamente una vez, en la noche. Los cargos por la habitación se hacen directamente en el front desk por lo que no hay complicaciones de comunicarse con otros departamentos. Estos cargos se postean por el auditor nocturno.

Actualmente los cargos por la habitación son hechos por el property management system el cual sabe las tarifas, saca impuestos automáticamente y postea automáticamente también en el folio del huésped.

Existen 4 excepciones por las cuales se debe postear el cargo por la habitación durante el día y no durante la noche por el auditor nocturno:

1. Day rate (tarifa de día): se da cuando el huésped llega y parte el mismo día.
2. Late check outs (check outs tarde)
3. Huéspedes que se van antes de la hora original de partida son penalizados (esto se da últimamente pero probablemente no se seguirá haciendo ya que causa angustia)
4. Huéspedes que pagan por adelantado y ya no hacen un check out.

Otra de las cosas que aumentan la cuenta por cobrar de los huéspedes son los impuestos.

Impuestos sobre las ventas. Los impuestos son universales en la industria de la hotelería. Los hoteles colectan impuestos de hospedaje para el gobierno, ya que para ellos es más fácil cobrar a los extranjeros que a los residentes. Pagar impuestos es una cuenta por cobrar que el hotel tiene con el gobierno. Por lo que el pago de impuestos es conocido como: impuestos por pagar.

Registrando los créditos a las cuentas por cobrar. Los créditos reducen la cuenta por cobrar que el huésped tiene con el hotel. Normalmente los huéspedes pagan en el momento del check out, pero a veces ocurre que durante el día pagan algunas cantidades. Sin importar el momento en que pague el huésped, cuando este se va el folio debe quedar en cero, lo cual significará que el huésped no debe nada.

Tres métodos de ajuste de cuentas. Existen tres formas de pagar la cuenta:

1. Con efectivo, es la menos utilizada actualmente.
2. Allowances: Reducciones al monto que se debe: facturar errores que requieren esas reducciones al monto son muy frecuentes.
3. Transferencias: pasar la cantidad que se debe a otra persona, es decir que otra persona pague la cuenta.

Settling with allowances (resolviendo con descuentos). Así como las tiendas permiten la devolución de un producto defectuoso, los huéspedes de los hoteles no pueden permitir devolver el servicio, debido a que media vez éste se entrega no hay vuelta atrás. Por lo tanto los hoteles otorgan al huésped crédito para compensar servicios deficientes.

Dichos créditos se entregan con un allowance voucher, el cual debe ser autorizado por un supervisor y firmado por él.

Todos los hoteles tienen un límite de crédito de esos vouchers.

Los allowances son utilizados solamente cuando ya no es posible corregir el error cometido. Descuentos, es otro palabra que describe esto.

Un ejemplo es, si se pierde una corbata en la lavandería, se entrega un allowance voucher al huésped

por un valor determinado, el cual puede canjear en el hotel por descuentos u otros servicios.

Descuentos por servicio deficiente. Los accidentes suceden. Si el problema se detecta de inmediato, la gerencia puede remediar el error, de lo contrario, cuando ya no tiene remedio el problema existe la forma de intentar compensarlo con un descuento. Éstos disminuyen lo que debe el huésped y disminuyen también los ingresos del hotel. Si el cargo original se hizo con tarjeta de crédito, se realiza un ajuste en la tarjeta de crédito.

Descuentos para corregir errores. Cuando se deja de cobrar algo al cliente se puede hacer dos cosas: si la cuenta es muy alta se le envía un e mail al huésped para solicitar una transferencia, si es muy baja y molestará al cliente, se dejará pasar y el hotel absorberá el error.

Los descuentos se utilizan también para reducir los cargos del huésped en caso de error. Por ejemplo si se le cobra una noche de más al huésped, el error se debe corregir con un descuento. Actualmente los sistemas PMS reducen la probabilidad de errores.

Settling with transfers (resolviendo con transferencias). Una transferencia traslada el balance de un record a otro. Por ejemplo del front office folio al city ledger.

Transferencias del mismo ledger: el ejemplo es si la cuenta de un folio se transfiere a la cuenta del otro folio. Es decir todos los gastos de la habitación 101 se transfieren al folio de la habitación 102.

Mientras que de un ledger a otro implica por ejemplo cuando el huésped se va y paga con tarjeta de crédito, la cuenta pasa del transient ledger al city ledger. También se puede del city ledger al transient ledger cuando se hace un advance deposit (depósito adelantado).

En el folio existen seis formas de dar crédito: en efectivo, allowances o descuentos, transferencias (city ledger), depósito por adelantado, tarjetas de crédito, transferencias (no con tarjeta de crédito).

Ejemplo del folio de un Hotel

Main Street Hotel					
123 Main Street, CA 12345					
United States of America					
☎ (209)-555-1212; FAX (209)-555-1213					
Guest Name	STEVEN THOMAS		Folio #	04040319254	
Address	123 2 nd Street		Room	G10	
	Tracy, CA 95273		# of Guest	2	
ID Type	Driver's License	ID #	P3242332	Check in Date	05/04/2003
ID State	CA	ID Country	United States	Check in Time	19:25:50
Vehicle Make		Model & Year		Check out Date	05/05/2003
License Plate	PG-6023	License State	CA	Check out Time	00:00:00
Particulars					Total
Rental Charges					
Rent:				85.93	
Transient Tax:					
Local Tax: 0.00					92.80
State Tax: 6.87				6.87	12.00
Add: Other charges					
Total Charges					104.80
Less: Amount paid					(0.00)
					104.80
Thank you for your stay with us. Please visit us again.					
NOTICE TO GUESTS: This property is privately owned and the management reserves the right to refuse service to anyone. Management will not be responsible for accidents or injury to guests on for loss of money, jewelry or valuables of any kind. Management will not be responsible for any item left in the room.					
CHEKOUT TIME: 11:00 AM SELF REGISTRATION ONLY					
I AGREE that my liability for this bill is not waived and agree to be held personally liable in the event that the indicated person or company failed to pay for any part or full amount of these charges including any missing/damaged items, etc. I agree that if an attorney is retained to collect these charges, I will pay all reasonable attorney's fees and costs incurred. If payment is by credit card you are authorized to charge my account for all charges incurred, including any and all damages/missing items, etc. I agree that the sole purpose of renting this room is for my own residency only.					
Customer Signature _____				Date _____	

Semana 7

Contenidos

- Reportes, tecnología y formatos del departamento
- Relaciones con los huéspedes

Actividad en clase

En grupos de trabajo deberán elaborar del Manual de Funciones y Procedimientos del Departamento de Reservas.

Tarea

1. Investigación en grupos sobre tendencias en el servicio de recepción y presentarla ante el resto de la clase.
2. Desarrollar tres diferentes ejercicios de recepción en el sistema Gabilos y presentarlos al docente el siguiente día de clase.

Unidad 3–

Departamento de Teléfonos y otros

Descripción

Esta unidad le permitirá conocer y aprender a profundidad las diferentes áreas que componen el departamento de recepción, un hotel de proporción grande y de gran clase, requiere ciertos servicios para sus huéspedes y de esta forma brindar un servicio eficiente en todo aspecto, y es por eso que este trabajo eficiente requiere de varios espacios dedicados en su totalidad a ciertas funciones. Cada una de las áreas que a continuación se conocerán, depende del tipo de propiedad, pero apoya y facilita el servicio y depende de cada gerencia determinar que áreas requiere su hotel.

Objetivos

Después de la lectura y estudio de la presente unidad, usted podrá:

- Identificar y conocer la operación y funciones de las diferentes áreas de un hotel diseñadas para brindar una alta satisfacción a los huéspedes.
- Valorar la importancia de brindar un excelente servicio e innovar los servicios constantemente.
- Distinguir las nuevas tendencias de servicio para mejorar la atención al huésped.

Semana 8

Contenidos

- Responsabilidades del departamento de teléfonos
- Estructura organizacional del departamento de teléfonos
- Ofrecimientos de comunicación al huésped

Departamento de Teléfonos



Actividad en Clase

Desarrolle en grupos los siguientes procesos:

- Para responder una llamada externa
- Para responder una llamada interna de un huésped
- Para responder una llamada interna del personal del hotel

Tarea

Investigación con un supervisor u operador de teléfono

Instrucciones:

1. Organizar grupos de cuatro personas.
2. Contactar a un supervisor o un operador del área de teléfonos y conocer como mínimo cuatro diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado.
3. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.
4. Hacer un debate con todos los estudiantes sobre dichas situaciones y cuáles hubieran sido sus acciones ante las mismas.

Semana 9

Contenidos

- Técnicas telefónicas efectivas
- Área de Centro de Negocios (Business Center)

Actividad en clase

SOCIODRAMA

1. Instrucciones:
 - Formar grupos no mayores de cuatro personas.
 - Cada grupo debe identificar una acción para desarrollar llamadas telefónicas efectivas.
 - Construir una dramatización que ejemplifique la acción, no mayor a 20 minutos, ni menos de 10 minutos.
 - Presentarla antes los compañeros de clase.
 - Concluir con los beneficios de implementar dicha acción en el departamento de teléfonos.
2. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para un agente del Business Center.

Tarea

Previo a explicar las instrucciones para los estudiantes:

El docente deberá realizar diferentes grupos de trabajo y rifar entre los grupos el área que le tocará investigar y presentar en el aula cuando se imparta el contenido de dicha área. Las áreas son: Business Center, Concierge, Piso Ejecutivo, Airport Loungue, Botones, Auditor Nocturno, Room Controller.

Investigación con un supervisor u operador de Business Center

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar a un supervisor o un operador del área de Business center y conocer como mínimo 2 diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.

2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Semana 10

Contenidos

- Área de Concierge
- Área de Piso Ejecutivo

Actividad en clase

1. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para un agente del Concierge.
2. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para un agente del Piso ejecutivo.

Tarea

Previo a explicar las instrucciones para los estudiantes:

El docente deberá realizar diferentes grupos de trabajo y rifar entre los grupos el área que le tocará investigar y presentar en el aula cuando se imparta el contenido de dicha área. Las áreas son: Business Center, Concierge, Piso Ejecutivo, Airport Lounge, Botones, Auditor Nocturno, Room Controller.

Investigación con un supervisor u operador de Concierge

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar a un supervisor o un operador del área de concierge y conocer como mínimo dos diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Investigación con un supervisor u operador de Piso Ejecutivo

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar a un supervisor o un operador del área de Piso ejecutivo y conocer como mínimo dos diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Semana 11

Contenidos

- Área de Airport Lounge
- Área de Botones

Actividad en clase

1. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para un agente del Airport Lounge.
2. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para un agente de Bell Boy.

Tarea

Previo a explicar las instrucciones para los estudiantes:

El docente deberá realizar diferentes grupos de trabajo y rifar entre los grupos el área que le tocará investigar y presentar en el aula cuando se imparta el contenido de dicha área. Las áreas son: Business Center, Concierge, Piso Ejecutivo, Airport Lounge, Botones, Auditor Nocturno, Room Controller.

Investigación con un supervisor u operador de Airport Lounge

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar a un supervisor o un operador del área de Airport Lounge y conocer como mínimo dos diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Investigación con un supervisor u operador de Bell Boy

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar a un supervisor o un operador del área de bell boy y conocer como mínimo dos diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Semana 12

Contenidos

- Auditor Nocturno
- Room Controller

Actividad en clase

1. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para el Gerente Nocturno.
2. Desarrollar individualmente el perfil y descripción del puesto para el Room Controller.

Tarea

Previo a explicar las instrucciones para los estudiantes:

El docente deberá realizar diferentes grupos de trabajo y rifar entre los grupos el área que le tocará investigar y presentar en el aula cuando se imparta el contenido de dicha área. Las áreas son: Business Center, Concierge, Piso Ejecutivo, Airport Loungue, Botones, Auditor Nocturno, Room Controller.

Investigación con el Gerente Nocturno

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar al gerente o auditor nocturno y conocer como mínimo 2 diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Investigación con un supervisor u operador de Bell Boy

Instrucciones para el grupo seleccionado:

1. Contactar al Room Controller y conocer como mínimo 2 diferentes situaciones o casos que se le han presentado en sus labores y la forma en que los ha solucionado, además de sus funciones y responsabilidades.
2. Presentar los resultados de la entrevista por escrito y oralmente en el aula en un tiempo de 30 minutos máximo.

Actividad en clase

SOPA DE LETRAS

Encuentre las siguientes áreas según correspondan las funciones que se le indican:

1. Realiza servicios de traducciones para los huéspedes.
2. Realiza Check In y Check Out de huéspedes VIP.
3. Maneja el equipaje del huésped.
4. Asigna habitaciones a cada reservación previo a la llegada del huésped.
5. Ofrece información general de los servicios del hotel.
6. Envía huéspedes al hotel a través del shuttle.
7. Controla los saldos en las cuentas de los huéspedes.
8. Es también llamado el centro de operaciones del hotel.

D	A	O	X	D	Ñ	I	Y	R	Ñ	P	U	P	V	Q	J	A	Y
J	B	C	O	N	C	I	E	R	G	E	B	E	D	X	R	N	X
X	O	M	S	H	N	A	I	A	M	B	G	P	G	E	U	Q	M
N	T	U	C	R	X	C	L	C	L	F	K	R	M	K	U	X	C
M	O	W	J	B	V	Ñ	C	Z	X	H	S	M	R	H	N	D	A
S	N	F	H	Z	Ñ	O	S	O	D	V	L	M	A	N	J	Ñ	N
A	E	A	Z	H	H	R	C	V	Y	J	U	V	Ñ	Z	B	S	I
C	S	K	O	X	X	Ñ	F	T	I	Y	I	Q	X	I	W	N	C
Q	C	U	O	Y	V	J	Y	T	N	J	G	Q	P	F	S	Ñ	X
B	A	U	D	I	T	O	R	N	O	C	T	U	R	N	O	M	U
T	R	E	T	N	E	C	S	S	E	N	I	S	S	U	B	E	F
J	U	H	S	D	F	B	T	E	L	E	F	O	N	O	S	X	N
M	Ñ	W	X	H	H	W	Ñ	R	C	Y	M	Z	G	A	H	U	H
P	L	F	H	M	K	E	R	P	L	Y	Ñ	F	P	I	Z	R	Q
M	P	L	R	E	L	L	O	R	T	N	O	C	M	O	O	R	M
O	B	S	G	E	E	M	B	D	U	Ñ	U	P	H	Y	T	K	Z
T	Q	A	I	R	P	O	R	T	L	O	U	N	G	U	E	E	W
L	T	A	D	R	Z	P	N	O	D	X	S	Ñ	Q	J	M	S	O
T	J	R	P	I	S	O	E	J	E	C	U	T	I	V	O	B	H
O	Q	S	X	I	C	U	X	F	M	L	O	P	M	M	T	L	Y

Unidad 4

Departamento de Ama de Llaves y Lavandería

Descripción

Para un Administrador en Hoteles y Restaurantes entregar un servicio de calidad no es UNA PARTE del trabajo; sino el objetivo del trabajo en su TOTALIDAD. Debemos hacer que nuestros huéspedes encuentren en sus habitaciones un lugar perfecto para el descanso, en el cual logren sentirse cómodos y seguros.

Esta valiosa labor está a cargo del “Departamento de ama de llaves y lavandería” el cual tiene la misión de hacer de una simple estadía, una experiencia extraordinaria que el huésped desee repetir.

La presente unidad le permitirá adquirir los conocimientos necesarios para gestionar correctamente la administración del servicio en un hotel. Así mismo su formación se complementará posteriormente al momento de realizar su práctica profesional en dicha área.

Objetivos

Después de la lectura y estudio de la presente unidad, usted podrá:

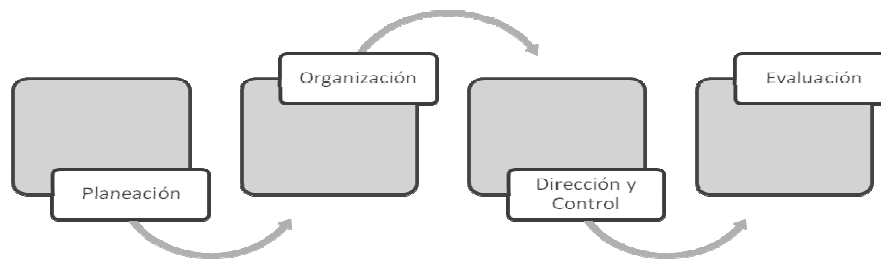
- Aplicar el conocimiento adquirido entorno a procesos y herramientas utilizadas en el departamento
- Garantizar el cumplimiento de estándares de operación en la gestión del servicio.
- Aplicar las herramientas de dirección, motivación y liderazgo para la correcta administración del recurso humano en el departamento.
- Administrar y gestionar eficientemente los inventarios del departamento.
- Manejar adecuadamente los estándares de productividad y desempeño del departamento.

Semana 13

Contenidos

- Responsabilidades del departamento de Ama de Llaves.
- Estructura organizacional del departamento de ama de llaves.

El departamento de Ama De Llaves tiene como principal función mantener las habitaciones, oficinas y áreas públicas en óptimas condiciones de limpieza, con un margen mínimo de pérdidas y a un bajo costo.



Ejercicio

Instrucciones:

Desarrolle individualmente un mapa conceptual del departamento de ama de llaves que contenga la siguiente información:

- Nombre del departamento
- Áreas de trabajo
- Personal para cada área
- Funciones del personal

Actividad en clase

1. En grupos, elaborar los *amenities* y la decoración respectiva para los mismos de una habitación.
2. Presentar ante el resto de compañeros el tipo de propiedad y los amenities requeridos con la respectiva decoración.

Semana 14

Contenidos

- Operaciones del día a día en ama de llaves
- Planeación

Planeación en Ama de Llaves

Actividades básicas de planeación

1. Inventario de área
2. Programas de frecuencia
3. Estándares de desempeño
4. Estándares de productividad
5. Niveles de inventario

Inventario de área

1. Incluye todo lo que debe limpiarse.
2. Es una base para desarrollar procedimientos de limpieza, entrenamientos y *check list* para inspección.
3. Debe hacerse de derecha a izquierda y de arriba para abajo alrededor de la habitación.

Programas de frecuencia

1. Limpieza cotidiana.
2. Ciclo rutinario de limpieza: semanalmente.
3. Programa de limpieza profunda.

Estándares de desempeño - ED

1. Pueden darse con el Manual de Bienvenida o con un manual de procedimientos de Ama de Llaves.
2. Se controlan a través de inspecciones periódicas: “no se puede garantizar lo que no se inspecciona”.
3. Deben revisarse periódicamente.

Estándares de productividad – EP

1. Determinan la cantidad justa de trabajo por cada área.
2. Se deben tomar en cuenta los aspectos legales de los horarios.

3. Varían en relación a cada hotel.
4. Cantidad vrs. Calidad.

¿Cómo lo determinamos?

1. Determinar cuánto tiempo se lleva la limpieza de una habitación de acuerdo a los estándares de calidad.

Ejemplo: 30 minutos.

2. Determinar el total de minutos por turno.

Ejemplo: 7.5 (horas diarias) * 60 minutos = 450 minutos

3. Determinar el tiempo disponible para la limpieza de cada habitación:

TURNO	450 minutos
Menos:	
Tiempo de entrada	20 minutos
Break	15 minutos
Almuerzo	30 minutos
Tiempo disponible	385

4. Determinar el estándar de productividad dividiendo el resultado del paso 3 entre el paso 1.

$$385 \text{ minutos} / 30 \text{ minutos} = 13 \text{ hab. x turno}$$

El reto es: balancear efectivamente los estándares de calidad con los de productividad.

Actividad en Clase

Caso 1

El Hotel Playa Grande cuenta con 120 habitaciones. El ama de llaves desea establecer el estándar de productividad. Se le pide determinar dicho estándar, considerando los criterios que cree apropiados para establecerlo.

Semana 15

Contenidos

Operaciones del día a día en ama de llaves -Planeación

Niveles de inventario

El ama de llaves está a cargo de dos tipos de inventarios:

1. Los reciclados
2. Los no reciclados

Niveles PAR: se refiere a la cantidad de mínimos y máximos de materiales que se debe tener en bodega para cubrir la operación. El número de inventario necesario para cubrir la operación en el departamento de ama de llaves depende de las funciones del hotel, de la cantidad de habitaciones, etc.

Estandarización de niveles PAR para blancos:

- a. Determinar los niveles PAR para cada uno de los tipos de blancos que se utilizan en el hotel.
- b. Cuando hacen falta blancos es porque el Ama de Llaves estableció muy bajo el estándar de ropa a usar.
- c. Tener los máximos de blancos almacenados mantiene mucho dinero invertido sin ser utilizado.
- d. El ama de llaves determina cuántos pares de blancos necesita para mantener bien la operación.

Determinando el inventario PAR de blancos...

El ama de llaves al establecer el nivel par de blancos debe tomar en cuenta lo siguiente:

- a. La ropa que está en ciclo de lavado.
- b. La que está vistiendo.
- c. La que está en roperías.
- d. La de uso en caso de emergencias.

En total es recomendable tener 4 juegos para operar sin ninguna complicación.

CALCULAR:

El Hotel que cuenta con 300 camas king. Para vestir la cama se necesitan 2 sábanas por cama.

Solución:

$$2 * 300 * 4 = 2,400 \text{ sábanas}$$

Del mismo modo se calculan las toallas y demás blancos.

Ejercicio en clase

El Hotel Casa del Río cuenta con 88 habitaciones distribuidas de la siguiente forma:

- a. 50 habitaciones dobles estándar
- b. 20 habitaciones suite con cama king, sala y estudio
- c. 18 habitaciones presidencial con dos habitaciones de cama king, sala, comedor y cocineta

Desarrolle la estandarización de blancos de sábanas, edredones y sobrefundas.

Semana 16

Contenidos

- Operaciones del día a día en ama de llaves - Organización

ORGANIZACIÓN

Es la responsabilidad del Ama de Llaves que implica estructurar el departamento y dividir el trabajo de manera que las asignaciones de trabajo sean adecuadas y justas.

Breaking the House Down = Asignación de secciones para limpieza

La asignación de “breaking the house down” se realiza de acuerdo a la cantidad de habitaciones que limpia cada camarera.

GUÍAS DE STAFF

Es una herramienta esencial, la cual va a determinar la cantidad de personal necesario para operar en los diferentes porcentajes de ocupación.

DESARROLLO DE UNA GUÍA DE STAFF

1. Pronóstico de ocupación de ventas por medio de reservaciones.
2. Determinar los estándares de productividad.
3. Determinar el número de empleados necesarios para una ocupación específica.

CASO EJEMPLO:

El hotel A'jbé cuenta con 200 habitaciones distribuidas de la siguiente forma:

- a. 100 habitaciones estándar
- b. 50 suites

c. 50 máster suites

1. Determinar el número de créditos (generalmente se manejan ambientes) de cada habitación:

- | | | |
|------------------------------|------------------|----------|
| a. 100 habitaciones estándar | → 1 crédito c/1 | → 100 c. |
| b. 50 suites | → 2 créditos c/1 | → 100 c. |
| c. 50 máster suites | → 4 créditos c/1 | → 200 c. |

2. Establecer el nivel de productividad:

- | | |
|---|-----------------------------|
| a. Tiempo para limpiar cada habitación: | 35 minutos. |
| b. Tiempo disponible para limpieza de habitaciones: | 350 minutos. |
| c. Productividad: | $350/35 = 10$ habitaciones. |

3. Establecer la guía de staff con el 100% de ocupación

- | | |
|----------------|---------------------------------------|
| a. Fórmula: | Total créditos/nivel de productividad |
| b. Operación: | $400/10 = 40$ camareras |
| c. Descanso: | $40/7 = 6$ camareras |
| d. Vacaciones: | $40/12 = 3$ camareras |

4. Calcular guía de staff con el 75% y 30% de ocupación.

Solución 75%:

- | | |
|----------------|-------------------------|
| a. Operación: | $300/10 = 30$ camareras |
| b. Descanso: | $30/7 = 4$ camareras |
| c. Vacaciones: | $30/12 = 3$ camareras |

Solución 30%:

- | | |
|----------------|-------------------------|
| a. Operación: | $120/10 = 12$ camareras |
| b. Descanso: | $12/7 = 2$ camareras |
| c. Vacaciones: | $12/12 = 1$ camarera |

Ejercicio en clase

CASO 2

Desarrollar la guía de staff con el 100% y el 70% de ocupación:

El Hotel Casa del Río cuenta con 88 habitaciones distribuidas de la siguiente forma:

50 habitaciones dobles estándar

20 habitaciones suite con cama king, sala y estudio

18 habitaciones presidencial con dos habitaciones de cama king, sala, comedor y cocineta

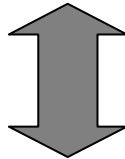
*Tomar en cuenta que el nivel de productividad es de 11 habitaciones por camarera.

Semana 17

Contenidos

- Operaciones del día a día en ama de llaves –Dirección, control y evaluación

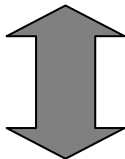
Dirección



La dirección de un ama de llaves implica:

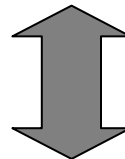
- **supervisar**
- **motivar**
- **entrenar**
- **retroalimentar**
- **disciplinar al personal**

Control



Se enfoca en implementar procedimientos que protejan los bienes del hotel y que se haga un buen trabajo.

Evaluación



Es analizar los resultados obtenidos para poder generar planes de acción buscando una mejora continua.

Tarea

Desarrollar individualmente lo que se le pide a continuación:

1. Un programa de motivación para el personal del departamento de Ama de Llaves.
2. Proceso de retroalimentación con los empleados

3. Proceso para llevar a cabo la evaluación de desempeño de los empleados

Semana 18

Contenidos

Área de Lavandería

- Organización
- Responsabilidades de cada área
- Proceso del lavado

Lavandería es la encargada de coordinar los servicios de lavado de ropa para clientes externos e internos. La clave de su operación es la buena organización y optimización de recursos

Semana 19

Contenidos

Área de Lavandería

- Tipos de fibras textiles
- Productos químicos
- Remoción de manchas

Tarea

Realizar un glosario con la siguiente terminología:

1. Fibra textiles sintéticas
2. Fibras textiles naturales
3. Fibras textiles regeneradas
4. Microorganismos patógenos
5. *Dry Clean*
6. Proceso de blanqueo

Actividad en Clase

Resuelva la siguiente sopa de letras y debe encontrar siete productos químicos utilizados en el área de lavandería.

PRODUCTOS QUIMICOS EN LAVANDERIA

E K D B C D E I J F K O B E Q S I B H S N E
 L T O M Y J I N C K X I N X M M N L O R N S
 N R N G P W Q L W O L V O F Q C R A O Q G C
 W D K A O U Y R Z F U C D R P F L N X W T Y
 K O I T Z S U R Q J G E S S P G R Q O A J C
 E B L I W I G O I G I G X S L L S U L Y Y P
 Y M I Q C P V Y C B D S C K O F O E M B T Z
 H R U D R E I A E N U I Z Y O C T A Z F U L
 P Q D L Z W N N U Z Q Z W V N S G D X I J A
 W Y D E S J Z V U S L S G W I I B O X R B T
 K M T M B I L R S J E R V Z L Y B R F H T V
 V F D O I X F P N C K Q P G A G F E P D E C
 L O N K U E B I U G E H E Q C W U W B K D L
 V X M X I F J E C F V S I F L E T C L C H S
 J O P A V G S M P A T T L Q A C K J G D X K
 Z T U V P T G L R B N E Z V E Q Y H A L S S
 N E U T R A L I Z A N T E V B X B E A D J P
 E U F A V L F M S S W M E B W C B W G V E R
 K T N T N T M M P W J J Q X C A I C Y N A T
 Z T K P L S Y W G Y R T M S D G P U X F H E
 E T N E G R E T E D U R V X M E Y E F N J R
 V V G A A O J X W C Y U N K K N J A M U D D

Ejercicio en Clase

Investigar lo siguiente sobre los productos químicos utilizados en Lavandería:

PRODUCTO QUÍMICO	DEFINICIÓN	USO EN LAVANDERÍA
Alcalinos		
Detergentes		
Blanqueadores		
Neutralizantes		
Suavizantes		
Emulsificantes		
Secuestrantes		

Semana 20

Contenidos

Ama de llaves y Mantenimiento

Ejercicio en clase

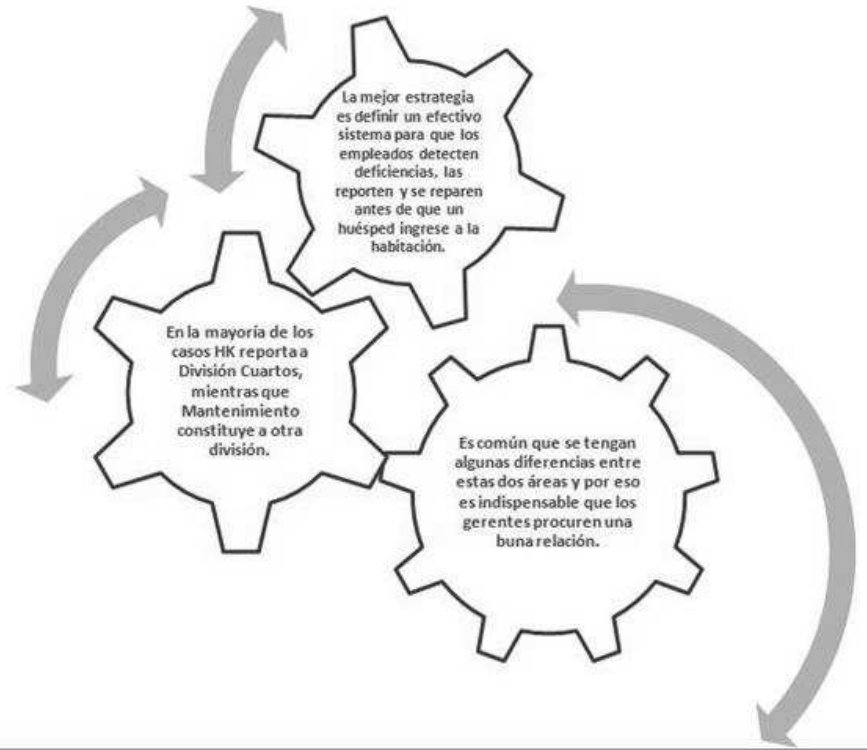
Realizar un check list del equipo y mobiliario de una habitación que requiere en algún momento la revisión del departamento de Mantenimiento.

Mínimo 5 y máximo 10.

Sociodrama

INSTRUCCIONES:

1. Dividir el aula en dos grupos.
2. Uno de los grupos será el departamento de Ama de llaves y otro grupo el departamento de Mantenimiento.
3. El departamento de mantenimiento debe desarrollar un programa de mantenimiento preventivo para las habitaciones.
4. Presentar el programa a la gerente, supervisoras y camareras de ama de llaves ya que ellas tomaran la decisión de autorizarlo.



Autoevaluación

El siguiente test contempla el contenido de todas las unidades con la finalidad de determinar su aprendizaje de todos los temas.

1. A continuación se le presentan varios casos de huéspedes, debe identificar al área que deben avocarse según sea el caso. Coloque la letra correcta del caso dentro del paréntesis del área correspondiente.

a. Área encargada de mantener limpios los pasillos, lobby, oficinas y baños del hotel	() Ropería
b. Es el departamento encargado de diseñar y proveer de uniformes a empleados operativos, administrativos y ejecutivos del hotel	() Valet
c. Es el área encargada de suministrar uniformes limpios y en óptimas condiciones a los empleados del hotel	() Seguridad
d. Busca optimizar el ingreso por cada cuarto disponible en el hotel	() Revenue Management
e. Dentro de sus funciones debe controlar la entrada y salida del personal que labora en el hotel.	() Reservaciones
	() Ama de llaves
	() Áreas Públicas
	() Lavandería
	() Ninguna de las anteriores

2. Determinar con una "F" si la oración es incorrecta y "V" si es correcta.

	F	V
a. El objetivo principal del jefe de lavandería es prolongar la vida de la ropa sin importar el presupuesto y/o pérdidas que pueda tener el departamento.....		
b. Control es el proceso en el cual hacemos un análisis de los resultados obtenidos para realizar planes de mejora.....		
c. Tener los máximos de blancos almacenados representa dinero invertido sin ser utilizado.....		
d. Los sistemas de comercio electrónico me permiten darle al cliente una opción de hacer su reservación las 24 horas del día a través de internet.....		
e. La pobre remoción de manchas puede darse por la lavadora sobrecargada y la temperatura de lavado muy baja.....		

3. Responda claramente cada una de las siguientes preguntas:

- Defina y explique las actividades básicas de planeación para el ama de llaves
- Realice el organigrama de Recepcion
- Describa el funcionamiento del revenue managment

Producto Químico	En qué consiste?	Para qué sirve?
Suavizantes		
Emulsificantes		
Alcalinos		

4. A continuación se presentan tres casos que debe resolver según se le pide. DEBE DESARROLLAR TODO EL PROCEDIMIENTO y presentar el análisis final. Para que se dé por correcto el caso debe estar bueno el procedimiento y el análisis.

Caso 1

Desarrollar la guía de staff con el 100% y el 60% de ocupación:

El Hotel Casa del Río cuenta con 98 habitaciones distribuidas de la siguiente forma:

- 60 habitaciones estándar
- 20 habitaciones suite con cama king, sala y estudio
- 18 habitaciones presidencial con dos habitaciones de cama king, sala, comedor y cocineta

* Tomar en cuenta que el nivel de productividad es de 12 hab. por camarera.

Caso 2

Determine el forecast con la siguiente información: (recuerde analizar su respuesta)

Para la semana del 25 al 29 de Mayo el hotel A'jbe tiene 37 habitaciones, de las cuales 6 están reparando los baños por desperfectos y se han recibido 21 reservaciones.

Caso 3

Usted es el(la) revenue management del hotel Princess de Barcelona, el cual cuenta con 225 habitaciones. En la reunión diaria del Jueves 8 de Mayo con los ejecutivos, el gerente general le pide que le indique lo siguiente:

- ¿Qué día de la primera semana de Mayo se tuvo el mejor REVPAR? _____
- ¿Cuál es el REVPAR de los 5 primeros días del mes? _____
- ¿Cuál es la tarifa promedio de los 7 primeros días del mes de Mayo? _____

Para responder lo anterior usted sabe que debió realizar el informe del REVPAR por lo que a continuación se le presenta la información:

Mes: Mayo 2008

Día	Ingreso	Ocupación	Habs. Ocupadas	Tarifa Promedio	REVPAR
1	67090	59%			
2	48590	69%			
3	78000	80%			
4	51200	85%			
5	86090	92%			
6	56560	46%			
7	35035	20%			
TOTALES					

Caso 4

Usted ha sido promovido(a) como Ama de Llaves del hotel Princess en Barcelona y actualmente se encuentra desarrollando sus estándares de productividad de camareras, en base a su experiencia ha determinado que:

- Toma 35 minutos hacer la limpieza
- El turno de las camareras que contratará es de 8 horas
- Para cambiarse toman 10 minutos
- Para la motivación y asignación de tareas diarias la supervisora se toma 15 minutos
- Tiempo de almuerzo: 45 minutos
- Entrega de carrito y turno: 10 minutos

Evaluación de Cierre

Estimado estudiante:

A continuación encontrará una serie de enunciados que le solicitamos responder. El objetivo es determinar el impacto académico que tiene su Material de apoyo para el estudio semipresencial con respecto a los procesos académicos. La escala a evaluar define así: 1, **Nada**; 2, **Bastante en desacuerdo**; 3, **Bastante de acuerdo**; 4, **Mucho** y 5, **No aplica (no se realizó)**. Muchas gracias por su colaboración.

FACULTAD	SEMESTRE	CARRERA	1	2	3	4	5
1.	Usé todo el material.						
2.	Mi proceso de aprendizaje ha sido grato/agradable con este material.						
3.	El material facilitó que yo aprendiera por mi mismo (a).						
4.	El resolver casos y/o ejercicios me permitió practicar actividades que servirán en mi futuro académico y profesional.						
5.	El mayor aporte que he recibido en mi aprendizaje con este material es encontrar la relación de la teoría con la vida cotidiana.						
6.	Me es fácil transferir lo aprendido con este material a la vida cotidiana.						
7.	Realmente me siento motivado (a) para seguir aprendiendo.						
8.	Este material ha despertado mi interés por ahondar en mi futura profesión.						
9.	Me ha permitido descubrir mis propios pensamientos.						
10.	Pienso que es útil aprender a resolver casos/problemas y/o ejercicios.						
11.	Este material me ha ayudado a pensar creativamente.						
12.	Los casos/problemas y/o ejercicios realmente me provocaron investigar en otros campos para resolverlos.						
13.	El material me provocó rechazo.						
14.	El material me motivó a trabajar y buscar información en otros lugares como bibliotecas e internet.						

Marque con una X (equis) la respuesta que a usted más le guste o asígnele un orden numérico de importancia donde 1 es el más importante.

15. ¿Qué aspectos considera que se pueden mejorar en este material?
 - a. El tamaño del material impreso en cuanto a su manipulación.
 - b. La calidad de la impresión.
 - c. Incluir más casos y/o ejercicios.
 - d. Dosificación del tiempo de trabajo propuesto en el material.
 - e. Otros. Especifique, por favor: _____
16. ¿Qué inquietudes le ha despertado este material?
 - a. Le desarrolla su creatividad.
 - b. Le permite tomar decisiones.
 - c. Otras, especifique, por favor: _____
17. Si usted siente rechazo por este material, señale cuál es la principal razón:
 - a. Precio
 - b. Tiempo de entrega
 - c. Contenido (lecturas, síntesis, esquema resumen, etc.)
 - d. Uso que le dio el docente. Especifique, por favor: _____
 - e. Los casos/problema y/o ejercicios
 - f. Otros, especifique, por favor: _____

NOTA: Por favor entregue esta evaluación al docente del curso quien enviará a PROFASR a través de su Coordinador (a) Académico (a).