

ÍNDICE & DESARROLLO de las primeras enseñanzas en la hospitalidad.

La hospitalidad es la cualidad con amabilidad y generosidad de recibir y brindar lo que tenemos. Más allá del tipo de empresa, su tamaño, localización, de los servicios, amenities o modelo de negocio, la hospitalidad del futuro es una fusión entre tecnología disruptiva, sostenibilidad radical y conexión humana sincera, auténtica y superadora.

Los siguientes 43 ítems son modelos para ayudarte a crear empresas que sean ecosistemas vivos y transparentes, donde cada cliente y empleado co-crean valor. Las nuevas generaciones no buscan solo trabajar, hospedarse o divertirse: quieren pertenecer a algo que los identifique, que sea trascendente para sí y para su entorno. Este es el camino.

Los 43 ítems del índice:

1. Lineamientos de gestión: CULTURA.....	3
2. Política y reglamento generales del personal y clientes.....	5
3. Organigrama y descriptivo de puestos.....	7
4. PMS, CRM y ERP: Uso básico.....	9
5. Cómo comunicar: Etiqueta y protocolos.....	10
6. Protocolo de presencia: Conexión visual, atención al huésped y servicios integrados.....	12
7. Recepción:	
Check-in/Check-out y política de “Conozca al cliente”	13
8. Uso y seguridad digital.....	16
9. Política de delivery, actividades externas con proveedores.....	17
10. Políticas Comerciales, reservas, y fidelización.....	18
11. Procedimiento operativo de reservas, PMS, tarifas y pagos.....	19

12. Front Desk: Apertura, cierre y Auditoría nocturna.....	21
13. Bitácora de novedades y agenda de contactos.	22
14. Gestión y limpieza en Operación.....	23
15. Procedimientos y registros de mantenimiento.....	24
16. Procedimientos y registros de Hkp y clasificación de residuos....	25
17. Alimentos y Bebidas:.....	26
18. Manejo de maquinas y equipos críticos.....	27
19. Plan de contingencia y seguridad interna.....	28
20. Libro de sugerencias y manejo de quejas.....	30
21. Robo, hurto y accidentes en el hotel.....	31
22. Preautorizaciones de tarjetas de crédito.....	32
23. Uso del tarifarios anuales.....	33
24. Toma de reservas y ventas en equipo/recepción.....	34
25. VOUCHER: Creación, instructivo y uso.....	35
26. Venta y operación de eventos.....	36
27. Formación y evaluación del personal.....	37
28. Directorio de nuestros servicios.....	39
29. Encuesta y satisfacción. Uso de CRM/app.....	40
30. Reglamento de Compras y gastos.....	41

31. Inventarios y control de stock.....	42
32. Sustentabilidad y accesibilidad.....	43
33. Circuito administrativo. Control y auditoría.....	44
34. Control de ausentismo laboral.....	45
35. Fondo fijo y carga de facturas.....	46
36. Compras y órdenes de pedido.....	47
37. Plan de marketing y revenue management.....	48
38. Planificación diaria de tareas y checklists de calidad.....	49
39. Controles operativos y de ventas.....	50
40. Documentación legal para operar.....	51
41. Presupuesto anual.....	52
42. Checklist de responsable jefe o gerente y sus objetivos.....	58
43. Rutina del gerente: Gestión integral.....	60
Conclusión:.....	62

1. Lineamientos de gestión: CULTURA.

La cultura organizacional es el ADN de toda empresa hotelera.

El lema podría ser "Servir con excelencia, crear memorias", refleja el compromiso asumido y guiara cada interacción.

Valores: Son los principios éticos que guían cada decisión y acción, tanto del personal como de la dirección. Piensen en ellos como la brújula moral del hotel, es lo que somos.

Misión: Es el propósito fundamental de la empresa, su razón de ser. ¿Qué hacemos y para quién lo hacemos?, se centra en ofrecer experiencias de hospitalidad.

Visión: Es la aspiración a largo plazo, el sueño del hotel. Debe ser inspiradora y ambiciosa. Apunta a ser un referente. Pero **LA CULTURA DIARIA** puede eliminarlos a los 3, pues ella se nutre de las pequeñas acciones cotidianas: saludos, resolución de problemas y atención al momento.

La cultura es esencial, en lo que hacemos y somos. Imagina la cultura de tu empresa como tu huella digital. No se trata de un lema, se trata de lo que haces y cómo lo haces, así es el *ADN* que refleja la personalidad de la empresa. Es la forma en que las acciones se traducen y reflejan en actos día a día, en cada interacción con quien fuere. Es lo que hace que una empresa sea *única* y memorable o lo contrario..

Enseñanza: Es crucial comprender que la cultura no es estática, se construye y se nutre día a día. Vos sos responsable de vivirla, promoverla y enriquecerla. La "presencia" de un hotelero va más allá de estar físicamente presente. Implica proyectar una imagen, transmitir confianza y demostrar un genuino interés por el bienestar del otro.

Tips de atención al cliente: Implica anticiparse a las reacciones y necesidades del cliente, ofrecer un servicio personalizado, ser proactivo y creativo en la solución de problemas, y superar las expectativas.

Tu presencia como hotelero será un factor determinante en la experiencia del cliente. Cultiva tu carisma, tu empatía y tu capacidad de conectar con la REAL necesidad de las personas. Y recuerda que la cultura integra diversidad, inclusión y propósito.

Los valores deben trascender, añadir "innovación colaborativa" y "sostenibilidad ética". Las nuevas generaciones buscan empleadores con impacto social.

Herramientas y tendencias futuras:

Usa plataformas como Slack o Microsoft Teams o crea videos en youtube para fomentar diálogos horizontales y que cada empleado aporte ideas. Si está en el presupuesto usa Realidad virtual (RV) y aumentada (RA) para la inmersión cultural. Como sea, muestra Experiencias que permitan al cliente conocer la historia, tus personas y valores de manera interactiva.

Implementa "minutos de conexión" en reuniones breves para reforzar estos principios, asegurando que cada empleado se sienta bien e internalice para proyectar su "ADN".

Mejores prácticas:

Implementa "Días de Impacto", donde equipos colaboran en proyectos comunitarios.

Reforzar la cultura a través de una comunicación verdadera constante.

Se ejemplar: Los líderes deben ser los principales INICIADORES y promotores de la cultura, demostrando los valores en su comportamiento diario.

Reconocimiento y recompensas: Celebrar los logros que reflejan la cultura del hotel, incentivando al personal a vivirla.

Las personas quieren una conexión real, experiencias, historias y un sentido de pertenencia. Como en el mundo, la cultura hotelera evoluciona. Los mejores hoteles, no solo entrenan el servicio, sino que cultivan el alma.

Porque la cultura no se crea en una sala de juntas, se vive en el lobby con sus luces, en la cocina y sus hornos, en el pasillo señalizado, en el uniforme planchado, en la anécdota de la esquina, en la mesa de luz, todos los días.

¿ Tu cultura de empresa es solo tradición envuelta en formación?. ¿O es el latido vivo del corazón de la gente?

LA CULTURA

La misión de la empresa se apoya en el desarrollo de una cultura en nuestra organización que va a definir los *valores* sobre los que se asienta. Todos y cada uno de los miembros realizan su tarea bajo un mismo lema, un denominador común que todos respetan y que favorece la autoestima del grupo. La cultura expresa nuestra forma de hacer las cosas y, en definitiva, crea un imagen hacia el exterior. Se trata de tener una cultura que por sí misma transmita diferenciación y que comunique al exterior: "allí lo hacen diferente...". Podríamos señalar en varios puntos los elementos que crean la cultura de las empresas:

1. La estructura organizacional de la empresa, es decir, el organigrama y la forma de comunicarse entre los distintos niveles.
2. Todos aquellos documentos materiales que transmitan la filosofía organizacional, tales como la misión, credos, manuales de los empleados, etc.
3. El sistema utilizado por recursos humanos que incluye la forma de comunicarse, el reclutamiento, la selección, el reconocimiento, etc.
4. Historias y anécdotas sobre las personas y periodos más importantes de la empresa.
5. La forma en la que se relacionan los componentes de la organización fuera de la empresa.
6. Sistemas y procedimientos organizacionales.
7. El entorno y las condiciones físicas del establecimiento, así como las condiciones físicas específicas de cada puesto.
8. Los elementos materiales, tales como uniformes, decoración, logotipo, etc.

2. Política y reglamento generales del personal y clientes

Las políticas y reglas son el marco que garantiza una operación eficiente, justa y segura. No son una camisa de fuerza, son el conjunto de directrices que promueven la mejora y el bienestar de todos, especialmente en la ganancia de la empresa.

Detallan las normas de conducta y los procedimientos que debemos seguir, de modo claro para empleados y huéspedes. Para el personal, incluye horarios, código de vestimenta, uso de dispositivos y protocolos de confidencialidad. Para clientes, abarca políticas de cancelación, normas de convivencia y acceso a áreas restringidas.

Cada ítem se redacta con lenguaje sencillo y positivo, evitando ambigüedades. Por ejemplo, en lugar de "Prohibido fumar", usamos "Zonas designadas para fumadores". Los objetivos son: prevenir conflictos, fomentar el respeto y alinear acciones con los valores que buscamos. La revisión anual del reglamento, con feedback de equipos, asegura su relevancia y aceptación colectiva.

Políticas para clientes: Establecen las condiciones de uso de los servicios del hotel, los derechos y responsabilidades de los huéspedes, y los procedimientos para resolver conflictos.

Objetivos y usos: Cada política debe tener un objetivo claro (ej., garantizar la seguridad, proteger la propiedad, asegurar la calidad del servicio) y un uso específico (ej., procedimiento de check-in, política de cancelación, normas de uso de la piscina).

Redacción para el entendimiento y la felicidad: El lenguaje debe ser claro, conciso, respetuoso y positivo. Eviten la jerga legal y el tono autoritario. Expliquen el *por qué* de cada regla, no solo el *qué*. Con Enfoque Humano: usando lenguaje inclusivo y no binario. Incluye secciones sobre salud mental (días libres por burnout) y flexibilidad laboral (horarios híbridos). Para clientes, añade políticas de accesibilidad universal y del cuidado de su salud (ej.: habitaciones sensoriales para personas con autismo).

Herramientas:

Software de gestión de políticas: Plataformas que centralizan, actualizan y comunican y videos explicativos online, para vincular y facilitar la comprensión.

Mejores prácticas:

Participación del personal: Involucrar a los empleados en la creación y revisión de las políticas, fomentando su sentido de pertenencia.

Comunicación clara y accesible, asegurando que todos las comprendan.

Revisión periódica: Actualizar las políticas anualmente para adaptarlas a los cambios del entorno y nuevas necesidades.

Enseñanza: debes ser capaz de interpretar y aplicar las políticas y el reglamento con firmeza y empatía, buscando siempre el equilibrio entre los intereses de la empresa y la satisfacción del huésped.

Ítems 2.2 Reglamento gral

REGLAMENTO INTERNO HOTEL CHASCOMUS

1. FILOSOFÍA CORPORATIVA:

- 1.1 Propósito, alcances y leyes.
- 1.2 Nuestra visión y Misión
- 1.3 Cultura
- 1.4 Nuestros valores.
- 1.5 Nuestra principal herramienta.

2. ESTRUCTURA Y FUNCIONES, derechos y obligaciones

- 2.1 Organigrama
- 2.2 Categoría y funciones (Recepcionista, Maletero o asistente de recepción, Mucamas, Mantenimiento, Administrativos, Ventas, Gerentes, Personal externo y otros empleados)
- 2.3 Labores, modos fehacientes
 - 2.3.1 Comunicación Interna Operativa
 - 2.3.2 Planillas
 - 2.3.3 Limpieza y mantenimiento
 - 2.3.4 Encargado de Sector
 - 2.3.5 Llaves
 - 2.3.6 Desayuno
- 2.4 Responsables del Stock y Compras.
 - 2.4.1 Compras
 - 2.4.2 Depósitos
 - 2.4.3 Stock y control de stock
- 2.5. Política de Confidencialidad y Discreción.
- 2.6. Responsabilidades del empleado: 1. Con nuestros clientes. 2. Con los otros trabajadores. 3. Con la Empresa.
- 2.6.4 Política de Pérdidas y Roturas
- 2.7. Pautas de comportamiento.
- 2.8. Estándares mínimos de calidad.
- 2.9 Conducta
- 2.10 Acciones Correctivas de Disciplina, Faltas Menores, Faltas Mayores. Procedimiento, apercibimiento, sanción, suspensión, despido, renuncia.
- 2.11 Jornada laboral: Horarios. Feriados. Puntualidad y Asistencia. Hora Extra. Permisos.
- 2.12 Ausencia,
 - 2.12.1 Enfermedad y/o accidente inculpable.
- 2.13 Prohibiciones a Empleados
- 2.14 Derechos del Trabajador, Vacaciones, Salarios, licencia, ART, Renuncia

3. POLÍTICA DE SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE.

- 3.1 Seguridad e Higiene
- 3.2 Equipo de Protección individual. Uso de Uniforme, Identificación y Aseo.
- 3.3 Cómo proceder en caso de Incendio o Emergencia.
- 3.4 Cómo proceder en caso de un accidente de trabajo.
- 3.5 Normas de Seguridad Personal.
- 3.6 Medio Ambiente.

Documentos anexos.

Firmas de empleados y gerente de hotel

3. Organigrama y descriptivo de puestos.

Un organigrama es la columna vertebral de la organización. Define la jerarquía, la cadena de mando, los departamentos y las relaciones entre ellos. Un gráfico claro donde vale resumir y eliminar la vertical y poner suplentes, ya que se construye desde abajo o desde afuera.

Departamentos: Agrupa las funciones y actividades del hotel en áreas especializadas (ej., recepción, housekeeping, alimentos y bebidas, ventas y marketing).

En nuestra estructura jerárquica (labor y responsabilidad) tendremos una máximo de 3 niveles:

Dirección & Gerencia (gestión estratégica y departamental)

Supervisión (coordinación diaria)

Operativos (tareas específicas).

Cada puesto tiene una **ficha de responsabilidades**. **Detalla** las funciones específicas de cada puesto, las actividades que debe realizar y los resultados que debe alcanzar.

Por ejemplo, el Front Desk Manager supervisa check-ins, manejo de quejas y capacitación del equipo, mientras el Housekeeping Supervisor garantiza estándares de limpieza y control de inventario de amenities. La transparencia en los roles reduce duplicidades y empodera a los empleados, quienes conocen sus aportes al éxito colectivo.

Herramientas y tendencias futuras:

Software de gestión de talento: Plataformas que facilitan la creación y actualización del organigrama dinámico, la descripción de puestos y la asignación de tareas. Con organización fluida, en estructura flexible y adaptable, que fomentan la colaboración interdepartamental y la autonomía del personal.

Mejores prácticas:

Claridad y transparencia: Comunicar el organigrama a todo el personal, asegurando que todos comprendan su rol y su relación con los demás.

Enfoque en las competencias: Definir las tareas y responsabilidades en función de las habilidades y conocimientos requeridos para cada puesto.

Adaptabilidad: Revisar y actualizar el organigrama periódicamente para adaptarlo a los cambios en la estrategia del hotel y el entorno del mercado.

Enseñanza: Un organigrama bien diseñado facilita la comunicación, la coordinación, la toma de decisiones y la asignación de recursos. Debes saber cómo diseñarlo, interpretarlo y utilizarlo para optimizar la operación del hotel, supervisión y resultados empresariales.

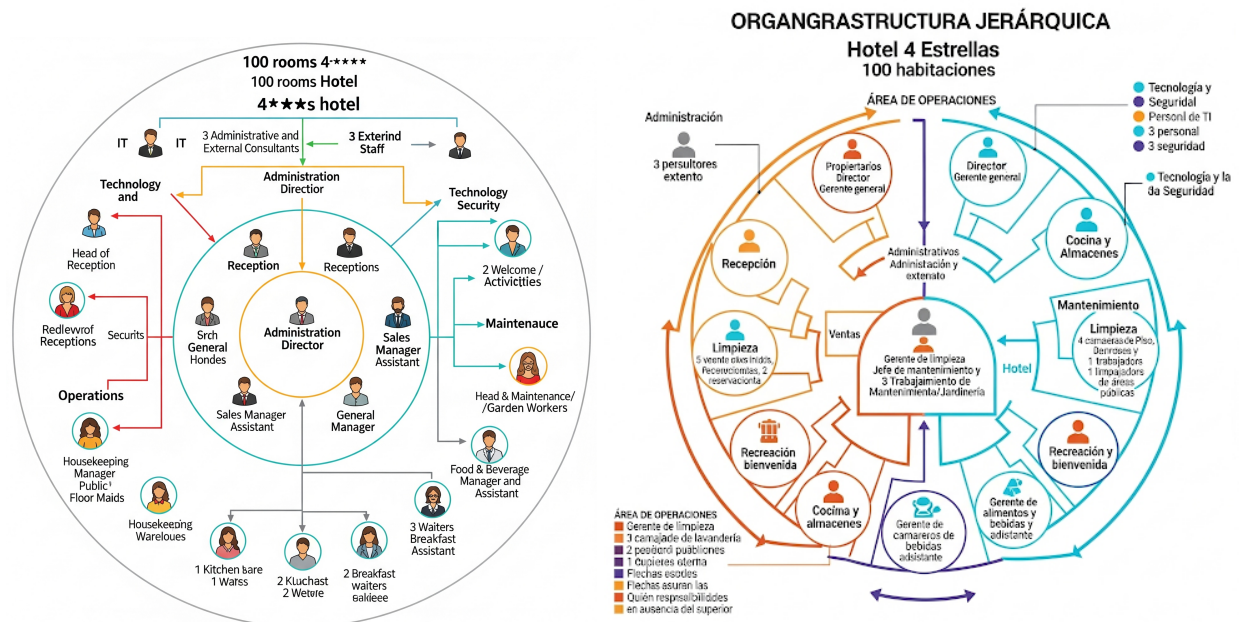
Cada ciudad, empresa y grupo humano es único por ello puedes innovar en su creación.

Desde 2024 se introducen roles como "Guest Experience Curator" (personaliza estancias con IA) o "Sustainability Officer" (certifica prácticas eco-friendly). Herramientas como Lucidchart permiten organigramas interactivos, actualizables en tiempo real. El futuro es con Organigramas Dinámicos y Roles Fluidos en Estructuras Planas y equipos multidisciplinarios.

Las Tareas o responsabilidades en el **Descriptivo de puesto 3.2**

DESCRIPTIVO DE PUESTO LABORAL											
Fecha y actualización: Título de puesto: Localización: Dependencia Funcional: Supervisa a:											
1. Misión: 2. Tareas Generales: 3. Tareas de colaboración: 4. Principales Resultados:											
A	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><thead><tr style="background-color: #d9e1f2;"><th style="width: 50%; text-align: left; padding: 5px;">ACCIONES</th><th style="width: 50%; text-align: left; padding: 5px;">RESULTADO ESPERADO</th></tr></thead><tbody><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td></tr><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td></tr><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td></tr><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td></tr></tbody></table>	ACCIONES	RESULTADO ESPERADO								
ACCIONES	RESULTADO ESPERADO										
B											
C											
5. Autoridad:											
Decisiones	Recomendaciones										
6. Contextos: 7. Conocimientos, experiencias y habilidades: 8. Ética, Estética y Salud: 9. Reglamento y manuales:											
Firmas:											

Ejemplos de Organigrama u ORGANI ESTRUCTURA GRAMA MOVIL : 3.1



4. PMS, CRM y ERP

Estas son las herramientas tecnológicas diarias y esenciales para la gestión 24/7.

PMS (Property Management System): Es el sistema nervioso de la operación. Permite gestionar las reservas, el inventario de habitaciones, el check-in/out, las tarifas, las facturas y muchos otros aspectos de la operación diaria. Los reportes en tiempo real y las estadísticas

CRM (Customer Relationship Management): Es el sistema que nos ayuda a conocer a nuestros clientes, a entender sus necesidades y preferencias, y a construir relaciones

duraderas con ellos. Permite gestionar la información de los clientes, personalizar el servicio, realizar campañas de marketing y medir la satisfacción. Ejemplos: Salesforce, HubSpot, Guestline. si se suman IA puedes personalizar

Analiza a tus vendedores y los datos de clientes. El que, como, a quien, cuando se vendió.

ERP (Enterprise Resource Planning): Es el sistema que integra la gestión de todos los recursos del hotel, incluyendo las finanzas, el inventario, las compras, los recursos humanos y la contabilidad. Permite optimizar los procesos internos, reducir costos y mejorar la eficiencia. Por ejemplo, al vincular el ERP con el PMS, se automatizan pedidos de insumos según ocupación proyectada.

Enseñanza: En tu carrera te encontrarás con diversos sistemas PMS, CRM y ERP. Es fundamental que comprendan su lógica, su funcionalidad y su potencial para mejorar la gestión. Estos tienen el historial de la empresa y su funcionamiento, su estudio nos dará conciencia para trascender o indicará cuántos días de vida le quedan a tu empresa.

Los nuevos PMS usan IA predictiva para anticipar necesidades (ej.: asignar habitaciones según historial de preferencias). Los CRM incorporan análisis de sentimientos en redes sociales para ajustar estrategias. Los ERP con blockchain garantizan transparencia en la cadena de suministro (ej.: rastreo de productos locales desde el campo hasta el plato).

Estos 3 manejadores se suman e interactúan con la demás información digital, tendremos un ecosistema digital de ventas, de administración y contabilidad, presupuestario y de predicción. Lo NECESARIO con todos los software es integrarlos y tener medidas robustas de seguridad, en caso contrario construirás un Frankenstein tecnológico que se desarme al intentar usarlo.

Para que todo fluya en lo laboral y en el control debes ser y tener expertos en tecnología de tu software, en seguridad y control de fallas. Y vos serás un experto de tu área de trabajo puesto que estos 3 son fáciles de leer pero tienen sus protocolos y modo de su uso. PEDI MANUALES Y CAPACITACIÓN, HACE VIDEOS Y SE CREATIVO Y EXTREMISTA EN SU USO.

5. Cómo comunicar: Etiqueta y protocolos

La comunicación es el alma o la música de la hospitalidad, para ser efectiva requiere adaptarse al canal y esperar el feedback.

No se trata solo de transmitir información, sino de crear conexión, confianza y transmitir una imagen positiva, en cada contacto con nuestro cliente. Tiene reglas de el qué y el cómo, sabemos que el cuándo es en todo momento.

Etiqueta y protocolos orales: Incluyen aspectos como el tono de voz, el lenguaje corporal, la cortesía, la escucha activa, la capacidad de manejar situaciones difíciles y por sobre todo la composición de las respuestas. En interacciones orales, se prioriza el tono amable, escucha activa y respuesta verdadera.

Comunicación escrita: Por supuesto que la composición de la respuesta es lo primero. Requiere claridad al cuestionar o responder, concisión, corrección gramatical, un formato profesional y que sea en tiempo y forma. La estructura clara: asunto específico, saludo formal y cierre con datos de contacto.

Comunicación telefónica: Implica un saludo cordial, una identificación clara, un tono amable y la capacidad de responder y resolver consultas en breve tiempo.

Comunicación automatizada: (preguntas frecuentes) deben ser claras, completas, actualizadas y de fácil acceso para los huéspedes (ej., en la web del hotel, en una app, en un chatbot).

Mejores prácticas:

Personalización: Adaptar el estilo de comunicación a las preferencias de cada huésped, utilizando su nombre y recordando sus interacciones anteriores.

Empatía y escucha activa: Prestar atención a las necesidades y preocupaciones del cliente, solucionando de manera amable y profesional.

Coherencia: Mantener un estilo de comunicación uniforme en todos los canales, reforzando la imagen de marca del hotel.

Enseñanza: Desarrolla tus habilidades comunicativas asertivas en todos los ámbitos practicando como un juego; Cada interacción es una oportunidad para dejar una huella positiva o el olvido.

Capacitate en neurocomunicación: tono de voz, lenguaje corporal, incorpora frases y ética.

Los protocolos incluyen tiempos máximos de respuesta: 2 horas para correos, 3 rings para llamadas. Saludar siempre y saludar primero. Dar la bienvenida y las gracias en cada interacción.

Una práctica importante en equipo es listar las frases y respuestas frecuentes a decir y como decirlas en la comunicación al cliente

Herramientas y tendencias:

Plataformas de comunicación omnicanal: Sistemas que integran todos los canales de comunicación (ej., teléfono, correo electrónico, chat, redes sociales y futuros) en una sola plataforma. Comunicación Omnicanal y Ética Digital: Usa WhatsApp Business API para reservas y TikTok para respuestas rápidas, esta bien pero la tendencia es lo omnicanal

Asistentes virtuales y chatbots: Herramientas de IA que automatizan la respuesta a preguntas frecuentes, gestionan reservas y brindan atención al cliente 24/7. Los chatbots resuelven consultas frecuentes (horarios de spa, políticas de mascotas) con respuestas predefinidas, pero transfieren a humanos casos complejos.

Vídeo LLAMADAS y realidad aumentada: Formatos que enriquecen la comunicación, permitiendo a los huéspedes conocer las instalaciones del hotel o recibir instrucciones de manera interactiva, también son herramientas de capacitación.

Etiqueta Telefónica: 5.1

ETIQUETA de atencion telefonica

- Atender antes de la tercera vez que sueñe, con tono agradable y claro.
- Si no sabe la respuesta derive o tome nota y diga como y cuando respondera.
- Si no se identifica quien llama o agrade, dar el saludo final de etiqueta y colgue.
- Si no se escucha o no responden repetir el saludo inicial hasta 3 veces y colgar.
- Anote o retenga nombre y datos de contacto siempre para comunicarlo.

Recepción de llamados: Saludo inicial **Howard Johnson Hotel buenos días/ tardes habla ...(nombre)... en que lo puedo ayudar.**

Transferencia de llamadas **Aguarde un instante por favor** (chequeamos si esta disponible la persona / habitación / interno, etc) cuando retoman la llamada para comunicarlo **Gracias por aguardar, lo comunico con la habitación persona / interno.**

Cuando el interno esta ocupado: **desea aguardar en línea o prefiere dejar un mensaje.**

Pedido de llamada de una habitación: Se toma el número de teléfono y se conecta directamente cuando está sonando.

Consulta por alguien, nota o deja mensaje (a pax o a un compañero) que no esta **ESTIMADO SR, por quien consulta no se encuentra en este momento, yo le tomo el mensaje, deje por favor nombre, apellido, número de teléfono y tema de la consulta**

Consultas de Reservas Saludo inicial. **Howard Johnson Hotel..... buenos días habla... (Nombre)... en que lo puedo ayudar.**

Speech de consulta **Disculpe, su nombre es? O con quien hablo?** (siempre tomamos nota de la persona con la que estamos hablando, para ser utilizado en el resto de la conversación)

Possible discurso: prestar atención posiblemente den todos los datos que necesitamos a continuación.

Sr. Que día ingresaría?

- **Hasta que día? O Que día se retiraría?**

- **Cuántos pasajeros serian?** (Cuando nos dicen la cantidad de pasajeros prestar mucha atención ya que es muy factible que nos den el dato de la cantidad de habitaciones)

- **Cuántas habitaciones serian?**

TIP: Siempre que necesitan consultar algo o lo que sea fuera de la conversación que están manteniendo con la persona en línea la llamada debe ser retenida. Para retener un llamado deben apretar la tilde.

Cuando hay gente en la recepción y suena el teléfono deben pedir permiso a la gente para atender el mismo. **"Disculpe, me permitiría?"**. No se debe ni dejar sonando sin que nadie lo atienda ni atender el teléfono y dejar colgada a la gente de la recepción.

Saludo Final: antes del mismo tener agendado los datos del contacto que se ha comunicado **"Muchas gracias por elegirnos y desde ya bienvenido a Howard Johnson...."**

6. Protocolo de presencia: Conexión visual, atención al huésped y servicios integrados

El primer contacto en el hotel define el 50% de la experiencia. El protocolo exige ÉTICA, ESTÉTICA y HOSPITALIDAD, sonrisa o alegría genuina, contacto visual y postura abierta al recibir huéspedes.

Los recepcionistas O SIMIL ofrecen alternativas locales (paseos, restaurantes) mediante una app del hotel, actualizada con alianzas verificadas (traslados, delivery). Además, promocionan servicios internos —spa, café gourmet— con descuentos exclusivos por reserva anticipada. La clave es anticiparse: si un huésped menciona aniversario, se sugiere una cena privada con decoración temática. Esta atención proactiva incrementa ventas cruzadas y satisfacción.

Todo ello son peldaños para comenzar a construir la experiencia en el viaje del cliente.

La "presencia" de un hotelero va más allá de estar físicamente presente. Implica proyectar una imagen profesional, transmitir confianza y demostrar un genuino interés por el bienestar del huésped.

Protocolo de conexión visual: El contacto visual es fundamental para establecer una conexión con el huésped, transmitir atención y sinceridad, y demostrar seguridad.

Tips de atención al huésped: Implica anticiparse a las necesidades del huésped, ofrecer un servicio personalizado, ser proactivo y creativo en la solución de problemas, y superar las expectativas del cliente.

Conocimiento del entorno: Un buen hotelero debe conocer a fondo la ciudad y la zona donde se ubica el hotel, incluyendo los atractivos turísticos, los restaurantes, los comercios, los eventos y los servicios disponibles, horarios, lo que sí y lo que no.

Contactos de múltiples servicios y generación de acuerdos: El hotelero debe establecer alianzas estratégicas con proveedores de servicios complementarios (transporte, tours, restaurantes, etc) para ofrecer valor agregado a los huéspedes.

Un **wearable** para recepción que tenga información del cliente en tiempo real sería un paso adelante. Ejemplo: Samsung Galaxy Watch (Active o Watch 5/6)

✓ Compatible con Android y sistemas personalizados.

✓ Buen reconocimiento de voz, alertas y acceso a datos de huésped.

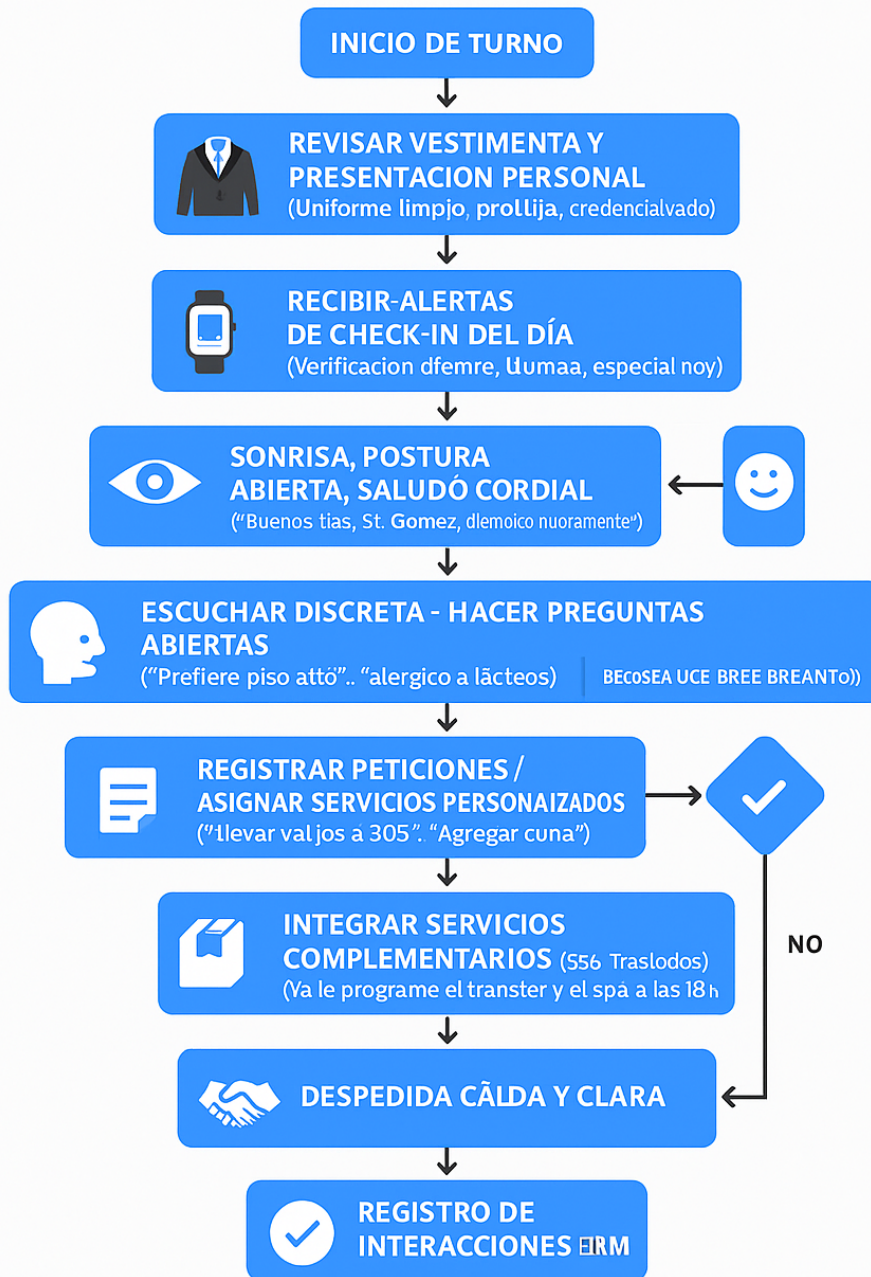
✓ Buena batería.

! Algunas apps hoteleras deben adaptarse.

Protocolos de Presencia con **Realidad Aumentada (RA)**: Equipa al personal con gafas de RA para mostrar información contextual (ej.: alergias del huésped al hacer check-in, datos de reserva, gustos, pedidos). Se el mejor "Embajador de Experiencia", que domina el storytelling para conectar emocionalmente conociendo o estudiando a los paxs.

PROTOCOLO DE BUENA PRESENCIA – RECEPCIONISTA DE HOTEL

Conexión visual, atención al huésped y uso de waral



7. Recepción: Check-in/Check-out y política de “Conozca al cliente”

En estos procesos y registros que permiten a los huéspedes acceder a tu empresa. Podes realizar estas gestiones a través de su teléfono o por medios electrónicos, reduciendo los tiempos de espera y mejorando la eficiencia pero lo personal y humano es hospitalidad.

Check-in: Es el proceso de bienvenida y registro, debe ser rápido, eficiente, amable, personalizado y con algún momento wow

Check-out: Es el proceso de despedida y cierre de la estancia, debe ser igual de eficiente y amable e incluir una invitación a regresar.

Política de "conozca al cliente": Implica recopilar y conocer información relevante sobre los huéspedes (ej., preferencias, historial de estadías, motivo del viaje) para ofrecer un servicio a medida. recordar su nombre y los detalles (bebida favorita en el minibar). Las ventas desde recepción se enfocan en upgrades o paquetes de bienvenida o fidelización.

Ventas desde recepción: Se refiere a la capacidad del personal de recepción de ofrecer y vender servicios adicionales del hotel (upselling y cross selling).

El check-in eficiente dura menos de 3 minutos y se adapta a la búsqueda del cliente. Además de entregar llaves, se recaban preferencias mediante preguntas estratégicas: “¿Visita por negocios o placer?” y las necesidades futuras que puede tener. Estos datos se ingresan al CRM para futuras personalizaciones.

Durante el check-out, se ofrece resumen de consumos y opción de factura electrónica.

Check-in/Check-out Autogestionado y Personalizado: Instala kioscos biométricos con reconocimiento facial para check-in en 30 segundos. Para huéspedes millennials/Gen Z, ofrece check-out por Instagram, enviando factura via DM. Usa beacon tecnología para enviar ofertas en tiempo real cuando pasen cerca del spa.

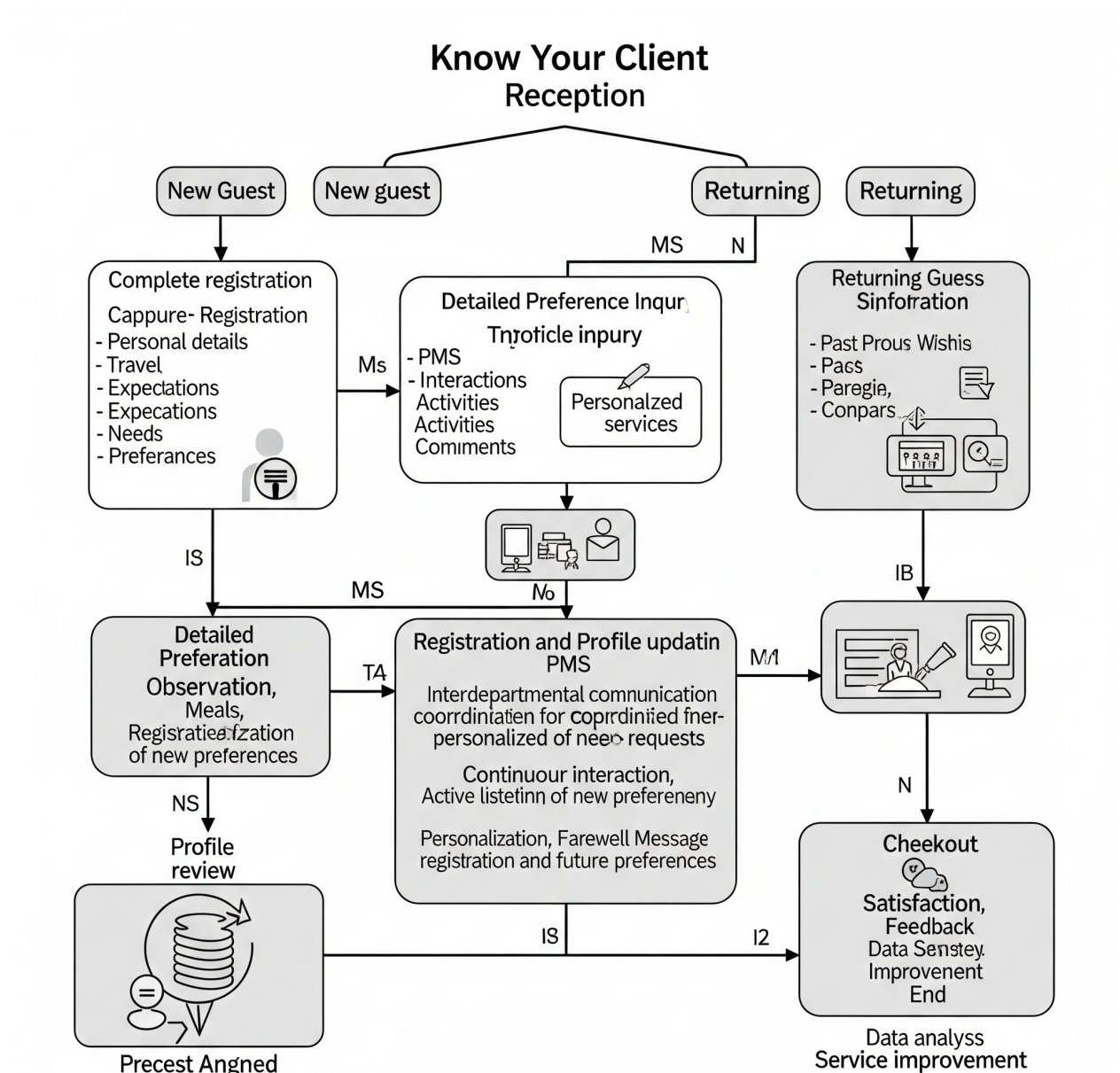
La recepción es el primer y último punto de contacto con el huésped, por lo que su importancia es crítica. Además de personalizar, es importante HUMANIZAR con cordialidad y empatía.

Enseñanza: Memoriza la documentación, busca mejoras y luego domina el arte del check-in y check-out. Hagan que cada huésped se sienta especial y bienvenido. Desarrollen sus habilidades de venta sin decir que son ventas, para maximizar los ingresos del hotel.

Protocolo Check list del IN, OUT:

Check-List IN/OUT	
Proceso de Check-in	Datos del Cliente
☐ Saludo y bienvenida al huésped.	☐ Nombres completos, ID y garantía:
☐ Confirmación de la reserva.	☐ Número de reserva:
☐ Solicitud de identificación y registro.	☐ Fecha de llegada:
☐ Explicación del paquete todo incluido:	☐ Hora de llegada:
☐ Horarios y ubicaciones de restaurantes.	☐ Número de huéspedes:
☐ Horarios y ubicaciones de bares.	☐ Tipo de habitación:
☐ Actividades de entretenimiento.	Tipo de servicios e incluidos
☐ Servicios del club infantil o de adultos	☐ Solicitudes especiales:
☐ Servicios de piscina y playa.	
☐ Servicios adicionales incluidos.	Entrega de Materiales
☐ Entrega de llave/tarjeta de acceso.	☐ Tarjeta(s) de acceso a la habitación.
☐ Indicación de la habitación.	☐ Pulsera(s) del paquete todo incluido.
☐ Información sobre la caja de seguridad.	☐ Mapa del hotel.
☐ Información sobre el wifi.	☐ Programa de actividades.
☐ Entrega del mapa del hotel.	☐ Información de servicios adicionales.
☐ Atención a preguntas del huésped.	
☐ Registro de la hora de check-in.	
☐ Firma del recepcionista	
MOMENTO WOW y ACOMPAÑAR AL HUESPED Y ANALIZAR POSIBLE VENTA EXTRA	
Proceso de Check-out	
Datos del Cliente	☐ Saludo al huésped.
☐ Nombre completo:	☐ Recepción de la llave/tarjeta.
☐ Número de habitación:	☐ Consulta sobre la estancia.
☐ Fecha de salida:	☐ Revisión de cargos adicionales.
☐ Hora de salida:	☐ Presentación de la cuenta final.
	☐ Procesamiento del pago.
	☐ Entrega del comprobante.
	☐ Consulta sobre la factura.
Verificaciones Finales	☐ Organización del transporte (si aplica).
☐ Recepción de llaves/tarjetas.	☐ Despedida y agradecimiento.
☐ Verificación de la habitación.	☐ Registro de la hora de check-out.
☐ Actualización del estado de la habitación.	☐ Firma del recepcionista.
ACOMPAÑAR AL HUESPED Y ANALIZAR POSIBLE VENTA FUTURA PARA SU REGRESO	

Flujograma: Proceso "Conozca a su Cliente" en Recepción



8. Uso y seguridad digital. Máquinas, documentos e información

Accesos sin control, ni verificación, zonas comunes sin vigilar, terminal de cobro o pago desprotegidas, falta de integridad en los sistemas hoteleros, sistema de software poco protegido. Hoy estas fallas pueden generar grandes pérdidas

Los correos institucionales siguen plantillas estandarizadas PROTOCOLIZADAS en su texto, logo, firma digital y enlaces a redes sociales. Las máquinas (impresoras, escáneres) deben usarse con tarjetas de acceso para evitar mal uso. Los documentos confidenciales (contratos, datos de huéspedes) se almacenan en carpetas cifradas, con permisos por jerarquía. La política de información exige destrucción segura de papeles y respaldos diarios en la nube. Capacitaciones trimestrales actualizan al personal sobre ciberseguridad y manejo protocolar y ético de datos.

Automatiza los procesos y los análisis de datos, como también la organización y la seguridad de la información. Dejala a profesionales del sector. En la era digital, el manejo eficiente de la información es crucial para la operación hotelera.

Correos electrónicos: Deben ser claros, concisos, profesionales y estar bien redactados.

Máquinas: El personal debe dominar el uso de las herramientas tecnológicas del hotel (ej., PMS, central telefónica, fotocopidora, escáner).

Documentos: Deben ser organizados, archivados y protegidos de acuerdo con las normas de confidencialidad.

Información: Se debe garantizar la veracidad, la precisión y la actualidad de la información que se maneja.

Enseñanza: Adquieran un alto nivel de competencia en el manejo de la tecnología y la información. Esto les permitirá ser más eficientes, productivos y valiosos para el hotel.

Gestión Documental con Metaverso: Almacena contratos en NTFs para autenticidad. plataforma 3D como Gatheround para capacitaciones inmersivas. Digitaliza documentos con OCR (reconocimiento óptico) para búsquedas instantáneas.

La ciberseguridad en nuestras tareas es una acción junto a la dirección y conocer los protocolos de uso es una obligación.

Recuerda autenticación y contraseñas. Cambiarlas periódicamente según la política del hotel.

No compartir credenciales: Nunca compartir nombres de usuario o contraseñas con nadie, ni siquiera con compañeros de trabajo o supervisores. Bloqueo de sesión. Autenticación de dos factores (2FA).

PROTOCOLO DE CIBERSEGURIDAD PARA RECEPCIONISTAS DE HOTEL

INICIO DE JORNADA



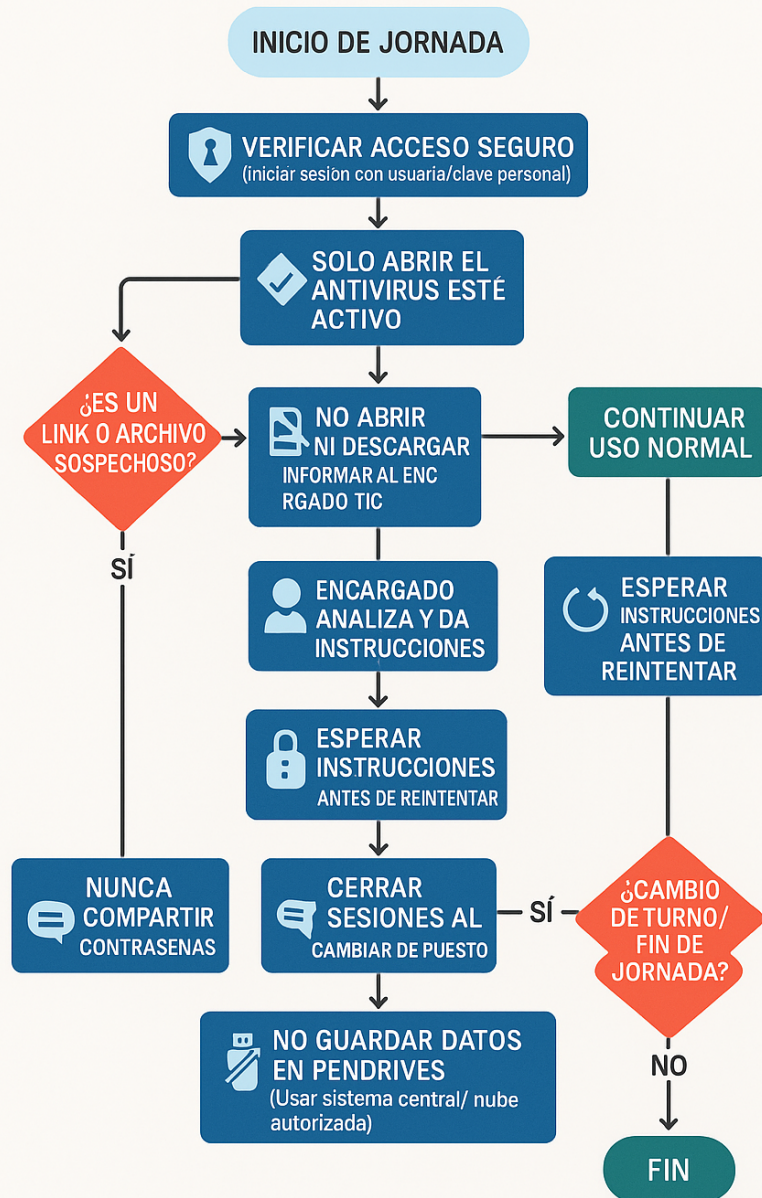
VERIFICAR FUNCIONAMIENTO DE SISTEMAS
(Firewalls, antivirus, logs, accesos y actualizaciones)



ENVIAR MENSAJE DE ALERTA A RECEPCIÓN (si aplica)
("Evitar abrir links de reservas no verificadas hoy")

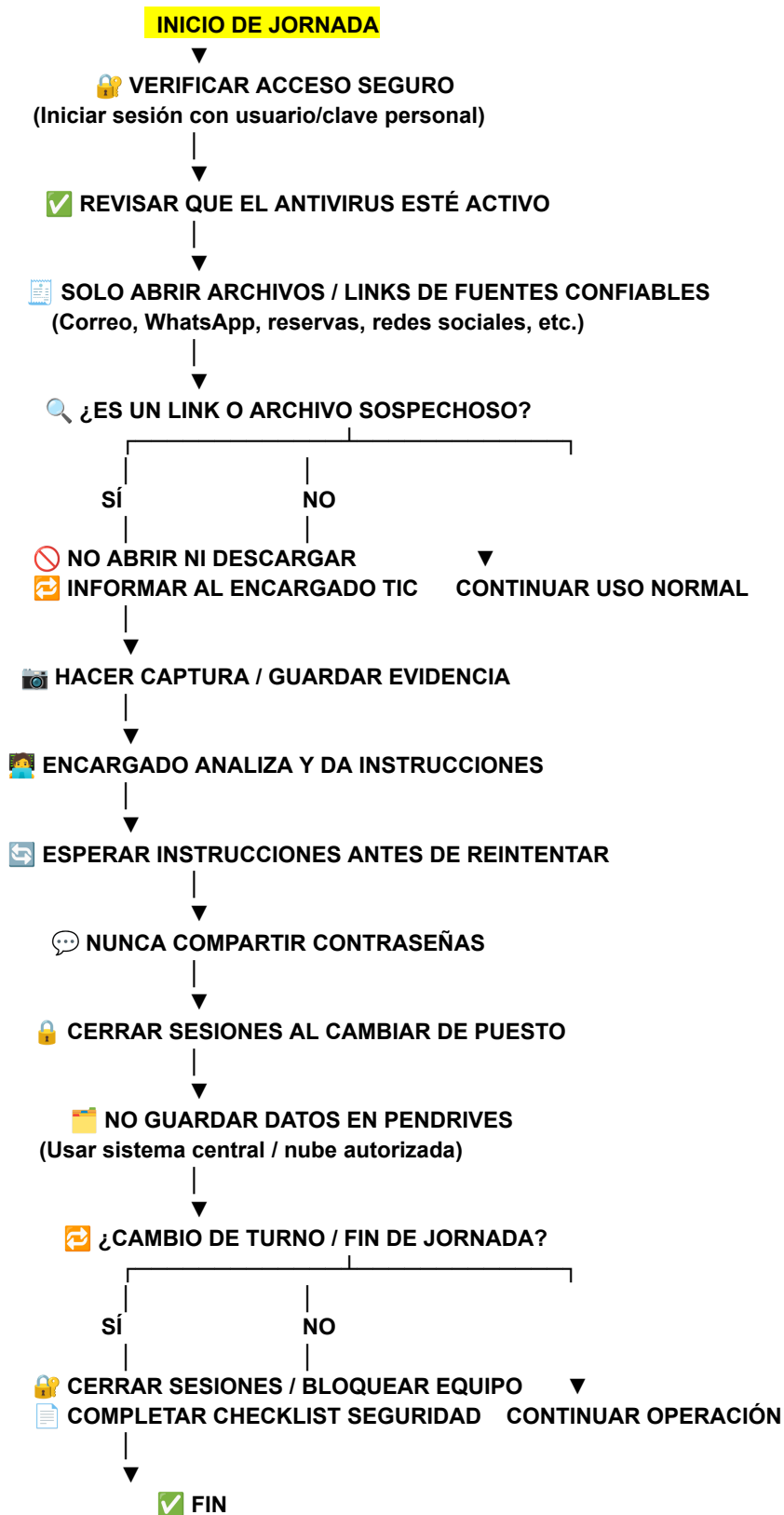
PROTOCOLO DE CIBERSEGURIDAD

RECEPCIONISTA DE HOTEL



Elementos clave para el Jefe de Ciberseguridad:

- Canales oficiales de comunicación (grupo de WhatsApp, mail, sistema interno).
- Instructivos simples y visuales para nuevos empleados.
- Alertas semanales tipo "Boletín de Ciberseguridad".
- Política de respuesta rápida: protocolo en menos de 10 minutos ante incidente.
- Bitácora digital para registrar eventos y soluciones.
- Checklist semanal en Recepción, validada por el responsable.



9. Política de delivery, actividades externas con proveedores

Un hotel depende de una red de proveedores y socios externos para ofrecer una experiencia completa.

El servicio de delivery se ofrece mediante alianzas con restaurantes premium y apps locales, garantizando entregas en menos de 45 minutos, el servicio, el empaquetado y el feedback del cliente son puntos a seguir. Las actividades externas (excursiones, tours, compras) requieren proveedores garantizados o certificados y seguros de responsabilidad civil.

Los acuerdos se formalizan con contratos que especifican la actualización de precios, comisiones, horarios y protocolos de cancelación.

Un "comité de proveedores" o una plataforma: evalúa trimestralmente su desempeño, renovando solo a quienes mantienen ratings superiores a 4.5/5 en encuestas a huéspedes. Se deben establecer criterios claros para su selección, los estándares de calidad, los tiempos de entrega y los precios.

La Gestión de proveedores: Implica negociar contratos, evaluar el desempeño de los proveedores, resolver problemas, mantener relaciones a largo plazo y markup. **Tecnología blockchain:** Herramienta que permite garantizar la transparencia y trazabilidad de la cadena de suministro, verificando la calidad y el origen de los productos.

Enseñanza: Aprendan a gestionar relaciones con proveedores para diversificar y generar ingresos extra. Busquen socios que compartan los valores del hotel y que estén comprometidos con la calidad y el servicio.

Crea un "Marketplace Local" en tu app para que los huéspedes compren productos artesanales y los reciban en su habitación.

Negociación efectiva: Negociar contratos que garanticen condiciones favorables para el hotel, incluyendo precios competitivos, plazos de entrega y estándares de calidad.

9.1 Preguntas frecuentes y comparativo de proveedor de servicios:

1. Tipo de Servicio Ofrecido

- ¿Cuál es la gama completa de servicios que ofrecen y cómo se especializan en la industria hotelera? (Ej. elementos para huéspedes, excursiones, traslados, limpieza, mantenimiento, seguridad, alimentos y bebidas, lavandería, tecnología, marketing, etc.)
- ¿Tienen paquetes de servicios predefinidos o se adaptan a las necesidades específicas de cada hotel?
- ¿Ofrecen algún servicio adicional o de valor agregado que los diferencie de la competencia?

2. Calidad del Servicio y Entrega

- ¿Cuáles son sus estándares de calidad y cómo los garantizan en la prestación?
- ¿Qué métricas utilizan para medir la satisfacción del cliente y el rendimiento?
- ¿Cómo aseguran la consistencia en la calidad del servicio, especialmente durante temporada alta?
- ¿Cuál es su proceso para la entrega y validación del servicio? (Ej. inspecciones, reportes, supervisión en sitio).

3. Precios y Estructura de Costos

- ¿Cuál es su estructura de precios para los servicios que ofrecen? (Ej. por hora, por proyecto, mensual, por volumen).
- ¿Existen costos ocultos o adicionales a considerar? (Ej. transporte, materiales, horas extras).
- ¿Ofrecen descuentos por volumen, contratos a largo plazo o paquetes de servicios?
- ¿Cuál es su política de revisión de precios a lo largo del tiempo?

4. Margen de Ganancia (Markup) para el Hotel (si aplica para servicios con reventa)

- Para servicios que podemos revender: ¿Cuál es el markup sugerido y cómo se calcula?
- ¿Ofrecen algún tipo de comisión o incentivo por la venta de sus servicios?

5. Documentación y Contratos

- ¿Qué tipo de contrato de servicio utilizan? ¿Podríamos revisarlo con anticipación?
- ¿Qué documentación legal y comercial deben presentar? (Ej. registro fiscal, licencias, seguros de responsabilidad civil).
- ¿Cómo manejan la confidencialidad de la información?

6. Facturación y Modos de Pago

- ¿Cuál es su ciclo de facturación y qué opciones de pago ofrecen? (Ej. transferencia bancaria, cheque, tarjeta de crédito).
- ¿Cuáles son los plazos de pago y qué sucede en caso de retraso?
- ¿Pueden adaptar sus formatos de factura a nuestras necesidades contables?

7. Tiempos y Plazos

- ¿Cuál es el tiempo de respuesta promedio para solicitudes de servicio o emergencias?
- ¿Cómo manejan los retrasos inesperados y cuál es su plan de contingencia?

8. Referencias y Experiencia

- ¿Pueden proporcionar referencias de clientes?
- ¿Cuánto tiempo llevan operando?
- ¿Cuál es su experiencia con hoteles similares al nuestro?

9. Sostenibilidad y Responsabilidad Social

- ¿Qué iniciativas de sostenibilidad y RSE implementan en su operación? (Ej. uso de productos ecológicos, reciclaje, prácticas laborales justas).
- ¿Cómo contribuyen sus servicios a los objetivos de sostenibilidad de nuestro hotel?

10. Garantías y Resolución de Problemas

¿Cuál es su política de garantía para los servicios prestados?

¿Qué procedimientos tienen establecidos en caso de que surja un problema o una

inconformidad con el servicio?

¿Quién sería nuestro punto de contacto principal para la resolución de problemas?

¿Cuál es el tiempo de respuesta esperado para la resolución de un problema crítico?

10. Políticas Comerciales (reservas, no-show, modificación, corpo, grupo, cancelación y fidelización).

Las políticas son el marco legal y comercial que regula las relaciones, son un medio, no un fin. Redactarlas con simpleza y claridad, hacerlas revisar por un abogado es esencial para minimizar a cero los conflictos.

Políticas de reservas: Definen los procedimientos para realizar una reserva, los plazos de confirmación, los depósitos y las garantías requeridas.

Políticas de no show y cancelación: Establecen las penalizaciones aplicables en caso de que el huésped no se presente o cancele la reserva fuera del plazo establecido.

Políticas de fidelización: Definen los beneficios y recompensas que se ofrecen a los huéspedes frecuentes para fomentar su lealtad, con Recompensas atractivas, Diseña para que los huéspedes valoren y se unan a tu membresía con beneficios escalonados. Un ejemplo es el sistema de puntos canjeables por noches gratis o experiencias exclusivas. Las políticas se comunican al momento de la reserva, para garantizar transparencia. La flexibilidad en casos justificados (emergencias médicas) construye lealtad sin comprometer la operación.

Condiciones generales: Incluyen todos los términos y condiciones que rigen la prestación de los servicios del hotel, incluyendo todo lo que creas puede ocurrir, usos y resoluciones. Las condiciones deben especificar plazos de cancelación (ej.: 48 horas antes sin cargo), cargos por no-show (hasta el 50% de la tarifa) y requisitos de depósito del 30%..

Enseñanza: Familiarizarse con la legislación de comercio, hotelera y aprende a redactar políticas claras, justas y que protejan los intereses del hotel sin perjudicar la experiencia del huésped y que colaboren para hacer más y mejores clientes fieles. Vale tener contratos de seguros para este fin. Deben planearse mirando las ventas a futuro y a la fidelización del cliente

10.1:Ejemplo de tópicos a desarrollar de Políticas Generales del Hotel

- **Políticas Generales Hotel**
- Servicios
- Tarifas
- Documentación
- Menores de Edad:

- Horarios
- Check In
- Check Out
- Early Check In:
- Late Check Out:
- Tarifa Plena:
- Up Grade:
- Day Use:
- Reservas garantizada, tentativa, lista de espera
- Política de Reservas
- Pagos:
- Medios de Pago y Garantía:
- Datos de Bancarios
- Cuenta corriente:
- Otros medios de pago:
- Autorización y firmas
- Cancelaciones:
- Cambios y modificaciones de Reservas
- Plazos de modificaciones:
- Reservas reembolsables:
- Reservas no reembolsables:
- Promociones
- Vouchers
- Política de convivencia
- Salud, accidentes y seguros
- Alimentos y bebidas externas
- Huespedes Out House o Day Use
- Proveedores Externos
- Seguridad
- Higiene y seguridad
- Garantía de gastos extras
- Fuerza mayor:
- Hotel Libre de Humo
- Estadía con Niños,
- Registro de Visitantes:
- Pautas de convivencia para huéspedes y grupos:
- Seguridad, Control en los accesos y de la circulación de personas,
- Pérdidas, robos, extravíos y hurtos:
- Daños, roturas y/o sustracción de cualquier tipo
- Mascotas:
- Acuerdo especial a Grupos y condiciones
- Acuerdo especial a Eventos y condiciones:
- Clientes corporativos y niveles:
- Libro de Sugerencias:
- Parking:
- Reintegro de IVA a extranjeros:
- Room Service
- Family Plan
- Reglamento Interno de Huéspedes
- Fidelización
- Alimentos y bebidas In House
- POLÍTICA DE GESTIÓN SUSTENTABLE

10.2 Fidelización:

“EL CLUB GANASTE”. Club de fidelización», sus pasos iniciales claves			
Paso	Acción	Detalles/Herramientas	Ejemplo
1. Segmentación	Clasificar clientes por perfil y frecuencia.	- Nuevos: Primerizos, paquetes especiales. - Antiguos: Por estancias previas, gasto promedio - Corporativos, EVT, etc.	Ej: "Clientes Premium" (más de 3 visitas/año). NIVELES
2. Objetivos	Definir metas del programa por todos conocidas.	- Aumentar repetición de reservas. - Incrementar gasto por estancia.	Ej: +20% de clientes recurrentes en 1 año.
3. Beneficios	Diseñar recompensas atractivas YA.	- Descuentos exclusivos. - Upgrade gratuito. - Experiencias VIP (cena con chef, spa).	Ej: "Noche gratis en 5ª visita".
4. Plataforma	Elegir cómo gestionar el programa.	- App del hotel. - Tarjeta física/digital. - Sistema de puntos integrado con CRM.	Ej: Acumular puntos por USD gastados.
5. Comunicación	Promover el programa DIFERENCIATE e IMPACTA.	- Email marketing post-estancia. - Check-in: Ofrecer inscripción. - Redes sociales.	Ej: "Únete YA a nuestro club y gana un masaje".
6. Feedback	Mejorar con opiniones.	- Encuestas post-visita. - Recompensas por completarlas.	Ej: 500 puntos por responder encuesta.
7. Alianzas	Socios estratégicos.	Aerolíneas, tours locales. Descuentos cruzados. Taxi, artesano	Ej: "10% off en excursiones con X empresa".
8. Métricas	Medir resultados.	- Tasa de repetición. - ROI del programa. - Satisfacción (NPS).	Ej: Reporte trimestral de crecimiento.

11. Procedimiento operativo de reservas, PMS, tarifas y pagos

El flujo de ventas inicia con la captación (web, OTAs, telefónico, automáticas), seguido de validación en el PMS. Las tarifas variables se ajustan mediante algoritmos que consideran demanda estacional, eventos locales y ocupación histórica. Por ejemplo, en temporada baja, se ofrecen paquetes con spa o comida o juego incluido. Los convenios con corporativos o aerolíneas aplican descuentos del 10-15%, registrados en el PMS para evitar errores.

Este procedimiento detalla el flujo de trabajo del departamento de reservas, desde la solicitud del cliente hasta la confirmación de la reserva con sus pedidos de servicio y luego se activa la operación de hotel en automático.

Procedimiento operativo de reservas: Debe incluir los pasos a seguir para registrar la reserva en el PMS, verificar la disponibilidad, aplicar la tarifa correcta, confirmar la reserva al cliente y gestionar las modificaciones o cancelaciones.

PMS: El sistema de gestión hotelera es la herramienta fundamental para gestionar reservas.

Tarifas variables: Amén de las estrategias de revenue management para optimizar los ingresos, lo primero es ajustar los precios en función de la demanda, ocupación, días vista y forma de pago. Luego analizamos competencia, temporada, los eventos y otros factores que consideres baja o suba. Ajustar o no tarifas de uno u otro servicio que ofrecer, esa es otra estrategia más.

Convenios y promociones: La empresa establece acuerdos con terceros, agencias de viajes u otros colectivos para ofrecer tarifas especiales pero eso es parte del plan. También puede lanzar promociones para atraer a nuevos clientes o estimular la demanda en temporada alta y en baja.

Medios de pago: Debes ofrecer una variedad de opciones de pago para adaptarse a las preferencias del cliente (ej., tarjeta de crédito, débito, efectivo, transferencia bancaria, plataformas de pago online), incluyendo las últimas tendencias en pagos móviles y sin contacto (tarjetas, transferencias, wallets digitales) se integran con pasarelas seguras, garantizando cobros ágiles y reducción de fraudes. Auditorías semanales reconcilian lo mejor es sumarle a eso ventajas de pagos en cuotas o descuentos.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de distribución global (GDS) y motores de reservas online: Plataformas que permiten al hotel distribuir sus habitaciones y tarifas a través de múltiples canales, ampliando su alcance.

Inteligencia artificial para la fijación de precios dinámica: Sistemas que ajustan las tarifas en tiempo real en función de la demanda, la competencia y otros factores del mercado.

Billeteras móviles y pagos sin contacto: Tecnologías que facilitan el pago de los servicios del hotel, ofreciendo a los huéspedes opciones más cómodas y seguras.

Mejores prácticas:

Optimización de la distribución: Gestionar de manera eficiente los diferentes canales de distribución, asegurando la disponibilidad de habitaciones y la coherencia de las tarifas.

Enseñanza: Aprendan a utilizar el PMS vinculado, de manera eficiente y a aplicar estrategias

de revenue management para maximizar los ingresos del hotel y pasar la info completa a la operación del hotel.

Tarifas en Tiempo Real con Machine Learning (Atomize) ajustan tarifas segundo a segundo usando datos de clima, tráfico aéreo y redes sociales. Ofrece tarifas "Surge" en horas pico (ej.: 7-9 AM) con beneficios exclusivos (desayuno gratis).

11.1 Las usuales variables o estrategias del revenue

1. DEFINICIÓN DE TEMPORADAS			
Temporada	Ocupación Esperada	Duración	Ejemplo (Fechas)
Muy Baja	<40%	2 meses	Enero (post-Navidad)
Baja	40-60%	3 meses	Febrero-Marzo
Media	60-75%	4 meses	Abril-Junio
Alta	75-90%	2 meses	Julio-Agosto
Muy Alta	>90%	1 mes	Diciembre (Navidad)

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES			
Tipo de Cliente	Descuento/Tarifa	Restricciones	Canal
Corporativo Nivel 1 (Grandes cuentas)	-15% a -20%	Estancia mínima 3 noches	Contrato directo
Corporativo Nivel 2 (PYMES)	-10% a -15%	No reembolsable	Plataformas B2B
Grupos/Eventos	-20% a -30%	Bloqueo de habitaciones	Agencias/Eventos
Mayoristas (T&T)	-25% a -35%	Depósito no reembolsable	Contrato mayorista

Mercado Directo (Transiente)

Tarifa dinámica

Sin restricciones

Web hotel/OTA

12. Front Desk: Apertura, cierre y Auditoría nocturna.

La apertura del turno incluye: verificación de efectivo inicial, revisión de reservas del día, asignación de tareas pendientes y actualizarse de las novedades.

El cierre de turno: requiere conciliación de ingresos (efectivo, tarjetas, vouchers) y generación de reportes diarios.

Apertura y cierre de turno: Se deben establecer procedimientos claros para el inicio y el final de cada turno, incluyendo el arqueo de caja, la entrega de valores, la firma de documentos y el paso de las novedades y tareas a continuar.

Registro de apertura y cierre: Se debe llevar un registro detallado de todas las transacciones realizadas durante cada turno.

Manejo de caja: El personal de recepción debe estar capacitado para recibir pagos, entregar cambios, emitir facturas y cuadrar la caja al final de cada turno.

La auditoría nocturna, automatizada en el PMS que actualiza reservas, tarifas, cierra contabilidad diaria y prepara reportes para la gerencia. Errores comunes (pagos duplicados) se corrigen aquí, asegurando precisión financiera. Siempre tendremos un checklist físico y digital que reduce omisiones, errores y es hospitalario. Es un proceso de control que se realiza al final del día para verificar que todas las transacciones se hayan registrado correctamente, que la caja y las cuentas cuadren, que las novedades sean comunicadas y ganemos el siguiente día.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de punto de venta (POS) integrados: Herramientas que automatizan el registro de las transacciones, facilitando el manejo de caja y la auditoría nocturna.

Tecnología blockchain para la seguridad de las transacciones: Sistema que garantiza la integridad y trazabilidad de las transacciones financieras, reduciendo el riesgo de fraude.

Inteligencia artificial para la detección de anomalías: Sistemas que analizan los datos de las transacciones para identificar posibles errores o irregularidades.

Mejores prácticas:

Procedimientos claros: Establecer procedimientos detallados para la apertura y cierre de turno, el manejo de caja y la auditoría nocturna.

Control estricto: Implementar medidas de seguridad para proteger el efectivo y los valores del hotel, como el arqueo de caja periódico y la conciliación de los registros.

Capacitación del personal: Formar al personal en el manejo de caja y cómo realizarlos correctamente, sabiendo que hay premios y multas. Sean meticulosos y responsables en el manejo del dinero y los valores del hotel. Siguen los procedimientos establecidos y estén siempre atentos a posibles irregularidades.

12.2. Planilla Auditoria:

AUDITORIA INTERNA HOTEL			5/28/2017		firma						
cierre z	si	Lunes Trip									
cierre lote posnet	si	Martes C015 open balance									
auditoria ARION	si	LUNES PONER EL FOLIO LOS REPORTES POLICIALES									
Revision mails INFO	si	Viernes Cargar en pms NUEVAS EMPRESAS									
Revision mails Reservas	si	Sabados F8001 desactualizados									
Revision RRSS	si	DOMINGO ayuda en CTAs CTes y OTAs									
Planilla mucamas	si	Movimiento de caja por rango de fecha. F009, diario.									
cantidad desayuno	34	diario: K043									
planilla mantenimiento	si	Chequear señas y garantías									
Actualizar, Ordenar FICHA DE REGISTRO para policia	si	Facturas out ordenadas ?									
		TARIFAS DE 40 HABT OK?									
IMPRIMIR report y envio por mal. Imprimir report PAX IN HOUSE y resaltar DEUDA MAYOR A \$7000											
REVISION DE CAJAS		OK 3 cajas									
cada caja de cada turno esta bien elaborada?		SI									
tiene las comandas y F8001 correspondientes?		SI									
se comunicaron las anomalias o errores a Admin?											
Se emitieron y controlaron Voucher?	SI	HOTEL- 2100 1 Aloj Base Doble SPA - 0926 Masaje 45' RESTAURANTE - 0491 Promo Romantica									
Ajuste de nota de credito											
HAY Y PORQUE NUEVOS Folios Abiertos?											
hubo y se anoto ingresos No Facturados?. EXPLICAR											
Control de tarifas de los ingresos											
HABT	TFA FINAL	OBSERVACION	HABT	TFA FINAL	OBSERVACION	HABT	TFA FINAL	OBSERVACION	HABT	TFA FINAL	OBSERVACION
101			118			206			218		
103			119			207			219		
104			120			209			220		
105			121			210			221		
106			122			211			311		
107			201			212			312		
109			202			214			314		
111			203			215			315		

CONSUMO INTERNO/ EXTERNO	#HAB	DETALLE					
Recepcion							
Restaurante/Bar							
MANTENIMIENTO, JARDINERIA y OBRA							
MUCAMAS ✓ PEDIDO ESPECIAL ✓ CAMA SUPLETORIA ✓ NOCHE DE BODAS ✓ CUNA ✓ LATE CHECK OUT O EARLY? compras?							
VENTAS							
NOVEDAD DE EVENTOS, GRUPOS							
Novedades del SPA y otros							
H & S							

13. Bitácora de novedades y agenda de contactos. Todos

Bitácora de recepción, donde todo el personal puede anotar lo que considere siguiendo el modo de anotación, es un registro cronológico de los eventos, incidencias y novedades más importantes que ocurren en la recepción durante cada turno, sirve para trabajar en equipo y eso es una empresa. Las estrellas individuales no son parte de la hospitalidad.

La bitácora registra incidencias y tareas del turno: fallas técnicas, clientes destacados o quejas. ejemplo: 22:30 – Fallo en ascensor norte. Técnico notificado”.

La agenda digital incluye contactos clave: proveedores de mantenimiento, hospitales y embajadas.

Los chatbots (vía WhatsApp) responden consultas frecuentes, derivando casos complejos a personal.

Herramientas y tendencias:

Sistemas de gestión de tareas: Plataformas que digitalizan y centralizan el registro de novedades, facilitando la comunicación y el seguimiento de las tareas pendientes asignadas

Directorios de contactos digitales: Aplicaciones que permiten acceder a la información de contacto de huéspedes, proveedores y otros contactos relevantes desde cualquier dispositivo.

Agenda de contactos: Debe incluir los datos de contacto de los huéspedes, los proveedores, los servicios de emergencia y otros contactos relevantes.

Chatbots con inteligencia artificial: Herramientas que pueden responder preguntas complejas, resolver problemas y proporcionar asistencia personalizada a los huéspedes, DEBE SER EDUCADO POR LA RECEPCIÓN, en sus respuestas y tonos, LA HOSPITALIDAD es la base

Mejores prácticas:

Registro detallado: Registrar todas las novedades de manera clara, concisa y completa, incluyendo la fecha, la hora, el responsable y las acciones realizadas.

Actualización constante: Mantener la agenda de contactos actualizada, verificando y corrigiendo la información de manera periódica.

Disponibilidad 24/7: Asegurar que los chatbots estén disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para atender las consultas de los huéspedes en cualquier momento.

Enseñanza: Aprendan a utilizar la bitácora de recepción para registrar información de manera clara y concisa. Mantengan la agenda de contactos actualizada y exploren el potencial de los chatbots para optimizar la comunicación con los clientes.

Bitácoras con Asistentes de Voz: Usa Alexa for Business para dictar novedades y generar reportes automáticos y comunicarnos.

13.1 modelo de novedades online unificado.

BITÁCORA DE NOVEDADES DIGITAL - RECEPCIÓN DE HOTEL

1. PLATAFORMA : Herramienta: Software de gestión hotelera (Ej: Opera PMS, Cloudbeds, Mews) o Tablero compartido (Notion, Trello, **Google Sheets**), **o dentro del CRM**

Acciones clave:

- ☐ Registro en tiempo real (web/app).
- ☐ Alertas automáticas por sector afectado.
- ☐ Histórico archivado en la nube.

2. EJEMPLO

Fecha/Hora	Novedad	Sector Afectado	Prioridad	Reportado por	Solución	Status
23/05/25 09:30	A/C en hab. 302 no funciona	Mantenimiento	Alta	María (Recepción)	Derivo a técnico	Resuelto
23/05/25 14:15	Huésped reclama maleta perdida	Housekeeping	Media	Juan (Conserjería)	En seguimiento	Pendiente

3. FLUJO DE COMUNICACIÓN

Notificaciones automáticas:Slack/Microsoft Teams: Canales por sector (#mantenimiento, #housekeeping).Email automático: Si la prioridad es Alta (integrado con Outlook/Gmail).

4. TECNOLOGÍAS CLAVE Escáner de QR: Para reportes rápidos desde celular (huéspedes o staff escanear QR en recepción y llenan formulario). App móvil: Personal registra novedades con fotos/audios (Ej: [HotelKit](#), [StaffHub](#)).

5. CIERRE DIARIO: Reporte automático: Generado a las 23:00 vía Power BI o Google Data Studio con: Novedades resueltas/pendientes. Tiempo promedio de solución.Sectores con más incidencias.

14. Gestión y limpieza en Operación (habitaciones, áreas públicas, etc)

Habitaciones y áreas públicas: La gestión total eficiente es fundamental para garantizar la comodidad y satisfacción de los huéspedes. Todo PMS optimiza la asignación de habitaciones según preferencias (vistas, pisos altos, tipo de habitación, de cama, amenities, tamaño) luego una revisión humana para coordinar tiempos, herramientas y elementos necesarios.

Asignación de habitaciones: Se debe realizar teniendo en cuenta las preferencias del huésped, la disponibilidad, el tipo de habitación y la calidad final del estado luego de inspeccionarla. El paso que destaca es lograr personalizar la habitación para el huésped.

Reasignación de habitaciones: Puede ser necesaria en caso de problemas de mantenimiento, solicitudes especiales o sobreventa.

Bloqueo de habitaciones: Se utiliza para reservar habitaciones para huéspedes específicos, para realizar tareas de mantenimiento o para evitar la venta de habitaciones no disponibles.

Upgrade de habitaciones: Consiste en ofrecer al huésped una habitación de categoría superior, ya sea de forma gratuita o con un cargo adicional.

Herramientas y tendencias:

Tecnología de gemelos digitales: Representaciones virtuales de las habitaciones y áreas públicas del hotel, que permiten simular diferentes escenarios y optimizar la gestión del espacio y del trabajo. Como fotos para el conocimiento de los trabajadores del sector.

La predicción de la demanda servirá para planear el futuro inmediato.

Mejores prácticas:

Personalización: Con tiempo y conociendo al cliente puedes hacer un obsequio wow.

Flexibilidad: Adaptarse a los cambios en la demanda y las necesidades de los huéspedes, asignando habitaciones cuando sea necesario.

Optimización: Maximizar la ocupación del hotel, asignando las habitaciones de manera eficiente y realizando upgrades cuando sea posible.

Enseñanza: Aprendan a tomar decisiones informadas sobre la asignación, reasignación, bloqueo y upgrade de habitaciones. Qué y cuándo limpiar. Asignar las tareas conociendo al equipo y los tiempos es lo ideal.

Las limpiezas de áreas públicas y otros siguen horarios estrictos y protocolos de limpieza pre y post actividad o diaria. Un sistema de bloqueo temporal en el PMS evita sobrecupos durante un mantenimiento mayor.

Modo y tiempo de limpieza:

Esquema de Limpieza de Habitación

I. Preparación y Organización (5-7 minutos)

- A. Charla y [asignación](#)
- B. Carro de limpieza: verificación de carga y orden
- C. Acceso a la habitación:
 - Tocar la puerta tres veces y anunciar "Servicio de limpieza".
 - Esperar unos segundos; si no hay respuesta, abrir con la llave maestra.
 - Si la habitación está ocupada, colocar un aviso de "No molestar" o coordinar con el huésped.
- D. Ventilación:

II. Despeje y Recolección (7-10 minutos)

- A. Ropa sucia:
- B. Basura:
- C. Objetos del huésped:
- D. Limpieza inicial de superficies.

III. Limpieza del Baño (10-15 minutos)

- A. Inodoro
- B. Ducha/Bañera
- C. Lavabo y encimera
- D. Reposición de amenities.
- E. Suelo del baño

IV. Tendido de Cama y Organización de la Habitación (8-12 minutos)

- A. Tendido de cama.
- B. Reposición de toallas, blancos y papelería
- C. Reposición de minibar/snacks
- D. Organización general.

V. Limpieza de Superficies y Suelos (10-15 minutos)

- A. Despolvoreo
- B. Limpieza de espejos y cristales
- C. Aspirado y/o Mopeado

VI. Detalles Finales e Inspección (5-7 minutos)

- A. Perfumar
- B. Ajustes finales: luces, wifi, cortinas, funcionamiento
- C. Cierre:
 - Cerrar con llave la puerta de la habitación.
 - Reportar cualquier anomalía o daño al [superviso](#)

Tiempo de Limpieza: 20 min: A DIARIA. 45-60 min A NUEVA

Check List de inspección:

CHECK LIST INSPECCIÓN DE LIMPIEZA Y FUNCIONAMIENTO

I. Entrada y Primera Impresión (General)

- ☐ Puerta de Entrada
- ☐ Señalización Exterior
- ☐ Luminosidad:
- ☐ Temperatura
- ☐ Sonido: Ausencia de ruidos extraños
- ☐ Presentación

II. Sala de Estar / Salón

- ☐ Mobiliario
- ☐ Televisor y Controles. Señal de TV, De wifi y otros electronicos
- ☐ Exterior e interior impecables, sin huellas.
- ☐ Productos completos según inventario y organizados.
- ☐ Fechas de caducidad revisadas.
- ☐ Funcionamiento correcto (frío adecuado).
- ☐ Cafetera / Tetera, Vasos, tasas, Copas y otros
- ☐ Ventanas y Cortinas: Cristales limpios sin huellas, marcos limpios. Cortinas limpias, sin arrugas, funcionando correctamente. Persianas/stores limpias y funcionales.
- ☐ Arte y Decoración: Cuadros, jarrones, adornos limpios y bien alineados.
- ☐ Material de Información: Directorio de servicios, folletos del hotel, menú de room service
- ☐ Suelo

III. Dormitorio Principal (y Dormitorios Adicionales si Aplica)

- ☐ Cama:
- ☐ Tendido Perfecto: Sábanas estiradas, sin arrugas, esquinas impecables.
- ☐ Ropa de Cama: Limpia, sin manchas, olores o desgarros. Edredón/colcha y almohadas mullidas.
- ☐ Almohadas: Mínimo 2 por persona, limpias, con fundas.
- ☐ Colchón/Protector: Revisar estado general si es posible (oculto).
- ☐ Armario / Ropero Perchas suficientes y en buen estado.
- ☐ Caja fuerte limpia y funcional.
- ☐ Tocador/Escritorio: Superficie limpia, sin polvo, espejo limpio. Silla limpia y sin daños.
- ☐ Teléfono: Limpio y desinfectado, funcionando correctamente.
- ☐ Espejos: Limpios, sin manchas o huellas.
- ☐ Suelo: Aspirado a fondo, sin polvo, manchas o residuos. Debajo de la cama también.

IV. Baños

- ☐ Inodoro: Absolutamente limpio, desinfectado
- ☐ Lavabo y Encimera: Limpios, sin residuos
- ☐ Espejos: Limpios, sin marcas de agua o huellas.
- ☐ Ducha / Bañera:
- ☐ Mampara/cortina limpia, sin cal.
- ☐ Grifos y rociador limpios y brillantes, funcionando correctamente.
- ☐ Amenities: Completos, bien colocados
- ☐ Toallas: (cuerpo, manos, facial, alfombra de baño).
- ☐ Papel Higiénico: Rollo nuevo y al menos uno de repuesto.
- ☐ Cubo de Basura: Vaciado, con bolsa nueva.
- ☐ Secador de Pelo: Limpio y funcional.

V. Detalles Finales y Puntos Críticos

- ☐ Interruptores y Enchufes, Detectores de Humo / Aspersores
- ☐ Rejillas de Aire Acondicionado: Limpias, sin polvo.
- ☐ Cesto de Ropa Sucia (si aplica): Vacío y limpio.
- ☐ Telarañas: Ausencia total en techos y esquinas.
- ☐ Ventanas/Balcón: Limpieza de cristales (interior), barandales y suelo del balcón

Observaciones a Mantenimiento:

15. Procedimientos y registros de mantenimiento

El mantenimiento preventivo y correctivo es básico y parte de cuidar la inversión. Se planifica anualmente, pero se hace todos los días. Cada tarea tiene su procedimiento y cada aparato o máquina tiene su hoja de vida.

Diseñar e implementar programas de mantenimiento preventivo y correctivo, sea para ver o diagnosticar y mantener ideal al hotel o sea para reparar averías lleva su registro detallado. Es una tarea gerencial, ayudado por los arquitectos, técnicos, ingenieros y trabajadores, reúne y traduce la información a los trabajadores operativos de la empresa.

Los procedimientos de mantenimiento deben establecer prioridades, las tareas, su frecuencia, recursos y acción, también los responsables, los materiales necesarios y resultado esperado.

Las **solicitudes** de mantenimiento (vía app interna) priorizan urgencias: Nivel 1 (inmediato: fallas eléctricas). Nivel 2 (24 horas: goteras).

Registros de mantenimiento: las tareas incluyen un historial TRAZABLE de todas las intervenciones realizadas, las averías, las reparaciones, las revisiones y las inspecciones. **Historial** de equipos (ascensores, calderas) se almacenan en la nube para garantizar trazabilidad.

Evaluar la efectividad del programa de mantenimiento, analizando costos, averías y el tiempo de inactividad de los equipos y conociendo el tope de cada máquina y elemento.

Mantenimiento con Herramienta: Robots Savioke. Costo:Savioke: \$2,000 USD para entregar toallas o detectar fugas. la tecnología wearable para el personal de mantenimiento ayudará en tiempo y costo. Además de tu sistema que automatiza los datos con software de mantenimiento predictivo

[illegible]

INVIERNO		PROCEDIMIENTO PISCINA, HIDRO Y BOMBAS							
HORA	RESPONSABLE	ACCION	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
9HS	mantenimieto	pasa limpiafondo en piscina	x		x		x		
9hs	mantenimieto	limpia hidromasajes	x		x		x		
10 HS	Recepcion	prende bombas de calderas						x	x
10	Recepcion o Mucama	check list SPA	x	x	x	x	x	x	x
9 HS	mantenimiento	prende bombas para de calderas PISCINA e HIDRO	x	x	x	x	x	x	
no	mantenimiento	pasa bombas a modo filtrado	x	x	x	x	x		
20hs	recepcion	apaga las 3 bombas desde spa	x	x	x	x	x	x	x
20hs	recepcion	cierra con llave el SPA	x	x	x	x	x	x	x
10 a 20hs	cobertor dia frio soleado	sacarlo de 10 a 20hs los días agradables							
	cobertor dia frio feo	no sacarlo días nublados o sin pax							
	cobertor dia frio maso	día feo y si pax solicita si lo sacamos							
	cortina	baja, alta (día de sol) o altura de baranda(pax pide)							

VERANO		SOLARIUM, PISCINA, HIDRO Y BOMBAS							
HORA	RESPONSABLE	ACCION	L U	M A	M I	J U	V I	S A	D O
8,30 a 10HS	mantenimieto	pasa limpiafondo en piscina	x	x	x		x	x	
		cloro, precipitante, etc	x		x		x	x	
	mantenimieto	limpia hidromasajes	x		x		x		
		limpiar y ordena solarium	x	x	x	x	x	x	
9 HS	Recepcion	prende bombas recirculacion de calderas PISCINA e HIDRO						x	x
9 HS	mantenimiento	prende bombas para calentar PISCINA e HIDRO	x	x	x	x	x	x	
13 HS	recepcion	prende bomba cañon desde spa	x	x	x	x	x	x	x
13 HS	mantenimiento	pone en recirculacion con calderas PISCINA e HIDRO						x	
18 HS	mantenimiento	pasa bombas a modo filtrado	x	x	x	x	x		
20 HS	recepcion	apaga las 3 bombas desde spa	x	x	x	x	x	x	x
20 HS	recepcion	cierra con llave el SPA	x	x	x	x	x	x	x
feriado o fin de semana largo, tal vez se solicite a Mantenimiento trabajar esos días.									
20 LT CLORO LUNES, MIERCOLES Y VIERNES. PASTILLA DE CLORO LOS MARTES, JUEVES. SAB Y DOM. 2 VECES POR SEMANA PASTILLA EN SQUIMER O BOMBA Y PH									
poner cobertor y bajar cortina según el clima									

Activar Windows

16. Estándares, procedimientos y registros de tareas de housekeeping y clasificación de residuos.

Sin un hogar limpio, ordenado y acogedor que busca su perfección ¿qué hacemos?. Es menester de cada persona en la hospitalidad aportar para ello y no solamente del área de limpieza.

El manual o procedimiento de mucamas especifica los X puntos (cortinas sin manchas, luces, almohadas, pisos, espejos, minibar surtido, etc) a repasar y los tiempos máximos de ejecución por área o por habitación. con secuencia de limpieza (de arriba abajo, izquierda a derecha y habitación en círculo). Detallan el cómo de limpieza, los productos a utilizar, y estandard final, asegurando la consistencia y la calidad de higiene, seguridad y calidez. Bajar su nivel no es admisible. Las herramientas, equipos y los químicos usados marcan la diferencia para los trabajadores.

Amén del uso de software la limpieza y el orden son aspectos esenciales para la satisfacción de los huéspedes, podrán incorporarse robot de automatización y otros dispositivos para reducir la repetición de esfuerzo de limpieza aunque la verificación mas rapida y calidad siempre será humana.

Procedimientos gráficos internos a mucamas son documentos ayudan a los estándares. Más allá de ser considerada limpia y lista para ser ocupada por un huésped, el paso extra es que sea bella, cálida, en las cortinas, las iluminaciones, el brillo, los olores, el ambiente, el sonido son elementos que deben estar en la cultura de la empresa y todos debemos ser capaces de lograrlo para ofrecerlo.

Enseñanza: Valora y ayuda físicamente en el trabajo del departamento de housekeeping y aprende a diseñar e implementar procedimientos de limpieza eficaces que vos mismo harías, aprende a capacitar al personal en normas de higiene y seguridad, y a promover prácticas de gestión de residuos sostenibles.

Desde hace más de 10 años todo residuo se separa en contenedores codificados por color, con recolección diaria por mantenimiento y luego se entregan a una empresa certificada.

También puedes sumar IoT: Sensores en sábanas, colchones, almohadas alertan cuándo cambiarlas. Robots aspiradores limpian solos, desinfectadores automáticos.

Residuos

Redactar instrucciones o procedimientos para el personal de las distintas áreas que contemplen REDUCCIÓN, REUSO y RECICLAR, además la prevención y el correcto manejo de los residuos para su minimización en volumen y en peligrosidad.

Realizar concientización y capacitación sobre la gestión de los residuos, su división, tener tachos diferentes, no tener elementos de un solo uso, tener depósitos y procesos para dividir los diferentes residuos y su reinflijación final.

Procedimiento de CHEQUEO DE HABITACION

AL TERMINAR DE LIMPIAR LA HABITACION

Estándar de luces luz de placard, luz de mesa de luz y luz de lámpara.
Estándar de llaves de agua ducha, videt, inodoro cerrado, cortinas de ducha.
Estándar de control de tv y aire o domotica sobre mesa de luz.
Estándar de papelería en baño, escritorio, caja fuerte, parante de tv y puerta.
Biblia, guía de telef, revista, CARTEL en puerta de salida de emergencia.
Armado de amenities y de 15 productos del frigo.
Limpiar con esponja humeda y trapo húmedo paredes.
Plumero y trapo húmedo en 1 salidas de aire acondicionado y 2 salidas de aire baño.
Controlar calidad de señal wifi, tv y telefono

Chequeo Habitación en salida o check out de pasajero

Control de Consumo Frigo y carta
Sábanas, 2 toallas, 1 pie de baño , 4 toallones sin manchas, ni roturas.
Pie de Cama
Edredon
2 a 4 Almohadas
2 Almohadones Artesanales
Control TV y Aire
Funcionamiento de TV, luces y aire.
Caja Seguridad abierta
Estado Gral alfombra, paredes, cuadros, techo y cortinas
Secador pelo
Porta amenities
Vasos
Cafetera
Si algo no está bien, comunicar de inmediato a recepción, anotar en cuaderno y/o en planilla de mantenimiento.

17. Alimentos y Bebidas: La atención al comensal

Planificar, Coordinar y supervisar MÁQUINAS, LAS DIFERENTES TIPOS DE LIMPIEZA, EL PERSONAL, las compras, depósitos y stocks de cocina y salón, el control de caja y sus ventas, Liderar al equipo de cocina mediante la coordinación, supervisión y capacitación.
con equipo de Cocina hacer la INGENIERÍA Pricing y marketing.
Coordinar y ejecutar las tareas necesarias para garantizar lo financiero del sector.
Planificar y abastecer, control de stock y compras
Diagramación y supervisión del personal.
Supervisar el buen estado de los equipos, instalaciones etc.
Cumplir de las correspondientes reglamentaciones y normativas de la actividad
cumplir los objetivos económicos, de servicio y cantidad de comensales

las tareas y acciones con INSTRUCTIVOS, protocolizadas y operativas son muchas y para otro momento.

Centrémonos ahora en **La ATENCIÓN AL COMENSAL** ya que es la tarea profesional desde la HOSPITALIDAD planificada que te llevará al éxito. Establecer y mantener el modo “FELIZ” de servicio y relaciones de satisfacción al Cliente.

17.1 Protocolo de Mozo para mejorar:

Procedimiento Laboral del Mesero

Describe las responsabilidades, el protocolo de servicio asegurando la excelencia en la atención al cliente, la eficiencia operativa y tener más venta.

1. Antes de la Llegada del Comensal: Preparación del Salón y Mise en Place. **Objetivo:** Asegurar que el restaurante esté impecable y listo para recibir a los comensales.

- 1.1. Inspección y Limpieza WOW del Salón
- 1.2. Mise en Place General
- 1.3. Montaje de Mesas
- 1.4. Briefing de Pre-Servicio: EQUIPO y enfoque!

2. Momento de la Presentación, Oferta y Venta. **Objetivo:** Recibir al comensal de manera cálida y profesional, guiando a través del menú y maximizando la venta sugestiva.

- 2.1. Bienvenida y Asignación de Mesa:
- 2.2. Presentación del Menú y Oferta:
- 2.3. Toma de Pedido:

3. Momento de Servir Bebidas y Comida. **Objetivo:** Servir los platos y bebidas de manera eficiente, profesional y con la temperatura adecuada.

- 3.1. Servicio de Bebidas: Prioridad, Protocolo, Control: Estar atento para rellenar
- 3.2. Servicio de Pan
- 3.3. Servicio de Comida Y Anunciar plato

4. Momento de Retirar y Vender Postre. **Objetivo:** Retirar los platos y guiar al comensal hacia la experiencia del postre y otros servicios

- 4.1. Retiro de Platos Principales:
- 4.2. Oferta de Postres:
- 4.3. Servicio de Postres y Café:

5. Momento del Cobro. **Objetivo:** Procesar el pago y hacer venta futura.

- 5.1. Presentación de la Cuenta y Procesamiento del Pago
- 5.3. Agradecimiento y encuesta o fidelización

6. Momento Final del Comensal y Limpieza de Mesa. **Objetivo:** Despedir al comensal amablemente y preparar la mesa para el siguiente servicio.

- 6.1. Despedida del Comensal:
- 6.2. Limpieza de la Mesa y Re-montaje de la Mesa

7. Para el Próximo Turno: Puesta a Punto General del Salón. **Objetivo:** Dejar el salón en perfectas condiciones para el siguiente turno.

- 7.1. Reposición de Estaciones
- 7.2. Abastecimiento de Bebidas
- 7.3. Limpieza General
- 7.4. Reporte al Próximo Turno

17.2 Mozo y cocina en desayuno, la medición para llevar el **stock de alimentos y bebidas en desayuno**:

DESAYUNO		06 a 10.30hs	10 a 14hs	18 a 20hs	cantidad media estimada x PAX
Agua caliente	bachero	prepara y lleva	tiene siempre agua olla		Olla grande
Leche caliente	bachero		bachero trae a cocina		120cc por pax
tolba de café	bachero	lleva	limpia y prepara tolba		170cc por pax
2 yogur botellas	mozo	saca de heladera y lleva	bachero pone el heladera		30cc por pax
caja de Te	mozo	lleva a mesa	mozo repone tes		stock medio
Leche fria botella	mozo				30cc por pax
Pan lactal	mozo				120gr por pax
pan de campo	mozo				1 cada 50 pax
fetas jamon y queso	bachero	repone lupar de ello			2 lupar llenos
Jamon bandaja	mozo	saca y lleva	bachero repone bandejas		30gr por pax
Queso bandaja	mozo	saca y lleva	bachero repone bandejas		40gr por pax
Huevos revueltos	bachero	prepara y lleva	bachero prepara bols		0.4u por pax
pasteleria, bolleria dulce	mozo		chef asegura produccion		2 porcion por pax
tudines, cokles y simil	mozo		chef asegura produccion		0.2 por pax
galletas o salados	mozo		chef asegura produccion		0.2 por pax
Medialunas	mozo		chef asegura produccion		0.8 por pax
Panificados	mozo		chef asegura produccion		0.4 por pax
Semillas y Fruta seca	mozo	lleva a la mesa	mozo prepara		20gr por pax
Cereales	mozo	lleva a mesa	mozo prepara		50gr por pax
Copos de maiz	mozo	lleva a mesa	mozo prepara		50gr por pax
copos de azucar	mozo		mozo prepara		50gr por pax
Cereales de choco y otro	mozo		mozo prepara		30gr por pax
Frutas Natural	bachero		bachero prepara		bachero prepara 0.2 por pax
Ensalada de Fruta	bachero		bachero prepara		170cc por pax
fruta fileteada	bachero		bachero prepara		Ver
Mermelada, dulces etc	mozo		mozo guarda y repone		1.4 por pax
Queso crema y miel	mozo		mozo guarda y repone		0.5 por pax
Jugo de naranja en term	bachero		bachero prepara pa mañana		170cc por pax
Jugo de pomelo	bachero		bachero prepara pa mañana		50cc por pax
Limonada en tolba	bachero		bachero limpia vajilla		50cc por pax
Agua fria, en termo	bachero		bachero limpia vajilla		50cc por pax
SIN TACC	adicionista	pone en mostrador	adicionista guarda		stock medio
VAJILLA Y OTROS	acomoda	STANLEY	bachero limpia vajilla		PAX

luego de saber la calidad de nuestro equipo de servicio y venta, en tema rentabilidad, o sea saber los costos de los platos, el ticket promedio del comensal, tiempo de entrega y nuestros costos es el punto a mejorar, la producción, la carta, las compras, el marketing y la ganancia son el camino.

18. Manejo de máquinas y equipos críticos:

El conocimiento y manejo adecuado de los sistemas, máquinas e instalaciones del hotel es fundamental para garantizar el confort y la seguridad para todos, para. prevenir accidentes o averías y en situaciones de incidentes varios departamentos además de mantenimiento debemos saber que hacer, como operar sistemas o máquinas en emergencia. Esto serán capacitaciones, para aprender más, haremos instructivos..

Los instructivos técnicos detallan el funcionamiento y qué hacer en contingencias, debes incluir listado completo de tus equipos, máquinas, instalaciones. La acción manual para prender, apagar, cerrar y abrir. Y tener los manuales y su hoja de vida

Manejo de instalaciones: El personal de mantenimiento y seguridad debe estar capacitado para operar y mantener el grupo electrógeno, los ascensores, los termos y otros equipos del hotel. Como también los jefes o encargados.

Sistemas de energía (gas, electricidad, generadores): Se deben conocer los protocolos de seguridad para el manejo de gas y electricidad, la ubicación de las llaves de corte y los procedimientos a seguir en caso de emergencia.

Protocolos de rescate en ascensores detenidos (comunicación inmediata con bomberos).

Sistemas de gestión de edificios (BMS): Plataformas que permiten controlar y monitorizar los sistemas e instalaciones de manera centralizada, optimizando el consumo de energía y la seguridad.

Sensores inteligentes: Dispositivos que detectan problemas o anomalías en los sistemas e instalaciones del hotel, alertando al personal de mantenimiento de manera proactiva.

Realidad aumentada para el mantenimiento: Herramientas que permiten al personal de mantenimiento visualizar información sobre el funcionamiento de los equipos y recibir instrucciones paso a paso para realizar reparaciones.

Mejores prácticas:

Mantenimiento preventivo: Realizar revisiones y mantenimiento periódico de todos los sistemas e instalaciones del hotel para prevenir averías y garantizar su correcto funcionamiento.

Procedimientos de emergencia: Establecer procedimientos claros para actuar en caso de avería o emergencia, incluyendo la desconexión de los suministros y la evacuación de los huéspedes si es necesario.

Capacitación del personal: Formar al personal en el manejo de los sistemas e instalaciones del hotel, asegurando que comprendan su funcionamiento y los procedimientos de seguridad.

Enseñanza: Adquirir conocimientos básicos sobre el funcionamiento SEGURO de las instalaciones y los sistemas de tu empresa, para actuar con rapidez y eficacia en caso de avería o emergencia. En el procedimiento de manejo de máquinas como: grupo electrógeno, Bombas de agua y de recirculación, tableros eléctricos, Ascensores, Termotanque, llaves de corte de luz, agua y gas y la alarma. Tanque de agua, etc.

Principios Generales de Actuación en Emergencia

- **A. Seguridad del Personal y Huéspedes:**
 - Prioridad absoluta: **Evacuar** o asegurar la zona si hay riesgo inminente.
 - No exponerse a peligros innecesarios.
 - Utilizar **EPP (Equipo de Protección Personal)** adecuado si es necesario.
- **B. Comunicación Inmediata:**
 - Informar al **Jefe de Seguridad** o Gerente de Guardia.
 - Notificar a los departamentos pertinentes (Mantenimiento, Recepción, Gerencia).
 - Establecer un canal de comunicación continuo para actualizaciones.
- **C. Evaluación y Contención:**
 - Identificar la causa y el alcance de la emergencia.
 - Aplicar el **procedimiento específico** para el equipo afectado.

- Contener el problema para evitar su propagación o mayores daños.
- **D. Documentación:**
 - Registrar hora, tipo de emergencia, acciones tomadas y personal involucrado.
 - Reportar cualquier daño o incidente.
- **E. Capacitación y Simulacros:**
 - Todo el personal relevante debe estar capacitado en estos procedimientos.
 - Realizar simulacros periódicos para asegurar la preparación.

Puntos Clave para la Gestión de Seguridad

- **A. Mapas y Señalización:** Ubicación de todos los equipos, llaves de corte y rutas de evacuación.
- **B. Acceso Controlado:** Solo personal autorizado y capacitado debe tener acceso a salas de máquinas y tableros.
- **C. Contactos de Emergencia:** Listado actualizado y que lo tenga todos
- **D. Simulacros y Capacitación Continua:** Imprescindible para la eficacia de los procedimientos.
- **E. Revisión y Actualización:** Los procedimientos deben revisarse y actualizarse periódicamente, al igual que las hojas de vida.

Bombas de Agua (Suministro y Recirculación)

- **1. Fallo de Suministro de Agua:**
 - Identificar si es un problema de la red externa o interna del hotel.
 - Verificar el funcionamiento de la **bomba de presión o de pozo**.
 - Si la bomba no arranca, verificar fusibles/disyuntores en el tablero eléctrico correspondiente.
 - Si es fallo de bomba, intentar con la **bomba de respaldo (si existe)**.
 - Comunicar a Recepción para informar a huéspedes y restringir el uso de agua.
- **2. Fuga o Rotura de Tubería Mayor:**
 - Identificar la zona afectada.
 - **Cerrar la llave de corte principal de agua** del hotel o la llave de zona afectada.
 - Contener el agua (cubos, toallas, etc.) y minimizar daños.
 - Informar a Mantenimiento para reparación inmediata.
- **3. Fallo de Bomba de Recirculación (Agua Caliente Sanitaria):**
 - No es una emergencia crítica, pero afecta el confort.
 - Verificar alimentación eléctrica y estado de la bomba.
 - Informar a Mantenimiento para reparación.

19. Plan de contingencia y seguridad interna

La seguridad de cada persona es una prioridad absoluta para cualquier hotel, así que hacer el plan es otra tarea, son procedimientos que establecen nuestras acciones en emergencia.

El plan de contingencia hecho por la dirección y conocido por todos en capacitaciones abarca protocolos para incendios, fuga de gas, cortes de servicios, de agua, de energía, inundación, terremoto, amenazas, terrorismo, asalto y varias clases de accidentes en personas.

Roles: Se deben asignar responsabilidades específicas a cada puesto laboral. Quien hace que, quien sabe que y primeros auxilios.

Planos con salidas de emergencia: Deben ser claros, visibles y estar ubicados en lugares

estratégicos del hotel, incluyendo todo.

Capacitaciones y simulacros: Se deben realizar simulacros y capacitaciones periódicas para que el personal esté preparado para actuar eficazmente en caso de emergencia.

Plano en habitaciones: Debe incluir las salidas de emergencia, la ubicación de los extintores, las instrucciones de uso de los teléfonos y otros elementos de seguridad.

Kit de emergencia: linternas, botiquines y radios en zonas estratégicas. RCP, manejo de extintores, comunicación con señas, código morse.

Herramientas y tendencias futuras:

Debes tener una Plataforma que centraliza la información sobre los planes de contingencia, facilitando la comunicación y la coordinación en caso de emergencia.

Inteligencia artificial para la detección de riesgos: Sistemas que analizan datos de diversas fuentes (ej., cámaras de seguridad, sensores) para detectar posibles riesgos y alertar al personal de manera proactiva. Instala sensores IoT en habitaciones para detectar emergencias (caídas, incendios) y alertar automáticamente. Usa pulseras biométricas para PERSONAL y huéspedes que controlen acceso a áreas sin contacto.

Mejores prácticas:

Planificación exhaustiva: Elaborar planes de contingencia detallados y actualizados, que contemplen todos los posibles escenarios de emergencia.

Capacitación regular: Realizar simulacros y capacitaciones periódicas para que el personal esté preparado para actuar eficazmente en caso de emergencia.

Comunicación clara: Asegurar que los huéspedes y el personal conozcan o VEAN los procedimientos de emergencia y las salidas de evacuación.

Enseñanza: La práctica hace al maestro. Familiarizarse con las normas de seguridad en tu puesto y aprende a accionar con planes de contingencia eficaces en equipo.

19.2 Roles en emergencia

EMERGENCIAS.

PUNTOS CLAVE:

Punto de Encuentro: Lugar seguro designado (ej: estacionamiento o plaza cercana).

Comunicación: Usar radios o megáfonos para instrucciones claras o luces.

Capacitación: Simulacros trimestrales obligatorios para que todo el personal sepa que hacer y estar tranquilo.

ESQUEMA DE ROLES DE EMERGENCIA EN HOTEL

1. COORDINADOR GENERAL

Quién: Gerente General/Jefe de Seguridad.

Acciones: Declara la emergencia. Coordina con brigadas y autoridades externas. RRPP.

2. COMUNICADOR PRINCIPAL

Quién: Recepcionista/Operador telefónico.

Acciones: Activa alarmas. Llama a bomberos/policía. Informa a huéspedes (sin alarmar).

3. EVACUADORES

Quién: Supervisores de pisos, Housekeeping, Bellboys.

Acciones: Verifican habitaciones y áreas públicas. Guían a huéspedes hacia salidas seguras. Asisten a discapacitados o ancianos.

4. BRIGADA ANTI INCENDIOS

Quién: Mantenimiento/Seguridad.

Acciones: Usa extintores (solo si es seguro). Corta suministros (gas, electricidad).

5. PRIMEROS AUXILIOS

Quién: Enfermero/Personal capacitado.

Acciones: Atiende heridos en punto de encuentro. Identifica casos graves para ambulancia.

6. SOPORTE LOGÍSTICO

Quién: Cocina, Conserjería, Eventos.

Acciones: Cierra áreas críticas (cocina, piscinas). Evacua restaurantes/salones. Bloquea ascensores.

FLUJO: 1 Detección → 2. Alerta → 3. Evacuación → 4. Punto de encuentro → 5. Verificación.

20. Libro de sugerencias y manejo de quejas

Las sugerencias y quejas de los huéspedes son una valiosa fuente de información para mejorar el servicio del hotel, llegan por toda vía.

Online o el antiguo **Libro de sugerencias**: Deben ser accesibles, visibles y estar ubicado en un lugar estratégico.

Instructivo de manejo de quejas: Debe establecer un protocolo claro para recibir, registrar, investigar, resolver y dar seguimiento a las quejas de los huéspedes.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de gestión de comentarios de clientes: Plataformas que centralizan las sugerencias y quejas de los huéspedes, facilitando su seguimiento y resolución en tu web.

Inteligencia artificial para el análisis de sentimientos: Herramientas que analizan los comentarios de los huéspedes para identificar su tono emocional y detectar posibles problemas.

Chatbots para la atención al cliente: Sistemas que permiten a los huéspedes enviar sugerencias y quejas a través de mensajes de texto o chat, recibiendo una respuesta rápida y eficiente o derivando de inmediato a un responsable solucionador..

Mejores prácticas:

Respuesta oportuna: Responder a las quejas de los huéspedes de manera rápida y eficiente, demostrando que el hotel valora su opinión.

Soluciones efectivas: Ofrecer soluciones a las quejas de los huéspedes que sean justas y satisfactorias, buscando convertir una experiencia negativa en una oportunidad para mejorar la relación.

Enseñanza: Vean la queja como oportunidad para aprender y mejorar. Desarrollen su capacidad de escuchar, su empatía y su habilidad para resolver conflictos de manera satisfactoria.

El libro de sugerencias, digital y físico, se revisa diariamente por la gerencia. Las quejas se clasifican en niveles de resolución, de compensación o de inmediata escala

El protocolo exige empatía y hospitalidad (“Lamento su experiencia”no, mejor es “gracias por su tiempo”), solución en menos de 24 horas y seguimiento post-resolución. Caso ejemplo: Demora en check-in > Compensación con late check-out y botella de vino.

El feedback en Tiempo Real con IA Emocional, debe ayudarnos para accionar y luego Analizar reseñas y encuestas con IA emocional (ej.: Afectiva) para detectar frustración o alegría. Responde automáticamente con mensajes personalizados.

Imagen 20.1 niveles de quejas y 20.2 Instructivo de Quejas.

🔥 MANEJO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS 🏠 ¡Siempre con Atención Total y Empatía! ❤️

Los 5 Pasos para la Resolución de Problemas: 🚀

1. **1 ESCUCHAR:** 👂 Prestar toda nuestra atención, ser empáticos. Dejar que el huésped se exprese.
2. **2 RECONOCER:** ✅ Dar la razón al huésped y pedir disculpas sinceras en nombre del hotel (sin excusas). ❌ ¡Jamás discutir!
3. **3 PREGUNTAR:** ❓ Enfocarse en el problema y obtener los detalles exactos de la situación
4. **4 SOLUCIONAR:** 🛠 Dar una solución inmediata y personalizada. Usar recursos, pedir ayuda y ser el responsable de la solución rápida.
 - ✅ **Si tiene solución:** Disculparse, solucionar y cumplir el tiempo prometido.
 - ❌ **Si no tiene solución:** Disculparse y ofrecer una compensación amable.
5. **5 CONFIRMAR:** 🔥 Hacer seguimiento para asegurar la satisfacción. Registrar detalles en cuaderno o por mail (qué pasó, cómo se arregló, tiempo).

🔥 Si el Reclamo es Fuerte:

- 🤖 **Huésped Desesperado/Molesto:** ➡ Llevarlo a la ofi para aislar la situación.
- 🤖 **Huésped Agresivo:** 📞 Pedir ayuda, llamar al superior. Mantener tranqui sin discutir. El hotel tiene la autoridad.

🏠 Niveles de Compensación de Quejas:

- **● MENOR:**
 1. 🙏 Pedido de disculpas
 2. ☕🍹 Ofrecer café o jugo (cuenta hotel)
 3. 🛏🔄 Cambio de habitación / Up-grade gratuito
- **● MEDIO:** 4. 🛏 -50% Masaje Relax 30' 5. 🛏 Masaje Relax 30' Gratis 6. 🛏 -50% 1 noche futura (Hab Dbl Sup)
- **● GRAVE:** 7. 🛏 1 noche futura Gratis 8. 🛏 -50% estadía actual 9. 🛏 Bonificación de una noche 10. 🛏 Bonificación total de la estadía

🏠 Políticas de Compensación de Quejas:

- 📖 Ofrecer el libro de quejas automáticamente.
- 📖 Intentar resolver con el nivel de compensación anterior.
- 📖 Nivel 3+ incluye compensación niveles 1 y 2.
- 📖 Si se alcanza el máximo nivel y el huésped sigue molesto, avisar al Gerente.
- 📖 Informar **TODA** queja al Gerente por escrito **INMEDIATAMENTE**.
 - Nivel 2-3: Recepcionista puede resolver e informar luego.
 - Nivel 4+: Avisar **INMEDIATAMENTE** al Gerente.
- ✅ Nivel 7+: Requiere **AUTORIZACIÓN DEL GERENTE** para vouchers.

🏠 Políticas de Compensación en Caso de Derivación:

- ➡ **Nivel 4+:** Costo del traslado por cuenta del hotel.
- ➡ **Nivel ≤ 3 (o cambio de habitación posible):** Traslado por cuenta del huésped (si aún así desea retirarse).
- ➡ **Nivel 7+ (con derivación):** Hotel cubre diferencia de precio (requiere **AUTORIZACIÓN DEL GERENTE**).

21. Robo, hurto y accidentes en el hotel

La seguridad, junto a el descanso y la comida es un aspecto esencial en la HOSPITALIDAD y en la gestión hotelera.

Robo o hurto: Se deben establecer procedimientos claros para prevenirlos y también para actuar en caso de que ocurran, para proteger a las víctimas y para colaborar con las

autoridades.

Se prioriza la seguridad del huésped ante todo, luego activando cámaras y colaborando con autoridades sin alterar la discreción. Se actúa bajo el principio “Seguridad sin alarmar”: cámaras revisadas en privado, comunicando directamente con la policía.

Accidente de empleado o huésped: Se deben establecer protocolos para brindar primeros auxilios, para trasladar a los heridos a un centro médico, para investigar las causas del accidente, para prevenir futuros incidentes y para gestionar las reclamaciones. En accidentes (caídas, incendios). El protocolo incluye: Modo de evacuación, roles de emergencias, de auxilio, Primeros auxilios inmediatos y acciones que minimizan riesgos.

Reporte detallado (fotos, testimonios). Contacto con seguro médico del afectado.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de videovigilancia inteligente: Cámaras que utilizan la inteligencia artificial para detectar comportamientos sospechosos y alertar al personal de seguridad.

Tecnología de control de acceso biométrico: Sistemas que utilizan huellas dactilares, reconocimiento facial u otras características biométricas para restringir el acceso a áreas sensibles del hotel.

Plataformas de gestión de incidentes: Herramientas que facilitan el registro, seguimiento y análisis de los incidentes de seguridad, permitiendo identificar patrones y prevenir futuros problemas.

Mejores prácticas:

Prevención: Implementar medidas de seguridad para prevenir robos, hurtos y accidentes, como la instalación de cámaras de seguridad, el control de acceso y la iluminación adecuada.

Respuesta rápida: Establecer protocolos claros para actuar en caso de incidente, asegurando una respuesta rápida y eficaz por parte del personal de seguridad.

Colaboración: Trabajar en estrecha colaboración con las autoridades y los servicios de emergencia para investigar los incidentes y proteger a los huéspedes y empleados.

Enseñanza: Empleados reciben entrenamiento en manejo de crisis para evitar pánico. Conozcan las normas de seguridad y prevención de riesgos laborales. Aprendan a actuar con rapidez y eficacia en caso de emergencia.

Practicar la Gestión de Crisis con Simulaciones VR: Entrena al personal para manejar robos, incendios o huéspedes agresivos en entornos hiperrealistas.

21.1 Instructivo accidente:



Puntos Clave:

- **Prioridad de Asistencia:**
 - **Recepción y Mantenimiento** asistirán como prioridad según protocolo.
 - En **casos graves de salud**, mantener la calma, asegurar la salud del huésped e informar inmediatamente al superior.

- **Documentación:**
 - Guardar **grabaciones de las cámaras de seguridad** del incidente.
 - Los procedimientos de quejas o compensaciones se gestionan **DESPUÉS** de la atención médica.
- **Servicios de Emergencia Médica (Costo para el Huésped / Sin Costo):**
 - **Atención y Consulta Médica:** \$80 (factura la emergencia al huésped).
 - **Servicio de Enfermería:** ✗ No disponible.
 - **Recetas:** ✔ Sin costo.
 - **Traslados o Derivación:** ✔ Sin costo.
 - **Urgencias (Corte, fractura, caída, golpe, quemadura, riesgo de vida grado 1 o 2):** ✔ Sin costo.

21.2 Instructivo robo o violencia:

🚨 Procedimiento Anti-Robo o Asalto 🚨

¡La seguridad es nuestra prioridad!.

Elementos Clave de Prevención:

- 🗑️ **Caja de Valores Segura / Buzón de Valores:** No tenemos acceso directo.
- 🚪 **Puertas de Administración:** Siempre cerradas por dentro.
- 📹 **Cámaras de Seguridad:** Vigilancia constante.
- 🔑 **Cerradura Electrónica:** En puertas de acceso.
- 📞 **Servicio de Alarma y Personal de Seguridad Online:** Respuesta externa.
- 🔴 **2 Pulsadores de Alarma:** En Recepción y Restaurante.

A.- INICIO: Detección de Intento de Robo / Asalto / Violencia]

Sí --> C[Mantener la Calma y Asentir a Todo]
 C --> Actuar de Modo Normal y Natural]
 D --> Priorizar la Salud y Seguridad Propia y de Otros
 E --> ¿Es posible poner distancia o barreras?
 F -- Sí --> Alejar a otras personas de la situación

No --> G

G --> ¿Es posible presionar el botón de pánico sin ser detectado?
 H -- Sí --> Pulsar Botón de Alarma de Pánico (en Recepción o Restaurante)

Y esperar la llegada de ayuda.

I --No--> mantener la calma y Tranquilidad

J --> ¿Es posible cuidar pertenencias del hotel

K -- Sí --> Proteger pertenencias del hotel

L -- No --> No resistirse, no discutir, no hablar, no actuar veloz

M --> ¿Es posible comunicar a un superior sin ser detectado?

N -- Sí --> Comunicar a un superior por medio y protocolo establecido.

L -- No --> MANTENGA CALMA y cuide la salud, ASIENTA LO QUE PIDA EL DELINCUENTE.

M --> SI PUEDE DE LA ALARMA CON EL BOTON

O --> [Activación Remota por camaras de seguridad, no atienda llamadas telefonicas y espere la llegada de seguridad y ayuda.

P --> [Una vez Seguro: Volver a llamar o realizar Llamadas de Seguridad y Salud. segun Protocolo de Llamadas: Jefes, Ambulancia, Policía, Empresa de Seguridad, Bancos].

Q: No trate de destacar o de ser un héroe, la vida es lo mas valioso, espere el fin de la situación, saliendo que su salud es lo primero.]

R --> FIN: luego de tranquilizarse, ayude a la gestión del Incidente con otros.

22. Preautorizaciones de tarjetas de crédito

La preautorización es un procedimiento estándar en la industria hotelera para garantizar el pago de los servicios consumidos por el huésped. Consiste en bloquear un monto determinado en la tarjeta de crédito del huésped al momento del check-in. Este monto se libera al momento del check-out, una vez que se hayan pagado todos los cargos. Generalmente es el 30% sobre la tarifa, garantiza cubrir cargos adicionales futuros, es bueno mixturar con los VOUCHERS

Enseñanza: Aprendan a realizar preautorizaciones correctamente, a comunicar claramente esta política a los huéspedes y a resolver cualquier duda o problema que pueda surgir.

“Este bloqueo se liberará 72 horas después de su salida”.

El PMS registra montos y fechas, evitando disputas. En casos de fondos insuficientes, se solicita otra tarjeta diplomáticamente.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de gestión de pagos seguros: Plataformas que cumplen con los estándares de seguridad de la industria de tarjetas de pago (PCI DSS), protegiendo la información financiera de los huéspedes.

Tokenización de tarjetas de crédito: Tecnología que reemplaza los datos sensibles de la tarjeta de crédito por un código único, reduciendo el riesgo de fraude.

Preautorización dinámica: Sistemas que ajustan el monto de la preautorización en función del perfil del huésped, la duración de la estancia y los servicios reservados.

Comunicación clara: Informar a los huéspedes sobre la política de preautorización al momento de la reserva y durante el check-in.

Proceso eficiente: Realizar la preautorización de manera rápida y sencilla, minimizando las molestias para el huésped.

Liberación oportuna: Liberar el monto preautorizado de la tarjeta de crédito del huésped de manera oportuna al momento del check-out.

Pagos sin Fricción con Wallet Digital: Integra billeteras digitales (Apple Pay, Alipay) y permite pagos con wearables (relojes, anillos).

Garantía de servicio

El pie de mail en firma agrega “Como política de garantía de gastos de servicio, el hotel se reserva el derecho de pre autorizar \$400 de su tarjeta de crédito o en efectivo al momento de check in, que les serán devueltos al egreso del hotel”.



FECHA.....

EL SEÑOR/A..... DEJA EN RESGUARDO DE LA RECEPCION DEL HOTEL, LA CANTIDAD DE

(AR\$40000) o datos completo de T.C. en el PMS, al RECEPCIONISTA: EN CONCEPTO DE ADELANTO AUTORIZADO QUE CUMPLE LA

POLITICA DE GARANTIA DEL HOTEL

FIRMA SEÑOR/A

FIRMA DE RECEPCION

Estimado pasajero

Nuestra Política de garantía de gastos de servicio nos indica que el hotel se reserva el derecho de pre autorizar \$400 de su tarjeta de crédito o en efectivo al momento de check in, que les serán devueltos al egreso del hotel”.

Cordialmente y a su disposición

23. Uso del tarifarios anuales

Los tarifarios son la herramienta principal para la venta, a veces hasta debemos pensar en sus errores como una acción estratégica más. Pensar en precios anuales parece una rareza por la inflación y los cambios pero esa debe ser una tarea y consideración de quien diseña los precios (máquina y humano).

Debe incluir todos los tipos de habitaciones disponibles, servicios, descuentos, acuerdos, promociones, canales, paquetes, condiciones de aplicación de cada tarifa y el “error” o favor en el cierre de venta.

Todos sabemos que el plan tarifario es tu estrategia, por favor agregale la posibilidad de cambios de estrategias y de tácticas a tu tarifario, puesto que la rigurosidad o un RMS aún deben mejorar.

Herramientas y tendencias futuras:

Sistemas de gestión de ingresos (Revenue Management Systems): Herramientas que optimizan las tarifas en tiempo real en función de la demanda, la competencia, otros factores del mercado y propios. Software de Revenue Management (ej: IDeaS, Duetto).

Inteligencia artificial para la previsión de la demanda: Sistemas que predicen la demanda futura, permitiendo ajustar las tarifas de manera proactiva.

Personalización de tarifas: Herramientas que permiten ofrecer tarifas con servicio personalizados a cada huésped, en función de sus preferencias y su historial de estancias.

Mejores prácticas:

Estrategia de precios: Definir una estrategia de precios clara, tal vez coherente, que tenga en cuenta los costos del hotel y su rentabilidad, la competencia y el valor percibido.

Flexibilidad: Ajustar tarifas dinámicas por las funciones ya conocidas y por nuestro “error”.

Transparencia: Comunicar las tarifas de manera clara y transparente, incluyendo todos los cargos y condiciones aplicables.

Enseñanza: Familiarizarse con el tarifario y aprendan a utilizarlo correctamente para cotizar precios, realizar reservas y cerrar ventas más rápido y mejor, sin estrés.

El tarifario dinámico se actualiza en tiempo real considerando: Ocupación histórica, Eventos locales (ferias, conciertos), Competencia directa. Tarifas diferenciadas para segmentos (corporativo, vacacional). Ejemplo: Tarifa “Last Minute” ofrecida 24 horas antes con 25% de descuento. Tarifarios con Crowdsourcing: Permite a huéspedes influir en precios mediante votaciones en app (ej.: “¿Cuánto pagarías por esta suite con vista al mar?”).

Imagen 23.1 Un Tarifario:

ESTRATEGIA DE PRICING (por temporada u ocupacion)					
Temp/ Occ	Tarifa RACK	Corporativos	Grupos	Mayoristas	Directo/OTA

Muy Baja	\$100	\$80 (-20%)	\$70 (-30%)	\$65 (-35%)	\$90 (-10%)
Baja	\$120	\$100 (-17%)	\$90 (-25%)	\$85 (-30%)	\$110 (-8%)
Media	\$150	\$130 (-13%)	\$120 (-20%)	\$110 (-27%)	\$140 (-7%)
Alta	\$180	\$160 (-11%)	\$150 (-17%)	\$140 (-22%)	\$170 (-6%)
Muy Alta	\$220	\$200 (-9%)	\$190 (-14%)	\$180 (-18%)	\$210 (-5%)

Imagen 23.2 grafico simple de calculo descuento o integracion de promo en tiempo real de tarifa de hotel para cerrar una venta:

1. Variables para el cálculo:

- **Ocupación actual:** Si es >85%, no hay descuentos (maximizar revenue).
- **Temporada:**
 - Baja/Media : Descuentos base **5-15%**.
 - Alta/Muy alta: Descuentos base **2-10%**.
- **Tipo de cliente:**
 - Recurrente/grupo: **+5% extra**.
 - Corporativos: **-10% a -20%** (según contrato).
 - Otros NO

Fórmula rápida:

Tarifa final = Tarifa base - (Descuento base + Descuento extra) + Promoción no monetaria*

Ejemplo:

Temporada media (\$150) + Cliente recurrente (+5%) + Ocupación 60% (descuento base 10%): $\$150 - (10\% + 5\%) = \127.5 → Ofrecer \$127.5 + Upgrade de habitación o late check out.

Promociones no monetarias (alternativas a descuentos):

Upgrade gratis.
Late check-out.
Bonificación de puntos en programa de fidelidad.

Herramientas para automatizar: CRM/PMS: Configurar reglas automáticas (ej: Si ocupación <70% y cliente es mayorista, aplicar -15%). y GRÁFICO ALERTA de occ y \$ para la recepción.

24. Toma de reservas y ventas en recepción

¿Vio tu mensaje y no respondió? ¿Está online pero no contesta?, que mal hotel!. **La recepción** tiene varias tareas, pero es **tu centro de ventas directo de TODO el servicio**, con técnicas de cierre de ventas, con up-selling (sugerir suites con jacuzzi) y cross-selling (paquetes spa + cena) aumentan el ADR (Average Daily Rate). Scripts entrenados guían al personal: “Por solo un 20% más, puede acceder a nuestro lounge exclusivo”, pero seguir el protocolo de atención al cliente es prioridad, amen de ser hospitalario y atender a todo el mundo los tiempos de respuesta y la respuesta en si misma hacen a nuestra cultura y a las ventas una gran ayuda.

Toma de reservas: Capacita, siempre capacita, para que todo el equipo de recepción debe estar capacitado para gestionar las ventas de manera eficaz y eficiente, (por teléfono, correo electrónico, chat o en persona), especialmente el cierre de venta y su precio final con tarifas variables, es una tarea diaria de liderazgo y en equipo, marca diferencia.

En equipo: Es usual que una buena venta lleve un par de días concertar, coordinar al equipo humano e IA para el seguimiento. La compensación en partes iguales es parte del arte que nos diferencia.

Herramientas:

Sistemas de reservas omnicanal: Plataformas que permiten a los huéspedes reservar a través de diferentes canales pero el personal las gestiona.

Inteligencia artificial insitu para la venta sugestiva: Sistemas que sugieren productos y servicios adicionales, en tablets muestran galerías de habitaciones, comidas en tiempo real, facilitando decisiones. Las reservas directas (evitando comisiones de OTAs) se incentivan con 5% a 10% de descuento, plan de fidelización y comisión al vendedor.

Realidad aumentada en website, para la visualización de nuestros productos: Herramientas que permiten a los huéspedes verse allí, ver una representación virtual de la habitación y nuestros servicios antes de reservar marca diferencia.

Mejores prácticas:

Atención personalizada: Escuchar las necesidades de los huéspedes y ofrecerles set de 3 opciones que se adapten a sus preferencias y presupuesto. Además recuerda que la atención personalizada hoy debe ser en equipo.

Venta sugestiva: Ofrecer a los huéspedes servicios adicionales que puedan interesarles, como paquetes de actividades, asistencia de oficina, entretenimiento o cenas especiales.

Cierre efectivo: Usa técnicas de venta para cerrar la reserva, confirmando los detalles y asegurando la satisfacción del cliente.

Según un maestro al que quiero, **las habilidades** de venta e identificación de las necesidades del cliente son:

1. **Domina el Producto** y el Mercado (Conocimiento Profundo), añadiendo algún valor único diferencial de IMPACTO!.
2. **Construye Relaciones** Sólidas y Confianza (Networking Estratégico), amén de la venta deja la puerta abierta.
3. **Adaptabilidad** (Flexibilidad y Estrategia): negociar no solo el precio, sino también los términos de entrega, volumen, las condiciones de pago, fidelización, regalos. EL OTRO GANA TAMBIÉN.
4. **Utiliza Datos** y Tecnología (Venta Basada en Evidencia): PMS y CRM y explora herramientas que automatizan tareas repetitivas.

La Gamificación: juegos interactivos en tablets: huéspedes ganan puntos por contratar servicios, canjeables por noches gratis. Usa realidad virtual para mostrar suites antes de vender upgrades.

Es una tarea del jefe hacer Capacitación Continua, dar Incentivos, hacer Role-Playing y ofrecer Flexibilidad.

Instructivos y check list de ventas existen pero la “magia” sucede cuando tienes una lista de las posibles objeciones, conoces a tu producto, su storytelling, ofertas para que el otro gane, hacer un regalo o una concesión y sabes hacer los cierres.

Aquí estos 43 ítems de mi escrito se unen y son motivos para vender más y mejor, LA DIFERENCIA RADICA EN HACER TODO EN EQUIPO.

Empoderarse como equipo, donde, sin ego, todos logran las tareas entre ellos, eso es fundamental y diferenciador, aunque no lo calcules es parte de la CULTURA y es la forma de hacer que los éxitos sucedan o quedes en el olvido.

25. VOUCHER: Creación, instructivo y uso

Los vouchers son una herramienta versátil para promocionar el hotel, ofrecer regalos o compensaciones, o gestionar devoluciones y desde ellos se puede generar un plan secundario de eventos a otro público. Es el dinero o cheque del hotel

Creación de vouchers: Se deben definir el tipo de voucher (ej., descuento, noche gratis, servicio adicional), el valor, la validez, las condiciones de uso y el diseño.

Instructivo de uso: Se debe ser claro y detallado, que explique cómo emitir, entregar, recibir, validar y canjear los vouchers, tanto para el personal como para los clientes.

Los vouchers (para servicios, alojamiento, spa, comidas o actividades externas, premios o compras futuras) deben contener: código único, fecha de emisión, vigencia, términos y firma digital. Se diseñan en plataformas como Canva, alineados con la identidad visual del hotel. Su uso se registra en el PMS al canjearlos, evitando duplicidades. Un instructivo detalla pasos para emisión (autorización de gerencia), validación (escaneo de código QR) y anulación (en casos de pérdida). Ejemplo: Voucher de “Cena Romántica” incluye menú degustación y decoración privada, con validez de 6 meses.

Herramientas:

Plataformas de gestión de vouchers digitales: Sistemas que facilitan la creación,

distribución, seguimiento y canje de vouchers electrónicos.

Personalización de vouchers: Herramientas que permiten crear vouchers a medida, adaptados a las preferencias y necesidades de cada cliente.

Integración con programas de fidelización: Sistemas que permiten utilizar los vouchers como parte de un programa de fidelización, incentivando la repetición de la estancia.

Mejores prácticas:

Diseño atractivo: Crear un diseño atractivo al igual que creas tu empresa, que se vea en sí mismo como un regalo de valor, con una comunicación clara, destacando los beneficios y las condiciones de uso.

Distribución efectiva: Distribuir los vouchers a través de los canales y públicos adecuados, esa será la diferencia.

Seguimiento y control: Implementar un sistema para registrar y controlar el uso de los vouchers, evitando fraudes y errores.

Enseñanza: diseña y suma a tu estrategia de marketing al VOUCHER, es un arma de venta. Establece procedimientos claros para su gestión como tal, tiene su objetivo alcanzable y puedes innovar con ellos. En la pandemia covid 19 fueron la base principal de la labor de ventas de varios hoteles permitiendo tener ingresos futuros.

25.1 Modelo de voucher y 25.2 Condiciones del voucher estratégico.

	Voucher N°	Fecha:.....
	 Costareñas Hotel & Spa	 RESTAURANTE <i>Don Hugo</i>
	Beneficiario:.....	
	Servicios a Prestar:.....	
	Observaciones:.....	
Políticas:	Firma Aclaración	
Av. Quiros y 12 de Abril, Colon , Entre Rios, Argentina info@hotelcostarenas.com.ar Telef: 03447 45050 Facebook.com/Costarenas - www.hotelcostarenas.com.ar		

VOUCHER: Las 6 Condiciones mágicas de la preventa

- 1. Valor Percibido Excepcional** (¡La Oferta es Irresistible!): descuento significativo o un valor añadido superior. No se trata solo de un porcentaje de descuento, sino de la percepción de "ganga" o "oportunidad única limitada".
- 2. Flexibilidad y Plazo de Uso Amplio** (Sin Ataduras, por Favor): En la preventa, el cliente está comprando algo para el futuro. La incertidumbre puede ser un freno. Un voucher "mágico" debe ser casi todo si.
- 3. Comunicación Clara y Emocional** (¡Sueña con tu experiencia ideal!): El packaging, diseño del voucher y la comunicación de la promo deben ser aspiracionales y fáciles de entender. Mensaje Simple y Poderoso, empaque de lujo! Menos es más.
- 4. Proceso de Compra y Canje Sencillo** (Sin Fricciones): vendedor capacitado y el canje fluido, sin complicaciones. Plataforma de Compra Intuitiva. Instrucciones de Canje Claras. Confirmación Instantánea. Soporte Eficiente.
- 5. Exclusividad y Urgencia** (¡No te Quedes Fuera!): Aunque la flexibilidad es clave, los límites, la exclusividad y urgencia impulsan la venta.
- 6. Oportunidades de Upselling y Cross-selling Post-Compra** (Más Allá de la Venta Inicial): El voucher no es el final de la venta, ni de la fidelización sino el principio. Paquetes Complementarios, Programas de Fidelidad,

26. Venta y operación de eventos

Ya recordamos cómo atender a nuestros clientes, cómo ser nosotros y cómo vender. La venta de eventos se basa en paquetes personalizables y es un trabajo en equipo: bodas, conferencias, lanzamientos y más. El proceso incluye visita al sitio, diseño de layout 3D y cotización detallada de varios servicios, condiciones, convenio y el timing (mobiliario, catering, AV). La operación requiere coordinación total entre cocina, mantenimiento, recepción, estacionamiento, mozos, limpieza y proveedores externos (floristerías, DJ). Se asignan "gestores de evento" que prevén y supervisan pre y posteriormente, el montaje, ejecución y desmontaje, asegurando cumplimiento de horarios y estándares de calidad. Post-evento, se envía encuesta de satisfacción y ofertas para futuras reservas.

Los eventos son una fuente importante de ingresos y una oportunidad para posicionar a la empresa, a veces de "salvar" el mes.

Venta de eventos: Implica identificar clientes potenciales, presentar propuestas diferenciadas, atractivas, negociar contratos y cerrar ventas en equipo.

Planificación de eventos: Requiere coordinar cada detalle y cada minuto del evento, incluyendo a toda la empresa, los invitados y los servicios adicionales. La gestión del tiempo y el margen de ganancia es importante.

Operación de eventos: Implica una capacitación previa y luego supervisar la ejecución del evento, garantizar que todo se desarrolle según lo previsto, resolver problemas y asegurar la satisfacción del cliente. ¡Pensar en tener planes B siempre!.

Herramientas y tendencias:

Software de gestión de eventos: Plataformas que facilitan la planificación, organización y gestión de eventos, desde la venta hasta la ejecución, lo puedes tener todo con un diseño gráfico y en la nube.

Tecnología de realidad virtual y aumentada: Herramientas que permiten a los clientes visualizar el espacio del evento y las diferentes opciones de montaje antes de tomar una decisión.

Evaluación post: Recopilar comentarios de los clientes, analizar los resultados e identificar áreas de mejora.

Enseñanza: Desarrollen sus habilidades de venta con la cultura propia, luego ejercita la planificación y la organización acorde a lo que son. Ser creativos, detallistas y orientados al servicio al cliente.

El futuro tiene a eventos Híbridos y Sustentables: Combina presenciales con metaverso (ej.: bodas donde invitados virtuales interactúan vía avatares). Usa apps de medición de huella de carbono y compensa con bonos verdes. Crea paquetes "Zero Waste" con caterings 100% compostables.

26.1 Tips básicos:

EVENTOS

1. Primer contacto, check list de **preguntas para eventos básicas** para comenzar a cotizar armado el evento, no se dice a nada que no..
2. **Reunión Cliente y Encargado** de Eventos para charlar de necesidades generales, timing, contrato, el detalle completo del servicio y condiciones generales (Es una ampliación con mas detalles a las preguntas básicas y conocimiento del cliente).
3. Tener **flyer/ videos** de salon, comidas, mobiliario ,etc, tener **tarifario** y modelo contrato.
4. A los 3 días hacer el envío de **Cotización y de Pre Contrato** general.
5. A los 10 días Reunión para revalidar, objeciones, **Firma Contrato** y repaso de timing
6. a los 3 días Envío al cliente **Hoja de Ruta, timing o BEO** de Evento general para continuar ajustando o alienado el evento.
7. **Reunión interna** con los responsables de sectores por recursos necesarios, timing y confirmaciones.
8. Contratación y **producción** de necesidades internas y externas. Dia de prueba y revisión.
9. **Envío de Timing de evento** con el cliente y para el equipo. (tener plan B)
10. **Día del evento:** tener responsables las 24hs, hacer operación y controles con los check list y el timing.
11. **Post:** Tener el equipo post evento, hacer revisiones de costos y materiales y los encuestas

La deco, ambientación: está relacionada en forma directa con la sede y el tipo de reunión, no será la misma para un congreso que para la presentación de una fragancia.

Para la **estética** habrá que considerar:

- * Elegir un espacio apropiado y diseñar la disposición de manera estratégica, considerando la cantidad de asistentes, iluminación y la técnica (pantalla, parlantes, podio, micrófonos, etc.).
- * Que la ambientación transmita la identidad buscada, a través del fondo de escenario, logotipo o fotos en piezas gráficas, banners y señalética.
- * Integrar tecnologías como pantallas y áreas interactivas para involucrar a los asistentes y facilitar la transmisión de información.
- * Procurar que los espacios proyecten la esencia buscada (elegancia, comodidad, etc) a través del mobiliario, idealmente con luz natural, la cual aporta calidez y sensación de amplitud.
- * Considerar elementos sensoriales como música, aromas y texturas para crear una experiencia de bienestar.
- * Probar el día anterior todo

Los espacios que tenemos en la naturaleza o en área| cerrada

La recreación y otras actividades pueden ser concretadas viendo las opciones del mercado

Al igual que el catering, **la comida y bebida**

La seguridad y el confort que brindamos esta avalada por

Por último es válido mostrar nuestros seguros, habilitaciones, permisos, convenios con prestadores, modelo de contrato, eventos pasados y capacitación del equipo.

26.2 Modelo presupuestador (salon, coffe, tecnica, alojamiento)

27. Formación y evaluación del personal

El personal es el activo más valioso de la empresa. Su formación, selección, inducción y evaluación son fundamentales para garantizar ingresos y servicios de calidad.

Elección (Selección): Debe basarse en un proceso riguroso que permita identificar a los candidatos más idóneos. Con tener el descriptivo de puesto, sabemos el talento que debemos buscar. El proceso inicia con el reclutamiento por competencias (físicas, conocimientos, empatía, idiomas y ACTITUD) y luego incluye diferentes etapas, como entrevistas, pruebas y evaluaciones prácticas, para asegurar la contratación del personal adecuado. Hoy la IA ayuda a ver CV

Inducción: Es un programa de bienvenida que permite a los nuevos empleados conocer la cultura del hotel, conocer sus funciones y responsabilidades, y recibir la formación básica necesaria.

La inducción de 3 días cubre: Cultura organizacional (role-playing de situaciones con huéspedes). Uso de PMS y CRM (simulaciones). Recorrido físico del hotel y sus personas

Formación del personal: Debe ser continua, adaptada a las necesidades de cada puesto y orientada a mejorar las habilidades y conocimientos del personal impregnando la cultura.

Plan anual de formación: Debe establecer los objetivos, políticas y marcos de la dirección, los contenidos, los métodos, los recursos y el cronograma de las actividades de formación.

Evaluación del desempeño: lo hacemos para medir el rendimiento del personal, identificar áreas de mejora, reconocer los logros y tomar decisiones sobre promociones, aumentos salariales o despidos, semestralmente es ideal con métricas como: Tiempo promedio de su tarea. NPS (Net Promoter Score) de huéspedes asignados. Soluciones, problemas, llegadas tardes, inasistencias, notas **Evaluación objetiva:** Utilizar criterios previamente conocidos, claros y objetivos para comunicar un resultado con retroalimentación constructiva y oportunidades de mejora. La IA tiene Sistemas que permiten recopilar comentarios sobre el desempeño de los empleados de diferentes fuentes, incluyendo supervisores, compañeros y clientes.

Herramientas y tendencias futuras: Sistemas de gestión del aprendizaje (LMS): Plataformas que facilitan la creación, distribución y seguimiento de los programas de formación del personal. Formación con Microlearning y TikTok: Crea cápsulas de 60 segundos en TikTok para enseñar protocolos. Usa plataformas LMS como TalentLMS con badges digitales para competencias y gamificación.

Mejores prácticas:

Creo en la Formación continua: Ofrecer programas de formación periódicos gamificados, partes de la cultura, las ventas y actualizados, que permitan al personal desarrollar sus habilidades y conocimientos. Es super importante decir que el jefe en el día a día debe enseñar sobre los hechos.

Enseñanza: Valora el papel del departamento de recursos humanos en la gestión hotelera. Aprendan a diseñar e implementar programas de formación eficaces, a realizar inducciones exitosas y a evaluar el desempeño de manera objetiva y constructiva.

27.1 Plan de capacitación:

Nº	Fecha	Capacitación	Formador	Modalidad	Participantes	Temas y materiales	Duración (hs)
1				Presencial	Operaciones, Ventas y Eventos		2
2				Presencial	Recepción, Ventas, Administración y Restaurante		20
3				Presencial	Mucamas		24
4				Presencial	Recepcionistas		16
5				Presencial	Gerente Operativo y Propietarios		16
6				Presencial	Mozos y encargados de salón restaurante		16
7				Presencial	Hotel; Restaurante y SPA		2
8				Presencial	Eventos y Ventas		5
9				Presencial	Front		2
10				Presencial	Mozos, Encargados, Recepcionistas y Propietarios		16
11				Presencial	Gerente Operativo y Propietarios		6
12				Presencial	Hotel, Restaurante y SPA		4
13				On-line	Setting RRHH		2
14				Presencial	Administración, Ventas; Eventos; Dirección; SPA; Restaurante.		5
15				Presencial	Front		1
16				On-line	Gerente Operativo		3
17				Ejercicios	Jefes		1
18				Presencial	mucamas		1
19				Presencial	Restaurante, Gerente Operativo y Eventos		8
20	17/06/2015	Ventas cruzadas en el	AHT	On-line	Recepcionistas		2

27.2 Modelo de evaluación.

28. Directorio de nuestros servicios

El directorio de servicios es una descripción eficaz y herramienta esencial para informar sobre todo lo que el hotel o TU EMPRESA tiene para ofrecer, sus formatos son múltiples

Debe ser claro, conciso, atractivo, estar disponible en varios idiomas, actualizado, ser VENDEDOR y hasta omnicanal. Con información de horarios, la ubicación, la descripción y los datos de contacto de todos los servicios (ej., restaurante, bar, spa, gimnasio, piscina, servicio de habitaciones, conserjería, lavandería, fotos, juegos, transporte y más).

Enseñanza: Pónganse en el lugar de los diferentes clientes. ¿Qué información les gustaría tener a mano al llegar a un hotel? Diseñen un directorio de servicios que sea útil, atractivo y fácil de usar

Cada habitación incluye un directorio digital (tablet) o físico con:

- Descripción de los servicios con y sin costo, horarios de restaurantes, spa, actividades.
- Menú de room service con destacados y promos.
- Instrucciones para smarTV, Wi-Fi, climatización y desayuno de mañana.
- Botones de contacto directo (llamada a recepción) agilizan solicitudes. Actualización mensual asegura información precisa.

- Excursiones, Donde comprar presentes o tomarse una foto

Herramientas y tendencias:

Directorios de servicios digitales: Tablets o pantallas táctiles en las habitaciones o códigos QR permiten al huésped acceder a información, realizar reservas y solicitar asistencia.

Aplicaciones móviles del hotel: Herramientas que permiten al huésped acceder a la info del directorio de servicios y otras funcionalidades como el check-in móvil y el control de la habitación.

Chatbots con info de servicios: Sistemas que pueden responder sobre los servicios del hotel, proporcionar recomendaciones y gestionar solicitudes. Es ideal que sean interactivos, como Mindsay, guían a los huéspedes en el uso de servicios mediante conversaciones naturales.

Mejores prácticas:

Diseño atractivo, fácil de usar, que invite a los huéspedes a explorar las opciones.

Información completa y actualizada semanalmente.

28.1 temas de directorio:



29. Encuesta y satisfacción. Uso de CRM/app

Medir la satisfacción del cliente es fundamental para conocer las tendencias, identificar detalle o área de mejora y fidelizar al huésped, deben ser pre y post estadía.

Ser breves, claras, relevantes, fáciles de responder y con espacio para dejar explayar al cliente. Pueden realizarse en diferentes momentos de la estadía, a través de diferentes canales, la tendencia del AUDIO es superadora

El sistema CRM permite recopilar y analizar datos de clientes, incluyendo sus preferencias, su historial de estadías y sus comentarios. Esta información será para personalizar el servicio, anticiparse a las necesidades y medir la satisfacción de manera más precisa.

App del hotel: Una app móvil puede facilitar la comunicación con los clientes, permitirles acceder a información sobre los servicios, realizar reservas, solicitar servicios y enviar comentarios o quejas.

Enseñanza: Aprendan a preguntar eficazmente (según lo que busques conocer o mejorar), a utilizar el CRM para analizar los datos de los clientes y a aprovechar el potencial de las apps móviles para más comunicación y satisfacción.

Las encuestas post-estadía (envío automático vía email y app) miden:

- Limpieza (escala 1-10).
- Amabilidad del personal.
- Calidad de servicios adicionales.

El CRM segmenta respuestas para acciones personalizadas: huéspedes insatisfechos reciben ofertas de compensación; los satisfechos, invitaciones a programa de fidelidad.

Herramientas y tendencias:

Plataformas de gestión de la experiencia del cliente: Sistemas que permiten recopilar, analizar y gestionar los comentarios de los huéspedes de diferentes fuentes, incluyendo encuestas, redes sociales y reseñas online.

IA para el análisis de sentimientos y datos: Herramientas que analizan los comentarios de los huéspedes para identificar su tono emocional y detectar posibles problemas.

Personalización de encuestas: Sistemas que permiten crear encuestas a medida, adaptadas a las preferencias y necesidades de cada huésped.

Acción basada en los resultados: Utilizar los resultados para implementar cambios.

Espacio para un modelo Encuesta, falta luego digitalizar datos y analizarlo, todo en el CRM

Encuesta de Experiencia del Huésped: Del Pre-Check-in al Check-out

Fase 1: Encuesta en el momento de la Reserva / Pre-Check-in Online.

Objetivo: Conocer Expectativas y todas las Preferencias posibles

- E1 ♦ Motivo de su viaje: Negocios/Ocio/Familiar
- E2 ♦ ¿Es su primera vez con nosotros? Sí/No
- E3 ♦ ¿Qué lo motivó a elegirnos?
- E4 ♦ Preferencias de habitación: Vista/Piso alto/Tranquilidad)
- E5 ♦ ¿Tiene alguna necesidad especial o solicitud previa?
- E6 ♦ ¿Cómo prefiere que nos comuniquemos con usted? (Email/WhatsApp/SMS)
- E7 Describamos sus principales gustos, preferencias horarios para alinear nuestro servicio.

Fase 2: Durante la Estadía (Opcional/Observación de gerente y jefes

Método: Interacción del Personal, QR en Habitación. Objetivo: Detectar Problemas Temprano y Asegurar Confort y experiencia.

- H1 Observación del personal: ¿Hay algo que podamos mejorar ahora?)
- H2 QR: ¿Todo bien con su habitación/servicios?)
- H3 Venta de extras y regalos momentos wow

Fase 3: Post-Estadía / Check-out

Método: Front Desk o Email Post-Estadía Objetivo: Evaluar Satisfacción General y Calidad del Servicio

- L1 ★ Calificación General de la Estadía (1-5 estrellas))
- L2 🏠 Experiencia con el Check-in/Check-out: Fácil/Normal/Difícil)
- L3 🧹 Limpieza de la habitación y áreas comunes: Excelente/Buena/Regular/Mala)
- L4 🛏 Comodidad de la cama y mobiliario: Muy Cómodo/Cómodo/Regular/Incómodo)
- L5 🍽 Calidad del Desayuno/Restaurante (si aplica): Excelente/Buena/Regular/Mala)
- L6 🧴 Servicio de Spa/Piscina/Gimnasio: Muy Satisfecho/Satisfecho/No Usé/Insatisfecho.
- L7 📶 Wi-Fi: Velocidad, Escritorio y Conexión: Muy Bueno/Bueno/Regular/Malo
- L8 🧑‍💼 Amabilidad y Eficiencia del Personal: Recepción, Mucamas, Restaurante, etc.
- L9 💡 ¿Hubo algún problema durante su estadía? Sí/No (Si Sí, detalle))
- L10 🍷 ¿Qué fue lo que más le gustó de su estadía?)
- L11 🗣 ¿Hay algo que podríamos mejorar para futuras visitas?)
- L12 ✨ ¿Volvería a hospedarse con nosotros? Sí/No/Quizás
- L13 🗣 ¿Nos recomendaría a un amigo/familiar? (Escala de 0-10)
- L14 📧 ¿Desea recibir ofertas y novedades futuras? o Inscribirse en nuestro CLUB

30. Reglamento de Compras y gastos.

La gestión de compras es un proceso para garantizar el abastecimiento oportuno y necesario al mejor precio posible.

Reglamento de pedidos de compras: La administración establece los procedimientos estandarizados para solicitar, autorizar, realizar y registrar los pedidos de compra, es por todos conocidos

Aprendan a elaborar proceso de compras claros y detallados, a negociar con proveedores, a evaluar ofertas y a controlar el ingreso de mercancías de manera eficiente.

Las compras siguen un flujo estricto:

Solicitud aprobada por jefe de departamento, fecha, cantidad y producto específico.

Cotización de 3 proveedores registrados, modo de envío y de pago.

Orden de compra con firma digital.

El control de ingreso es Estricto, verifica cantidad y calidad, rechazando productos fuera de estándar (ej.: toallas con defectos). El Software automatiza registros y alertas de stock mínimo. El control **de ingreso de compras**: Debe garantizar que los materiales recibidos se corresponden con los pedidos realizados, que se encuentran en buen estado y que se almacenan correctamente.

Herramientas y tendencias:

Sistemas de gestión de compras: Plataformas de ERP que automatizan el proceso de compra, desde la solicitud hasta el pago, optimizando los costos y reduciendo los errores. y el PMS que te dice la teoría del stock. **Compras con Inteligencia Predictiva:** Usa ToolsGroup para predecir demanda de insumos y automatizar órdenes. Prioriza proveedores con huella de carbono certificada.

Mejores prácticas: Registro preciso, Mantener registros detallados de todas las compras

realizadas y de las mercancías recibidas.

Control de Compras y Stock de Frigobar, Art de limpieza y Amenities.

Esta acorde a la política de compras y practicas recomendables. Son iguales los procedimientos para estas 3 diferentes compras.

PROCEDIMIENTO: Compra y control de stock FRIGO				FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 17/04/2016		
	ACCIÓN	ÁREA	RESPONSABLE	DIA	DOCUMENTO	OBSERVACIONES
0	Prevision de compra acorde a Stock Mínimo y Ocupacion por sistema	Operac	Xxxx y xxxx	2 días antes, vie	Planilla de Pedidos	
1	Elaborar orden de compra y entregar a Administración	Operac	xxxx, xxx		Orden de Compra	OC en flexxus por duplicado, original a Admin y duplicado a cuaderno de recepción
2	Autorizar orden de compra, hace O de pago y para pago	Admin	Jefe admin		Orden de Pago	admin establece modo de pago. lo hace un responsable de area, responde al sotck de minima
3	Realizar pedido y confirmar a Admin fecha de entrega y pago	Operac	Jefe recepción	miercoles o jueves	Orden de Compra	Realiza el pedido con el duplicado
4	Preparar el pago y entregar orden de pago a Front	Admin	Administracion		Orden de Pago	El original pasa a Front, ya como orden de pago completa
5	Recibir el pedido, controlar, pagar y hacer stockeo en valijero Lobby	Operac	Recepcion	jueves o viernes	Orden de Compra/Pago - Remito/ Factura - Planilla Stock Depósito Valijero	Recepcionista recibe, controla la orden, paga y hace firmar la orden de pago a modo de Recibo. En el caso de que haya diferencias entre el remito y la entregado, debe salvar el original y el duplicado y avisar a Vero o Gus. Todo ingreso de mercaderia al valijero debe constar en la planilla pegada en la pared.
6	Pasar al depósito "amenities"	Operac	Mucamas	viernes o sabados	Planilla Gral de Stock de Frigo	A Depósito en subsuelo con planilla fisica en depa. Admin carga Flexxus
7	Cargar a mano ingreso de stock en planilla de depósito y en planilla excel	Operac	Jefe de Mucama o recepcion		Planilla Gral de Stock de Frigo	controla factura, pedido y actualiza la planilla Gral de Stock fisica y en PC operaciones
8	Entregar a mucamas y cargar en planilla egreso de stock	Operac	Jefe o admin		Planilla de Depósito Amenities a Mucamas	2 veces por semana Vero o Gus con la planilla que elabora mucamas da y egresa de stock a las mucamas, firmado por quien entrega y quien recibe.
9	Control de Ventas Semanal (mucamas /Arion/ Flexxus)	Op	Mucama y jefe de mucama	finde semana	todas las planillas	compara stock anterior de ofice, ventas GOOS, FLEXXUS, anotaciones de ventas del periodo, elaborando un documento de ventas frigo que se envia a Direccnia y Admin
10	Conteo de Ventas Semanal (mucamas /Arion/ Flexxus)	Op	Mucama	finde semana	resumen sotck ventas	conteo fisico del documento Ventas Frigo
9	1 vez al mes hacer conteo fisico de stock en todo el hotel e Impresión de planillas	Operac	Gerente y admin		Planilla Gral de Stock de Frigo	Control de planillas de entrega, ordenes de compra/pago y reportes de sistema. Confirmar que stock inicial del periodo (igual al stock de cierre del chequeo anterior) + (compras o reuso) - (ventas o uso). O hace ajustes y justifica variables
10	control y cotejar quincenalmente el stock mucamas vs de Planillas Arion de consumos y la carga de recepcion	Operac	Jefe de Mucama y operativo		Mail y "control stock mucamas amenities"	control, impresión o mail, firmar y ajustes para volver a tener el control de stock mucamas exacto

31. Inventarios y control de stock

El control de inventarios es parte fundamental del presupuesto, determina el resultado del mes. Se cumple RIGUROSAMENTE para evitar pérdidas, reducir costos y garantizar la disponibilidad de productos y materiales en todas las áreas la empresa

Inventarios: Consiste en contar y registrar las existencias de todos los productos y materiales que se utilizan en la empresa. Compara existencias reales con registros del ERP. Desviaciones mayores al 2% activan auditorías.

El stock se ajusta según la ocupación proyectada. Para evitar mermas, se usan dispensadores recargables en áreas comunes.

Implica establecer niveles de stock mínimos y máximos, realizar pedidos de reposición oportunos, controlar las salidas de almacén y realizar inventarios periódicos para verificar la exactitud de los registros.

Enseñanza: Aprendan a utilizar sistemas de gestión de inventarios, a realizar inventarios físicos periódicamente, a analizar los datos de stock y a tomar decisiones informadas sobre la gestión de compras y almacén. Sabemos que su control y resultado es parte de la cultura, no controlas bien, no avanzas bien. No es un tema menor, conozco un par de hoteles donde sus dueños saben que mejorar pero no tiene el suficiente honor para ello.

Herramientas y tendencias:

Sistemas de gestión de inventarios: Plataformas que automatizan el registro y seguimiento de las existencias, facilitando el control del stock y la prevención de pérdidas.

Tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID): Herramienta que permite rastrear los productos de manera automática, mejorando la precisión del inventario y reduciendo el tiempo dedicado al recuento.

IA para la optimización del stock: Sistemas que analizan los datos de ventas y la demanda para determinar los niveles óptimos según la economía, las ventas y el entorno. Inventarios con Drones y etiquetas RFID. tu Dron como PINC: escanean almacenes y actualizan stock en tiempo real.

Herramientas, máquinas y demás elementos partes del inventario se registran y se controlan cada 90 días, con la previsión de reemplazo y con igual criterio de trabajo que el stock-

Mejores prácticas:

Recuentos periódicos.

Control de mermas: Implementar medidas para prevenir y controlar las mermas, como el robo, el deterioro o el desperdicio.

Análisis de rotación: para identificar aquellos que se venden rápidamente y aquellos que se venden lentamente, optimizando la gestión del stock.

[30.1 Check list](#) y [30.2 planilla de pedido de compra](#). [Modelo de control de stock online](#).

32. Sustentabilidad y accesibilidad

LA SUSTENTABILIDAD NACE EN LA CULTURA Y POLÍTICA DE LOS PROPIETARIOS. Su basamento yace en Responsabilidad Social Empresarial, Cuidar la Economía y Cuidar el Medioambiente.

Los primeros pasos de la empresa son la concientización y educación de las actividades y lo que podemos hacer para mejorar nuestro lugar con acciones concretas.

El top de los pasos o acciones son Certificaciones como LEED o EarthCheck o de la AHT.

Y el segundo paso que te recomiendo es el semáforo de implementación para ir mejorando con el tiempo, a través de esa guía práctica. Prácticas que minimicen el impacto ambiental de tu empresa, que promuevan el uso eficiente de los recursos, que reduzcan los residuos y que contribuyan al desarrollo de tus equipos y de la comunidad local.

El semáforo:

1 SUSTENTABILIDAD Cumplir los principios del turismo sustentable, los requisitos legales

2 GESTIÓN DE RESIDUOS Gestionar responsablemente todo residuo y vertido.

3 GESTIÓN DEL AGUA

4 GESTIÓN DE LA ENERGÍA

5 R S E Capacitar, proteger y ayudar al recurso humano. Colaborar con Fundaciones, ONGs y Proveedores locales. Actuar siempre pensando en que la empresa ayuda al desarrollo local, minimizando los impactos negativos al entorno y maximizando los impactos positivos;

6 SEGURIDAD Garantizar la Higiene y Seguridad en el Establecimiento.

7 CALIDAD Brindar servicios de Máxima Calidad e incrementar la satisfacción del cliente. Promover la mejora continua sistemática de la gestión sustentable; Priorizar la calidad del servicio a través de la atención a los clientes, mejorando continuamente la satisfacción de los mismos. Con Procedimientos y Registros para tener trazabilidad, indicadores y auditorías

8 COMUNICACIÓN Comunicar y difundir la Política de Gestión Sustentable en la venta

9 MEJORA CONTINUA Detectar no conformidades y establecer acciones preventivas y correctivas para mejorar siempre.

Accesibilidad: Consiste en garantizar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, puedan acceder y disfrutar de las instalaciones y servicios del hotel.

Herramientas y tendencias:

Tener y comunicar tus Certificaciones de sostenibilidad y accesibilidad.

Tecnología de eficiencia energética

Diseño universal: Principios de diseño que garantizan que las instalaciones y los servicios de tu empresa sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades, garantiza que todos puedan acceder.

Mejores prácticas: SÍ O SÍ, Políticas de sostenibilidad: Establecer políticas claras y ambiciosas en materia de sostenibilidad, que abarquen los 9 aspectos.

Comunicación transparente: Informar a los huéspedes sobre las prácticas de sostenibilidad y accesibilidad del hotel, generando conciencia y fomentando su apoyo Enseñanza: Infórmense sobre las últimas tendencias en sustentabilidad y accesibilidad en la industria hotelera. Aprendan a diseñar e implementar prácticas que hagan que su hotel sea más ecológico, socialmente responsable e inclusivo.

Lo ideal hoy es la **Sostenibilidad Regenerativa**: Vayamos más allá de reducir daños, regeneramos ecosistemas, mejoramos a las personas. Ejemplo: hoteles que siembran corales por cada reserva, hotelera que tiene sus jardines nativos y una huerta. Empleados que dejan malos hábitos.

33. Circuito administrativo. Control de stock, de compras y auditoría.

Se refiere al flujo de información y documentos entre los diferentes departamentos del hotel que son controlados y bajo un estándar fijo.

El circuito integra todo:

Ventas

Compras: Órdenes basadas en pronósticos de ocupación.

Almacén: Registro en ERP con fechas de caducidad.

Bancos

Distribución: Entrega diaria a departamentos con firmas de recibido.

Reportes de caducidad (productos de limpieza) evitan el uso de insumos vencidos.

Herramientas y tendencias

Sistemas de gestión de procesos de negocio (BPM): Plataformas que automatizan y optimizan los flujos de trabajo administrativos, mejorando la eficiencia y reduciendo los errores.

Tecnología blockchain para la transparencia: Herramienta que permite registrar todas las transacciones y movimientos de stock de manera inmutable, facilitando la auditoría y el control.

Mejores prácticas:

Procedimientos estandarizados: Establecer procedimientos claros y detallados para todas las tareas administrativas, de auditoría y de control de stock.

Segregación de funciones: Asignar diferentes responsabilidades a diferentes personas para evitar conflictos de interés y reducir el riesgo de fraude.

Auditorías periódicas: Realizar auditorías internas y externas de manera periódica para verificar el cumplimiento de los procedimientos y la exactitud de los registros.

Un circuito administrativo eficiente, es fundamental para garantizar la transparencia, la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio.

Auditoría: Es un proceso de revisión y verificación de los registros contables y financieros del hotel.

Control de stock: (Ver punto 27)

Enseñanza: Aprendan a diseñar circuitos administrativos eficientes, a realizar auditorías internas y externas, y a utilizar los resultados para mejorar la gestión del hotel.

34. Control de ausentismo laboral

El ausentismo laboral puede afectar la productividad, la calidad del servicio y el clima laboral del hotel, la hospitalidad depende del ser humano. Es lógico que debemos registrar lo que se trabajó y cuando no. **Control de ausentismo:** Implica registrar las ausencias de los empleados, analizar las causas, identificar patrones y tomar medidas para reducir el ausentismo no justificado.

Ausencias no justificadas acumulan puntos que derivan en sanciones. Políticas flexibles (home office para roles administrativos o cambios de descansos en la hospitalidad) reducen el ausentismo. Análisis mensuales identifican patrones (ej.: altas ausencias en turnos nocturnos) para ajustar horarios.

IA ayuda para la predicción del ausentismo y a tener Programas de bienestar e incentivación laboral: promueven la salud física y mental de los empleados, reduciendo el ausentismo por enfermedad o estrés.

Mejores prácticas:

Política clara: Establecer una política de ausentismo clara y justa, que defina los procedimientos para reportar las ausencias, los tipos de ausencias permitidas y las consecuencias del ausentismo no justificado.

Análisis de las causas: Analizar las causas del ausentismo para identificar posibles problemas y mejoras en el entorno laboral o en la gestión del personal.

Enseñanza: Aprendan a LIDERAR el ausentismo de manera justa y eficaz, a promover un ambiente de trabajo motivador, saludable, seguro, y a fomentar el compromiso estando vos motivado para tu personal.

La diferencia es que tengas un LIDER.

Ejemplo: 34.1 El desayuno con té vick en Cabañas del Sol, Salta.

35. Fondo fijo y carga de facturas

El manejo sistemático y adecuado del dinero, comprobantes, vouchers, recibos y facturas y los documentos similares, es fundamental para la gestión financiera del hotel.

El fondo fijo (para gastos menores en puestos de caja: recepción, bar, spa, restaurante) se recarga semanalmente tras presentación de la documentación y control de administración.

Todo y las facturas se cargan al ERP y/o en PMS con código de cuenta y centro de costo asignado.

Auditorías sorpresa previenen malversaciones o errores, el jefe de cada sector es su responsable y tiene una forma generada desde la administración para validarla.

Carga de facturas: Implica registrar toda compra y venta en el sistema contable del hotel., digitalizarlas es una tendencia superadora y una IA ayuda a la detección de fraudes

Los procedimientos deben ser claros y detallados para saber los límites y que cosa esta correcta y cuales no. El control estricto de administración es una acción semanal

Enseñanza: Sean meticulosos y organizados en el manejo del dinero y los documentos. Sigán los procedimientos establecidos para el manejo del fondo fijo y la carga de facturas, y estén siempre atentos a posibles errores o irregularidades.

La ADMINISTRACIÓN CENTRAL ES LA ENCARGADA DE VER, ANALIZAR Y CONTROLAR Y RECLAMAR

35.1 Planilla de caja

Planilla Diaria de Caja por Sector y Turno								
Modelo <u>PMS& ERP/IA</u> Integrado - Trazabilidad Completa.								
Esta planilla debe ser:			☒ Firmada por el responsable de turno.					
			☒ Validada por Administración <u>en <24hs.</u>					
			☒ Auditada semanalmente con muestreo aleatorio.					
1. Encabezado			Hotel:** [Nombre]					
Fecha:** [DD/MM/AAAA]			Turno:** [Mañana/Tarde/Noche]					
Sector:** [Recepción/Restaurante/Bar/Spa]			Responsable de Caja:** [Nombre/Firma]					
Fondo Fijo Asignado: \$[Monto]								
2. Cuerpo Principal (Tabla Dinámica)								
Hora	Tipo de Movimiento	Descripción	Monto (\$)	Modo de Pago	Comprobante N°	Responsable	ERP/PMS Código	IA Verificación
08:30	Venta (Check-out)	Hab. 203 - Estancia	\$450.00	Tarjeta (VISA)	FAC-001-2024	Maria López	CC-103 / COST-205	✓ Aprobado
12:15	Gasto (Fondo Fijo)	Café para reunión	\$20.00	Efectivo	REC-FF-056	Juan Pérez	CC-110 / COST-150	⚠ Revisar (sin foto)
19:45	Venta (Bar)	Bebidas	\$180.00	Mercado Pago	TICK-789	Ana Rodríguez	CC-201 / COST-310	✓ Aprobado
3. Desglose de Métodos de Pago								
Modo de Pago	Monto Total (\$)	N° Transacciones	Conciliado (ERP)					
Efectivo	\$350.00	5	✓ Sí					
Tarjeta	\$1,200.00	8	✓ Sí					
Transferencia	\$500.00	2	✗ Pendiente					

4. Cierre de Caja

Concepto	Monto (\$)
Total Ventas	\$2,050.00
Total Gastos (Fondo Fijo)	\$70.00
Saldo Teórico	\$1,980.00
Saldo Real (Físico)	\$1,975.00
Diferencia	-\$5.00

Explicación Diferencia: [Ej: Error en vuelto a cliente]

5. Validación y Trazabilidad con proceso PMS + ERP + IA:

A. Carga Automatizada de cada movimiento se registra en el ERP con: Código de cuenta (CC-XXX) y Centro de costo (COST-XXX).

IA (Ej: MindBridge)** analiza: Discrepancias en montos vs. históricos, Comprobantes duplicados o alterados, faltantes de carga.

B. Digitalización Obligatoria: Foto del comprobante adjunta en sistema y OCR extrae datos (n° factura, monto, RFC).

C. Auditoría Sorpresa: Fondo fijo justificado con tickets. Facturas con IVA desglosado. Firmas de responsables.

6. Recomendaciones Clave

Fondo Fijo con límite máximo por compra. Comprobantes numerados y con **nombre proveedor + CUIT**. ERP/PMS: Usar campos obligatorios para evitar datos incompletos.

IA Antifraude con Alertas por:

- Pagos en efectivo > \$200.00 sin testigo.
- Facturas con montos redondeados (ej: \$100.00 exactos).

36. Compras y órdenes de pedido

La gestión de compras es un proceso clave para garantizar el abastecimiento oportuno de los materiales necesarios PARA TODOS LOS SECTORES, al mejor precio posible.

El proceso y modo de COMPRAR es arbitrado por la administración. La periodicidad, cantidades y definiciones las realiza el jefe de sector, al igual que el pedido

Un ERP, registra y automatiza el proceso de compra, desde la solicitud hasta el pago, documentado y trazable, para lograr el objetivo de optimizar los costos y reducir los errores.

Los proveedores son evaluados por: Calidad (muestras gratuitas previas)., Tiempos de entrega. Certificaciones éticas (fair trade)., Órdenes de pedido incluyen cláusulas de

penalización por retrasos, Modo de pago y plazos, referencias, colaboración y SUSTENTABILIDAD. seleccionar a los proveedores y trabajar con los más adecuados para las necesidades propias, es un trabajo constante e importante. Siempre hay que tener reemplazos.

Compras: Implica identificar las necesidades de materiales del hotel, seleccionar a los proveedores, solicitar cotizaciones, negociar precios y condiciones de pago.

Orden de compra: Es un documento que formaliza el pedido de materiales al proveedor.

Orden de pedido: Es un documento interno que se utiliza para solicitar materiales al almacén del hotel.

Finalmente el ok al recibir el pedido por parte del encargado de depósito y de luego de administración para su pago.

Redes de colaboración con proveedores: Plataformas que facilitan la comunicación y el intercambio de información entre el hotel y sus proveedores.

IA para la negociación: Sistemas que analizan datos del mercado y el historial de compras para ayudarte a negociar cantidades, mejores precios y condiciones con los proveedores.

Mejores prácticas:

Solicitudes claras: Elaborar órdenes de compra y pedido que especifiquen claramente los productos o servicios requeridos, las cantidades, los plazos de entrega y las condiciones de pago.

Aprobaciones autorizadas: Obtener las aprobaciones necesarias antes de realizar cualquier compra, asegurando que se ajusta al presupuesto y a las políticas del hotel.

Seguimiento de pedidos: Realizar un seguimiento de los pedidos para asegurar que se entregan a tiempo y en las condiciones acordada.

Imágenes: 36.1 modelo orden de compra. 36.2 CONTROL DE SOTCK

Modelo de Orden de Compra

HOTEL [NOMBRE DEL HOTEL]
ORDEN DE COMPRA N° [NÚMERO]
Fecha: [DD/MM/AAAA]
Proveedor: [NOMBRE DEL PROVEEDOR]
RUC/CUIT: [NÚMERO]
Dirección: [DIRECCIÓN]
Contacto: [TELÉFONO / EMAIL]

Código	Descripción del Producto/Servicio	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Subtotal
[XXX-001]	[Ej: Botella de agua mineral]	100	Unidades	\$5.00	\$500.00
[XXX-002]	[Ej: Toallas blancas]	50	Unidades	\$10.00	\$500.00
TOTAL					\$1,000.00

Condiciones de Pago: [30 días / 50% adelantado, etc.]

Fecha de Entrega: [DD/MM/AAAA]

Lugar de Entrega: [DIRECCIÓN DEL HOTEL]

Penalización por Retraso: [X% por día de demora]

Firma y Sello del Proveedor: _____

fecha y Autorizado por (Hotel): _____ (Jefe de Compras / Administración)

Pedido por:

Esquema del Proceso de Compra

1. Identificación de Necesidades periódicas.
2. Selección de Proveedores A y B
3. Cotización y Negociación
4. Generación de Orden de Compra (OC)
5. Confirmación y Seguimiento con dpto y dar conocimiento a Administración
6. Recepción y Control de Calidad. Protocolo de falla.
7. Aprobación para Pago
8. Registro en ERP y stock
9. Mejora Continua.

	A	B	C	D	E		AC	AD	AE	AF	AG	AH
1		DEPOSITO #4					20/05	27/05	04/06	11/06		FECHA CONTROL SISTEMA
2	PEDIDO A HACER	MARCA/TIPO DE BEBIDA	PRE BULTO	MIN BULTO	Unidades		21/5	29/5	5/6	11/6		FECHA CONTROL FISICO
3	-461	PATAGONIA AMBER LAGER LATA X 473 x 24	24	6	144		650	576	576	605		
4	-674	STELLA A. LATA RUBIA 473cc x24	24	10	240		864	864	864	914		
5	144	STELLA ARTOIS NOIRE LATA 473cc x 24	24	6	144		0	0	0	0		
6	-924	QUILMES RUBIA LATA 473cc x6	24	10	240		1162	1080	1128	1164		
7	144	ANDES IPA LATA 24 X 473	24	6	144		0	0	0	0		
8	138	ANDES ROJA LATA 24 X 473	24	6	144		14	0	0	6		
9	140	ANDES RUBIA LATA 24 X 473	24	6	144		6	0	0	4		
10	66	ANDES NEGRA LATA 24 X 474			72		6	0	0	6		
11	657	CORONA X 330 VIDRIO 12	24	30	720		63	48	48	63		
12	102	7 UP FREE X 500CC X 12	12	10	120		29	6	6	18		
13	65	MIRINDA NARANJA X 500	12	20	240		198	132	132	175		
14	223	MIRINDA MANZANA 500CC X 6	12	20	240		21	0	0	17		
15	213	PEPSI REGULAR X 500 X12	12	30	360		141	90	90	147		
16	81	SEVEN UP REGULAR 500cc x6	12	20	240		48	66	66	159		
17	212	PEPSI BLACK 500CC X12	12	20	240		24	0	0	28		
18	62	ECO DE LOS ANDES CON GAS	12	10	120		86	48	48	58		
19	-38	ECO DE LOS ANDES SIN GAS	12	125	120		153	84	84	158		

37. Plan de marketing y revenue management

El plan de marketing integra el presupuesto operativo, sigue a costos y a los objetivos asignados. Es la muestra de nuestro valor agregado, aquello que nos hace diferentes. Indica: “ los que somos y porque elegirnos”

La comercialización es LA TAREA NÚMERO UNO cuando la empresa está en marcha. Saber interpretar y comunicar su información a los equipos es el tema de este libro, no es en este momento su creación y confección.

Marketing: Define los objetivos, las estrategias y las acciones de ventas, dice como y de donde son nuestros clientes, donde encontrarlos y como ir por su límbico para convencerlos. El presupuesto y el plan de marketing SON documentos vivos. Comunicar y tener retroalimentación con tu equipo de trabajo suma mucho, implica adaptarlo y readaptarlo, sostener un plan recto cuando viene una curva es lo común, adaptarlo es el éxito.....

Debe ser un proceso el cual define: qué y cuáles servicio, que experiencia, que gastar y que markup aplica y el beneficio esperado, desde posicionarse como empresa, las imágenes y el speech, los canales, los públicos y buyer persona, los calendarios y variables de tarifas, las bases de datos de clientes, el ecosistema comercial, los recursos necesarios y al equipo humano. Por último establece que y como medir los resultados para luego definir y aplicar las mejoras diarias y mensuales.

LA PROMO o TARIFA debe ser AIDA

Atención: Comienza con un título que empatices, impacte e incite a querer seguir leyendo.

INTERÉS: Debes despertar su curiosidad con información relevante, directa y concisa límbica.

Deseo: Presentar tu propuesta de valor como solución y la prueba social como palanca.

Acción: Este es el punto crítico en el que terminaremos de usar nuestras armas de persuasión para una compra feliz.

Pricing y tarifarios: Se refiere a la estrategia de precios del hotel y a los documentos que detallan las tarifas de servicios, cuando y como comunicarnos son trucos que valen exitos.

Revenue management: son las técnicas usadas para optimizar los ingresos por habitación y por servicio, ajustando los precios en función de la demanda, la temporada, el lugar, los eventos y otros factores.

Análisis de mercado competitivo: Benchmarking diario vía STR Report: Implica estudiar a la competencia, analizar las tendencias del mercado y comparar los precios.

Sistemas de gestión de ingresos (Revenue Management Systems): Herramientas que optimizan las tarifas y la distribución de las habitaciones para maximizar los ingresos del hotel.

Acciones: Alianzas con influencers para paquetes temáticos. Campañas estacionales (Navidad, verano) captan nuevos segmentos. Avatares Digitales. Crea influencers virtuales (ej.: @LilMiquela) para promocionar.

Enseñanza: Desarrollen sus habilidades de vender con ayuda del PLAN de marketing. Aprendan a elaborar acciones mensuales, a variar precios estratégicos, a aplicar técnicas de revenue management y a analizar el mercado para tomar decisiones informadas.

Ecosistema Comercial.

[illegible]

La “ Fórmula” de una promoción = P + O + V + C + A = Promoción Exitosa

- P: Público Objetivo (¿A quién quiero llegar?)
- O: Objetivo Específico (¿Qué quiero lograr?) Meta SMART (Específica, Medible, Alcanzable, Relevante, con Plazo) que se busca con la promoción.
- V: Valor / Propuesta Irresistible (¿Por qué me van a elegir a mí?)
- C: Canales y Comunicación (¿Cómo se lo hago saber?)
- A: AJUSTAR tras una Medición y Monitoreo (¿Funcionó? ¿Cómo lo ajusto?)

A Veces con acertar 90% en uno de los 5 puntos en un tiempo determinado sos exitoso.

38. Planificación diaria de tareas y checklists de calidad

La planificación y el control son herramientas rutinarias para garantizar la eficiencia y la calidad del servicio en todas las áreas

Implica CONOCER y asignar a tu personal, sus herramientas y tareas a realizar por cada departamento y empleado. Establecer prioridades y definir los plazos de ejecución, buenas empresas lo hacen online al comenzar el día.

Check lists de revisión: Son listas de verificación que se utilizan para asegurar que se cumplan los estándares de calidad y los procedimientos establecidos en cada área del hotel.

Herramientas y tendencias futuras:

Software de gestión de tareas: Plataformas que permiten al personal planificar, asignar y supervisar las tareas diarias, asegurando que se cumplan los objetivos.

Aplicaciones móviles para la gestión de check lists: Herramientas que permiten al personal acceder a los check lists desde su teléfono o tablet, facilitando la realización y el registro de las revisiones.

Inteligencia artificial para la optimización de la planificación: Sistemas que analizan datos sobre la ocupación del hotel, los eventos y otros factores para optimizar la asignación de tareas y la planificación diaria.

Y lo más importante es esperar el feedback del equipo en tiempo y en forma.

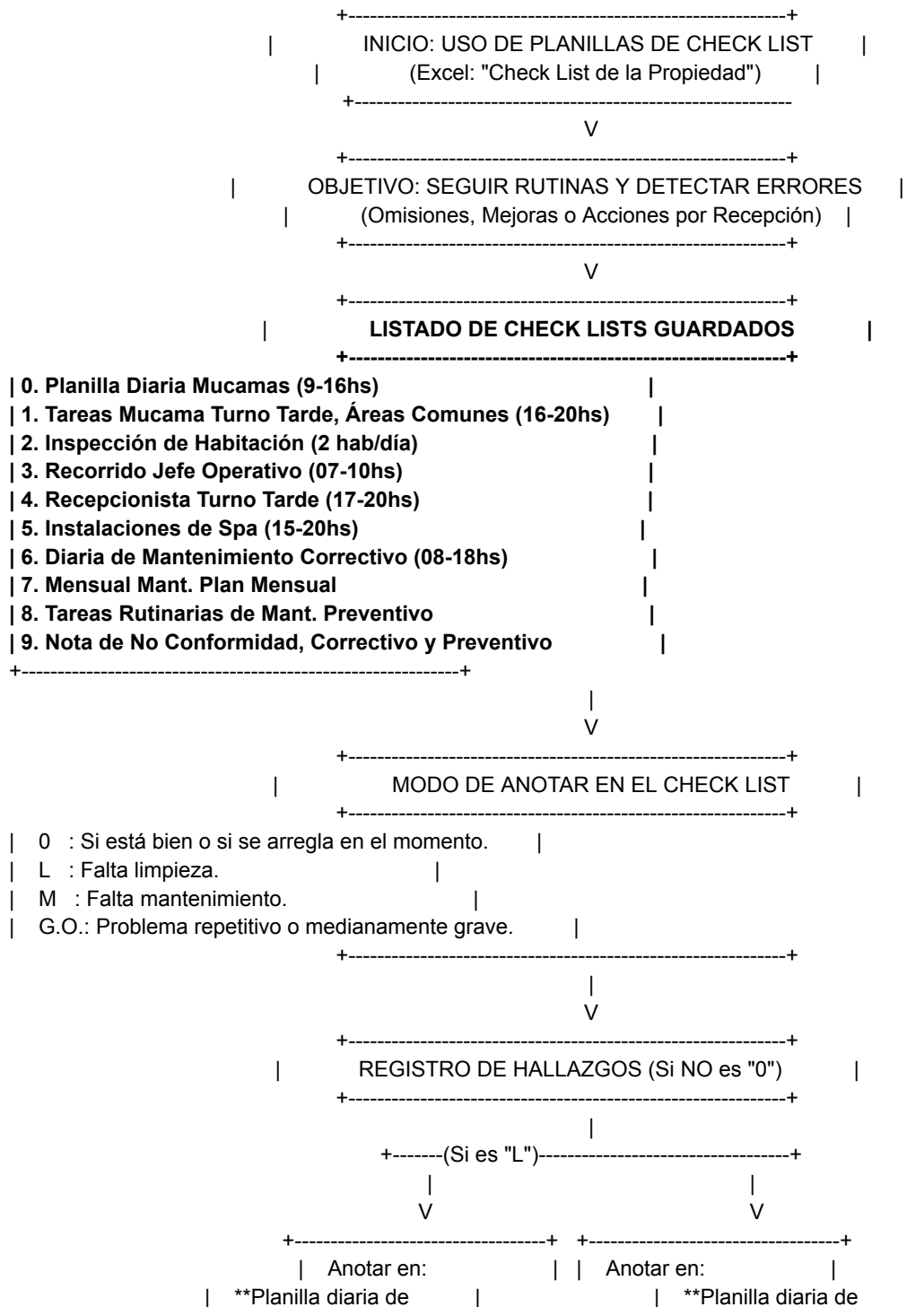
Enseñanza: Aprendan a elaborar planes de trabajo diarios, a asignar tareas de manera eficiente, a utilizar check lists para controlar la calidad del servicio y a detectar áreas de mejora en la operación del hotel.

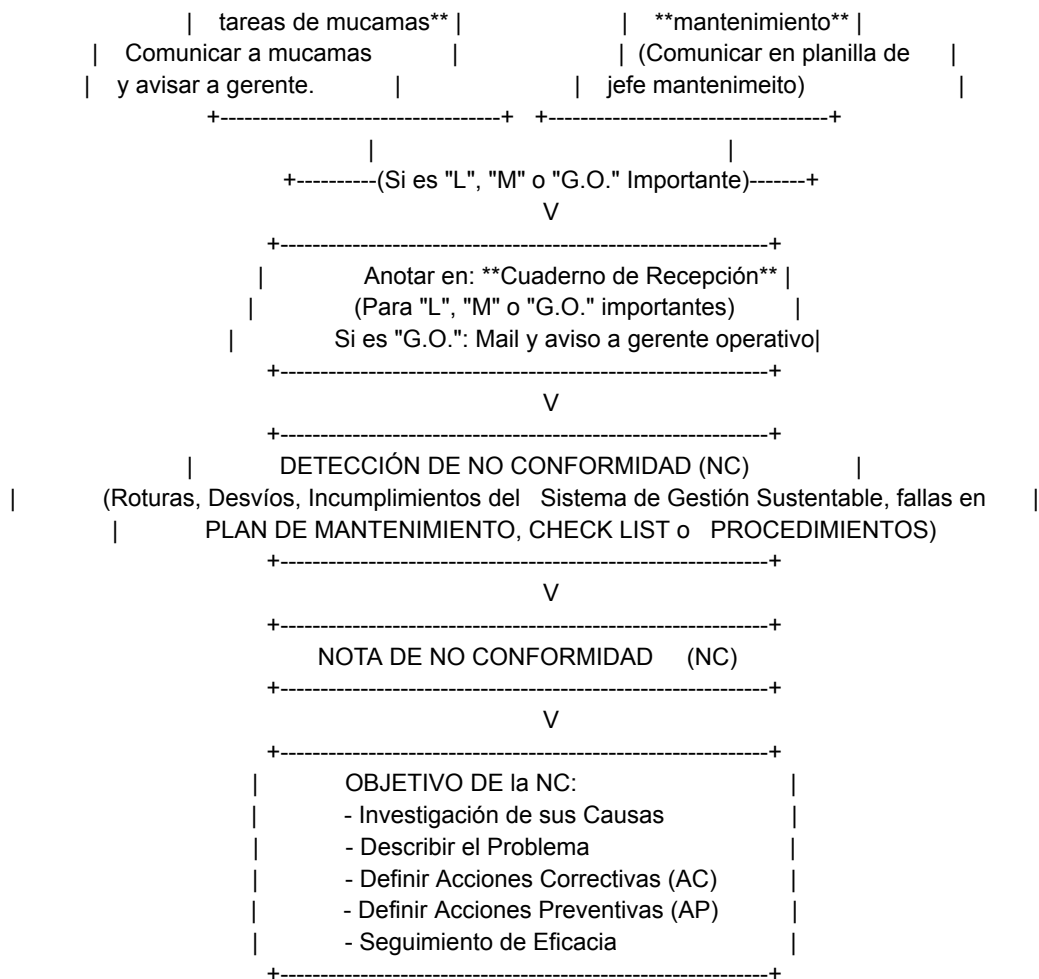
La reunión matutina asigna:

- Housekeeping: Habitaciones prioritarias (early check-in).
 - Mantenimiento: Revisiones post-evento.
 - Recepción: Seguimiento a quejas del día anterior.
- Checklists de cierre verifican: luces apagadas, puertas bloqueadas y reportes enviados.

Planificación con IA colaborativa: Herramientas como Click Up asignan tareas automáticamente según habilidades y carga laboral. Es gratis (básico) o \$5 USD/usuario/mes

38.1 Listados de checklist, su esquema Visual: Gestión y No Conformidades





39. Controles operativos y de ventas

Los controles operativos, de ventas y administración: Este ítem engloba todas las tareas y controles necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, su resultado se coteja contra el plan presupuestario e incluye todas las actividades.

Son los mecanismos que se utilizan para verificar que las tareas tienen CALIDAD desde los procedimientos establecidos y los estándares: Cumple o No cumple, Repetir.

En Ventas y administración: Incluyen las actividades relacionadas con la comercialización del hotel, la gestión de los ingresos, la contabilidad, las finanzas, los recursos humanos y la administración general. Cumple o No cumple, búsqueda de solución

Enseñanza: La visión global de la operación hotelera, coordinar y controlar para garantizar la eficiencia, la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

Debes tener Dashboards en Realidad Mixta: Visualiza KPIs en HoloLens 2, superponiendo datos en el entorno físico con Bipower o similar y proyecta para que todos opinen con sinceridad. Los **Paneles de control (dashboards) con indicadores clave de rendimiento (KPI)**: permiten visualizar el estado del negocio en tiempo real y tomar decisiones informadas. Controles con Realidad Mixta Herramientas: Microsoft HoloLens 2: \$3,500 USD/unidad.

Tener Checklists en una carilla de cada sector para cumplir

Imagen 39.1

Modelo de Control Operativo y Ventas

(Incluye checklists, dashboards y realidad mixta)

1. Estructura del Sistema de Control. Áreas Clave y Mecanismos de Control

Área	Qué se Controla	Herramienta Principal
Operaciones	Check-in/out, limpieza, mantenimiento, servicio de alimentos/bebidas, vestimenta.	Checklists + Observación in situ.
Ventas	Reservas, ocupación, ingresos, upselling, fidelización.	Dashboards (Power BI/Tableau).
Administración	Contabilidad, flujo de caja, costos, nómina.	ERP, Pedidos de compra, control de stock
Calidad	Satisfacción del huésped (encuestas/reviews), estándares de servicio y funcionamiento de todo	Sistema de feedback, ENCUESTAS Y QUEJAS

2. Vista de Los 9 Checklists de Control Operativo

3. Dashboards y KPIs en Realidad Mixta.

- Ocupación (%) vs. Presupuesto.
- ADR (Average Daily Rate).
- RevPAR (Ingreso por habitación disponible).
- NPS (Net Promoter Score).
- Costos Operativos vs. Plan.
- RRHH: real vs plan.

4. Proceso de Control y Acciones Correctivas

5. Cuadro de Soluciones Rápidas para "No Cumple"

6. Planilla para Estudio de mejoras profundas.

Conclusión Este sistema asegura:

- ✓ Eficiencia operativa (checklists + dashboards).
- ✓ Toma de decisiones en tiempo real (realidad mixta).
- ✓ Alineación con el presupuesto (comparativo automático).
- ✓ Cultura de mejora continua ("Cumple/No Cumple" con acciones claras).

Nota: Para implementar, priorizar: Digitalización de checklists (usar apps como Operto o Hotelogic). y la Integración ERP-Dashboards (ej.: Power BI con Oracle).

40. Documentación legal para operar

Toda empresa debe cumplir con una serie de requisitos legales para operar, profesionales y asesores pueden cumplir esa tarea, pero vos como novato del tema debes saber.

Documentación legal: Incluye licencias de funcionamiento para operar, permisos, registros, pólizas de seguros, contratos laborales y con terceros, Balances y libros contables, Aprobación de Higiene y Seguridad y otros documentos que acrediten a todo nivel que cumple con la normativa vigente.

Mejores prácticas:

Asesoramiento legal: Contar con el asesoramiento de un profesional legal para garantizar el cumplimiento de todos los requisitos legales aplicables al hotel.

Organización y archivo: Mantener todos los documentos legales organizados y archivados de manera segura y accesible.

Actualización constante: Revisar y actualizar la documentación legal de manera periódica para reflejar cualquier cambio en la normativa.

Seguridad de los mismos.

Enseñanza: Familiarizarse con la legislación de tu país o región. Asegúrense de que la empresa cuente con toda la documentación legal necesaria y de que se mantenga actualizada.

41. Presupuesto anual

El presupuesto operativo anual, parte del plan financiero, establece los ingresos y gastos previstos a 12 meses, el plus es saber qué hacer en caso de fallas. Permite planificar las actividades del hotel, asignar recursos, establecer metas y objetivos, y controlar la gestión económica del negocio.

Herramientas y tendencias :

Software de planificación y presupuestación: Plataformas que facilitan la elaboración, el seguimiento y el control del presupuesto anual.

Inteligencia artificial para la previsión financiera: Sistemas que analizan datos históricos y tendencias del mercado para predecir los ingresos y gastos futuros del hotel.

Presupuestación basada en el valor: Enfoque que prioriza las inversiones y los gastos que generan mayor valor e ingresos para la empresa y sus stakeholders.

Mejores prácticas:

Participación: Involucrar a los diferentes departamentos del hotel en la elaboración del

presupuesto, asegurando que se tengan en cuenta sus necesidades y perspectivas.

Realismo: Elaborar un presupuesto realista y alcanzable, basado en datos y proyecciones fundamentadas.

Seguimiento y control: Comparar los resultados reales mensualmente con el previsto, identificando desviaciones y tomando medidas correctivas de fallas.

Enseñanza: Ahora aprende a interpretar presupuestos detallados, a analizar las desviaciones y a tomar medidas correctivas para asegurar el cumplimiento de los objetivos financieros. Reuniones mensuales comparan presupuesto vs. real, ajustando gastos en áreas con desviaciones >5%.

Elaborado con datos históricos, proyecciones de ventas y análisis del entorno, aquí te mostraré un modelo, no para hacer, pero sí para saber leerlo.

Se divide en:

Ingresos

Costos fijos: Salarios, servicios públicos.

Costos variables: Marketing, mantenimiento.

Inversiones: Renovaciones tecnológicas

Resultados

Imagen PRINT DE PANTALLA USALI.

PRESUPUESTO OPERATIVO			Enero		
Rubro	# de cuenta	Item o Cuenta contable	Ratios	Presupuest o	Real
		Dias del mes			
		Habitaciones disponibles			
		Habitaciones ocupadas			
		% de ocupacion			
		TARIFA USD S/IVA, S/COMISION			
		REVPAR			
		valor del dolar oficial			
		inflacion			
		INGRESOS			
rubro	cuenta 4	CUENTA CONTABLE			
	04,01,01	Alojamiento	60 A 70%		
	04,01,02	Alojamiento otros			
	04,01,03	AABB desayuno	20 A 30%		
	4,01,03.01	AABB Restaurante			
	4,01,03,02	AABB Bar			
	4,01,03.03	AABB Frigo			

	4,01,03.04	AABB terceros			
	4,01,03.05	AABB service room			
	04,01,04	alquiler de espacio			
	4,01,04.02	evento gastronomia			
	4,01,04.03	evento tecnica	5 A 10%		
	4,01,04.04	evento social			
	4,01,04.06	evento social gastronomia			
	4,01,04.07	evento corpo			
	04,01,05	comision por venta			
	4,02.01	Financiero			
	04,02,02	FINANCIERO, PLAZO FIJO y SIMIL			
	04,02,03	Varios Otro			
	04,01,07	SPA espacio, piscina	2 A 5%		
	04,01,08	SPA masajes			
		Gym y clases			
	04,01,09	ingreso por turismo, agencia			
	04,01,10	Estacionamiento			
	04,01,11	Lavadero			
		wifi especial, tecnicas			
		Oficinas y libreria			
		Artesanias y simil			
		Negocio Fideicomiso(compra venta)			
		Recreacion, show			
		Otros	1 A 3%		
	4,0,0	Total ingresos			
RUBRO	Cuenta 5	CUENTA CONTABLE	Ratios	MES	
total costos rooms	5,1	Total gastos Rooms			
costo alojamiento		Nomina fija Grav. room	10,00%		
costo alojamiento		nomina y extras No Grav. room			
costo alojamiento		Cargas Sociales			
costo alojamiento		Sueldos Extras SAC			
costo alojamiento		Servicios Tercerizados			
costo alojamiento		Indemnizacion despido	5,00%		
costo alojamiento		prepaga			
costo alojamiento		comida personal			

costo alojamiento		Comisiones OTAS	5,00%		
costo alojamiento		Comision Mercado Pago	18,00%		
costo alojamiento		Productos de Limpieza	0,90%		
costo alojamiento		Lavanderia	2,00%		
costo alojamiento		Amenities	0,50%		
costo alojamiento		Servicios cargo directo por alojamiento			
costo alojamiento		costo desayuno pax			
costo alojamiento		Gastos Vario Rooms	0,05%		
Total costos AABB	5,02	Costos AABB			
costo AABB	05,02,01	nominaSueldos y Jornales Grav.AAYBB	20,00%		
costo AABB	05,02,02	Nomina y extras Sueldos y Jorn.no grav.AAYBB			
costo AABB	05,02,03	Cargas Sociales AAYBB			
costo AABB	05,02,04	Sueldos Extras AAYBB			
costo AABB	05,02,05	AAYBB.Restaurante	11,00%		
costo AABB	05,02,06	AAYBB.Bar			
costo AABB	05,02,07	Art.Limpieza AAYBB	0,40%		
costo AABB	05,02,08	Reposicion AAYBB	0,20%		
costo AABB	05,02,09	equipos de cocina	0,20%		
costo AABB	05,02,10	Insumos de cocina	0,10%		
costo AABB	05,02,11	Indemnizacion despido	5,00%		
costo AABB	05,02,12	frigo	1,00%		
total costos ope y mant	5,03	Costos Operativos y Mantenimiento			
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,01	Sueldos y Jorn.Mantenimiento	0,83%		
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,02	Cargas Sociales Mantenimiento			
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,03	Mantenimiento piscinas y parque	1,41%		
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,04	Grupo electrogeno			
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,06	Combustible			
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,07	Gtos varios, Mantenimiento	mantenimiento		
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,08	Sueldos Extras Mantenimiento			
Costos Operativos y Mantenimiento	05,03,09	Servicios por Sistemas			

Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,10	Contratados por servicios de sistemas			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,11	mantenimiento y reparacion	mantenimient o		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,12	imprensa y papeleria	0,30%		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,13	Seguros hotel	0,40%		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,14	Uniformes			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,15	Matafuego, H&S			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,16	Residuos			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,17	SERVICIOS DE SEGURIDAD			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,18	Internet y telefonía	1,20%		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,19	Viaticos Personal-Hotel			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,20	Viaticos y fletes a Terceros			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,21	Emergencia Medicas, pax			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,22	Capacitacion			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,23	Hosting Web	0,60%		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,24	Luz			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,25	Gas			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,26	Agua y cloacas			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,27	tv, cable o simil			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,28	Gastos turismo			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,29	Gasto Recreacion			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,30	gastos gerenciales detallar			
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,31	FF&E	2%		
Costos Operativos Mantenimiento	y	05,03,32	Otros a detallar			
total marketing y ventas		5,04	Marketing y Ventas			
costos marke y ventas			Honorarios	1%		
costos marke y ventas			Pautas	0,60%		

costos marke y ventas		comisiones por ventas	2%		
total costos eventos	5,05	Costos Eventos			
costos eventos	05,05,01	RR.HH. EVENTOS	rrhh		
costos eventos	05,05,02	Cargas Sociales	rrhh		
costos eventos	05,05,03	SAC	rrhh		
costos eventos	05,05,04	nomina y extras No Grav. room	8%		
costos eventos	05,05,05	AAYBB. Eventos	30%		
costos eventos	05,05,06	equipamiento Evento	3%		
costos eventos	05,05,07	Servic.ConctratadosEventos	3%		
	5,06	Costos Spa			
		Honorarios Terapeutas.SPA	0,40%		
		Insumos lavadero y piscina			
		Sueldos extras NO REGISTRADO			
		SPA-Gastos Varios			
		Sueldos Extras SAC			
	5,07	Gastos Administracion			
		Sueldos y Jorn. Grav.Administr	3%		
		Cargas Sociales Administracion			
		Sueldos Extras-Administracion			
		Adicional O. Social			
		Honorarios Contador	0,65%		
		Honorarios legal	0,50%		
		libreria			
		recursos centralizados			
	5,08	Comisiones	3%		
		Comisiones VISA			
		Comisiones MASTER			
		Comisiones AMEX			
	5,09	Equipamiento	2%		
		Inversion Equip y deco			
		Reposiciones FF&E			
	6,0,0	Total egresos			
		CUENTA CONTABLE			
GROSS OPERATING PROFIT		Resultado de mes. GOP			

RUBRO	# de cuenta 5	CUENTA CONTABLE	Ratios	MES	
	3	INVERSION			
		inversion hotel, equipos	2		
	3	GERENCIAMIENTO			
		honorario fee	4		
		honorario incentivo	9		
	3	GASTOS SOCIETARIOS			
		alquiler de espacio			
		sueldos y gastos propietarios, socios			
		derechos de marca	2		
		GASTOS FINANCIEROS			
		gastos financieros	0,8		
		GASTOS FISCALES			
		impuesto sobre IIBB	3,5		
		ImpueStos Municipales			
		Impuesto Inmobiliario			
		Gs.y Comisiones Bancarias			
		Impto.Deb.y Cred.Bancario			
		impuestos varios			
		tasas			
total de gastos fijos					
NET OPERATING PROFIT	NOP	RESULTADO NETO DEL MES			
		INGRESOS			
		EGRESOS			
		GOP			
		NOP			

42. Checklist de responsable jefe o gerente y sus objetivos

El jefe o encargado o gerente operativo es el máximo responsable de la operación del establecimiento. Su **check list**: Es una herramienta que le permite asegurar que se cumplan todas las tareas y responsabilidades diarias.

Las hojas del checklist diario (con cumple, no cumple y luego LA solución) del gerente abarca:
Revisión de ocupación y ADR.

Inspección aleatoria de habitaciones.

Charlas con empleados

Charlas con huéspedes

Reunión rápida con jefes de departamento.

Caminar cada departamento y ver in situ.

Objetivos: se monitorean mediante dashboards en tiempo real. **Objetivos del gerente**: Deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y oportunos (SMART). Deben estar alineados con la estrategia general de la empresa y abarcar las áreas de gestión (ej., financiera, operativa, comercial, de recursos humanos).

Mejores prácticas:

Delegación efectiva: Delegar y ayudar

Seguimiento regular y retroalimentación al personal y ajustar el plan de acción con inmediatez si es necesario.

Enseñanza: Comprendan la importancia del rol del gerente de hotel y aprendan a establecer objetivos claros, a delegar tareas, a supervisar el trabajo del personal y a tomar decisiones estratégicas. La acción diaria del responsable de la empresa de servicios debe ser acordada con los propietarios, ellos deben definir cada detalle y respetar ese día a día, como respetar el proceso, si la interacción propietario o director con gerente tiene una o más fallas, las consecuencias son graves.

Checklist Gerencial con IA: Herramientas como Clara analizan datos y sugieren acciones prioritarias al gerente y su equipo. Clara (IA para gestión). Costo de Clara: Desde \$300 USD/mes. **Sistemas de gestión del desempeño**: Plataformas que facilitan el seguimiento del progreso hacia los objetivos, la evaluación del desempeño del personal y la identificación de áreas de mejora.

42.1 CHECK LIST GERENTE, CONTROL DE CALIDAD

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	CONTROL CALIDAD SEMANAL			RESPONSABLE DE REVISIÓN:				C: Cumple	
2				FIRMA:			FECHA	NC: No Cumple	
3	acceso hotel	C	NC	3 AIRE ACONDICIONADO	C	NC	Depo 3 interno secos y frío		
4	Portón Abierto 10am			Service (bimestral)			orden y limpieza		
5	Luces Exterior			Limpieza de filtros			control stock hecho		
6	Estacionamiento Ext e Int limpio			Funcionamiento pleno			Vencimientos		
7	Escaleras y barandas limpias			Limpieza pleno			estado de mercadería		
8	Wifi y Sistemas web			8 TABLEROS ELECTRICOS	C	NC	Cerraduras		
9	Gerencia Limpia y Ordenada			estanco			GRUPO ELECTROGENO	C	NC
10	ingreso web			ajustado todo					
11	Basureros limpio			limpo y ordenado			CALEFACCIÓN (CALDERA)	C	NC
12	Dispenser de Agua			Luces de Emergencia	C	NC	Prueba encendido (mensual)		
13	Termotanque prendido			Funcionan			Limpieza externa		
14	Piso deck LIMPIO			buen estado			Matafuegos (abc y K)	C	NC
15	Deposito Guías ABIERTO			Carteles de emergencia			Existencia / ubicación, cantidad		
16	jardines cercano bello						Control de vencimientos		
17	lago	NC		SUM	C	NC	Cartelería y presentación		
18				paredes			Tanque de Agua?	C	NC
19	AREAS DESCANSO 1	C	NC	iluminación, botoneras			Limpieza (anual)		
20	patio ordenado			Ventanas y puertas			Desinfección (anual)		
21	escalera de servicio limpia			Piso			Verificación nivel cisterna		
22	patio limpio			5 Mesas estado			Verificación bombas		
23	tacho de basura			70 sillas, estado			GAS	C	NC
24	1 mesas y 8 sillas			atril y pizarra			casilla externa ok		
25	PAREDES Y TECHOS			TV			sin pérdidas		
26	RRHH CONTROL Y UNIFORME			AACC			AGUA	C	NC
27	RRHH CALIDES Y CALIDAD			exterior	C	NC	Sin pérdidas		
28	BAÑO DEL PERSONA	C	NC	Limpieza			Buena calidad y caudal		
29	Estado Gral y limpieza			Pintura paredes			juegos, parque	C	NC
30	elementos de tocador			cesped y arboles			Pintura		
31	todo funciona			41 mesas y estado			estado visual		
32	rooms	C	NC	120 sillas y estado			cesped		
33	ORDEN			4 lonas y sombrillas estado			luces		
34	LIMPIEZA Y FUNCIONAMIENTO			llave eléctrica					
35	INVENTARIO			5 parlantes estado			area escalada y trekking	C	NC
36	COCINA	C	NC	TERMOTANQUE	C	NC	Orden y Limpieza		
37	limpieza y orden			Limpieza externa			carteles y tachos		
38	Funcionan Maquinas			Purga mensual					
39	control de stock			Verificación anual de ánodos			Botiquin emergencia	C	NC
40	GERENTE	C	NC	DESAYUNADOR	C	NC	tiene todo		
41	ver el sistema de emergencias			Orden y Stock check list			LAVADERO	C	NC
42	inventario gral			LIMPIEZA gral			Limp. filtros calandra (semanal)		
43	planilla seguridad			LIBRO NOVEDADES			Limp. filtros tambler (semanal)		
44	planilla mantenimiento			cafetera			estado de lavarropa		
45	22 camaras encendidas			heladeras			estado de deposito		
46	Todos los check list			horno y cocina			SALA DE BOMBAS	C	NC
47	Reportes a propietarios			TV con precios			Prueba bombas (bimestral)		
48	SALA DE BOMBAS BOMBEROS			Barra, mostrador OK			BOMBAS DE ACHIQUE		
49	Prueba bombas (bimestral)			IPLA, AFIP, RENTAS, IIBB			Prueba bombas (bimestral)		
50	Control de presión (6kg)			Habilitación Turismo			Limpieza general de la sala		
51	TOTAL CUMPLE						TOTAL NO CUMPLE		

43. Rutina del gerente: Gestión integral

La rutina es “o clock the guest”, el gerente equilibra, inspira, ordena y mejora al equipo y a la empresa, sin eso no es nada.

Toda empresa para su éxito se basa en Liderazgo, Management y Comunicación, sin eso no somos nada.

El gerente es el líder que dirige y coordina al establecimiento. Su rutina, además y a la vez de los check list, varía según el tamaño y el tipo de empresa, de las actividades del día, del % de ocupación, algunas de las tareas son de FOCO y otras de ATENCION:

Foco en la Gestión financiera: Control de ingresos y egresos y del presupuesto, análisis de los indicadores (KPIs), gestión de los ingresos (revenue management).

Foco en el Experiencia del cliente: Atención a los huéspedes, gestión de quejas y sugerencias, diseño y mejora del servicio, del momento WOW y de nuevas experiencias.

Foco en la Gestión del personal: Selección, formación, evaluación y motivación del personal, gestión de las relaciones laborales.

Foco en Marketing y ventas: Elaboración y ejecución del plan de marketing, si análisis, lo importante es la gestión de las ventas con el equipo, como comunicar y lograr objetivos diariamente.

Atendo a:

Operación de la propiedad: Supervisión del mantenimiento de las instalaciones, coordinación de los diferentes departamentos diariamente y gestión de la seguridad.

Gestión de alimentos y bebidas y eventos: Supervisión previa de cocina y salones, Supervisión de la operación de desayuno, los restaurantes y bares del hotel, se reúne para ver y mejorar organización y su coordinación. Y por supuesto ayuda en la búsqueda y cierre de eventos y sus resultados.

Manejo de crisis: Capacidad para actuar con rapidez y eficacia ante situaciones de emergencia o crisis. Sabe que la crisis es una etapa normal en la vida de una empresa y tiene planes para sus resoluciones según amerite.

Sistema de gestión de seguridad (SGS): Implementación y supervisión de políticas y procedimientos para garantizar calidad a huéspedes y empleados.

Suma a esta rutina 5 minutos por persona que te cruces en el recorrido de los checklist para que sean micro charlas y micro capacitaciones, deja en tu equipo **EXPERIENCIAS MEMORABLES**

Enseñanza: Aspira a convertirse en líder humano e íntegro, siendo estudiante, analítico y CON enfoque en el servicio al cliente que deje ganancias.

Optimizar la gestión del tiempo para estar siempre, con plataforma de comunicación y colaboración. Simple, claro y transparente el 80 % de las acciones de rutina/ agenda, por SÍ o por NO y el 20% son servicios.

Mañana: Revisión financiera (ocupación, ingresos) y walkthrough en áreas, compras ventas y micro charlas.

Tarde: Reunión con departamentos y análisis de métricas (NPS, quejas) y decisiones.

Noche: Lectura de bitácora y planificación del día siguiente.

En crisis debes estar presente, activa el comité de emergencia y comunica updates cada 2 horas a huéspedes y staff.

Tendencia: Gerente 4.0 LÍDER en Metaverso con herramientas: Horizon Workrooms, avatares certificados. Costo: Horizon Workrooms: Gratis (con Oculus), para siempre estar, dirige equipos en espacios virtuales, revisa las cámaras y tu PC para atestiguar. Realiza inspecciones diarias vía cámaras. Se comunica con huéspedes online y en los smart tv del hotel deja su mensaje y su contacto. Sos una persona pública en el online para todos.

LOS INDICADORES DEL GERENTE:

I. KPIs Financieros y de Rentabilidad

- ADR (Average Daily Rate): Tarifa promedio diaria por habitación ocupada.
- RevPAR: Ingreso por habitación disponible (ADR x Tasa de Ocupación).
- GOP (Gross Operating Profit): Ganancia Operativa Bruta.
- Costo por Habitación Ocupada: Gasto promedio incurrido por cada habitación vendida.
- Margen de Beneficio Bruto de Alimentos y Bebidas (A&B): Rentabilidad de los servicios de restauración.
- Margen de Beneficio Bruto de Otros Departamentos (Spa, Tiendas, Excursiones): Rentabilidad de servicios adicionales.
- Control Presupuestario (Desviación del Presupuesto): Comparación de gastos e ingresos reales vs. planificados.

II. KPIs de Operación y Rendimiento

- Tasa de Ocupación:
- Longitud Promedio de Estadía (LOS)
- Check-ins / Check-outs Promedio Diario: Volumen de movimientos de huéspedes.
- Número de Quejas por Huésped / Estancias: Indicador de problemas operativos.
- Tiempo Promedio de Limpieza de Habitación: Eficiencia del departamento de ama de llaves.
- Consumo de Agua, Electricidad y Gas por Huésped / Habitación: Eficiencia energética
- Índice de Rotura/Pérdida de Lencería y Toallas: Control de inventario de blancos.
- Índice de Mantenimiento Correctivo vs. Preventivo: Equilibrio en la gestión del mantenimiento.

III. KPIs de Experiencia y Satisfacción del Huésped

- NPS (Net Promoter Score): Probabilidad de que el huésped nos recomiende.
- Índice de Satisfacción General del Huésped (Guest Satisfaction Score - GSS):
- Puntuación en Plataformas
- Tasa de Retención de Clientes (Huéspedes Repetitivos)
- Comentarios Específicos (Servicio A&B, Entretenimiento, Habitaciones)

IV. KPIs de Recursos Humanos

- Tasa de Rotación de Personal.
- Productividad del Personal (Ingresos / N° de Empleados).
- Días de ausencia del personal.

V. KPIs de Ventas y Marketing

- Costo total de Marketing por Huésped / Ingreso.
- Tasa de Conversión Web / Total de Reservas.
- % Ingresos por Canal de Distribución.
- Penetración de Mercado.

Conclusión:

Estos 43 ítems sintetizan 3 décadas de evolución en la operación de la hospitalidad, combinando aprendizaje de grandes maestros, tradición, adaptación e innovación. Es muy valiosa la bibliografía que me ha formado, e igual de valor tiene cada persona con la que he trabajado.

Cada protocolo, herramienta y estrategia está diseñada para operar hoteles o similares que no solamente reciben, sino que inspiran. La excelencia se logra cuando cada detalle, refleja diariamente el compromiso sincero con los clientes y con los colaboradores.

Nota:

ESTAMOS CERCA DE SER UNA CIENCIA, pero lo esencial es lo humano.

Finalidad del E Book: Es material formativo para capacitar equipos de hoteles, sin costo. Publicarlo como contenido de valor y regalar a tus clientes, inversores, seguidores, etc.

Otros E Books: