

Departamento de Mercadeo y Ventas

Este departamento complementa a todos los demás, pero se dedica principalmente a las ventas y a la publicidad, aquí es donde se contacta a los clientes y se les presenta la empresa para ofrecerles nuestros servicios.

Los directores de eventos, ventas y cuentas son los que informan a los gerentes correspondientes las decisiones de los clientes y:

- Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción
- Buscar clientes potenciales
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.

DEPARTAMENTO DE VENTAS

El gerente general participa activamente en esta área por dos razones básicas. En primer lugar las ventas y su desarrollo son una actividad variada del hotel y no par las operaciones que se hacen día a día, en segundo lugar la política de ventas del

hotel se entrelazan con la imagen de este ante el público y el gerente general desea mejorar esa imagen.

Además del gerente y del departamento de ventas del hotel individual, muchas cadenas cuentan con organizaciones regionales de ventas, cuyo personal tiene como meta producir negocios para los hoteles de la cadena. La ventaja de tener personal para tal fin no puede ser exagerada. Al mismo tiempo, debe reconocer que el uso de personal regional puede generar la necesidad de menos vendedores en la nómina del hotel individual.

A lo largo de este capítulo nos referiremos al personal regional de ventas con respecto a los beneficios adicionales que proporciona a los hoteles pertenecientes a cadenas en comparación con los hoteles individuales.

El departamento está encabezado por un director de ventas, al que se conoce algunas veces como vicepresidente de ventas o puede llevar un título inferior como el gerente de ventas. En cualquier caso es responsable de administrar y dirigir la labor de ventas en diversas sub-áreas en las que normalmente se divide la función de ventas.

RESPONSABILIDADES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS.

Plantación

Es la responsabilidad más importante del Dpto. de ventas de cualquier hotel. En ciertas áreas como las de ventas a grupos de convenciones, las reservaciones se hacen de dos a cinco años antes. En otras, como suceden con las ventas de las agencias de viajes y las ventas de banquetes, el período puede ser más corto, pero aun así se reservan con mucha anticipación a la fecha real. Puesto que las metas de largo alcance son

extremadamente importantes, es vital una plantación correcta para alcanzarlas.

Políticas

En todas las fases de la operación del hotel deben establecerse ciertas políticas y buscar su perfecta adopción, particularmente

En el área de ventas, ya que el proceso de vender debe hacerse considerando ciertas políticas. Las políticas de ventas deben establecerse por lo siguiente:

- Las tarifas para futuras reservaciones tratase de grupos, convenciones, agencias de viajes, individuos o banquetes.
- Capacidad de los grupos que serán aceptados en ciertas épocas del año según las distintas temporadas.
- Importes de los depósitos por anticipados que se obtendrán y que intervalos.
- Pagos de comisiones.
- Requisitos, como lista de alojamiento, preetiquetado del equipo, preasignación de habitaciones y trámites generales.
- Numero de cuarto gratuitos que se darán a los grupos.
- asignación general de las habitaciones, entre grupos e individuos.

Las políticas establecidas en relación con cada uno de estos puntos deben ser de tal forma que produzcan el máximo ingreso para el hotel.

Investigación

Para obtener la mayor cantidad posible de negocios con grupos y convenciones, y especialmente debido a que estos negocios deben reservarse con mucha anticipación a la fecha de llegada debe realizarse una investigación para establecer y desarrollar las fuentes de tales negocios. La investigación es por tanto una función particularmente importante del departamento de ventas en las ventas a grupos y convenciones.

ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL

Un gran vendedor independientemente de lo que venda no siempre resulta un gran administrador. De hecho el impulso y entusiasmo deseable en el vendedor puede provocar que su exaltación por vender pase por algo la necesidad de apegarse a las políticas establecidas; por lo que el personal de ventas debe recibir las indicaciones adecuadas.

En consecuencia la persona que ocupa el puesto de director de ventas debe ser un administrador capaz de manejar el departamento además de realizar la venta.

COOPERACION INTERDEPARTAMENTAL

Muchos hoteles tienen problemas que proceden de una falta de comunicación o cooperación entre el departamento de ventas y los otros departamentos. Vender un servicio es como vender un producto; damas de venderlo hay que entregarlo y es inútil vender servicios o características que no pueden proporcionarse.

Existen muchos ejemplos evidentes de este tipo de ventas. Un vendedor promete a una convención tres cientos Habitaciones con vista al mar en un hotel que solo cuenta con doscientas de ellas. Un vendedor promete servir quinientos desayunos completos entre las ocho y las ocho treinta de la mañana. Un vendedor promete un menú en lo que hay ciertos ingredientes que no se consiguen en esa época del año. Esto son ejemplos muy simples de las ventas de un producto que no puede ser entregado. Si el vendedor en cada caso se hubiera comunicado primero con el departamento de reservaciones o con el de alimentos y bebidas, no

hubiera colocado al hotel en una posición en la que posteriormente tendría que justificarse o pedir disculpas. Con frecuencia, la responsabilidad de pedir tales disculpas recae en una persona que no hizo la venta.

Estos problemas son, generalmente el resultado de un personal de ventas que no se encuentra totalmente familiarizado con el producto, esta situación pueden evitarse si se pide a las personas integrada al personal de ventas que trabajen en cada departamento por tiempo limitado.

La cooperación entre el departamento de ventas y otros departamentos del hotel es fundamental para la entrega correcta de los servicios vendidos. A largo plazo la reputación por una entrega infalible es el mayor activo del departamento de ventas.

Capacitación

El departamento de ventas de un hotel debe, como los demás departamentos estructurarse sobre una base económica razonable. Ciertamente, puede crearse una tremenda organización de ventas al contratar una serie de ejecutivos altamente calificados y con salarios elevados, pero esto rara vez resulta práctico. Consecuentemente el departamento de ventas promedio al igual que la mayoría de los demás departamentos cuenta con gente muy experimentada, menos experimentada y casi inexperta.

El departamento con éxito es el que puede capacitar al personal de ventas menos experimentado en un periodo razonablemente corto. La dirección correcta que seguirá el entrenamiento es una parte importante de la tarea del director de ventas.

Presupuesto

Ningún departamento de un hotel debe operar sin presupuesto o más allá de este. Los vendedores se han ganado la reputación justificada o no de no reconocer la necesidad de vivir dentro de un presupuesto. Aquí nuevamente vemos la importancia de una administración adecuada por parte del director de ventas. Debe establecerse un presupuesto anual de común acuerdo, y es responsabilidad del director de ventas encargarse de que su departamento opere dentro del mismo.

Incentivos

Aunque los incentivos no son necesarios para motivar al personal de ventas de un hotel, en la industria, estos son utilizados en cierto grado. Sin embargo donde se otorgan es importante que su pago se haga hasta que se concrete el negocio y no al momento de la reservación, ya que es difícil justificar el pago de comisiones sobre negocios que no se han materializado.

Dado que las reservaciones para grupos importantes se hacen con 2 ó 3 años de anticipación, el valor de los incentivos se vuelve aquí dudoso.

Correo Directo

El personal de ventas puede comunicarse con los posibles puentes de negocios por correo directo, mediante envíos masivos tipo escopetas. Esta técnica se usa con mucha frecuencia en relación con las agencias de viajes pero

también puede realizarse para tener acceso a asociaciones y organizaciones similares. El valor de la técnica para un hotel depende de los resultados alcanzados. Los porcentajes de respuestas previas a los diversos tipos de correo directos deben revisarse periódicamente antes de hacer otro envío.

Departamentos de seguridad:

Desde la paronímica de entorno la seguridad como objetivo el estudio de la habitad del entorno, la cultura el nivel socio económico las instalaciones los negocios y las actividades desarrolladas su alrededor con el fin de detectar posibles infiltraciones de elementos indeseables que den lugar a molestar a inseguridad en el huésped por otra parte se busca determinar los posibles riesgos de accidentes incendios y/o contaminación del ambiente del hotel.

Seguridad interna:

La seguridad interna incluye la seguridad desde el ingreso hasta el interior de los dormitorios, para ellos cada hotel requiere diferentes distribuciones o disposiciones de plantas. Según el proyecto original y que se consideran locaciones y medidas de seguridad pertinentes con el fin de afirmar la seguridad de todas las áreas internas de las instalación así para la seguridad interna es importante el punto de partida, ósea, las construcción del hotel en función de los puntos vulnerables , como ventanas grande, puertas estrechas bordes disimulados ,etc. que constituyen causas de accidentes un programa genérico por proporcionar en el nivel gerencial sobre seguridad abarcarían las areas siguientes:

Alimentos y bebidas:

Además de las reglas de seguridad e higiene las correspondientes a las del código alimentario abarcarían los ambientes que siguen:

- almacén
- cocinas
- restaurantes y cafeterías
- salones de fiestas
- mayordomía

Alojamiento:

Las reglas de seguridad e higiene así como las medidas de seguridad de los bienes de los huéspedes y prevención de escándalos, marcarían los campos siguientes:

- conserjería
- pisos
- departamentos de teléfono

Área administrativa:

La seguridad e higiene, la seguridad contra robos y la prevención de incidentes comprenderían lo que sigue:

- recepción
- promoción y ventas
- relaciones publicas
- departamento económico y financiero

La seguridad física de las estalaciones obedece a la necesidad de protegerse contra riesgos controlables que

previenen de situación netamente técnicas humanas y de entorno. Entre las situaciones de carácter técnico estas se presentan a partir de la concepción del edificio en el proyecto. En el cual se debe considerar la eliminación de riesgos causas potenciales de accidentes, como defectos de construcción, ambientes con elevaciones menores o salientes peligrosos iluminaciones malas condiciones, ventilación pésima acabados eléctricos mal terminados etc.

La situación de carácter humano obedecen a los hábitos y costumbres del personal que formara parte de la organización; la seguridad investigara permanentemente a todo implicado y trabajador potencial con el fin de asegurarse de sus hábitos de limpieza e higiene , lealtad , grado de cultura honorabilidad honestidad rendimiento en el trabajote esta manera prive la seguridad de la instalación y su huésped desde el punto de vista de la higiene , la atención y la seguridad de las personas y sus bienes.

El problema de la seguridad hotelera se representa en la figura 5.2 ligeramente, modificada de su similar publicada en el libro de seguridad industrial, del mismo autor.

La gerencia del hotel tiene la máxima responsabilidad de la seguridad e higiene de cara a la legislación pertinente ante los trabajadores y huéspedes de las instalaciones con el concepto de que la seguridad comienza desde arriba.

Se establece claramente la condición fundamental para realizar una labor eficaz en materia de prevención de accidente , la seguridad hotelera como concepto abarca la seguridad física de la instalaciones , la seguridad externa de

para el entorno la prevención de accidente laborales y de riesgos , la prevención de riesgos para los usuarios la seguridad de los bienes de los usuarios la comunidad ambiental, la higiene alimentaria, la seguridad contra incendios y catástrofes.

Área recreativa:

La seguridad e higiene y las medidas contra posibles escándalos comprenderían los ambientes siguientes:

- bares
- clubes nocturnos
- albercas
- espacios deportivos

Seguridad externa:

El hotel debe proporcionar seguridad física al personal durante las 24 horas lo cual incluye medidas preventivas desde el exterior hasta el interior del edificio la seguridad externa abarcara básicamente la seguridad perimétrica y del entrada del hotel la disposición y distribución del hotel dificulta la vigilancia cuando tiene demasiadas entradas y salidas pero no cuando se presenta como un edificio compacto. La seguridad externa esta conformada por un elemento físico de control de acceso , casetas de ingreso , las propias entradas y por un elemento humano encargado de supervisar y evaluar , entre otros , los aspectos siguientes:

- control de entradas de visitantes
- servicio de policía cercano
- tipos de clientes que frecuentan el hotel
- localización del hotel para determinar el entorno humano que rodea la instalación

Prevenciones de accidentes laborales y de riesgos

como en toda organización que desarrollo una serie de actividades inherentes a estas existen los riesgos potenciales que si no se analizan previamente causaron posibles incidentes y accidentes ,los accidentes se

puede atribuir directamente a falta de prevención a un plan de seguridad incompleto a malos diseños de construcción del inmueble, a diferentes diseños de construcción de los equipos , a las falta de mantenimiento y seguridad y al individuo mismo ante la presencia de problema psicológicos o a falta físicos de este ultimo.

Entre los factores psicológicos cabe mencionar la ignorancia, el hastío, la fatiga la depresión, insensibilidad, la frustración y los arrebatos entre otros.

Gerencia General

Se hace cargo de la administración, control y desarrollo del hotel cuidando que las distintas áreas o departamentos del hotel lleven a cabo de la mejor manera posible, sus funciones dentro de la misma, es decir, que cumplan con sus objetivos de manera que el desempeño de la empresa en general sea de alta calidad y satisfactorio.

Gerencia de Alimentos & Bebidas

En este puesto se dirige las funciones relacionadas con el proceso de producción de A &B, como son: elegir la materia prima, buscar el proveedor, cuidar del proceso de elaboración, regular la frecuencia de compra de materia prima, existencia y disponibilidad de los alimentos cuando sean solicitados.

Directores o Encargados de Restaurantes

Estos deberán de reportarse con el gerente de A & B y encargarse de todo lo concerniente con el restaurante asignado a supervisar, los hostess, camareros y mochilas deberán reportarse al encargado.

Los principales objetivos específicos de esta actividad son:

- Mantener la continuidad del abastecimiento.
- Evitar deterioros, duplicidades, desperdicios, etc; buscando calidad adecuada.
- Mantener costos bajos en el departamento, sin desmejorar la actuación

Departamento de Recursos humanos

Este departamento se dedicará a mantener las relaciones laborales y personales entre todos los empleados del negocio para optimizar los servicios y hacer las actividades lo más eficiente posible, además de que tendrá que reclutar y capacitar al personal necesitado, e inducir correctamente a los nuevos empleados.

Este departamento mantendrá a los empleados y clientes comunicados con la administración, de esta manera se logrará un ambiente agradable de trabajo. Otras funciones incluyen:

- Evaluar el trabajo de todos los empleados
- Asegurarse de que todo el personal sea respetuoso y educado
- Elaborar los contratos de todos los empleados,

Objetivos Fundamentales

Medir el potencial humano. Mejorar el desempeño y estimular la productividad. Oportunidades de crecimiento y participación de todos los miembros de la organización. Definir la contribución de los empleados.

Departamento de Contabilidad

En esta área se pretende manejar de manera eficiente las operaciones financieras que ocurren dentro de la empresa. Así como mantener la contabilidad del hotel al día reportar los estados financieros y proporcionar los análisis financieros del hotel, gestionar las actividades de índole legal y del Franquiciatario.

Departamento de Reservaciones

El departamento de habitaciones es el encargado de captar y manejar las solicitudes de reservas. El mismo opera en estrecha coordinación con el personal del departamento de recepción y ama de llaves.

Este departamento debe determinar la disponibilidad del hotel, cotizar las tarifas de las habitaciones, tomar y confirmar las reservaciones y El departamento esta compuesto por un gerente de reservaciones quien supervisa y dirige el buen desempeño del departamento y los agentes de reservaciones los cuales realizaran las funciones de atender las reservaciones que lleguen por los diferentes medios de comunicación, las reservas de grupo, las reservas de agencias de internet o tour operadoras, manejar el dinero proveniente de los depósitos correspondientes para garantizar las reservas.

OTRAS FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO

- Postear los cargos por depósitos de reservas
- Monitorear la disponibilidad de habitaciones
- Asistir al personal de recepción en el proceso de check in/ check out cuando sea necesario
- Preparar la lista de llegadas para recepción

GERENTE DE RESERVACIONES:

- Controla y coordina todas las reservaciones
- Mantiene el control sobre la exactitud de la información dada por los agentes de reservas
- Vigila y controla los cupos de los suplidores (agentes de viaje) para asegurarse de que no sobrepasen el numero de habitaciones contratadas en cada categoría.
- Mantiene relaciones cordiales con los suplidores
- Revisa y modifica las tarifas de las habitaciones según las instrucciones de los departamentos competentes.
- Asegura que la base de datos del centro de cómputos este actualizada
- Asegura que toda solicitud de reserva sea contestada el mismo día
- Asegura la exactitud en la preparación de los informes: forecast, ocupación, etc. dando especial atención a las tendencias del mercado para prevenir sobreventa y aprovechar la demanda.

AGENTE DE RESERVACIONES:

- Su principal objetivo es vender habitaciones

- Toma las reservas y las computa.
- Mantiene actualizado el centro de cómputos para un forecast lo mas próximo a la realidad posible.
- Elabora los reportes del departamento
- Apoya al gerente de reservaciones en sus actividades: atención de suplidores, huéspedes, etc.
- Atiende las sugerencias y quejas de huéspedes en el hotel en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones.

GERENTE DE RECEPCION:

- Define funciones de puestos
- Interviene en el proceso de reclutamiento de personal.
- Supervisa el trabajo de sus subalternos
- Participa en las reuniones diarias con los demás jefes de departamentos
- Elabora los horarios de trabajo del personal de recepción
- Revisa la facturación de las cuentas de los huéspedes.
- Mantiene actualizada la capacitación del empleado.

Para ser un gerente de recepción es necesario contar con una serie de cualidades importantes :

- Capacidad de Planeación
- Visión
- Buen manejo de recursos humanos
- Liderazgo
- Observación
- Capacidad de resolver imprevistos

SUPERVISOR DE RECEPCION:

- Coordina y supervisa las labores del personal de recepción
- Asegura que se logre la satisfacción total del cliente
- Mantiene informado al personal de las actividades y disposiciones de la gerencia
- Se asegura de que las tarifas aplicadas sean las correctas
- Apoya al personal en la solución de problemas
- Revisa los reportes para asegurar que sean correctos

RECEPCIONISTA:

- Recibe a los huéspedes
- Vende y asigna habitaciones
- Da información general del hotel
- Hace el registro de entrada del huésped
- Revisa el reporte de habitaciones hecho por ama de llaves

- Lleva el control de entrada/salida de huéspedes
- Reporta a ama de llaves las habitaciones check out para fines de limpieza
- Lleva el control de las llaves de la habitación

Departamento de Ama de Llaves

Es el departamento con mayor número de empleados en el hotel. Se encarga de la limpieza del hotel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.

1.- **LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.**– De todo el hotel

2.- **ENTRENAMIENTO DE PERSONAL.**– cada empleado del hotel debe ser entrenado para relacionarse con sus compañeros, relacionarse con otros departamentos del hotel y con los clientes.

3.- **SUMINISTROS Y EQUIPOS.**– pedidos, almacenaje, control, re–ordenar, ama de llaves junto con el contralor puede tener un patrón de la vida útil de los equipos usados.

4.- **TRABAJO DE OFICINA.**– son todos los reportes que se deben llevar. El más voluminoso es el de horario para llevar un buen record del pago dada la gran cantidad de empleados.

Conclusión

Los resultados obtenidos en la investigación que realizamos sobre los diferentes departamentos de un hotel, especialmente el departamento de ventas, fueron satisfactorios. También comprendimos las diferentes funciones y responsabilidades que le corresponde desempeñar a cada departamento como tal.

Es importante señalar que mediante este trabajo de investigación nos pudimos dar cuenta que la buena comunicación entre las diferentes áreas de un hotel, es algo sumamente primordial para ofrecer un buen servicio y un hospedaje confortable a los visitantes.

Esperamos que los conceptos expuestos en este trabajo de investigación puedan aportar un granito de arena para el mejor de los provecho.

Recomendaciones

Es importante señalar y recomendar los siguientes puntos a tomar en cuenta para que un hotel cuente con un buen flujo de turistas:

- El Departamento de Reservas y El Departamento de Recepciones deben brindar un buen trato, excelente disposición y buena atención a los visitantes, al momento de reservar y solicitar los servicios del hotel.
- El Departamento de Ventas debe mantener una buena comunicación con las diferentes áreas y departamento del hotel.
- El Departamento de Recursos Humanos tiene la responsabilidad de que la calidad humana y profesional del personal que labora en las diferentes áreas del hotel sea excelente.
- El Departamento de Seguridad debe velar para mantener la integridad física y emocional de cada visitante en el hotel.

Introducción

Por medio de los conceptos expuestos en este trabajo de investigación daremos a conocer y escudriñaremos un poco más a fondo acerca de algunos de los diferentes departamentos y áreas de un hotel, abordando puntos tan importantes como: La importancia que tiene un departamento en específico, Su responsabilidad y la Relación que puede guardar con otras áreas.

Esperamos poder contribuir con el enriquecimiento del conocimiento, y tener ideas claras y concisas acerca de la responsabilidad e importancias de las diferentes áreas y departamento de un hotel.