



UNIVERSIDAD ALZATE DE OZUMBA

INCORPORADA A LA UNAM CLAVE 8898

**“CALIDAD EN EL SERVICIO APLICADO AL
HOTEL VILLAS ASTURIANAS”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

PRESENTA:

LAURA CORDOBA HERNANDEZ

ASESOR DE TESIS:

ABIGAIL ALONSO REYES

OZUMBA, MEX.

JUNIO 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A MIS PADRES.

Porque a ellos les debo todo lo que tengo y lo que soy, porque siempre me apoyaron para que pudiera lograr todo lo que me propusiera en la vida y quienes siempre estuvieron conmigo en las buenas y en las malas.

A MIS HERMANAS.

Quienes siempre me dieron ánimos para seguir adelante y que han sido un gran apoyo moral.

A DIOS.

Por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida y a quien siempre estaré agradecida.

A MIS COMPAÑEROS DE ESCUELA.

Ya que en todo momento me levantaban el ánimo si este decaía, por confiar en que lograría terminar una carrera.

A MIS COMPAÑEROS DEL HOTEL VILLAS ASTURIANAS.

Por haberme ayudado y brindado información necesaria para poder realizar mi tesis, sin pedir nada a cambio.

A MIS PROFESORES.

Desde los del preescolar hasta los de la licenciatura, quienes me apoyaron y enseñaron el valor de la educación y que dedicaron horas de su tiempo para que pudiera ser mejor.

ÍNDICE

Dedicatorias	2
Índice	3
Introducción	6
Capítulo 1. Antecedentes de la calidad	8
1.1. El hombre de las cavernas y la era de la recolección	9
1.2. La usufactura	10
1.3. La manufactura artesanal y las comunidades	11
1.4. El surgimiento de diferentes organización de trabajo	13
1.5. La revolución industrial	14
1.6. Etapa de la inspección y la administración científica de Taylor	15
1.7. Control estadístico de la calidad	16
1.8. Aseguramiento de la calidad	17
1.9. Definiciones de calidad	18
1.10. Principales gürus de la calidad	20
1.10.1. Jan Carlzon	20
1.10.2. W. Edwards Deming	20
1.10.3. Joseph M. Jurán	20
1.10.4. Phillip B. Crosby	21
1.10.5. Armand V. Feigenbaum	21
1.10.6. Kaoru Ishikawa	22
1.10.7. Genichi Taguchi	22
1.10.8. Shigeo Shingo	23
Capítulo 2. Calidad aplicada a los servicios	25
2.1. Definiciones de servicio	25
2.2. Características de los servicios	27
2.3. Tipos de servicios	29
2.4. Clases de servicio	30
2.5. Ciclos del servicio	30
2.5.1. Ciclo del servicio de la empresa	30
2.5.2. Ciclo del servicio del cliente	32

2.6. Reglas para una excelente atención al servicio	32
Capítulo 3. Serie ISO 9000	34
3.1. Antecedentes	34
3.2. Familia ISO 9000	35
3.3. Serie ISO aplicada a los servicios	37
3.3.1. Principios del sistema de calidad	40
3.3.2. Objetivos de calidad	40
3.3.3. Autoridad y responsabilidad de calidad	41
3.3.4. Personal y recursos materiales	42
3.3.5. Documentación y registros de calidad	43
3.4. Normas Oficiales Mexicanas	46
Capítulo 4. Antecedentes de la empresa	48
4.1. Misión	49
4.2. Visión	49
4.3. Filosofía	49
4.4. Manuales	49
4.5. Objetivos	61
4.6. Estructura organizacional	61
4.7. Organigrama del Hotel Villas Asturianas	63
4.8. Políticas	64
4.8.1. Reglamento del hotel para reservaciones	64
4.8.2. Reglamento del hotel para recepción	65
4.8.3. Reglamento del hotel para el hospedaje	65
4.8.4. Reglamento del hotel para la salida	66
4.8.5. Reglamento para el personal en general	67
4.8.6. Reglamento interior del Centro Asturiano de México A.C	71
4.9. Estilo de dirección	75
4.10. Cultura(valores, ética, cultura organizacional)	77
4.11. Marco jurídico	80
4.11.1. Reglamento de la prestación del servicio turístico del sistema de tiempo compartido	80

4.11.2. Ley Federal de Protección al Consumidor	86
Capítulo 5. Propuesta de Plan Integral de Calidad aplicado al Hotel Villas Asturianas	91
5.1. Determinación de objetivos y metas	91
5.2. Establecimiento del comité de calidad	91
5.3. Funciones del comité de calidad	92
5.4. Elaboración del programa general de calidad	93
5.5. Capacitación para el personal de recepción del hotel	95
5.6. Elaboración práctica del programa de capacitación	99
5.6.1. Carátula	99
5.6.2. Índice	99
5.6.3. Introducción	99
5.6.4. Objetivos	100
5.6.5. Políticas	100
5.6.6. Control de asistencia	103
5.6.7. El folleto del programa	104
5.7. La voz del cliente	104
5.8. Características de la calidad de los servicios o procesos	106
5.9. Diseño del sistema del servicio	108
5.10. Construcción del prototipo	110
5.10.1. Localización de la planta	112
5.10.2. Numeración y ubicación de habitaciones en hotel nuevo	112
5.10.3. Numeración y ubicación de habitaciones en hotel anterior	114
5.11. Programación del mantenimiento preventivo	115
5.12. Diagrama de flujo del proceso del servicio de entrada	117
5.13. Diagrama de flujo del proceso del servicio de salida	118
5.14. Control estadístico	119
Conclusiones	124
Anexos	127
Referencia bibliográfica	132

INTRODUCCIÓN

La presente investigación realizada al Hotel Villas Asturianas pretende determinar e implantar herramientas que sean útiles para lograr el mejoramiento de la calidad en el servicio que se ofrece al socio en la actualidad, es por ello que me basare en las teorías de estudiosos como lo son; Jan Carlzon, W. Edwards Deming, Phillip B. Crosby, entre otros, quienes nos aportan elementos que pueden ser aplicables a esta investigación y nos dan las directrices a seguir para lograr un mejor desempeño del personal que labora dentro del hotel y de los jefes de área.

Se entenderá la importancia de los 15 segundos a los que hace referencia Carlzon, en los que el personal tiene contacto directo con el cliente para la entrega del servicio, en los cuales la compañía entera se pone a prueba y que de ello dependerá la imagen que se formará de dicha empresa, en este caso del Hotel.

Y para lograr mejoras en la calidad es necesario emprender medidas de inmediato, como puede ser la capacitación al personal ya que de esta manera, además de aprender a realizar de manera óptima sus labores, el empleado comprenderá el papel tan importante que juega dentro de la organización para que esta funcione y así los objetivos puedan ser logrados satisfactoriamente.

Se pretende obtener logros en el área de recepción y reservaciones principalmente, áreas en las cuales radica con mayor importancia la calidad del servicio.

En el primer capítulo hablo de los inicios de la calidad en el mundo antiguo, en donde el hombre se da cuenta de que hacer las cosas bien, le traerá mayores beneficios a su vida diaria y como es que estos pensamientos se fueron desarrollando a lo largo del tiempo hasta llegar a la época en donde se observa un gran avance sobre la importancia que ha tomado la calidad, pero ya no solo como medio para hacer fáciles las cosas, sino que también como la forma de sobresalir

y permanecer en la competencia disputada entre organizaciones, y para ello surgen ideas de gürus de diferentes países dedicados a investigar más a fondo el tema de la calidad.

Para el segundo capítulo me empiezo a adentrar ya en la calidad aplicada exclusivamente a los servicios, dando algunos conceptos de servicio, los tipos que existen, clases y ciclo del mismo.

Es en el tercer capítulo donde hago referencia a las ISO 9000, sus antecedentes y tipos existentes, ampliándome en hacer mención de la ISO 9000 dedicada solamente a los servicios.

El cuarto capítulo esta dedicado a la empresa de la cual se ha tomado información y a la cual se pone como ejemplo práctico de lo mencionado en los capítulos anteriores a éste, aquí se dan los datos necesarios para evaluar a la organización y poder basarme para detectar los puntos rojos en los que hay que tomar cartas en el asunto para poder mejorar el servicio ofrecido.

El quinto y último capítulo es la propuesta del plan integral que ofrezco para mejorar la calidad en el servicio del Hotel Villas Asturianas, en donde se manejan las metas y objetivos que se pretenden lograr con la implantación de este plan y algunas medidas que podrían ser tomadas a manera de hacer más eficiente y eficaz el servicio que actualmente se da.

Al final de la investigación redacto las conclusiones a las que llegué después de haber evaluado el Hotel, así como mis propuestas.

CAPITULO 1. ANTECEDENTES DE LA CALIDAD

Desde la era de las cavernas, el hombre utilizó, de manera instintiva, el concepto de la calidad como un juicio o una apreciación personal que necesita hacer para la correcta toma de decisiones.

Hace años, el hombre era un recolector, no transformaba la naturaleza, sólo tomaba lo que ella producía; y sus preocupaciones sobre la calidad se limitaban a la inspección, valoración y selección de los productos naturales.

Los juicios comparativos se relacionaban con las actividades que desempeñaba para su subsistencia: con base en las características que él apreciaba de un objeto, planta o animal, a través de juicios de comparación seleccionaba los frutos comestibles maduros y más sabrosos, las pieles más gruesas y grandes o las cuevas más cómodas y seguras.

Pero no solo el hombre hace juicios acerca de la calidad, sino que también lo podemos observar en la misma naturaleza y, a partir de ellos, toma decisiones. La calidad esta presente en lo que es la evolución de los seres vivos, es un concepto que forma parte de la naturaleza desde los tiempos de su creación.

Y con el paso de los siglos, han sido las características de calidad de cada especie, las que determinaron su supervivencia ante las mutaciones que la naturaleza les hizo experimentar. En el mundo salvaje, unas especies van sustituyendo a otras, porque están mejor preparadas para competir y afrontar los cambios de su medio ambiente. La naturaleza es sabia y por ello perfecciona a los seres vivos a través de mecanismos de evolución, buscando mejorar siempre la calidad de todos ellos y de todo ecosistema. Ella nos ha mostrado que la características de cada ser se deben a su interacción con el sistema, con el ambiente que habita y con los demás seres con los que compite por sus supervivencia.

El concepto de calidad siempre ha existido, está implícito en las leyes de la naturaleza. Y lo podemos observar es que los animales más sanos y fuertes sobreviven por encima de los enfermos y débiles, al igual que los vegetales con mayor resistencia y adaptación a las condiciones climatológicas han sobrevivido a los procesos de extinción o lo han logrado en ciertas regiones donde pueden vivir.

La naturaleza emplea los cambios climatológicos y de hábitat como pruebas de control de calidad, como estímulos para hacer evolucionar a las especies. Dichos cambios les demandan mejorar sus habilidades, características y adaptabilidad para sobrevivir, extinguiendo a las más débiles, las menos sanas y las que no logran un balance con las demás especies y el medio ambiente.

1.1. *El hombre de las cavernas y la era de la recolección.*

En la primera etapa de su desarrollo, el hombre habitaba en cuevas, razón por la que a ésta etapa se le denominó “la era de las cavernas”. La principal actividad era la de abastecer comida, vivía de la recolección de los alimentos que la naturaleza le proveía. Se agrupaba en pequeñas tribus nómadas con una básica organización interna, semejante a la que se encuentra en cualquier especie de animales: destacaba un líder, se tenían unas cuantas reglas y todos desempeñaban los mismos trabajos como la caza, pesca y cosecha de frutos y vegetales. Si acaso, se guardaba cierto respeto y consideración para las hembras.

La calidad de sus comestibles estaba ya determinada por la naturaleza, y dependía de las condiciones del medio ambiente. El cavernícola no tenía posibilidades de cambiarla, se limitaba a inspeccionar los diferentes frutos que podía tomar, valoraba las características que reconocía como favorables y, con base en ellas, seleccionaba cuáles recolectar.

1.2. La usufactura.

En esta etapa el hombre empezó a transformar su hábitat y se inicio en la “usufactura”, que quiere decir la elaboración de un producto para usarlo uno mismo. Aquí el hombre desarrolló sus primeros y más simples conocimientos científicos, y con ellos elaboró las primeras herramientas para su uso personal, tales como: arcos, flechas, cuchillos vasijas y vestimentas. Éstas le sirvieron para mejorar sus capacidades físicas en la caza y las guerras, y para la preparación, manejo y almacenamiento de animales.

Se iniciaba la actividad del hombre en la transformación de su medio ambiente y, en consecuencia, su propia responsabilidad en la calidad de los productos para su consumo. Ahora, no dependía solamente de la naturaleza, sino de su creatividad para aprovechar y adaptar los materiales existentes.

Con la ayuda de las primeras herramientas, el hombre mejoró su posición competitiva con la naturaleza. Ya no era la naturaleza la única responsable de la producción y la calidad. El hombre se empezó a dar cuenta de que podía mejorar sus armas y herramientas, sus métodos de agricultura, de construcción de vivienda, el curtido de pieles.

Con la usufactura, el hombre cambió su relación con la calidad y la tomo bajo su responsabilidad. La administración de la calidad creció de ser un juicio, a incluir acciones para mejorar los productos que le eran brindados por la naturaleza. Ya no bastaba con escoger la mejor opción natural, ahora había que buscar la que pudiera satisfacer sus necesidades. Surgió la experimentación como actividad para el mejoramiento de la calidad.

Con esto existe la ventaja de que la propia persona elabora y usa sus productos y, por lo tanto, percibe su calidad, debido a los problemas a los que se enfrenta en cuanto a los materiales y los métodos de fabricación. Esto mantiene

el ciclo de producción y experimentación del producto bajo el control de un mismo individuo. Entonces, cada vez que elaboraba o usaba un producto tenía la oportunidad de observar y darse cuenta de los errores que cometía y de la forma en que los podía mejorar, es decir; aprendía y aumentaba su dominio tecnológico.

Es así como surge la administración de la calidad, en la cual el hombre desarrolla conocimientos y acciones para cambiar su posición competitiva con la naturaleza, inventando las armas y los utensilios que requería, o mejorando el desempeño de los mismos.

Las tribus, al principio eran pequeñas y todos seguían realizando la totalidad de las actividades. Pero, al crecer, tuvieron que empezar a dividirse las tareas, dando paso a las primeras formas de organización del trabajo: los integrantes menos diestros y las mujeres se encargaban de las tareas que implicaban quedarse en la aldea, en tanto que los más fuertes, salían de cacería y enfrentaban a los animales y a otras tribus en defensa de su propio grupo. La organización era simple pero empezaban a surgir la asignación de tareas específicas.

1.3. *La manufactura artesanal y las comunidades.*

El crecimiento de las tribus dio como resultado que pasaran a convertirse en comunidades, también los sistemas de liderazgo evolucionaron y los líderes se volvieron gobernantes. Surgieron los sacerdotes y con ellos, la centralización del conocimiento científico; las tareas de observación y búsqueda de la verdad se hicieron especializadas.

El hecho de que la población creciera, creó la necesidad de una mayor organización en la asignación de tareas, lo que hizo al hombre optar por la especialización de trabajos, fue entonces que aparecieron los artesanos y los

especialistas, y los gobernantes quienes crearon la burocracia para desarrollar tareas en beneficio de los pobladores.

Ahora el usuario y el productor dejaron de ser la misma persona. Y la usufactura evolucionó para convertirse en manufactura, sin embargo, la comercialización se mantuvo con el productor y se realizaba cara a cara, entre el artesano y el usuario. Con el trueque, ambas partes podían apreciar las características de calidad del producto y discutir sobre ellas. Así el ciclo de mejora de la calidad pasó a incluir a más de una persona.

En los pueblos pequeños, los productos de los artesanos no tenían realmente mucha demanda y por esto existía solo un especialista de ese producto, pero los usuarios entonces no tenían otra opción para comparar la calidad. La producción era sencilla, el mismo artesano y su aprendiz cubrían todas las etapas de la producción y comercialización del producto. Pero en los pueblos más grandes se incrementó la demanda de productos manufactureros por lo que aparecieron más artesanos. Surgieron así la competencia entre ellos y el mecanismo de la oferta y la demanda. Esto fomentó la creatividad y la invención de aparatos mecánicos que ayudarán a producir con mayor rapidez.

Con el tiempo, lo que importaba ahora a los productores era producir más y en poco tiempo lo que llevo al surgimiento de los talleres lo que mejoró la productividad pero dificultó la mejora de la calidad, ya que la comercialización de los productos se separó del productor. El artesano dejó de estar presente en el total de las tareas de transformación del producto, y el ciclo de mejora de la calidad perdió así la comunicación directa entre el obrero productor y el usuario.

Después vino a desarrollarse lo que es el comercio y es entonces que los comerciantes pasan a ser intermediarios entre los obreros y los artesanos lo que aumentó el control de la calidad. Se propicio también la fijación de especificaciones de diseño y mediciones de volumen, el desarrollo de

herramientas para la inspección y medición de productos, y el surgimiento de los primeros supervisores e inspectores de control de calidad.

1.4. El surgimiento de diferentes organizaciones de trabajo.

En la antigua China del año 1600 a.C., los talleres eran propiedad del gobierno, quien formó tres organizaciones de producción: una dedicada a la recolección y preparación de materias primas, a la fabricación de productos que organizó a los artesanos en talleres y al almacenamiento y distribución de los productos. El Código de Hammurabi (2150 a. C.), declaraba: *“Si un albañil construye una casa para un hombre, y su trabajo no es fuerte y la casa se derrumba matando a su dueño, el albañil será condenado a muerte”*.

Es aquí que el control de la calidad se lleva a cabo gracias a dos organizaciones: una dedicada a la normalización y al establecimiento de estándares de calidad y productividad, y otra más dedicada a la inspección de los talleres y de sus productos.

Con la necesidad de formar grandes construcciones, se exigía una gran cantidad de obreros y trabajadores especializados ya que las implicaciones de cometer errores en estos proyectos provocó también el desarrollo de nuevas actividades de control de calidad. Se crearon instrumentos de medición como la plomada, el nivel, la escuadra, los rodillos para conseguir superficies planas. Ejemplo de ello son las inscripciones de la tumba del faraón Rekh-Mi-Re en Tebas, Egipto, y que dan evidencia del empleo de dichos instrumentos en el año de 1450 a.C., muestran a inspectores comprobando la calidad y dimensiones de los bloques de piedra con un pedazo de cordel.

Otro ejemplo son los inspectores fenicios quienes cortaban la mano a quien hacía un producto defectuoso, aceptaban o rechazaban los productos y ponían en vigor las especificaciones gubernamentales. Los mayas también usaron este método. La mayoría de las civilizaciones antiguas daban gran importancia a la

equidad en los negocios y cómo resolver las quejas, aún cuando esto implicara condenar al responsable a la muerte, la tortura o la mutilación.

1.5. *La Revolución Industrial.*

Es en esta época que todo comienza a cambiar ya que el crecimiento de la población trajo consigo la demanda de más productos, lo que presionó a los pequeños talleres a incrementar notablemente el volumen de su producción para cubrir las necesidades del consumidor.

Para el año de 1750 empieza a introducirse en Inglaterra el uso de máquinas motorizadas para agilizar la fabricación de productos o de transporte como el ferrocarril, la máquina de vapor, el barco, etc. Es así como poco a poco los talleres que por mucho tiempo perduraron fueron desplazados por las fábricas que contaban con la tecnología necesaria para cubrir la demanda tanto de consumidores de alto y bajo nivel económico, ya que la producción en masa a través de maquinaria permitía que el costo del producto se disminuyera en gran medida, dándole oportunidad a la clase pobre de tener a su alcance los productos ofrecidos.

Pero también trajo como consecuencia que se le diera mayor importancia al hecho de producir grandes cantidades de un producto sin preocuparles la calidad del mismo la cual dependía de las habilidades que el trabajador tenía, ahora lo que les preocupaba era el desempeño de las máquinas durante el proceso de producción.

Por lo anterior, surgen los primeros inicio de la especialización, ya que lo que anteriormente se ocupaba de hacer un solo artesano, ahora se convirtió en algo complicado, por lo que se vio en la necesidad de asignar sus tareas a otros, principalmente las administrativas, cubriendo el ciclo completo de mejora de la calidad. Es así que con el paso del tiempo estas pasan a ser especializaciones de tipo profesional que requieren de conocimientos necesarios para llevar a cabo una buena producción.

Ahora las actividades se dividen y las realizan los departamentos encargados de tareas específicas, organizados bajo líneas de mando dando así la realización de organigramas los cuales muestran a parte de las líneas de mando, las líneas de responsabilidad.

1.6. *Etapa de Inspección y la administración científica de Taylor.*

La etapa de la inspección comienza desde el momento en que el hombre empieza a producir cualquier cosa que le sea útil y se da cuenta de que debe adaptarla y modificarla de forma que cubra sus necesidades y esto sucede desde la época artesanal, en donde la calidad se establecía a través del trato directo entre el artesano y el consumidor, ya que el cliente podía revisar el producto en el momento en el que le era entregado y verificar si realmente reunía las características deseadas o que se adaptaba a sus necesidades, por ello podemos decir que su calidad era alta. Sin embargo con la llegada de la industrialización y la producción masiva, ahora ya no es posible el trato directo por lo que se da la necesidad de introducir procedimientos eficaces para lograr un mejor desempeño de las fábricas, ideas que fueron posteriormente desarrolladas a través de la administración científica de Frederick W. Taylor.

Con el Taylorismo se llevó a cabo ya de manera más eficiente y científica la división de tareas, con esto se pretendía incrementar la producción y la productividad, es decir hacer más con la misma cantidad de trabajadores o de ser posible con menos de ellos. También implementó el uso de supervisores quienes se encargaban de vigilar que los demás trabajadores cumplieran con sus cuotas respectivas de producción en sus jornadas laborales.

Taylor separa la planeación de la ejecución, ya que según él, la planeación estaba en manos de sus supervisores y trabajadores, personas que no tenían la capacidad para desempeñar esta tarea por no contar con los conocimientos tecnológicos necesarios para la toma de decisiones. Es así que solo un grupo de ingenieros eran quienes se encargaban de las decisiones y de decir como se

harían las cosas y los trabajadores sólo tenían que ejecutar las órdenes que se les daban.

En esta etapa se le dio más importancia a la producción en masa, sin poner atención a la calidad y el sentir del empleado que cada vez se veía menos en contacto con su producto, pero se creía que los beneficios económicos para los trabajadores compensaban las consecuencias sociales.

1.7. Control estadístico de la calidad.

En esta etapa se desarrollaron herramientas estadísticas que apoyaron al control de la calidad, basadas en teorías estadísticas. Con la utilización de estas herramientas y algunos estudios se pudo mejorar el control y así estabilizar y reducir la variación en el proceso, asimismo los clientes pueden estar ahora más seguros de que su producto siempre cumplirá con las especificaciones deseadas.

Entonces, tenemos que el control total de la calidad es el conjunto de actividades orientadas a la obtención de la calidad, tomando en cuenta todos los procesos por los que pasa el producto y hasta llegar a manos del consumidor.

Es importante decir que con la llegada de esta etapa se le dio fin a la inspección con el objetivo de producir en masa y convertirse en una inspección a base de muestreo.

Walter Shewhart, un personaje significativo en esta etapa, veía a la calidad como un problema de variación el cual podía ser controlable el cual se lograba prevenir mediante la eliminación a tiempo de las causas que provocaban las fallas y así poder cumplir la producción con la tolerancia de especificación en el diseño, sin tener que esperar a que el producto estuviera terminado para corregir los errores detectados.

1.8. Aseguramiento de la calidad.

Surge la necesidad de involucrar a todos los departamentos de la empresa en el diseño, planeación y ejecución de las políticas de calidad y no solo de un área.

A principios de los años cincuenta Joseph M. Juran impulsa el aseguramiento de la calidad en donde el proceso de manufactura requiere del esfuerzo coordinado de todos los departamentos, ya que la calidad no solo consiste en que el producto cumpla algunas especificaciones sin errores, sino que también hay que poner atención en el diseño, materias primas, etc.

El aseguramiento de la calidad se define, desde el punto de vista normativo, como “el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas implantadas dentro del sistema de la calidad, y demostrable si es necesario, para proporcionar la confianza adecuada de que una entidad cumplirá con los requisitos para la calidad”

Pretende proporcionar tanto a clientes, como a fabricantes la evidencia necesaria para dar la confianza de que la función de calidad se está ejecutando adecuadamente. Y asegurar que los productos y servicios cumplirán fielmente los requisitos especificados.

Con este pequeño recorrido a través de la historia de la calidad podemos ver, en lo importante que se ha convertido con los años este aspecto, dentro de la vida diaria de las empresas encargadas de brindar servicios o crear productos para los consumidores a tal grado de ser un punto decisivo para la permanencia dentro del mercado.

Podemos ver como en un principio, el hombre al darse cuenta de que podía hacer uso de algunos instrumentos que la naturaleza le brindaba, comenzó a transformarlos para su propio beneficio según las necesidades que tuviera, con el paso del tiempo fue mejorando cada vez más, pero llegó una etapa en la que

ahora quien producía ya no era el usuario, sino alguien encargado de elaborar grandes cantidades de un mismo producto para varios consumidores, es decir, fábricas que ahora se preocupaban por la cantidad dejando a un lado la calidad.

Pero con la llegada de estudiosos como Taylor, quien fue uno de los pioneros en este tema, empiezan a cambiar las cosas y se toman en cuenta elementos que puedan contribuir al mejoramiento del producto o servicio ofrecido al consumidor y que al mismo tiempo traerán beneficios a la empresa en cuanto a los gastos incurridos en la producción y distribución del producto y la eficiencia de la misma a través de distintas aportaciones ofrecidas por los gurús de la calidad.

1.9. Definiciones de calidad

Es necesario que para hablar de calidad, el cual es el tema principal, podamos comprender primero su significado, es por eso que se han tomado las definiciones de varios autores como referencia para poder crear una propia la cual pueda ser bien comprendida.

- “Adecuación para el propósito o uso”

[Jurán:51.23]

- “La totalidad de elementos y características de un producto o servicio que le confiere su habilidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas.”

[Quality vocabulary en Oakland:99.124]

- “La calidad debe ser orientada hacia las necesidades del consumidor, presentes y futuras”

[Deming en Oakland:99.124]

- “La resultante total de las características del producto y servicio, en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento, por medio de la cual el producto o servicio en uso cumplirá las expectativas del cliente”

[Feigenbaum en Oakland:99.124]

- "La explica desde una perspectiva ingenieril como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos. Su lema es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos" *[Crosby en Oakland:99.124]*
- "La calidad es parte del servicio posventa, así como de la administración en general y la vida humana" *[Ishikawa:80.28]*
- "Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos" *[ISO 9000 en www.wikipedia.com.mx]*
- "Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie" *[Real Academia de la Lengua Española en www.wikipedia.com.mx]*
- "Calidad es la menor perdida posible para la sociedad". *[Taguchi:51.47]*
- La calidad como resultado de la interacción de dos dimensiones: dimensión subjetiva (lo que el cliente quiere) y dimensión objetiva (lo que se ofrece). *[Shewhart en www.wikipedia.com.mx]*
- Conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente. *[Sociedad Americana para el Control de la Calidad en Ruíz-Canela:04.86]*

La calidad es entonces, simplemente cumplir con los requisitos, expectativas y deseos del cliente en cuanto al producto o servicio recibido por parte de la organización y que ante todo cubrirán sus necesidades.

1.10.-Principales Gurús de la Calidad

Ahora se presenta una breve reseña histórica de los principales autores que han aportado elementos de gran relevancia a lo que es la calidad y su aplicación, con ello se pretende que se puedan retomar algunos de sus puntos los cuales de alguna forma sean introducidos en el Hotel Villas Asturianas para mejorar su calidad en el servicio.

AUTOR	RESEÑA HISTORICA	APORTACIONES
<p>1.10.1. <u>Jan Carlzon</u></p>	<p>Graduado de la escuela de economía de Estocolmo, con maestría en administración. Reconocido como uno de los especialistas en calidad más importantes en el área de servicios.</p>	<p>*<u>Momentos de la verdad</u>. Momentos en que los empleados tienen contacto con sus clientes(15 seg) utilizados para dar el servicio, en el que tiene que lograr una buena imagen. *<u>Ciclo del servicio</u>. Es documentar todos los pasos que el cliente debe seguir para recibir el servicio. *<u>Pirámide invertida</u>. Los empleados necesitan sentir y saber que son necesarios(motivación) *<u>Empowerment</u>. Al darle libertad al personal, se vuelve más poderoso y capaz y con él la empresa.</p>
<p>1.10.2. <u>W. Edwards Deming</u></p>		<p>*<u>Círculo de Deming</u>. Pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente, y no con base en apreciaciones. (PVHA). *<u>Los 14 puntos de Deming</u>. Para la construcción de una cultura de Administración de la calidad. *<u>Plan de acción de 7 puntos</u>. Van desde la problemática de administración en la aplicación de los 14 puntos hasta las causas de quiebra y obstáculos que afectan a las compañías.</p>
<p>1.10.3. <u>Joseph M. Juran</u></p>	<p>Inició su carrera profesional como ingeniero en 1924. Juran fue invitado a la Unión Japonesa, con el fin de conducir seminarios para ejecutivos. Sus conferencias tienen alto contenido administrativo enfocado a la planeación, organización y responsabilidad</p>	<p>*<u>Adecuación al uso</u>. Implica las características de un producto que el usuario reconoce que le benefician. *<u>Parámetros que determinan la adecuación al uso</u>: Calidad de diseño, Calidad de conformancia, Disponibilidad y Servicio técnico. *<u>Trilogía de la calidad</u>. Control de calidad, Mejora de nivel o cambio significativo, Acciones de planeación *<u>Planeación de la calidad</u>. Es el</p>

	de la administración en la calidad.	<p>proceso de preparación para alcanzar objetivos de calidad.</p> <p><u>*Autocontrol.</u> Cuando el trabajo se organiza de manera que le permita a una persona tener control total sobre el logro del resultado planeado, la persona puede decir que el trabajo está en un estado de autocontrol.</p> <p><u>*Espiral de la calidad.</u> Todos los departamentos forman parte de una cadena interna de servicios que se deben apoyar para un mismo fin.</p>
1.10.4. Phillip B. Crosby	<p>Carismático consultor en calidad, se ha distinguido por ser un excelente vendedor de los conceptos de calidad total en las empresas.</p> <p>Es presidente de su propia empresa de consultoría y del colegio de calidad en Winter Park.</p>	<p><u>*En 1979 publicó su libro <i>La calidad es gratis</i>, ve los gastos de la calidad como una inversión, la cual con el tiempo se paga con sus beneficios. También dice que “hacer las cosas bien a la primera vez” no aumenta costo al producto, hacerlo mal si.</u></p> <p><u>*En su libro <i>Calidad sin lágrimas</i> plantea que los problemas de un área se convierten en problemas de toda la organización, rompiéndose las barreras interdepartamentales.</u></p> <p><u>*Los 4 fundamentos de la calidad.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La calidad es el cumplimiento con los requisitos, no la excelencia - El sistema para asegurar la calidad es la prevención - El estándar de desempeño tiene que ser “cero defectos” - La calidad se mide por los costos de incumplimiento <p><u>*Los 14 pasos de la administración por calidad</u></p> <p><u>*Las 6 etapas de cambio (6C's).</u> Comprensión, Compromiso, Competencia, Comunicación, Corrección y Continuidad</p>
1.10.5. Armand V. Feigenbaum	<p>Creador del concepto <i>control total de calidad</i>.</p> <p>Durante 10 años, fue director internacional de las operaciones de producción y control de calidad en la General Electric.</p> <p>Fue presidente fundador de la Academia Internacional para la calidad y</p>	<p><u>*Control total de calidad.</u> Sistema para coordinar el mantenimiento de la calidad y los esfuerzos de mejora, para optimizar el costo de producción y lograr la completa satisfacción del cliente.</p> <p><u>*4 pasos para utilizar el “control” como herramienta de la administración.</u></p> <p><u>*Clasificación de los controles de calidad.</u></p>

	<p>presidente de la Sociedad Americana para el Control de la Calidad.</p>	<p><u>*Clasificación de Costos de calidad:</u></p> <p>a)Costos de prevención - De prevención - De evaluación - Fallas internas - Fallas externas</p> <p>b)Costos de evaluación - Inspección de materias primas - Inspección y pruebas de procesos - Mantenimiento de los equipos - Evaluación de inventarios</p> <p>c)Costos de fallas internas - Desperdicios - Reprocesos - Pruebas - Fallas de equipos - Pérdidas por rendimiento</p> <p>d)Costos de fallas externas - Ajuste de precio por reclamaciones - Retorno de productos - Cargos por garantía - Descuentos</p>
<p>1.10.6. <u>Kaoru Ishikawa</u></p>	<p>Obtuvo en el departamento de Ingeniería de la Universidad de Tokio su licenciatura en Química aplicada.</p> <p>Fue Profesor asistente y después profesor de dicha universidad, donde obtuvo su doctorado en Ingeniería.</p> <p>Se atribuye al Profesor Ishikawa ser pionero de los Círculos de Calidad a principios de los 60's.</p>	<p><u>*Diagrama causa-efecto, también llamado diagrama Ishikawa o de Pescado.</u> Es utilizado como una herramienta que ayuda a encontrar, seleccionar y documentar las causas de variación de calidad en la producción, y organizar la relación entre ellas.</p> <p><u>*Control de calidad en toda la empresa.</u> Donde afirma que la calidad se logra a través de la participación de los altos directivos y de los empleados de más bajo rango.</p> <p>*Ostenta que el Control de Calidad en toda la empresa no va dirigido solo al producto, sino también a la calidad del servicio y expone 15 efectos que se logran con ello.</p> <p><u>*Círculos de calidad.</u> Consiste en forma un grupo voluntario de aproximadamente 5 a 10 trabajadores del mismo depto., quienes se reúnen, encabezados por un supervisor.</p> <p>- Las metas son:</p> <p>a)Contribuir a la mejora y desarrollo b)Respetar las relaciones humanas c)Revelar las capacidades humanas</p> <p><u>*7 herramientas para llevar a cabo el control de calidad.</u></p>
<p>1.10.7. <u>Genichi Taguchi</u></p>	<p>Ingeniero en electrónica con doctorado en Estadística.</p> <p>Trabajó para el departamento de Astronomía de</p>	<p><u>*Diseño robusto.</u> Consiste en diseñar un producto que sobrepase las expectativas del cliente, es decir, darle un extra poniendo atención en las características que para el cliente</p>

	<p>la Fuerza Naval Imperial japonesa, el Instituto de Matemáticas y Estadística del Ministerio de Educación.</p> <p>Fue profesor universitario y consultor en Calidad y Estadística.</p> <p>Desarrolló sus propios métodos estadísticos de diseño de experimentos aplicados al incremento de la productividad y calidad en la empresa.</p> <p>Creador del concepto de <i>diseño robusto</i>.</p>	<p>son más importantes y ahorrar dinero en las que al cliente no le interesan. Así mismo, crear un proceso de producción que fabrique al producto con cierto rango de variación normal.</p> <p><u>*Definición de calidad, desde otro punto de vista:</u> “La mínima pérdida ocasionada a la sociedad, desde el envío del producto al cliente hasta su uso total”</p> <p><u>*Función de pérdida de Taguchi.</u> Aquí se busca reducir al mínimo la variación existente en las características de calidad.</p> <p>Tomando en cuenta una ecuación cuadrática que se ajusta con datos obtenidos de la historia de los costos y el desempeño del producto.</p> <p style="text-align: center;">Costo de calidad= $K + a x$</p> <p>Según se vaya alejando el desempeño del producto del valor objetivo, la ecuación aumenta de valor y se incrementa el costo de calidad para la sociedad.</p>
<p>1.10.8. <u>Shigeo Shingo</u></p>	<p>Graduado en la carrera de Ingeniero Mecánico en el Colegio Técnico de Yamanaski.</p> <p>Llegó a ser un profesional de la consultoría administrativa, con la Asociación de Administración de Japón.</p> <p>En 1951 aplicó por primera vez el Control de Calidad Estadístico.</p> <p>En 1955 tuvo a su cargo el área de capacitación e Ingeniería Industrial en la Toyota Motor, ahí conoció a Taiichi Ohno y juntos desarrollaron “el sistema de producción de Toyota”.</p>	<p><u>*Sistema de producción Toyota y el Justo a tiempo.</u> La filosofía es, cero inventarios en proceso. No es un solo sistema a instalar, sino una serie de sistemas que se van sumando y permiten llegar a tener una capacidad de producción que garantice la entrega justo a tiempo.</p> <p><u>*Cero inventarios.</u> Los defectos de producción se reducen a cero, debido a que la producción es parada hasta encontrar la falla y eliminarla, por lo que no hay devoluciones por parte del cliente.</p> <p><u>*Sistema de “jalar” contra “empujar”.</u> Se utiliza el justo a tiempo en donde solo se producen las piezas necesarias que ocupa el siguiente proceso y no producir de más.</p> <p><u>*Poka Yogue.</u> Quiere decir “a prueba de error” o “cero defectos”. En donde dice que hay que hacer uso de la inspección al 100% para detectar el proceso que este fallando y así detenerlo en cuanto es detectado y definir las causas para prevenir</p>

		<p>aquellas que suceden a menudo.</p> <p>*<u>Cinco S's</u>. Seri(selección), Seiton (orden), Seiso(limpieza), Seiketsu (estandarización), Shitsuke(mantenimiento).</p> <p>*<u>Niveles de prevención de Poka Yoke</u>.</p>
--	--	---

En el cuadro anterior podemos observar la evolución del tema de la calidad, ya que en un principio se le daba una imperceptible importancia a este aspecto del producto o del servicio y en la actualidad ha pasado a ser un elemento indispensable para la supervivencia de las organizaciones.

Se muestra como fue que los primeros gurús estudiaron el tema de la calidad, se mostraban de cierta forma más preocupados por la cantidad, dejando en último lugar el factor calidad, ya que para ellos era imprescindible producir las cantidades suficientes de un cierto producto para abastecer la creciente demanda que se presentaba en ese momento así como también las técnicas de las cuales podían hacer uso para disminuir los gastos de producción, desplazando así poco a poco al hombre por las máquinas.

Con el tiempo se dieron cuenta de que había otros aspectos que cuidar, no solo era producir y producir, sino que también se tenía que satisfacer al consumidor y brindarle un producto o servicio que realmente le sirviera y que cubriera sus requisitos, expectativas y necesidades.

Es así, que algunos estudiosos empiezan a crear sus propias técnicas, planes, programas, sistemas, procesos, estadísticas, etc., que ayudarán a las empresas a encaminarse por el camino de la calidad y así lograr ser exitosas frente a su competencia en un mundo globalizado.

CAPITULO 2. CALIDAD APLICADA A LOS SERVICIOS

Antes de comenzar con el tema, es preciso conocer el significado de servicio y para ello aquí se presentan algunos conceptos aportados por algunos autores conocidos y algunas otras obtenidas de páginas de la Internet:

2.1. Definiciones de servicio.

En economía y en marketing (mercadotecnia) un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente.

[www.wikipedia.com]

Actualmente, no se define el servicio como la producción de intangibles, aunque lo son, lo que se puede anotar es que el servicio es todo un sistema de actividades que tiene un negocio, buscando con ellas suplir necesidades del cliente y la máxima satisfacción del mismo.

Actividad que, sin crear bienes materiales, se destina a satisfacer directamente o indirectamente necesidades humanas.

[geocities.com]

Actividad que una persona, institución o empresa realiza, con fines de lucro o no, para satisfacer las necesidades de la gente, ya sea de dinero (bancos), conocimientos (información, escuelas), seguridad (seguros y fianzas, protección policiaca), salud (clínicas y hospitales), viajes.

[www.inegi.gob.mx]

Un servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente. De esta forma, el servicio podría definirse como un bien no material y su principal valor es la experiencia.

[definición.de.com]

Actividades identificables que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

[Stanton, Etzel y alter en promonegocios.net]

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo.

[Richard L. Sandhusen en promonegocios.net]

Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

[Lamb, Hair y McDaniel en promonegocios.net]

Son productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados y son casi inmediatamente perecederos.

[American Marketing Association en promonegocios.net]

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.

[Kotler, Bloom y Hayes en promonegocios.net]

El servicio se define generalmente como el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas.

[Fischer y Espejo:04.222]

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o una necesidad.

[Cantú:03.153]

Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar.

[ISO 9000 en www.wikipedia.com.mx]

Tomando en cuenta las anteriores definiciones sobre servicio, se puede concluir que el servicio es el conjunto de diversas actividades que tienen como fin, el de satisfacer los deseos y necesidades del cliente. El servicio es de tipo intangible y no es posible almacenarlo. Para que se pueda llevar a cabo es necesaria la interacción entre el cliente y el que brinda el servicio (persona o máquina) y para el cual es de gran importancia para su idóneo ofrecimiento, el poseer experiencia.

2.2. Características de los servicios.

Se deben tomar en cuenta algunas características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes, a continuación se menciona en que consiste cada una de ellas:

Intangibilidad: Esta es la característica básica de los servicios y consiste en que estos no pueden verse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar, patentar, ser explicados o representados fácilmente, tampoco pueden ser puestos a la vista en una vitrina o escaparate de una tienda para ser adquiridos por un comprador, o

incluso no se puede medir su calidad antes de la prestación. Es por ello que Phillip Kotler llega a la conclusión de que hay que poner atención en ciertos indicios como son que; el cliente evalúa el material, equipo, instalaciones, símbolos, personal, etc. lo que hace que el servicio pueda ser de cierta forma tangible.

Heterogeneidad o variabilidad: Es decir, que dos servicios aunque similares nunca serán idénticos o iguales, cada servicio depende de la persona que lo presta. Esto sucede por varios motivos: cuando la entrega de un mismo servicio es realizada por personas a personas, puede suceder en momentos y lugares distintos, el estado de ánimo de la persona que entrega o que recibe el servicio, la salud física, la simpatía con la que cuente para atender o el grado e incluso el cansancio que tiene a cierta hora de su jornada laboral provocan que el servicio ya no sea el mismo, Por esto es necesario poner atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

Inseparabilidad: Haciendo una diferenciación entre bienes y servicios, sabemos que los bienes se producen, se venden y por último se consumen, pero en cuanto respecta a los servicios, con frecuencia se producen, se venden y se consumen al mismo tiempo y éstas son actividades inseparables una de la otra. Aquí la interacción entre el cliente y el proveedor es una característica especial de un servicio, así como que tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio para que sea positivo o negativo.

Perecibilidad o de corta vida: Los servicios no se pueden almacenar, conservar o guardar en inventario, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial, no puede ser almacenado para usarse en otra ocasión.

Ausencia de propiedad: Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir el servicio, pero después de que lo han adquirido no pueden quedárselo y solo queda como una experiencia vivida.

2.3. Tipos de servicios.

Comercio. Mercados, papelería, librerías, joyerías, etc.

Comunicaciones. Telégrafo, televisión, radio, periódico, revistas.

Construcción. Viviendas, carreteras, mantenimiento.

Educación. Guarderías, escuelas, universidades.

De seguros y financieros. Servicio de crédito y préstamo, asesoría, seguro.

Vivienda. Hoteles, moteles, apartamentos, casas, granjas.

Infraestructura. Drenaje, pavimentación, energía eléctrica, agua, gas.

Cuidado personal. Tintorería, lavandería, estéticas, aseo del calzado.

Profesionales. Jurídicos, contables, administrativos, ingeniería, publicidad.

Públicos. Justicia, registro civil, limpieza, defensa, vialidad.

Actividades hogareñas. Reparación de casas, electrodomésticos, jardinería, limpieza del hogar.

Recreativos. Cines, clubes, teatros, deportivos.

Alimentación. Restaurantes, fondas, autoservicios, comida rápida.

Cuidado médico. Hospitales, clínicas, laboratorios, asilos, servicio dental, optometría y otros.

Transportación. Flete y servicio de a pasajeros en transportes comunes, reparación y alquiler de automóviles.

2.4. Clases de servicio

Servicio principal. Representa el componente central de la prestación del servicio en cualquier empresa, el cual es la razón fundamental por la que ésta existe. Es la respuesta a la necesidad principal del cliente. Ejemplo: en un hotel, sería el de la renta de la habitación

Servicio periférico. Son los otros servicios que presta la empresa y que complementan o se relacionan con el servicio principal, estos proporcionan soporte. Ejemplo: en el caso del hotel, sería el restaurante, cafetería, etc.

Servicio de valor agregado. Son aquellos que están libres de costo y que acompañan al servicio principal y/o a los periféricos de los cuales su función consiste en incrementar el valor de los antes mencionados. Ejemplo: servicio de transporte a los huéspedes para llevarlos de un área a otra.

2.5. Ciclo del servicio.

Este consiste en una serie de pasos que de manera sistematizada nos van a guiar para la prestación de un servicio.

El ciclo de servicio se divide en otros dos ciclos, que a continuación se mencionan:

2.5.1. Ciclo del servicio de la empresa.

Este ciclo esta determinado por un conjunto de pasos ordenados, los cuales tiene que llevar a cabo una empresa, con el fin de crear y prestar cualquier servicio al que se dedique y que sea de manera óptima.

Entre los pasos de este ciclo, están:

1.- Establecer quiénes son nuestros clientes. El ciclo es iniciado por la alta dirección, quienes se encargan de determinar a quienes va a ir dirigido el

servicio que presta la organización ya que será quienes utilizarán el servicio y lo comprarán.

2.- Detectar las necesidades, deseos y expectativas de los clientes. Es importante, que la empresa se de a la tarea de investigar a través de diferentes técnicas, como la encuestas, de lo que la gente busca y necesita y sobre todo, que el cliente este dispuesto a pagar por el servicio que el espera en ese momento, ya que de lo que este dispuesto a desembolsar por recibir el servicio, depende si el proyecto es redituable.

3.- Prepararse para brindar el servicio. Una vez que ya sabemos con exactitud el servicio que prestara la empresa, gracias a los pasos anteriores ahora debemos de planear la forma en que los llevaremos a cabo, como las instalaciones que ocuparemos, trámites legales, materiales y equipo, personal, etc.

4.- Explicar a los integrantes de la empresa, en que consiste el servicio. Ya listo todo, se debe dar capacitación al personal, para que sepan en de que se trata el servicio, para que el proceso funcione según lo planeado desde el principio y lograr que cada una de las áreas se comprometan.

5.- Proporcionar el servicio. Ahora viene el paso principal el cual es la razón de ser de la empresa y por el cual trabajo tanto, que es ya brindar el servicio al cliente. Aquí ya se ofrecen los servicios principales, periféricos y el de valor agregado.

6.- Evaluar el grado de satisfacción del cliente. No solo basta con brindar el servicio y después de ello olvidarse de todo, sino que se tiene que tener un control para saber si el servicio fue el adecuado para quien lo obtuvo, si cumplió con los requisitos, si cubrió la necesidad y si es lo que esperaba o hay que replanear desde el principio o todo marcha a la perfección que sería lo más ideal.

2.5.2. Ciclo del servicio del cliente.

El ciclo del servicio del cliente consiste en el contacto y acciones por los que pasa el cliente para recibir el servicio por parte de la empresa.

Ahora se mencionan los pasos en que consiste este ciclo:

1.- Inicio del ciclo. Este comienza con el primer contacto existente entre el cliente y el primer empleado de la empresa sea este o no el encargado de prestar el servicio principal.

2.- Acciones por parte del cliente al recibir el servicio. Aquí existen dos opciones;

a) Si el cliente decide no comprar el servicio, se termina el ciclo y

b) Si por el contrario, la empresa lo convence y este opta por adquirir el servicio que se le esta brindando, el ciclo continúa.

3.- Fin del ciclo. El ciclo del servicio del cliente termina cuando se da el último contacto entre la empresa prestadora del servicio y el cliente, independientemente de que el cliente haya o no recibido el servicio que buscaba. En el momento en el que el cliente vuelva a regresar al lugar para recibir el servicio se iniciará el ciclo del servicio del cliente nuevamente.

2.6. Reglas para una excelente atención en el servicio.

1. No hacer esperar al cliente y saludarlo de inmediato.
2. Dar atención total, sin distracciones o interrupciones
3. Hacer que los primeros segundos cuenten
4. Ser natural, no falso o robotizado
5. Demostrar energía y cordialidad (entusiasmo)

6. Ser agente de su cliente (sino puede uno resolver el problema, hay que ver quien si puede)
7. Pensar, y usar el sentido común para ver como se puede resolver el problema al cliente
8. Algunas veces ajuste las reglas (si la regla puede ser cuestionada)
9. Hacer que los últimos segundos cuenten (dejar una buena impresión)
10. Mantenerse en forma, cuide su persona.
11. Tener una expresión oral y corporal adecuada

CAPITULO 3. LA SERIE ISO 9000

3.1.- Antecedentes

Al término de los años setenta se empezaron a extender las fronteras de los países productores de un país a otro, con la globalización surgió un problema y era que cada quien tenía sus propios estándares, diferentes a los demás, lo que trajo como consecuencia problemas de comunicación y entendimiento entre los que exportaban y los que importaban, de ahí que surge la necesidad de crear un estándar que pudiera ser aplicable de igual forma para cada país.

Es así que la Organización Internacional para la Normalización se origina a partir de la Federación Internacional de Asociaciones Nacionales de Normalización (1926-1939). En octubre de 1946, en Londres, representantes de veinticinco países decidieron adoptar el nombre de International Organization for Standardization conocida como ISO por sus siglas y por la referencia a la palabra griega relativa a la igualdad.

La ISO realiza su primera reunión en el mes de junio de 1947 en Zurich, Alemania, y es establecida como sede para su funcionamiento la ciudad de Ginebra, Suiza. La finalidad principal de esta organización es la de promover el desarrollo de estándares internacionales y actividades relacionadas incluyendo la conformidad de los estatutos para facilitar el intercambio de bienes y servicios en todo el mundo.

Actualmente la normalización y estándares que estipula la ISO es un requerimiento indispensable para exportar a los países del primer mundo; sin embargo ahora otros países, se ven muy interesados en participar en la aplicación de estas normas, ya que será imposible introducirse al mercado global si no se demuestra su cumplimiento para garantizar la calidad de sus productos y servicios al mercado de los consumidores.

La ISO ya cuenta con un alto reconocimiento mundial y se encuentra acreditada por más de 75 países, mismos que han aceptado su autoridad moral en cuanto a las restricciones que ha establecido en los intercambios internacionales de comercio, para aquellos que incumplen la certificación.

La serie ISO 9000 es un grupo de estándares internacionales, los cuales están diseñados para llevar a cabo la evaluación uniforme de sistemas de administración de calidad a nivel mundial. Los estándares no se refieren específicamente a un tipo determinado de “producto”, ni tampoco a una industria en particular; se han diseñado en forma genérica para aplicarse en cualquier caso y ya sea en productos o servicios.

3.2.- Familia ISO 9000

NORMA	AÑO	CONTENIDO
8402	1986	Gestión y aseguramiento de la calidad
9000	1987	
9000-1	1987	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 1
9000-2	1993	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 2
9000-3	1991	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 3
9000-4	1993	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 4
9001	1987	Sistema de calidad
9002	1987	Sistema de calidad
9003	1987	Sistema de calidad
9004-1	1987	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 1
9004-2	1991	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 2
9004-3	1993	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 3
9004-4	1993	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 4
9004-5	PC	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 5

9004-6	PT	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 6
9004-7	PNI	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 7
9004-8	NP	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 8
PC = Proyecto de comité ; PT = Proyecto de trabajo		
10011-1	1990	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 1
10011-2	1991	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 2
10011-3	1991	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 3
10012-1	PT	Requerimiento de aseguramiento para equipos de medición
10013	PNI	Lineamientos para la elaboración de manuales de calidad
10014	PT	Aspectos económicos de la calidad
10015	NP	Educación continua y lineamientos para la capacitación

Fuente: www.gestiopilis.com

La norma ISO 9000 contiene las directrices para seleccionar y utilizar las normas para el aseguramiento de la calidad que necesitemos, es decir, es la que permite seleccionar un modelo de aseguramiento de calidad que se adapte a lo que requerimos, entre las que se describen las ISO 9001/9002/9003.

La norma ISO 9004 establece directrices relativas a los factores técnicos, administrativos y humanos que afectan a la calidad del producto, es decir, establece directrices para la gestión de la calidad.

La norma ISO 9004-2 establece directrices relativas a los factores técnicos, administrativos y humanos que afectan a la calidad de los servicios, es decir, se refiere especialmente a los servicio.

Las normas ISO 9001/9002/9003 establecen los requisitos que determinan que elementos tienen que comprender los sistemas de calidad, pero no es el propósito imponer uniformidad en los sistemas de calidad. Son tanto generales como independientes de cualquier industria o sector económico concreto.

La diferencia la encontramos en el objeto y campo de aplicación que se menciona a continuación:

ISO-9001: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en el diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio posventa del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.

ISO-9002: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en la producción e instalación del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.

ISO-9003: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en la inspección, y pruebas finales del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.

3.3.- Serie ISO aplicada a los servicios

ISO-9004-2. Esta norma brinda los conocimientos y busca estimular a las organizaciones para llevar a cabo la gestión de la calidad en las actividades que tienen que ver con el servicio. Es aplicable en el desarrollo de un sistema de calidad para un servicio nuevo, un servicio modificado o bien un servicio ya existente. Es funcional tanto para organizaciones pequeñas como grandes.

La buena aplicación de las directrices que marca esta ISO pueden ayudar a mejorar el servicio y al mismo tiempo se logra la satisfacción del cliente, también

se mejora la productividad, la eficiencia, se reducen costos y por ende se mejora la participación de la empresa en el mercado.

Los principios de la ISO 9004-2 son aplicables a cualquier tipo de servicio, ya sea que se trate de un solo servicio ofrecido o se combine con la fabricación y suministro de un producto.

Cabe señalar que los equipos o las instalaciones pueden ser un factor que este directamente relacionado con la prestación de un servicio y por ello determinan también el malo o buen ofrecimiento de dicho servicio.

Ahora se manejan algunas definiciones, según la ISO-8402:

Organización

Una compañía, una corporación, una firma, una empresa o una asociación, o una parte de ellas, que esté incorporada o no, sea pública o privada, que tiene su(s) propia(s) función(es) y administración.

Proveedor

Una organización que proporciona un producto o un servicio a un cliente.

Subcontratista

Un proveedor de la organización del servicio en una situación contractual.

Cliente

El receptor de un producto o de un servicio.

• NOTAS

Un cliente puede ser, por ejemplo, el consumidor final, el usuario, el beneficiario o el comprador.

Un cliente puede ser una unidad dentro de la organización de servicio.

Servicio

Los resultados generados por actividades en la interfase entre el proveedor y el cliente, así como las actividades internas del proveedor, para satisfacer las necesidades del cliente.

Prestación del Servicio

Aquellas actividades del proveedor necesarias para suministrar el servicio.

Calidad

La totalidad de las propiedades y de las características de un producto o de un servicio que le confieren su capacidad para satisfacer necesidades expresas o implícitas.

Política de Calidad

La totalidad de las orientaciones y los objetivos generales de una organización en relación a la calidad, expresados formalmente por la dirección superior.

Gestión de Calidad

Aquel aspecto de la función general de la gestión de una organización que determina e implanta la política de calidad

Sistema de Calidad

La estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos para implantar la gestión de calidad.

Características de los servicios: Estas son algunas las cuales pueden ser especificadas por escrito en documentos.

- instalaciones, capacidad, cantidad de personal y cantidad de materiales,
- tiempo de espera, tiempo de entrega y tiempo de proceso,
- higiene, seguridad, confiabilidad y protección,

- responsabilidad, accesibilidad, cortesía, comodidad, estética ambiental, competencia, confianza, exactitud, cumplimiento, estado del arte, credibilidad y comunicación efectiva.

3.3.1. Principios del sistema de calidad.

Aspectos clave se un sistema de calidad: El cliente es el punto más importante y central en un cualquier sistema de calidad, su satisfacción solamente la podremos asegurar cuando exista armonía de interacción entre la gerencia, el personal y los recursos materiales.

Responsabilidad Gerencial: La gerencia es la responsable del establecimiento de las políticas que aseguren la calidad en el servicio que se ofrece para la satisfacción del cliente, pero el éxito de estas políticas va a depender del compromiso que la gerencia tenga con la implantación de ellas para lograr un sistema de calidad.

Política de calidad: Como ya se menciona, la gerencia debe estar comprometida con la ejecución de las políticas de calidad, las cuales se deberán documentar y ser llevadas a cabo y para que tengan éxito deben estar relacionadas con factores como:

- El grado de calidad del servicio al ser prestado.
- La imagen y reputación de la calidad para la organización del servicio.
- Los objetivos para la calidad del servicio.
- El modelo a ser adoptado para lograr los objetivos de calidad.
- La función del personal de la organización responsable de implantar la política de calidad.

3.3.2. Objetivos de calidad

Para establecer los objetivos, es necesario fijar cuales serán nuestras principales metas, las cuales deben incluir:

- La total satisfacción del cliente, siempre y cuando vaya de acuerdo con las normas profesionales y éticas
- Mejoramiento continuo del servicio
- Tener en consideración los requisitos de la sociedad y el ambiente
- Eficiencia en el proceso de la prestación del servicio

Una vez que se tienen claras las metas, se procede a enunciar los objetivos en relación a lo que se quiere lograr:

- Definir las necesidades del cliente
- Tomar acciones preventivas para evitar la insatisfacción del cliente
- Optimizar los costos relacionados con la calidad
- Revisar continuamente los requisitos y los logros del servicio, de modo que se identifiquen las oportunidades de mejoramiento.

3.3.3. Autoridad y responsabilidad de calidad.

Es indispensable que la gerencia este al pendiente del control, evolución y mejoramiento de la calidad.

El personal que intervendrá en la calidad del servicio, deberá tener en claro la autoridad y responsabilidad que tendrá en sus manos para el logro de los objetivos y el mejoramiento continuo ya que el involucramiento, compromiso y trabajo de todos, colaborará para la obtención de los mismos.

Revisión gerencial

Por último, la gerencia tendrá que proporcionar los medios para realizar revisiones formales, periódicas e independientes del sistema de calidad para lograr los objetivos. Las revisiones deben ser realizadas por miembros apropiados de la gerencia o por personal independiente y competente.

3.3.4. Personal y recursos materiales.

Motivación.

En la actualidad las organizaciones se han dado cuenta de que el recurso más importante es el personal, especialmente en las empresas dedicadas al servicio en donde el comportamiento y el desempeño de los individuos tiene un impacto directo sobre la calidad del servicio.

Algunos factores que ayudan a la motivación son:

- Que la gerencia realice una acertada selección del personal el cual sea capaz de satisfacer las especificaciones del puesto.
- Proporcionar un ambiente de trabajo que fomente la excelencia y una relación laboral segura
- Reconocer el potencial de los miembros de la organización.
- Asegurar que las tareas que deben ser llevadas a cabo y los objetivos a ser logrados sean comprendidos por el personal para que estos se sientan comprometidos
- Lograr que todo el personal sienta que esta involucrado y que tiene influencia sobre la calidad del servicio
- Dar reconocimientos y retribuciones por los logros obtenidos
- Identificar los factores que motivan al personal para proporcionar calidad en el servicio
- Llevar a cabo acciones para actualizar y mejorar las destrezas del personal

Entrenamiento y desarrollo.

La educación al personal les brinda conciencia sobre la necesidad de cambio y mejora y los guía hacia las metas.

Se debe dar:

- Entrenamiento a los ejecutivos en gestión de calidad
- Entrenamiento al personal

- Cursos de instrucción y de entrenamiento para personas nuevas y para personal con una larga actuación dentro de la empresa.

Comunicación.

El personal de servicio que se encuentra involucrado directamente con el cliente, debe tener el conocimiento adecuado y las destrezas necesarias en comunicación así como ser capaz de interactuar apropiadamente con las organizaciones de forma que pueda prestar un servicio a tiempo y ejecutado en forma uniforme.

3.3.5. Documentación y registros de calidad.

La documentación apropiada del sistema de calidad incluye lo siguiente:

1.- Manual de calidad: Proporciona una descripción del sistema de calidad y debe contener:

- Políticas de calidad
- Objetivos de la calidad
- La estructura de la organización
- Una descripción del sistema de calidad.

2.- Plan de calidad: En él se describe la secuencia de actividades pertinentes para un servicio en particular.

3.- Procedimientos: Especifican el propósito y alcance de las actividades en la organización de servicio, para satisfacer las necesidades del cliente.

4.- Registros de calidad. Estos nos proporcionan los datos sobre el grado del logro de los objetivos de calidad, el nivel de satisfacción del cliente, los resultados del sistema de calidad, las acciones correctivas a ejecutar para la efectividad, las destrezas del personal y su entrenamiento, etc.

Control de documentación

Toda la documentación debe ser legible, fechada, clara, fácilmente identificable y llevar la correspondiente autorización.

Interfase con los clientes

La gerencia debe establecer una interacción efectiva entre los clientes y el personal, esto es de gran importancia debido a que el personal es quien tiene el contacto directo con el cliente, resultando ser una fuente de información de gran valor para llevar a cabo el proceso de mejoramiento de la calidad.

Comunicación con los clientes

Esta implica siempre escucharlos y sobre todo mantenerlos informados, lo que ha de brindar información importante sobre las áreas en las que se pueden realizar mejoramientos en el proceso de prestación del servicio.

Obligaciones del proveedor

Las obligaciones correspondientes del proveedor hacia sus clientes deben ser expresadas de manera explícita o implícita, entre la organización que ofrece el servicio y el cliente, las cuales deben ser adecuadamente documentadas.

Especificaciones de la prestación del servicio

Este punto debe contener los procedimientos que describan los métodos a ser usados para dicha prestación incluyendo:

- Una descripción clara de los recursos que detallen el tipo y la cantidad de equipamiento y de instalaciones necesarias de acuerdo a las especificaciones

- Cantidades y destrezas del personal que se requiere
- Confiabilidad de los subcontratistas para productos y para servicios comprados, teniendo en cuenta las metas, políticas y capacidades de la organización de servicio.

Equipo proporcionado por el proveedor a los clientes para el servicio y la prestación del servicio

La organización de servicio debe garantizar que cuando se proporcione equipo para ser usado por un cliente, el mismo es adecuado para su propósito.

Verificación de la calidad del servicio por el proveedor

Este debe incluir:

- Una medición y la verificación de las actividades clave del proceso para evitar tendencias indeseables e insatisfacción del cliente.
- Autoinspección por el personal como parte integral de las mediciones del proceso

Verificación de la calidad del servicio por el cliente

Es la medida final de la calidad del servicio, tomando en cuenta la reacción del cliente la cual puede ser inmediata o puede ser retardada y retrospectiva, aquí, la evaluación subjetiva será el único factor en una verificación por el cliente.

Un punto relevante es que no podemos poner nuestra confianza total en las quejas de los clientes para tomarlas como una medición de la satisfacción de ellos, ya que estas nos pueden conducir a conclusiones equívocas.

Una organización de servicio a menudo piensa que está prestando un buen servicio, pero el cliente no está de acuerdo lo que indica especificaciones, procesos o mediciones inadecuadas.

Identificación de disconformidad y acción correctiva

Cuando es detectada una disconformidad, se deben tomar acciones para registrar esta información y poderla analizar y posteriormente hacer las correcciones adecuadas. Existen dos etapas de acción correctiva:

Primera: Una acción positiva inmediata para satisfacer las necesidades del cliente

Segunda: Una evaluación de la causa fundamental de la disconformidad, a modo de establecer cualquier acción correctiva a largo plazo, necesaria para prevenir la recurrencia del problema.

Análisis y mejoramiento del comportamiento del servicio.

Una evaluación continua de los procesos debe ser practicada para hacer un seguimiento de las actividades para el mejoramiento de la calidad del servicio.

Recolección y análisis de datos

Los datos necesarios serán conseguidos por medio de:

- La información que proporcionen el proveedor de la verificación
- De la verificación por el cliente
- Auditorías de calidad

3.4.- Normas Oficiales Mexicanas.

Las Normas Oficiales Mexicanas son regulaciones técnicas que contienen la información, requisitos, especificaciones y metodología, que para su comercialización en el país, deben cumplir los productos o servicios a cuyos campos de acción se refieran, esto con el objetivo de evitar riesgos a la salud y seguridad de las personas, del medio ambiente y de los consumidores que utilicen

dicho producto o servicio. Son, en consecuencia, de aplicación nacional y obligatoria.

Ahora se menciona en que consiste cada una de las normas oficiales mexicanas:

- NOM-CC-1.

Sistemas de Calidad. Vocabulario”.

- NOM-CC-2

Sistemas de Calidad. Gestión de Calidad. Guía para la selección y uso de Normas de Aseguramiento de Calidad.

- NOM-CC-3

Sistemas de Calidad Modelo para el Aseguramiento de la Calidad aplicable al Proyecto/Diseño, Fabricación, Instalación y Servicio.

- NOM-CC-4

Sistemas de Calidad Modelo para el Aseguramiento de la Calidad, aplicable a la fabricación e Instalación.

- NOM-CC-5

Sistemas de Calidad Modelo para el Aseguramiento de la Calidad, aplicable a la Fabricación. Pruebas Finales.

- NOM-CC-6

Sistemas de Calidad. Gestión de la Calidad y Elementos de un Sistema de Calidad. Directrices Generales.

- NOM-CC-7

Sistemas de Calidad. Auditorias de la Calidad.

- NOM-CC-8

Sistemas de Calidad. Calificación y Certificación de Auditores.

CAPITULO 4.- ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

En el mes de agosto de 1993, la Junta Directiva del Centro Asturiano de México, presidida por don Adolfo Gran Reguera, aprobó la segunda etapa de las instalaciones del Club Campestre Ecológico, situado en el Kilómetro 53.5 de la carretera federal Cuautla-Chalco-México en Atlatlahucan, Morelos , el proyecto consistía en la construcción de nuevas instalaciones hoteleras. Esta decisión se basó en consideraciones de orden de tiempo pues este tipo de obra permite dar servicio a un mayor número de socios a corto plazo. También fue importante la condensación del espacio que ocupa la obra para optar por este proyecto.

El anteproyecto arquitectónico completo, el proyecto ejecutivo detallado y de interiores fueron encargados a Alonso Rebaque Arquitectos cuyas obras se encuentran en distintos lugares del país, entre ellos algunos de gran importancia turística.

EL proyecto, inaugurado el 3 de marzo de 1995, implicó la construcción de cinco bloques de edificios de tres plantas sobre una superficie de 10,500 metros cuadrados. Estos bloques combinan en su concepto y diseño arquitectónico principios de modernidad funcional.

Para noviembre del año 2007 fue inaugurado un segundo hotel, ahora más modernizado ya que este cuenta con elevadores y las puertas principales de cada habitación se encuentran diseñadas para ser abiertas con tarjetas para mayor seguridad del socio.

El hotel anterior o antiguo como algunos le llaman tiene 184 habitaciones y el nuevo hotel incluye 225 habitaciones, para dar un total de 409.

4.1.- MISION

Lograr el reconocimiento a nivel nacional como uno de los mejores hoteles gracias al servicio brindado por nuestro personal el cual se encuentra comprometido con el buen servicio, así como por las instalaciones con las que contamos y obtener la confianza de cada uno de las personas que colaboran al ofrecer el servicio, de que su empleo es seguro.

4.2.- VISION

Estamos comprometidos con seguir mejorando día a día los servicios que se ofrecen al socio dentro del hotel, haciendo participe al personal que labora con nosotros capacitándole para que juntos obtengamos el éxito deseado y así lograr aumentar la matricula de socios que deseen disfrutar de una excelente y reconfortante estancia en sus días libres, otorgando siempre la calidez humana que merece el cliente.

4.3.- FILOSOFIA

Nuestro deber es ofrecer al socio un servicio de calidad en su hospedaje dentro del Hotel Villas Asturianas, todo ello gracias al invaluable apoyo del personal de cada una de las áreas que labora con nosotros.

4.4.- MANUALES

Es un documento por escrito el cual nos va a ayudar a que el personal tenga claro las actividades o funciones que debe desempeñar dentro de su puesto de trabajo. Este sirve como un medio de comunicación entre la empresa y sus empleados para que el trabajo se ejecute de una manera más eficiente y efectiva. Así el personal sabe lo que se espera de ellos.

Es importante que una vez que el manual es entregado a los empleados, se le de un seguimiento en cuanto a su actualización, ya que con el tiempo algún paso puede ser modificado o depurado de las funciones que se realizan normalmente.

Y aunque en el hotel no se tienen manuales, si se cuenta con una breve descripción de las actividades que debe llevar a cabo el personal de reservaciones en tlalpan y en hotel, jefe de turno, recepción y botones como a continuación se muestra:

DESCRIPCION DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	RESERVACIONES TLALPAN
COMPAÑÍA:	HOTEL VILLAS ASTURIANAS
DEPARTAMENTO:	RESERVACIONES
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE RECEPCION

PERFIL DEL PUESTO

EDAD:	20 A 30 AÑOS
SEXO:	FEMENINO
ESTADO CIVIL:	INDISTINTO
ESCOLARIDAD:	PREPARATORIA
CONOCIMIENTOS	COMPUTACIÓN
EXPERIENCIA:	ATENCIÓN A CLIENTES
PRESENTACIÓN:	BUENA

COMUNICACION CON OTRAS AREAS O DEPARTAMENTOS

Reservaciones hotel, despacho dispa y asociados y departamento de contabilidad de parque Asturias

HORARIOS

MARTES A DOMINGO

9:00 A 14:00 HRS SERVICIO A SOCIOS

14:00 A 15:00 HRS HORARIO DE COMIDA

15:00 A 16:30 HRS. SERVICIO A SOCIOS

16:30 A 17:00 CORTE DEL DIA

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Conocer totalmente el funcionamiento del sistema y del departamento con el fin de lograr la optimización del mismo y mayores ventas
- Colaboración en la realización de estadísticas semanales departamentales y corporativas
- Captura de reservaciones y recepción de depósitos
- Control del archivo general de reservaciones y reportes de cortes ordenados por día y consecutivo
- Conocer tipos de membresías y derecho a número de habitaciones
- Requerir al almacén de asturiano el material necesario para el desempeño de su labor
- Requerir al hotel villas asturianas consecutivo de papeletas y reportes de corte del día
- Conocer todas las instalaciones, horario y costos de todas las instalaciones y servicios del hotel y club campestre
- Conocer la ubicación de las diferentes habitaciones y vistas
- Revisar diariamente la disponibilidad enviada por el hotel para poder vender y ofrecer fechas abiertas
- Conocer las fechas cerradas por ocupación y dar seguimiento a la lista de espera
- Manejo general de listas de espera

- Elaborar diariamente su corte y entregarlo para su deposito con fichas de banco y de servicio panamericano al departamento de contabilidad de parque Asturias
- Enviar las papeletas de reservaciones del día conforme se vaya realizando la venta al hotel vía fax o a través del programa amáis, vía Internet.
- Al termino del día enviar su reporte de corte diario al hotel vía fax
- Reportarse diariamente a la hora de entrada y salida al hotel y al despacho dispa y asociados

DESCRIPCION DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	RESERVACIONES HOTEL
COMPAÑÍA:	HOTEL VILLAS ASTURIANAS
DEPARTAMENTO:	RESERVACIONES
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE RECEPCION

PERFIL DEL PUESTO

EDAD:	20 A 30 AÑOS
SEXO:	FEMENINO
ESTADO CIVIL:	INDISTINTO
ESCOLARIDAD:	PREPARATORIA
CONOCIMIENTOS	COMPUTACIÓN
EXPERIENCIA:	ATENCIÓN A CLIENTES
PRESENTACIÓN:	BUENA

COMUNICACIÓN CON OTRAS AREAS O DEPARTAMENTOS

Reservaciones tlalpan, reservaciones casa club, recepción, contabilidad, gerencia

HORARIOS

DE MARTES A DOMINGO

DE 10:00 A 14:00 HORAS SERVICIO A SOCIOS

DE 14:00 A 14:30 HORAS COMIDA

DE 14:30 A 17:30 HORAS SERVICIO A SOCIOS

DE 17:30 A 18:00 HORAS CORTE DEL DIA

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Lograr la mayor ocupación posible a través de la captura y actualización constante de reservaciones.
- Captura de reservaciones y recepción de depósitos.
- Supervisar el trabajo realizado por los demás departamentos de reservaciones.
- Elaborará el pronóstico de ocupación semanal que enviara al centro asturiano y al despacho dispa y asociados.
- Elaborará estadísticas semanales y mensuales.
- Informará a los departamentos involucrados disponibilidad y fechas cerradas.
- Controlará y confirmará listas de espera.
- Verificará que las reservaciones y depósitos estén ingresados correctamente al sistema.
- Capturará las reservaciones elaboradas en los diferentes departamentos de reservaciones.
- Checar constantemente la disponibilidad del hotel para evitar sobreventas.
- Colaborará con todo lo que se le solicite relacionado con su departamento y operación del hotel.
- Mantendrá el equipo y material de trabajo asignado en óptimas condiciones para su buen funcionamiento.
- Revisará entradas diarias y sus pre registros para su asignación.
- Revisará y entregara mensualmente el pasivo de reservaciones a contabilidad.
- Revisará y entregara diariamente los cortes diarios de los diferentes departamentos de reservaciones.
- Archivará diariamente sus reservaciones, reportes y cortes.
- Apoyará a recepción los días fuertes en llegadas o salidas.

DESCRIPCION DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	BOTONES
COMPAÑÍA:	HOTEL VILLAS ASTURIANAS
DEPARTAMENTO:	RECEPCIÓN
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE RECEPCION

PERFIL DEL PUESTO

EDAD:	20 A 30 AÑOS
SEXO:	MASCULINO
ESTADO CIVIL:	INDISTINTO
ESCOLARIDAD:	PREPARATORIA
CONOCIMIENTOS	ATENCION A CLIENTES
EXPERIENCIA:	NO NECESARIA
PRESENTACIÓN:	BUENA

COMUNICACIÓN CON OTRAS AREAS O DEPARTAMENTOS

Recepción, teléfonos, reservaciones, contabilidad, gerencia, ama de llaves, mantenimiento

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- A la llegada del huésped le conduce a recepción para su registro.
- Descarga el equipaje del automóvil y revisara las placas para informarlas a recepción.
- Conduce al huésped a su habitación informándole de las comodidades y servicios que cuenta el hotel.
- Realiza cambios de cuartos a solicitud de recepción.
- Guarda equipaje, carriolas o pertenencias del huésped en administración elaborando su ticket.

- Revisará a la salida del huésped si existe algún deterioro en la habitación y si es así reporta a recepción.
- A la salida del huésped le ayuda con su equipaje.
- Entrega recados a las habitaciones.
- Checa alguna habitación a solicitud de recepción.
- Colaborará con recorridos de vigilancia y reporta alguna anomalía o novedad que observe en el hotel.
- Informa al jefe inmediato si recibe quejas de los huéspedes para darle seguimiento.
- Conocer atractivos y rutas de la zona e informa a los huéspedes cuando lo soliciten.
- Trata con amabilidad y cortesía a los huéspedes.
- Lleva botellas de agua a las habitaciones que lo soliciten.
- Debe ser discreto.
- Presentarse a su trabajo en forma puntual y debidamente aseado.
- Saludar y dar la bienvenida a los huéspedes.
- Cuidar el equipo de trabajo.
- Verificar que se tenga el material de trabajo.
- Reportará a mantenimiento fallas que haya en el hotel.
- Acomodar el equipaje en el vehículo sin maltratarlo y verificar que este completo.
- Llevará la bitácora de pendientes por turno.
- Ayudará a recepción en los servicios que solicite.
- Apoyará a recepción cuando se reciban varias las entradas.
- Apoyará al conmutador cuando haya trabajo.
- Se encargará del préstamo de toallas mediante su resguardo.
- Realizará los cargos de toallas que no se hayan entregado.
- Revisará el contar en todo momento con toallas de alberca para su préstamo.
- Realizará el conteo y cierre diario de toallas de alberca.

- En la noche se encargara de recibir la ropería del modulo 4 en hotel anterior y ropería de la torre 2 en hotel nuevo.
- Surtirá cualquier necesidad de blancos que se requiera durante la noche.
- Elaborara control mensual de toallas de alberca cobradas ,faltantes y sobrantes de ambos hoteles.

DESCRIPCION DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	RECEPCIONISTA
COMPAÑÍA:	HOTEL VILLAS ASTURIANAS
DEPARTAMENTO:	RECEPCION
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE RECEPCION

PERFIL DEL PUESTO

EDAD:	20 A 30 AÑOS
SEXO:	INDISTINTO
ESTADO CIVIL:	INDISTINTO
ESCOLARIDAD:	PREPARATORIA
CONOCIMIENTOS	COMPUTACIÓN
EXPERIENCIA:	ATENCIÓN A CLIENTES
PRESENTACIÓN:	BUENA

COMUNICACIÓN CON OTRAS AREAS O DEPARTAMENTOS

Reservaciones, ama de llaves, mantenimiento, gerencia y contabilidad

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Brindar una atención personalizada a nuestros huéspedes.
- Recibir y checar pendientes, además de checar bitácoras y darles seguimiento.
- Checar las reservaciones del día.

- Registrar a los huéspedes que tengan reservación, así como a las ventas mostrador.
- Apoyar al encargado de turno.
- Verificar cual es la ocupación para ver la disponibilidad.
- Ingresar las entradas al sistema de cómputo.
- Controlar el stock de suministros como bolígrafos, folios, vouchers, clips, etc.
- Detección de pre-registros duplicados.
- Postear los cargos de los huéspedes.
- Tener el trabajo actualizado para el fin del turno.
- Verificar las salidas del día.
- Debe conocer los deseos y necesidades de los huéspedes.
- Realizará cambios de habitaciones.
- Checar las llaves del palomar en hotel anterior y verificar que cuente con las tarjetas suficientes para cada habitación en hotel nuevo.
- Manejo de mensajes para huéspedes.
- Entregar y recibir llaves o tarjetas de habitaciones.
- Checar los datos en tarjetas de registro para evitar errores y molestias a los huéspedes.
- Enviar a mantenimiento si un huésped reporta algún desperfecto.
- Aplicar correctamente tarifas.
- Conocer todos los tipos de habitaciones y ubicación.
- Conocer todas las tarifas y paquetes.
- Asegurar que la información que se proporcione a los huéspedes sea correcta.
- Contestar las llamadas telefónicas lo mas pronto posible, en un tono amable mencionando siempre su nombre, después del saludo.
- Ser atento y amable además de atender lo más rápido posible para evitar que el huésped este esperando.
- Procurar llamarle al huésped por su apellido.
- Dar caja de seguridad a los huéspedes, verificando que llene el formato.
- Tomar mensaje a los huéspedes.

- Revisar diariamente su reporte de huéspedes por habitación contra el rack.
- Proporcionar información de horario y servicio a los huéspedes.
- Conocer ubicación y rutas a las zonas cercanas.
- Venderle al huésped botellas con agua y los servicios con que cuenta el hotel.
- Cobrar y entregar estados de cuenta a la salida de los huéspedes.
- Solicitar comentarios a la salida del huésped.
- Mantener actualizados los sistemas de cómputo.
- Anotar en bitácora las solicitudes de huéspedes y transmitir las al departamento correspondiente.
- Archivar todos los formatos del día.
- Conocer las instalaciones del club.
- Entregará control remoto firmando el resguardo.
- Contestará el conmutador tanto en llamadas internas como externas y las comunicara.
- Realizará llamadas solicitadas por los huéspedes.
- Elaborará y posteará los recibos correspondientes a las llamadas realizadas.
- Activará los despertadores solicitados.
- Imprimirá al final del turno el reporte de teléfonos.
- Hacer inventario del botiquín de primeros auxilios
- Solicitar a ama de llaves el reporte de camas extras
- Realizar cartas de objetos olvidados

DESCRIPCION DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE DE TURNO
COMPAÑÍA:	HOTEL VILLAS ASTURIANAS
DEPARTAMENTO:	RECEPCION
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE RECEPCION

PERFIL DEL PUESTO

EDAD:	20 A 30 AÑOS
SEXO:	INDISTINTO
ESTADO CIVIL:	INDISTINTO
ESCOLARIDAD:	PREPARATORIA
CONOCIMIENTOS	COMPUTACIÓN
EXPERIENCIA:	ATENCIÓN A CLIENTES
PRESENTACIÓN:	BUENA

COMUNICACIÓN CON OTRAS AREAS O DEPARTAMENTOS

Reservaciones, ama de llaves, mantenimiento, gerencia y contabilidad

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Este departamento es sumamente importante ya que es la tarjeta de presentación del hotel, es donde se interpretan los deseos y necesidades de los huéspedes que de complacerse, no solo regresaran si no que nos recomendaran.
- Atiende a los huéspedes, controla las reservaciones y asignaciones del día y supervisara el trabajo de la recepción de su turno.
- Maximizar la ocupación y las tarifas a través de la coordinación de los programas de ventas con esfuerzo diario de mantener el hotel a su máxima capacidad sin tener sobreventas.
- Conocer y estar actualizado en las políticas, procedimientos y lineamientos del hotel y que se relacione con su operación.
- Complacer hasta donde sea posible los deseos de nuestros huéspedes.
- Aplicar tarifas de acuerdo a lo establecido.
- Checar las discrepancias entre los reportes de ama de llaves y recepción.
- Supervisará y elaborara las salidas de huéspedes.
- Supervisará que el área de trabajo se encuentre ordenada y limpia.

- Controlará el trabajo de sus recepcionistas.
- Entrenar al personal de nuevo ingreso.
- Comentar con su jefe inmediato las quejas de huéspedes para darle solución lo más rápido posible.
- Tomar reservaciones cuando el departamento este cerrado.
- Supervisar y atender el registro de huéspedes.
- Crear dentro del departamento el espíritu de cortesía y cooperación hacia nuestros huéspedes y compañeros.
- Recibir el turno y dar seguimiento a los pendientes.
- Promover los servicios.
- Mantener sus archivos actualizados.
- Conocer los paquetes, tarifas y disponibilidad.
- Dar seguimiento a los reportes que tengan de otros departamentos.
- Entregar el turno y pasar los pendientes y novedades.
- Asegurar el cobro correcto de las cuentas de huéspedes.
- Elaborar la aplicación correcta de tarifas.
- Asegurarse que tenga el material de trabajo.
- Hacer requisición de material de trabajo, botiquín, etc.
- Verificar que las habitaciones sean asignadas para evitar que se den habitaciones equivocadas.
- Conocer los diferentes tipos de habitación y su ubicación.
- Elaborará el resumen de comentarios.
- Hará el conteo de controles remoto.
- Checará que tenga todas las llaves de habitación y tarjetas de habitación en hotel nuevo estén completas así como cajas de seguridad.
- Elaborara los pre-registros para el fin de semana y puentes cercanos.
- En el turno de la noche correrá la auditoria nocturna.
- Informar al socio si hay algún desperfecto o faltante en su habitación
- Elaborar formatos de incidentes con socios

4.5.- OBJETIVOS

GENERAL

Brindar un servicio de calidad a cada uno de los socios durante su estancia en el Hotel Villas Asturianas haciendo placentero su hospedaje.

ESPECIFICOS

- + Satisfacer sus necesidades y deseos dentro de lo que se encuentre a nuestros alcances
- + Atender y resolver sus quejas, sugerencias y solicitudes.
- + Dar pronta solución a sus requerimientos.
- + Crear un ambiente agradable dentro de las instalaciones.

4.6.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

JUNTA DIRECTIVA DEL CENTRO ASTURIANO DE MEXICO A.C

Presidente

Manuel Arias Díaz

Vicepresidente

César Noval Garrido

Secretario

Faustino Pérez Blanco

Pro secretario

José Luis Martínez Vallina

Tesorero

José Ramón Remis Gutiérrez

Protesorero

Juan del Río Díaz

Contador interventor

Antonio Ordóñez Ríos

Comisión de Glosa

Tres vocales suplentes

COMISIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA

* Admisión de socios

* Honor y justicia

* Hacienda

* Contratos y reglamentos

* Administración de oficinas

* Alimentos y bebidas

* Club campestre ecológico

* Edificio socio-cultural

* Parque Asturias

* La casona

* Información y propaganda

* Relaciones

* Cultura

* Festejos

* Juegos en el edificio socio-cultural

* Juegos en el parque Asturias

* Curso de vacaciones planeadas

Campo de golf

* Deportes

- Bádminton

- Básquetbol

- Boliche

- Bolo cuatreada

- Bolo palma

- Frontón y Squash

- Fútbol

- Gimnasio

- Natación y Buceo

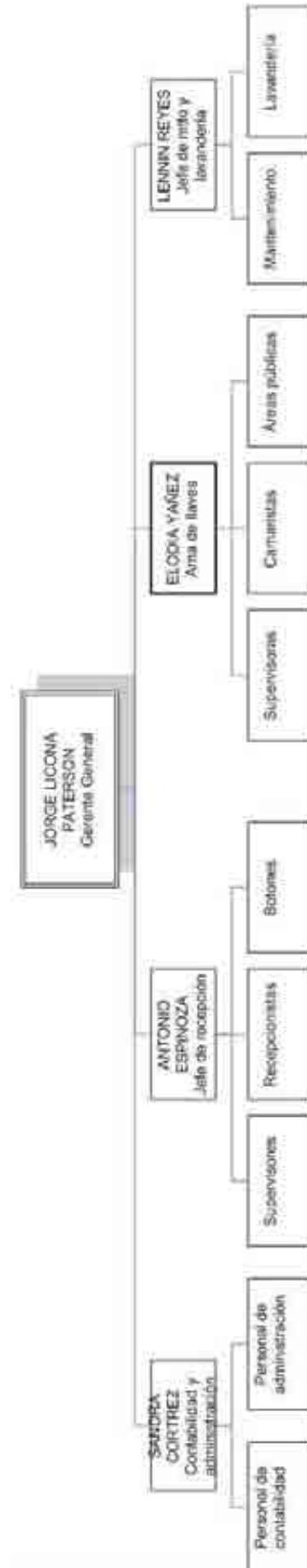
- Tenis

- Volibol

4.7. ORGANIGRAMA DEL HOTEL VILLAS ASTURIANAS

Es aconsejable que el hotel cuente con un organigrama bien definido sobre las líneas de mando y que este se haga llegar a cada uno de las personas que laboran en él, ya que con ello se evitarán confusiones sobre quien es jefe de quien y se entenderá la importancia del cargo que ocupa cada una de las personas que trabajan en el hotel. El organigrama debe estar diseñado con una estructura lo más plana posible porque ello dará confianza a los empleados de más bajo rango, al saber que no se encuentran hasta el final de una larga lista de puestos y es así que se sentirán con la capacidad de enfrentarse a problemas y sentirse potenciados para resolverlos.

ORGANIGRAMA DEL HOTEL VILLAS ASTURIANAS 2009



4.8.- POLITICAS

Las políticas son ciertos límites los cuales nos ayudarán a alcanzar nuestros objetivos organizacionales, las cuales están plasmadas por escrito y que guían la actuación de los integrantes de la misma.

Dentro del hotel se cuenta con un reglamento para socios y uno para el personal en general que labora dentro.

4.8.1. Reglamento del hotel para reservaciones

1.- Siendo el hotel exclusivo para socios, es requisito indispensable presentar la credencial.

2.- Las reservaciones siempre deberán:

Garantizarse por lo menos con una noche de depósito, excepto los paquetes que deberán ser pagados en su totalidad por anticipado.

3.- En caso de que el pago se realice con cheque sin fondos, o que el voucher de la tarjeta de crédito sea rechazado, la reservación quedará sin efecto.

4.- En caso de que la fecha esté cerrada, se comenzará una lista de espera que será respetada con riguroso orden cronológico de tiempo.

5.- No se hacen trámites vía telefónica.

6.- No se hacen reembolsos ni cancelaciones, únicamente cambios de fecha con 72 horas de anticipación a la fecha de la reservación.

7.- Durante la época de paquetes tales como: Semana Santa, Pascua, Verano, Navidad, por mencionar algunos, las habitaciones se agotan rápidamente por lo que se maneja una lista de espera en Tlalpan y en Cuautla, las cuales se fusionan en una sola y ésta es controlada por el departamento de reservaciones en el hotel y en caso de requerir alguna solicitud de cambio de fecha por las personas que ya tenían asegurado tal paquete, se le acepta y se le confirma a aquellos anotados en la lista de espera para el mismo paquete.

4.8.2. Reglamento del hotel para recepción

1.- Al llegar el socio al hotel, deberá presentar la papeleta de su reservación e identificarse con la credencial de socio vigente, de él y de todos sus acompañantes.

2.- Llenará su tarjeta de registro con los datos que le sean solicitados en la misma y deberá verificar que los que se tienen sean correctos, firmará de que los datos son correctos y también firmará un vale como resguardo por el control de televisión que se le presta.

3.- En recepción se realizará la asignación de habitaciones en base a la antigüedad de la reservación y de acuerdo al tipo de habitación que se le confirmó.

4.- La habitación deberá ser ocupada por la persona titular o familiar que cuente con el mismo número de socio, no se permite el endoso o traspaso de la papeleta.

4.8.3. Reglamento del hotel para el hospedaje

1.- Siendo el hotel un lugar de descanso del club y en atención a los huéspedes, queda **ESTRICTAMENTE PROHIBIDO** lo siguiente:

- Organizar fiestas en las habitaciones y subir demasiado el volumen a aparatos de sonido

- Hacer ruido en los pasillos antes de las 10:00 a.m y después de las 21:00 p.m

2.- Si usted desea solicitar extras para su comodidad, contamos con cobertores, toallas, almohadas, secadoras para el cabello, camas extras individuales y cunas. Los extras que haya solicitado, serán retirados el día de su salida durante el aseo, aún sin que usted nos haya entregado la habitación, por lo que si decide quedarse una noche más, debe avisarnos para que sus extras no le sean retirados.

3.- Para mantener en buen estado las instalaciones y el quipo de su habitación, **QUEDA PROHIBIDO** lo siguiente:

- Cocinar dentro de las habitaciones
- Conectar aparatos eléctricos con excepción de secadoras de pelo, rasuradoras y radios, siempre y cuando se mantengan con volumen bajo.
- Sacar toallas o cualquier otro textil, al igual que el de las habitaciones.
- Colgar ropa en las terrazas

4.8.4. Reglamento del hotel para la salida

1.- Al salir deberá liquidar la cuenta con todos los cargos realizados ya sea en efectivo o con tarjeta (Visa o Mastercard)

2.- Al salir deberá entregar en recepción:

- La llave o tarjeta de la habitación
- Control remoto de la televisión
- Toallas de alberca pendientes

NOTA: En caso de dejar algún olvido dentro de la habitación, el hotel le hará llegar una carta a su domicilio en donde se le informa que su olvido será guardado por 90 días, lapso que tendrá para recoger dicho olvido en el hotel. Pasados los 90 días, los olvidos serán donados.

3.- La salida en vacaciones de verano, semana santa y días de alta ocupación será a las 12:00 horas y la entrega de habitaciones limpias para las llegadas es a las 17:00 horas. Por su comprensión, gracias.

4.- Cualquier infracción al presente reglamento será reportado inmediatamente a la administración del Centro Asturiano de México A.C.

4.8.5. Reglamento para el personal en general

Primera.- El reglamento es aplicable, sin excepción de personas a todas aquellas que en alguna forma estén prestando sus servicios en el hotel.

Buenos modales.

Los trabajadores están obligados a observar dentro del Hotel la corrección y buenos modales necesarios, y quienes no cumplan se les aplicará la sanción que impone este reglamento.

El patrón o quienes lo representen observarán también correcciones y buenos modales en el trato a sus trabajadores.

De las prestaciones del servicio.

Todo el personal al servicio de la empresa está obligado a desempeñar las tareas que se le encomienden sin perjuicio de su salario o categoría, no pudiendo ausentarse del lugar de trabajo sin autorización.

Del horario.

El horario de labores será establecido de común acuerdo entre trabajador y empresa, debiendo ser fijado tomando en consideración las necesidades del hotel. El horario podrá ser modificado de común acuerdo entre trabajador y empresa.

Queda prohibido a los trabajadores tomar alimentos en el lugar de trabajo durante las horas laborales y hacer uso del comedor designado dentro del horario pactado.

Tolerancia a la hora de entrada.

Se concederá un tiempo de tolerancia de diez minutos para la entrada, esta tolerancia se concede exclusivamente para verdaderos casos de emergencia.

El trabajador que se presente después de la tolerancia señalada, tendrá acceso al hotel solo con la autorización del gerente en turno.

De la comprobación de la asistencia al trabajo.

Los trabajadores están obligados a marcar una tarjeta de tiempo tanto a la hora de entrada como a la hora de salida, en el reloj marcador. El no marcar y firmar la tarjeta, imposibilitará a la persona a exigir el salario correspondiente a la jornada de labores.

De los descansos semanales.

Por cada seis días de trabajo, se disfrutará de un día de descanso, por lo menos, con goce de salario integro.

De los alimentos.

El personal dispondrá de 30 minutos para tomar sus alimentos, el personal que realiza labores administrativas y en general los jefes departamentales hacia arriba, disfrutarán de 45 minutos.

Pago de los salarios.

El pago de los salarios a los empleados, se realizarán los días 3 y 18 al personal de confianza, los sábados al personal sindicalizado de planta y eventual, dentro de las horas de labores y en su lugar de trabajo; en caso de que estos días fueran festivos, se pagará el día inmediato anterior, salvo los casos de fuerza mayor previstos por la ley.

De las obligaciones de la empresa.

- a) Dotar a los empleados las herramientas y uniformes necesarios para la realización de su trabajo.

- b) Otorgar a los baños y lavabos servicio de agua fría y caliente
- c) Los jefes de cada área deben tratar a los empleados con la debida cortesía.

De las obligaciones de los trabajadores.

- a) Tratar a sus compañeros con la debida cortesía y respeto.
- b) Presentarse al trabajo con puntualidad
- c) Comunicar a la empresa las observaciones con objeto de mejorar el servicio.
- d) Usar y conservar con el mayor cuidado los implementos de trabajo.
- e) Conservar su lugar de trabajo limpio y en perfecto orden
- f) Efectuar su aseo personal y cambio de ropa antes de iniciar labores

De las prohibiciones a los trabajadores.

- a) Dedicarse en sus horas de trabajo a actividades personales
- b) Presentarse en estado de ebriedad o bajo influjo de drogas
- c) Sustraer del Hotel materia prima, mercancías, herramientas o uniformes sin que exista un pase de salida autorizado por la gerencia.
- d) Portar armas
- e) Practicar juegos de azar o deportivos, salvo cuando éstos sean autorizados.
- f) Solicitar al cliente préstamos, propinas, garantías o cartas de crédito.
- g) Ningún trabajador podrá introducir personas extrañas a la empresa
- h) Mascar chicle durante las horas de trabajo
- i) Gritar, silbar, cantar en voz alta o alterar en cualquier otra forma la tranquilidad del establecimiento

Higiene y seguridad.

Los trabajadores deben presentarse aseados y mantener sus ropas en condiciones higiénicas; por lo que todo el personal se obliga todos los días a:

- Bañarse
- Rasurarse
- Lavarse los dientes
- Lustrarse el calzado
- Mantener las uñas cortadas y limpias

Para efecto del cumplimiento de esto, la empresa se obliga a tener las instalaciones necesarias para el aseo del empleado, manteniéndolas en buenas condiciones de uso.

Prevención de accidentes.

A efecto de evitar accidentes, se prohíbe:

- a) Trabajar sin el uniforme adecuado
- b) Operar algún equipo eléctrico sin tener la autorización
- c) Toda clase de juegos
- d) Pasar de un área a otra si necesidad

De los permisos y faltas.

Las faltas de asistencia justificadas son:

- * Incapacidad por accidente de trabajo
- * Incapacidad por enfermedad profesional
- * Incapacidad por enfermedad general
- * Permisos particulares sin goce de sueldo

Solo serán válidas las incapacidades expedidas por el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Los trabajadores que falten injustificadamente a sus labores se les impondrán las siguientes sanciones:

- Una falta en treinta días, un día de suspensión
- Dos faltas en treinta días, tres días de suspensión
- Tres faltas en treinta días, cinco días de suspensión
- Más de tres faltas en treinta días, rescisión del contrato individual de trabajo

Todos los empleados de la Empresa, deberán portar su gafete de identificación cuando se encuentren dentro de las instalaciones del hotel.

Solo tendrá acceso a los almacenes y bodegas de servicio el personal autorizado por el jefe de área.

Todos los empleados deberán tratar con amabilidad y respeto a los socios del hotel.

Debiendo la empresa prestar servicio durante las 24 horas del día todo el año, ningún trabajador podrá negarse a trabajar los días festivos o tiempo extra, comprometiéndose la empresa a cubrir el pago que establezca el contrato.

Violaciones.

Cuando el personal al servicio de la Empresa cometa alguna violación al presente Reglamento, Contrato Colectivo de Trabajo, o la Ley Federal de Trabajo, se harán las investigaciones necesarias en cada caso, y si el trabajador resulta responsable, será sancionado de acuerdo con lo que ordena la Ley de la materia y este Reglamento.

4.8.5. Reglamento interior del Centro Asturiano de México A.C

Centro-Socio-Cultural-Parque Asturias-Club Campestre Ecológico Asturiano.

Clasificación.

De acuerdo a los estatutos, existen las siguientes categorías de socios:

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| I.- Socios honorarios | II.- Socios suscriptores |
| III.- Socios Foráneos | IV.- Socios protectores |

Admisión de socios.

Toda persona que desee ser admitida como socios suscriptor o femenino, deberá de presentar solicitud escrita, la cual estará firmada por el solicitante y por dos Asociados quienes recomienden su admisión.

Las solicitudes de ingreso se turnarán a la Comisión de Admisión de Socios y quien propondrá a la Junta Directiva su aprobación o rechazo.

La Comisión deberá considerar la capacidad de los servicios e instalaciones del Centro, a fin de no saturar la prestación de los mismos.

Las solicitudes de ingreso serán resueltas en un plazo no mayor de noventa días. La resolución será inapelable.

Derechos de los Socios y usuarios.

Los derechos de los socios titulares y de sus usuarios familiares son intransferibles.

Teniendo derecho a presentar por conducto del Administrador sus quejas, inconformidades u observaciones y recomendaciones. Toda petición se formulará por escrito, utilizando lenguaje comedido.

Obligaciones.

- a) Aportar con veracidad la información que le sea requerida.
- b) Observar, una conducta intachable, apegada a la moral y las buenas costumbres.
- c) Mantener el buen nombre del Centro.
- d) Abstenerse de profesar o externar críticas a los sistemas de gobierno y servicios del Centro.
- e) Abstenerse de profesar o externar opiniones que desacrediten o lesionen el buen nombre del Centro.
- f) Abstenerse de discusiones sobre temas políticos, religiosos o de naturaleza similar.
- g) Guardar la debida compostura y buenas costumbres dentro del Centro.
- h) Cuidar la conservación del mobiliario y equipo, y en su caso, cubrir el importe por los desperfectos causados.

- i) Pagar sus cuotas con puntualidad.
- j) Someterse a los exámenes médicos y acatar las medidas de higiene.
- k) Mostrar la credencial que los identifique como socios, cuando sea requerida.
- l) Desempeñar las comisiones cuyo nombramiento hayan aceptado.
- m) Prohibido traficar, poseer o utilizar cualquier sustancia.

Los socios tienen la obligación de utilizar el vestuario e indumentaria apropiada para la práctica de los diferentes deportes, de acuerdo con sus respectivos reglamentos.

Sin la autorización expresa de la Junta Directiva, queda prohibido efectuar colectas, realizar rifas, tómbolas, exponer artículos para su venta, exhibiciones y anuncios.

No podrán organizarse fiestas, espectáculos y otro tipo de reuniones y eventos sin el consentimiento expreso otorgado por la Junta Directiva.

Prohibiciones.

Queda expresamente prohibido, para todos los socios:

- a) Presentarse en estado inconveniente, por ingerir bebidas alcohólicas o sustancias psicotrópicas
- b) Alterar el orden de cualquier forma
- c) Portar armas de fuego
- d) Introducir perros y otros animales
- e) Conservar o sacar artículos pertenecientes al Centro
- f) Reprender o amenazar al personal del Centro
- g) Cruzar apuestas o practicar juegos de azar que no estén permitidos por las autoridades gubernamentales
- h) Encender fuego de cualquier clase
- i) Cortar flores, frutas y estropear jardines y plantíos
- j) Rayar o pintar paredes
- k) En general, cometer faltas de cualquier índole

De las cuotas

Las cuotas serán cubiertas por anualidades adelantadas

Transcurridos treinta días de la fecha en que el socio debió pagar el importe de sus cuotas, no tendrá acceso a la zona deportiva. La baja del socio implicará la pérdida de todos sus derechos.

De los invitados y visitantes.

Los socios podrán llevar invitados al Centro Asturiano de México, pero será necesario el pago de la cuota, previa autorización que será válida para una única ocasión y limitada como máxima a los miembros de una misma familia. Esta facultad, solamente podrá ejercerla tres veces al semestre.

Podrán expedirse tarjetas de visitantes, personales e intransferibles, que permitirán al poseedor utilizar los servicios e instalaciones del Centro por el tiempo que la Junta Directiva estime conveniente.

De los servicios.

El Centro Asturiano de México proporcionará servicio a sus socios todos los días de la semana, con excepción de los declarados de descanso obligatorio por la Ley Federal del Trabajo. El parque Asturias permanecerá cerrado todos los lunes de cada semana.

La calidad de socio y el derecho a utilizar los servicios e instalaciones del Centro, se acreditará por medio de la credencial vigente, la cuál deberá ser presentada ante los encargados de control y cuantas veces sea requerida dentro del propio Centro.

Como podemos ver en cualquier empresa es necesario contar con políticas y reglamentos las cuales nos servirán de guía y las limitantes para nuestras

acciones, que al mismo tiempo nos llevan a lograr los objetivos deseados por la organización y por el personal que labora dentro de ella, es necesario que estas políticas las encontremos por escrito y que sean publicadas para el conocimiento de todos. Debe cuidarse de que estas políticas y normas sean revisadas periódicamente a fin de evitar que con el tiempo se vuelvan obsoletas

4.9. Tipo de dirección

Es importante identificar que tipo de dirección ejerce nuestro jefe, para saber de que manera debemos actuar en el trabajo y también para que se le pueda ayudar o mejorar su liderazgo dentro de la empresa.

ESTILOS	
PARTICIPATIVO	Es el tipo de jefe que siempre busca compartir responsabilidades con su personal, informándose de las opiniones de cada uno de ellos y de esta forma les incluye en el equipo encargado de tomar decisiones.
AUTOCRATICO	El jefe impone las normas y sus propios criterios, estableciendo la estrategia que se a va a seguir, planificando y diseñando el trabajo, y diciendo quién debe hacerlo cada tarea. Nunca clasifica los procedimientos que se han de seguir, pero decide las fases de actividad a corto plazo.
DEMOCRATICO	Las tareas se discuten y determinan en unión, el jefe sólo orienta y apoya. Plantea propuestas que pueden ser evaluadas en grupo. Juzga objetivamente los trabajos y crea un clima laboral agradable y de confianza con todo su personal, lo que no quiere decir que resulte siempre eficaz.

BUROCRATICO	<p>La organización establece una estructura jerárquica con normas, haciendo que se bloquee la comunicación entre los jefes y los subordinados y estableciéndose una relación donde dichas normas influyen en la persona.</p> <p>Se da prioridad a los intereses personales frente a las necesidades de la organización. El jefe es quien toma las decisiones sin que los demás tengan posibilidades de participación en las decisiones</p>
PATERNALISTA	<p>Establece una actitud protectora con los empleados. Se interesa por sus problemas personales y profesionales como un padre a sus hijos. Aunque les consulta, es él quien toma las decisiones.</p>
DEJAR DE HACER	<p>El grupo toma decisiones libremente sin la participación del jefe, con lo que hay una ausencia de liderazgo.</p> <p>Es el caso del jefe que no ejerce de directivo en ningún plano. En realidad no dirige. El propio grupo toma las decisiones y el control de los resultados.</p>

El tipo de liderazgo que puedo identificar dentro del hotel es un poco del autocrático y otro tanto del democrático debido a que por una parte el jefe es quien se encarga de decir como se van a realizar las actividades y quien las ha de realizar, pero también hay ocasiones en las que antes de llevar a acabo cualquier plan, toma en cuenta la decisión del personal de recepción y si le parece que la información obtenida es de ayuda, opta por utilizarla para guiarse en la toma de decisiones de manera correcta o al menos intenta que funcione con las ideas propuestas.

4.10. CULTURA

Se puede decir, que la cultura de una organización está formada por todos aquellos hábitos, valores y normas que llevan a cabo los individuos que conforman una empresa y que se basan en ello para saber como comportarse, para la mayoría de las empresas éste es un punto el cual les ayuda a ser competitivas y líderes dentro del mercado, pero en el caso del asturiano, éste es un punto el cual tiene como finalidad lograr que el proceso sea más ligero y que las actividades se realicen de forma adecuada beneficiando a socios y personal que labora. Para entender mejor este término, se definen cada uno de los conceptos mencionados al principio.

NORMA: Es todo aquello sobre lo que se rige una organización, la cual debemos encontrar por escrito una vez aprobada y que debe ser obedecida por los integrantes a quien va dirigida. Estas normas son las que encontramos dentro de los manuales, reglamentos, etc.

HABITO: Son las acciones que aunque no están por escrito, sabemos que las debemos o no llevara a cabo, en el caso del hotel, el personal de recepción a veces comenta con el socio ¿si encontró su estancia placentera o no? O si su viaje fue pesado, todo esto con el fin de ser cortés, aunque en el reglamento no estipule que debemos conversar con los socios para hacerlos sentir importantes para la empresa.

VALORES: Es el conjunto de cualidades que caracterizan a las personas que forman parte de la organización, ya sea positivos o negativos. En el hotel me he podido percatar de la existencia del respeto por parte del personal y de los socios, aunque no se puede evitar que el clima de la ciudad a veces influya en el humor del socio y que este llegue un poco alterado a las instalaciones.

Algunos otros valores que he observado, son la cortesía, responsabilidad aunque hay veces que el personal falta el día que le toca trabajar, tal vez se deba a que en su mayoría son jóvenes que no entienden este valor, también puedo mencionar la confianza y honradez ya que si el huésped llega a extraviar u olvidar algo en las instalaciones del hotel siempre le es regresado, la tolerancia también puede ser vista cuando el socio solicita cualquier cosa que sabe que llevara un poco de tiempo para poder serle concedida. Un valor que me parece interesante es el apego que existe hacia la religión ya que aunque el asturiano es un centro de diversión y descanso no pasan por alto sus creencias religiosas y es por ello que cada sábado se oficia una misa y por los comentarios que he leído en los cuestionarios aplicados me doy cuenta de que algunas personas solicitan un lugar más adecuado para oír misa, tal vez una pequeña capilla. Todos estos valores juntos crean un clima organizacional agradable.

Parte de una cultura organizacional es el clima que se vive dentro de la misma por ello es importante que el personal se sienta a gusto con el ambiente que le rodea, que su percepción sea positiva para que pueda desempeñar sus funciones de la mejor manera, por decir, en el hotel, se puede percibir un ambiente en el que todos se encuentran a gusto con su trabajo, tal vez sea gracias a que cada uno pone lo mejor de sí para llevarse bien con sus compañeros, sin rivalidades, ni envidias, eso es algo agradable que a veces pareciera que el socio también lo siente y lo podemos observar en sus comportamiento con el personal que le atiende.

Dentro de las costumbres que se llevan a cabo dentro del Centro Asturiano está el famoso torneo del pavo, el cual se programa para el mes de noviembre y consiste en juegos de tenis y a los que resulten ganadores se les otorga un reconocimiento por su participación y un pavo, preparándose para la cena de navidad.

A continuación se presentan algunos factores que colaboran en la determinación de la cultura en una empresa de acuerdo con el autor José Ruiz-Canela López:

Internos.

- Historia de la empresa. Nos ayuda a comprender los principios sobre los que se inició el proyecto.
- Tipo de liderazgo. El liderazgo está relacionado con el comportamiento de los directivos para conducir la organización hacia un servicio con calidad.
- Productos y tecnologías. Las empresas muy retrasadas tecnológicamente necesitarán un cambio cultural mayor que aquellas más avanzadas.
- Estructuras organizativas. Estructuras “planas”, es decir, con menos jerarquía. Con ello se pretende que la dirección esté más próxima a los empleados.
- Tamaño de la empresa. Más grande, más difícil introducir cambios de cultura.

Externos.

- Entorno de la empresa. Todos los aspectos de fuera que le rodean.
- Mercado. No es igual una empresa que se mueve en un mercado muy competitivo, que otra cuyo mercado es un monopolio.
- Clientes. Las empresas pueden trabajar con clientes de muy diferentes tipos.
- Competencia. Las empresas enfrentadas a una mayor competencia deben ser más proclives a afrontar rápidamente los cambios.

4.11. MARCO JURIDICO

4.11.1. REGLAMENTO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO TURISTICO DEL SISTEMA DE TIEMPO COMPARTIDO

DISPOSICIONES GENERALES

Las disposiciones de este Reglamento serán aplicadas en todo el territorio de los Estados Unidos Mexicanos por la Secretaría de Turismo.

Para efectos de este Reglamento se entiende por: La Secretaría: el servidor público competente, en los términos del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo.

Sistema de tiempo compartido, independiente mente de la denominación que se le dé a la forma de contratación: todo acto jurídico por el cual se concede a una persona el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, ya sea una unidad cierta, considerada en lo individual o una unidad variable dentro de una clase determinada, durante un período específico, a intervalos previamente establecidos, determinados-

Usuario- turista: a la persona que adquiere los derechos mencionados en el párrafo anterior, así como a cualquier otra que haga uso de los mismos, con justo título.

Establecimiento: El bien en el que se presta el servicio turístico del sistema de tiempo compartido.

Prestador: la persona física o moral que tenga a su cargo la administración del sistema, el mantenimiento y operación del establecimiento, debiendo estar domiciliada en el territorio de los Estados Unidos Mexicanos.

Aún cuando el prestador contrate con terceros la prestación de los servicios que se proporcionen a los usuarios - turistas y al establecimiento, aquél será el único responsable en los términos del presente Reglamento.

INSCRIPCION EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

Para poder operar, el prestador deberá obtener su inscripción, así como la del establecimiento correspondiente, en el Registro Nacional de Turismo.

A efecto de dar cumplimiento a lo anterior, el prestador o cualquier tercero que acredite interés jurídico, presentará la solicitud respectiva, acompañándola de los siguientes documentos:

- I. La cédula de registro federal de contribuyentes del prestador;
- II. Si el prestador es una persona moral, testimonio de la escritura pública constitutiva correspondiente y, en su caso, de las reformas al contrato social, debiendo estar dichos documentos inscritos en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio respectivo;
- III. Si el prestador es una persona física extranjera, deberá acreditar su legal estancia;
- IV. Copia auténtica del documento por el que el prestador asume ese carácter;
- V. Constancia de que el bien está afectado a la prestación del servicio que regula este Reglamento. Dicho requisito se exigirá en los términos que señalen las legislaciones locales cuando contengan regulación específica sobre la materia;
- VI. Declaración bajo protesta de decir verdad de que se obtuvieron los permisos, autorizaciones y licencias que, en su caso, exijan las autoridades federales, estatales o municipales;
- VII. Descripción general del establecimiento, de las unidades destinadas al uso y de los servicios con que contará éste, así como fotografías del mismo;
- VIII. Copia sellada por el oficial de partes de la Procuraduría Federal del Consumidor, de la solicitud de aprobación y registro del contrato de servicios a celebrar con los usuarios turistas;
- IX. Póliza del seguro contra daños por destrucción total o parcial del establecimiento, destinado a la reconstrucción o reparación del bien;
- X. Póliza de la fianza por el monto equivalente a veinte veces la cuota individual de mantenimiento anual, fijada en los términos del Reglamento Interno del establecimiento, que garantice el cumplimiento de las condiciones en que se

ofrezcan los servicios. En caso de que dicho Reglamento Interno prevea diversas cuotas de mantenimiento, para los efectos de esta fracción, se considerará la más elevada;

XIII. Manifestación de que el establecimiento está o no afiliado a una organización o sistema de intercambio y, en su caso, copias auténticas del contrato y reglamentos respectivos, y

XIV. Los documentos que acrediten los elementos previstos en el artículo 13 de este Reglamento, para efecto de que la Secretaría pueda realizar la verificación de los mismos y, en su caso, otorgar la categoría solicitada por el prestador.

CATEGORIAS

Corresponde a la Secretaría otorgar y modificar, en su caso, la categoría de cada establecimiento. Las categorías que puede conferir son, en orden ascendente: una a cinco estrellas y gran turismo.

Para otorgar a cada establecimiento la categoría que le corresponde, la Secretaría tomará en consideración, entre otros, los siguientes elementos:

- I. Inversión;
- II. Número de empleados;
- III. Ubicación específica;
- IV. Superficie construida;
- V. Áreas abiertas;
- VI. Áreas comerciales;
- VII. Número de cajones de estacionamiento;
- VIII. Características del área de recepción y registro;
- IX. Número y características de los ascensores;
- X. Número de habitaciones;
- XI. Dimensión de las habitaciones;
- XII. Mobiliario y servicios en las habitaciones;
- XIII. Instalaciones sanitarias de las habitaciones;

- XIV. Servicios e instalaciones complementarias o recreativas;
- XV. Número y características de establecimientos de alimentos y bebidas o de espectáculos;
- XVI. Servicios de mantenimiento y conservación;
- XVII. Condiciones de seguridad e higiene;
- XVIII. Antigüedad y estado de conservación del inmueble, especialmente cuando se trate de construcciones con valor arquitectónico o histórico;
- XIX. La afiliación o no, a un sistema de intercambios de sistemas de tiempo compartido;
- XX. Servicio hotelero, si se presta, y
- XXI. Las características de otros servicios, en su caso.

NORMAS DE OPERACION

El servicio principal de los establecimientos es proporcionar a una persona, a cambio de un precio cierto y determinado, el uso y goce de un bien o parte del mismo, ya sea una unidad cierta considerada en lo individual o una unidad variable dentro de una clase determinada durante un periodo específico, a intervalos previamente establecidos, de terminados o determinables.

Como servicios complementarios se considerarán todos aquéllos que los prestadores se obliguen a otorgar a los usuarios turistas, distintos del previsto en el artículo anterior.

El prestador deberá entregar a la Secretaría un ejemplar del Reglamento Interno del establecimiento suscrito para su estudio. El Reglamento debe contener, cuando menos, estos elementos:

- I. Número de periodos diarios, semanales, mensuales o anuales en que se divide el uso;
- II. Mención de si los períodos son fijos o variables, y, en su caso, los requisitos para variar la fecha del uso;

- III. Sistema de reservaciones;
- IV. Cuotas de mantenimiento, origen, aplicación, periodicidad de las mismas, monto y manera de incrementarlas o disminuirlas;
- V. Cuotas extraordinarias, origen, aplicación y forma de determinarlas;
- VI. Supuestos en que el usuario - turista tendrá derecho de voto en la toma de decisiones del establecimiento, sistema de votación y quórum;
- VII. Sistema para la designación de representantes de los usuarios - turistas, facultades de aquellos, procedimientos y causas de la sustitución o destitución de los mismos;
- VIII. Forma y periodicidad en que se dará mantenimiento a las habitaciones, servicios, instalaciones y áreas comunes;
- IX. Descripción del mobiliario;
- X. Número de usuarios - turistas que podrán alojarse por unidad;
- XI. Días y horas de inicio y terminación de los periodos de uso;
- XII. Condiciones para el uso de áreas comunes;
- XIII. Sanciones que internamente se puedan aplicar al usuario turista por incumplimiento de su propio reglamento, y procedimientos para aplicarlas;
- XIV. Forma de designar al prestador del servicio, procedimientos para nombrarlo y sustituirlo, facultades, responsabilidades y garantías que debe satisfacer;
- XV. Servicios complementarios que se prestarán al usuario turista;
- XVI. Mención de que el uso es sobre una unidad cierta considerada en lo individual o una unidad variable dentro de una clase en concreto;
- XVII. Forma de cumplir las obligaciones a cargo del prestador, y;
Cuando el usuario - turista no esté al corriente en el pago de sus cuotas, el prestador podrá suspenderle el servicio.

El prestador deberá respetar las reservaciones hechas por el usuario aceptadas por escrito por aquél. Su incumplimiento obliga al prestador a cubrir la estancia del usuario durante el tiempo pactado en un establecimiento de categoría similar. En caso de no ser posible, el prestador pagará de inmediato el importe de

los gastos de transportación del lugar de residencia del usuario hasta el establecimiento y su regreso por el mismo medio en que efectuó su viaje.

Se exceptúan de lo dispuesto en este artículo, aquellos casos en los que el usuario no pueda usar el establecimiento por causas de caso fortuito o fuerza mayor.

VERIFICACION Y SANCIONES

Las visitas a que se refiere el artículo 85 de la Ley Federal de Turismo se practicarán a los establecimientos con alguno(s) de los siguientes propósitos:

- I. Constatar la veracidad de la información proporcionada en las solicitudes de inscripción en el Registro Nacional de Turismo;
- II. Obtener la información requerida para el otorgamiento o modificación de la categoría que corresponda;
- III. Comprobar que se exhiba la Cédula Turística;
- IV. Verificar que el servicio se presta conforme a la categoría correspondiente;
- V. Comprobar que se cuenta con el libro de registro de quejas y sugerencias y que está a disposición del usuario, y
- VI. Constatar el cumplimiento de las demás disposiciones aplicables, contenidas en la Ley Federal de Turismo y en este Reglamento.

Se sancionará al prestador, por las siguientes infracciones:

- I. Carecer de Cédula Turística;
- II. Abstenerse de notificar lo dispuesto en el artículo 10 de este Reglamento;
- III. Carecer del libro de registro de quejas y sugerencias o no tenerlo a disposición de los usuarios;
- IV. No registrar el Reglamento Interno del establecimiento, o no entregar copia del mismo debidamente registrado a los usuarios;
- V. No exhibir la Cédula Turística en un lugar visible en el acceso principal del establecimiento o, en su caso, la copia sellada de la solicitud;

- VI. Carecer del seguro;
- VII. Modificar las cuotas en forma distinta a la prevista en el Reglamento Interno del establecimiento;
- VIII. No respetar las reservaciones confirmadas por escrito a los usuarios, y
- IX. Las demás que impliquen una violación a la Ley Federal de Turismo o al presente Reglamento.

Las sanciones que se impongan serán las siguientes:

- I. Multa, y
- II. Clausura del establecimiento.

4.11.2. LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

DISPOSICIONES GENERALES

Esta ley es de orden público y de interés social así como de observancia en toda la República.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

PRINCIPIOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

- 1.- La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por cualquier producto o servicio.
- 2.- La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado, garantizar la libertad para escoger entre productos y servicios y la equidad en la contratación

3.- Proporcionar la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen

4.- Protección contra publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales

5.- Protección en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología

PARA EFECTOS DE ESTA LEY, SE ENTIENDE POR:

Consumidor: La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta de bienes, productos o servicios, o que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con el objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, estos últimos solo podrán ejercer las acciones a que se refieren los preceptos cuando estén acreditadas como microempresas o microindustrias.

Proveedor: La persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios.

Secretaría: La Secretaría de Economía.

Procuraduría: La Procuraduría Federal del Consumidor.

DE LAS AUTORIDADES

DE LA SECRETARÍA

La Secretaría determinará la política de protección al consumidor, que constituye uno de los instrumentos sociales y económicos del Estado para

favorecer y promover los intereses y derechos de los consumidores así como los requisitos de información a que se han de someter las garantías de los productos y servicio, salvo que estén sujetos a la inspección o vigilancia de otra dependencia de la administración pública federal.

DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Atribuciones de la Procuraduría:

- I.- Promover y proteger los derechos del consumidor.
- II.- Procurar y representar los intereses de los consumidores.
- III.- Representar a los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales y administrativas y ante los proveedores.
- IV.- Otorgar información a los consumidores, para un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- V.- Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores.
- VII.- Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidos o registrados por las autoridades.
- VIII.- Denunciar ante el ministerio público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que afecten los intereses de los consumidores.

DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de

origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

Las leyendas que restrinjan o limiten el uso del bien o el servicio deberán hacerse patentes en forma clara, veraz y sin ambigüedades.

DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS

Se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:

- I. Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio;
- II. Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido;
- III. Con figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas, o envases de los productos o incluidas dentro de aquéllos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse; y
- IV. Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.

Por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier otra expresión similar se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.

DE LOS SERVICIOS

En todo establecimiento, deberá exhibirse al público la tarifa de los principales servicios ofrecidos y las tarifas de los demás deberán estar disponibles al público.

El proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas,

preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas.

Los proveedores están obligados a dar las facilidades o contar con los dispositivos para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios.

Los prestadores de servicios tendrán obligación de expedir facturas o comprobantes.

La prestación del servicio de tiempo compartido, consiste en poner a disposición de una o varias personas, el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, por períodos previamente convenidos, mediante el pago de alguna cantidad, sin que, en el caso de inmuebles, se transmita el dominio de éstos.

La venta o preventa de un servicio de tiempo compartido solo puede llevarse a cabo cuando el contrato este registrado en la Procuraduría y cuando especifique:

- 1.- Nombre y domicilio del proveedor
- 2.- Lugar donde se prestará el servicio
- 3.- Determinación de los derechos y períodos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores
- 4.- El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año
- 5.- Las opciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizar tales intercambios

CAPITULO 5.- PROPUESTA DE PLAN INTEGRAL DE CALIDAD APLICADO AL HOTEL VILLAS ASTURIANAS.

El plan que se pretende aplicar consiste en ciertos métodos y principios que serán utilizados, para que de manera ordenada y estratégica se pueda guiar a la empresa hacía su principal fin, que es el de satisfacer las necesidades y gustos del cliente.

Este plan por lo general se lleva a cabo una vez que se han identificado focos rojos dentro de la organización y sobre los cuales se debe actuar.

5.1.- DETERMINACION DE OBJETIVOS Y METAS.

Los objetivos y metas que regularmente se determinan son las siguientes:

1.- Verificar que el servicio ofrecido por el Hotel Villas Asturianas realmente necesita mejorar su calidad.

2.- Determinar mediante un análisis los puntos negativos que necesitan ser mejorados y sacar provecho de los puntos positivos.

3.- Analizar, con ayuda de los cuestionarios aplicados por la empresa, el grado de insatisfacción por parte de los socios.

4.- Allegarse de la información necesaria que ayude a entender el funcionamiento actual del ciclo del servicio.

5.- Obtener los documentos administrativos (reglamentos, manuales, organigramas, políticas, etc.) para realizar los cambios pertinentes y necesarios para aumentar la eficiencia y efectividad de los mismos.

6.- Lograr que el hotel mejore su calidad en el servicio, para que de esta manera se satisfaga al cliente.

7.- Conseguir que cada una de las áreas funcionen en conjunto para obtener un mismo fin, que es la calidad en el servicio.

5.2.- ESTABLECIMIENTO DEL COMITÉ DE CALIDAD.

- Presidente de la organización.

Lic. Jorge Licon Paterson

- Titulares del aseguramiento de la calidad
 - Área de contabilidad y administración
 - Sandra Cortés
 - Liliana Cortés
 - Maribel Figueroa
- Funcionarios representantes del área a trabajar.
 - Jefe de recepción – Antonio Espinosa Lima
 - Ama de llaves – Elodia Yañes
 - Jefe de mantenimiento y lavandería – Lennin Reyes

5.3.- FUNCIONES DEL COMITÉ DE CALIDAD.

- 1.- El presidente del comité será la persona a quien llegaran todas las propuestas de mejoramiento, así como los avances obtenidos dando su visto bueno para determinar los puntos que serán aceptados e implantados así como los que no y las modificaciones pertinentes que deban realizarse.
- 2.- Se tiene estimado comenzar con el plan integral de calidad, el día 01 de junio de 2009 y la fecha de terminación y entrega de los resultados por escrito es el día 03 de julio del mismo año.
- 3.- Para poder llevar a cabo el plan de calidad es necesario contar con recursos materiales (lo relacionado a la papelería), económicos (dinero) y de tiempo.
- 4.- Cada una de las áreas deberán de establecer y dar a conocer el programa que se llevará a cabo para lograr la calidad, ya que cada una de ellas debe trabajar de forma simultánea para obtener el mismo objetivo dentro del hotel.
- 5.- Los funcionarios son los encargados de evaluar los resultados que arroje la implantación de los planes y programas para el mejoramiento y determinar si es necesario realizar modificaciones en los mismos para una mayor eficiencia.
- 6.- Por último, el presidente de la organización, los titulares del aseguramiento de la calidad y los funcionarios, se ocuparan de establecer las estrategias adecuadas o convenientes que permitan obtener una mayor calidad en el servicio ofrecido por el Hotel Villas Asturianas.

5.5.- CAPACITACION PARA EL PERSONAL DE RECEPCION DEL HOTEL.

Antes que nada debemos preguntarnos: ¿Es necesaria la capacitación? Y ¿Por qué? En este caso nos podemos percatar de que la capacitación si es necesaria ya, que debido a la falta de ella se han cometido muchos errores al ofrecer el servicio al socio, provocando su insatisfacción y reclamos sobre la forma en como fue atendido por el personal de recepción en específico, todo esto también originado por el hecho de que el personal no se encuentra comprometido con la empresa al no tener conocimiento sobre la misión y filosofía del hotel, es como no tener bien claro el camino que hay que seguir.

Debemos tener claro que tipo de capacitación vamos a poner en práctica de acuerdo a la siguiente división propuesta por Hugo Calderón Córdova:

1.- Capacitación para el	a) Capacitación de preingreso
Trabajo	b) Inducción
	c) Capacitación promocional
2.- Capacitación en el	a) Adiestramiento
Trabajo	b) Capacitación específica y humana
3.- Desarrollo	a) Educación formal para adultos
	b) Integración de la personalidad
	C) Actividades recreativas y culturales

Como podemos ver nos ubicamos en esta ocasión en el primer punto de capacitación para el trabajo en su inciso a) Capacitación de preingreso, la cual va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva función, por ser nuevo, el objetivo es proporcionar al personal la capacitación adecuada al puesto que va a

ocupar, otorgándole los conocimientos necesarios que debe saber para desarrollar las habilidades que le permitan desarrollar su trabajo de manera óptima.

También se le facilitará información acerca de la empresa, planes, programas, inducción al puesto, reglamento, políticas, etc. que le ayuden a integrarse en su nuevo trabajo.

A continuación se describen algunos puntos que debe contener un programa de capacitación, según el Dr. Deming:

a) Identificar los objetivos y las metas de la organización.

Es importante que cuando se vaya a impartir el programa de capacitación se tengan claros los objetivos, misión y filosofía de la empresa y si es posible también del área en particular si es que se cuenta con ello, ya que esto significa un punto de partida para formular el propio objetivo de la capacitación en sí, logrando con ello hacer partícipes a los empleados del compromiso que se tiene con los clientes y del importante papel que juegan ellos dentro de la organización.

b) Identificar las metas organizacionales que se alcanzarán mediante la capacitación.

Una vez que se tienen identificados los objetivos, misión y filosofía organizacional, se procede a analizar que parte de cada una de éstas se logrará mediante la capacitación, para tener bien claro el camino que se debe seguir y a dónde se pretende llegar con la ayuda del personal del hotel, ya que la capacitación debe usarse como parte de un plan de acción para la mejora y no como una solución rápida ante un problema latente.

c) *Analizar que se debe enseñar.*

Se debe tener claro lo que se pretende lograr con la capacitación ya sea de acuerdo con los objetivos, con la misión, etc. para saber qué es lo que se va a enseñar, es imprescindible que esto se consulte o sea pedida la opinión del administrador, el jefe de recepción y de los mismos empleados quienes son los principales portadores de ideas y juntos evaluarán las necesidades presentes a fin de determinar lo que se va a enseñar al personal.

También se sugiere observar a los empleados realizando sus labores normales para obtener información adecuada sobre la forma en que se desempeña el puesto, solo para corroborar que no se haya pasado algún detalle.

d) *Diseñar el programa de capacitación.*

En este punto el Dr. Deming menciona que el programa de capacitación debe contener y a que se refiere cada uno de ellos:

- I.- Trabajo formal de clase.
- II.- Trabajo experimental.
- III.- Materiales didácticos claros.
- IV.- Utilización de métodos estadísticos.

Trabajo formal de clase. Tal vez ésta sea una de las formas más complicadas para enseñar, sobre todo a personas adultas ya que aquí nos valemos del uso de libros, manuales, guías, folletos, etc. que por el hecho de ser por escrito resultan un tanto aburridos para el personal y es por eso que cualquier material de este tipo debe estar diseñado para llamar la atención, ya sea con figuras, colores, poco texto, etc. o también nos podemos apoyar de técnicas audiovisuales para tener la atención e interés de las personas, además de que resulta más comprensible de esta forma en algunos casos.

Capacitación por experiencia. Se propone que la capacitación la ofrezca una persona que tenga suficiente experiencia en el ramo, ya que en la mayoría de los puestos se pone en práctica lo que se aprende con el tiempo y la práctica. Se tienen dos opciones para un mayor entendimiento del movimiento en el área de recepción, el cual puede enseñarse en un ambiente de trabajo simulado o en un ambiente real, el primer caso puede resultar ventajoso ya que de esta forma el empleado nuevo no se siente presionado y se siente con confianza sin temor a equivocarse porque sabe que si comete errores no afectaran mucho, en cambio, en el segundo caso sucede lo contrario debido a que el empleado se siente presionado y estresado por lo que es más fácil que se equivoque, pero puede tener ventaja ya que así puede observar casos reales y su solución.

Materiales didácticos. Lo recomendable es proporcionar a los empleados, desde el inicio las instrucciones de lo que deben hacer dentro de su puesto de manera clara, sencilla y breve que deje bien entendidas sus funciones, explicarles detalladamente en que consiste el servicio principal que ofrece el hotel, servicios periféricos y los de valor agregado así como la información necesaria de la forma en que opera la empresa de manera general para que este capacitado a aclarar dudas a los socios.

Utilización de los métodos estadísticos. Con ayuda de la estadística se podrá determinar en que momento la capacitación se completa, esto se puede medir si se gráfica por ejemplo el nivel de las quejas antes de la capacitación y se compara contra una gráfica que represente las quejas pero después de haber ofrecido capacitación al personal, esto nos permitirá evaluar que tan buena o mala ha resultado ser la capacitación.

5.6. ELABORACION PRÁCTICA DEL PROGRAMA DE CAPACITACION

5.6.1. CARATULA



5.6.2.INDICE

INDICE	
	Página
I.- Introducción	3
II.- Objetivos	4
A) General	
B) Específico	
III.- Políticas	5
IV.- Desarrollo del programa	6
V.- Programación de actividades	7
VI.- Anexos	8

5.6.3. INTRODUCCION

Como podemos darnos cuenta, los problemas con la calidad en el servicio que ofrece el hotel o cualquier otra organización, se manifiesta en la falta de satisfacción que dicho servicio origina y cuando esto sucede, la empresa debe darse a la tarea de impartir un adecuado curso de capacitación para corregir los problemas que se encuentran latentes o bien prevenir la existencia de otros que puedan surgir a futuro. Con esto se lograra mejorar la calidad en el servicio y al mismo tiempo aumentar la venta de habitaciones debido al buen prestigio que se obtenga, sin dejar de lado el importante papel que juega el hecho de que las habitaciones se encuentren en buenas condiciones.

5.6.4. OBJETIVOS

GENERAL:

Mejorar de forma radical el servicio que ofrece el hotel villas asturianas y su atención al cliente, gracias a que el personal se encontrara debidamente capacitado.

ESPECIFICOS:

1.- Lograr que todo el personal de recepción acuda al curso de capacitación, tanto los de nuevo ingreso, como los que ya se encuentran dentro de la empresa de hace tiempo

2.- Hacer que con la capacitación, los empleados despejen cualquier duda que tengan acerca de las funciones que deben realizar y como llevarlas acabo, así como hacerles entender lo trascendental que representan ellos para la empresa

3.- Evaluar los resultados de la capacitación por si se tiene que modificar algún punto que ayude a hacerla más efectiva.

5.6.5. POLITICAS

* La persona encargada de impartir la capacitación deberá contar con las habilidades y experiencia necesaria para poder transmitir sus conocimientos al personal para que le quede claro lo enseñado.

* El área administrativa del hotel deberá apoyar las acciones de capacitación necesarias acerca de la información, los datos y el tiempo para que esta se pueda llevar a cabo.

* Es responsabilidad del personal asistir a cada sesión del curso y de manera puntual o de lo contrario será sancionado de la forma que la empresa convenga y considere pertinente.

* Al final, se evaluara al personal de recepción para medir el beneficio obtenido.

DESARROLLO DEL PROGRAMA

CUADRO GLOBAL DE PARTICIPANTES			
AREA	PUESTOS	NO. DE PERSONAS POR PUESTO	NO. DE PERSONAS QUE ASISTIRAN
RECEPCION	Recepcionista	6	6
	Reservaciones	1	1
	Aux. de recepción	5	5
	Supervisores	3	3
	Botones	8	8
TOTAL:		23	23

Una vez que se ha investigado a detalle en dónde es que se da la necesidad de capacitación, se hace un concentrado de acuerdo a los resultados que se hayan obtenido:

PUESTO	NECESIDAD DE CAPACITACION
Recepcionistas	-> Atención al público
	-> Manejo del conmutador
	-> Dominio de tarifas
	-> Realización de reservaciones
	-> Información general y actualizada

Para recepción se han designado dos horas de capacitación durante tres días.

PUESTO	NECESIDAD DE CAPACITACION
Reservaciones	-> Atención al público
	-> Información general y actualizada

Para reservaciones se han designado dos horas de capacitación durante dos días

PUESTO	NECESIDAD DE CAPACITACION
Supervisores	-> Atención al público
	-> Autoridad para toma de decisiones cruciales
	-> Dominio de tarifas
	-> Información actualizada

Para los supervisores se han designado dos horas de capacitación durante dos días

PUESTO	NECESIDAD DE CAPACITACION
Botones	-> Atención al público
	-> Manejo del conmutador y extensiones

Para botones se han designado dos horas de capacitación durante un día.

Esto se otorgo de acuerdo al grado de necesidad de capacitación en cada área según los resultados de los cuestionarios aplicados.

5.6.6. Control de asistencia

PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO
CURSO DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL DE RECEPCION

NO	NOMBRE DE LOS PARTICIPANTES	PUESTO	DÍAS HABLES DEL MES DE JUNIO															
			1	2	3	4	5	8	9	10								
1		Recepción																
2		Recepción																
3		Recepción																
4		Recepción																
5		Recepción																
6		Recepción																
7		Reservación																
8		Auxiliar																
9		Auxiliar																
10		Auxiliar																
11		Auxiliar																
12		Auxiliar																
13		Supervisor																
14		Supervisor																
15		Supervisor																
16		Botones																
17		Botones																
18		Botones																
19		Botones																
20		Botones																
21		Botones																
22		Botones																
23		Botones																

5.6.7. El folleto del programa

Para lograr un mejor entendimiento por parte de los participantes del curso de capacitación, es necesario que conozcan los puntos principales que serán tratados y del tiempo que se le asignara a cada uno de los temas, es por ello que se les debe de proporcionar un folleto que contenga dicha información. Un ejemplo de tal folleto se puede encontrar en los anexos de este trabajo.

5.7. LA VOZ DEL CLIENTE.

HOTEL VILLAS ASTURIANAS DE MEXICO A.C

Los comentarios de nuestros socios, nos ayudarán a mantener la cortesía y hospitalidad característica de este su HOTEL, le agradecemos unos minutos de su tiempo para llenar este cuestionario y ofrecer sus sugerencias que puedan servir para mejorar nuestro servicio.

..¡GRACIAS!..Por haber llegado a este HOTEL, esperamos que haya disfrutado de su visita y que tengamos el placer de atenderle nuevamente en un futuro próximo.

SINCERAMENTE: CENTRO ASTURIANO DE MEXICO, A.C.

RESERVACIONES

1.- ¿EN DONDE FUE HECHA SU RESERVACIÓN?

PARQUE ASTURIAS TLALPAN	()
HOTEL VILLAS ASTURIANAS	()
OTRO	()

2.- ¿COMO FUE ATENDIDO AL EFECTUAR SU RESERVACIÓN?

CON RAPIDEZ Y EFICIENCIA	()
CON AMABILIDAD	()

RECEPCION Y SERVICIOS DEL HOTEL

3.- POR FAVOR EVALUE EL SERVICIO QUE RECIBIO DE:

CONCEPTO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
RECEPCIONISTA				
BOTONES				
TOALLAS DE ALBERCA				

4.- ¿FUE EN SU ENTRADA Y SLIDA ATENDIDO CON PRONTITUD Y CORTESIA?

SI NO
() ()

HABITACION

5. - ¿COMO ENCONTRO SU HABITACION?

BIEN AMUEBLADA Y COMODA ()
LIMPIA ()
SURTIDA ADECUADAMENTE ()

6.- ¿COMO ENCONTRO USTED EL BAÑO?

LIMPIO ()
SURTIDO ADECUADAMENTE ()

7.- ¿HAY ALGO EN LA HABITACIÓN QUE LE GUSTARIA FUERA CAMBIADO O CORREGIDO?

EMPLEADOS

8.- ¿COMO FUE EL TRATO QUE RECIBIO POR NUESTROS EMPLEADOS?

A) CORTES Y EFICIENTE ()
B) BIEN PRESENTADO Y LIMPIO ()

9.- ¿DESEA RECONOCER A ALGUN EMPLEADO?

5.8. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS O PROCESOS

Teniendo como referencia los resultados arrojados por los cuestionarios que han sido aplicados en el hotel, se han determinado las siguientes características que nos ayudaran a mejorar la calidad del servicio ofrecido:

- ❖ En primer término, tenemos que la mayoría de los socios realizan sus reservaciones en las instalaciones ubicadas en Tlalpan.
- ❖ El personal de Tlalpan por lo general atiende con rapidez y eficiencia a toda persona que asiste a realizar su reservación en esas oficinas.
- ❖ El primer problema detectado es en el área de reservaciones en Tlalpan, ya que la mayoría de los socios se queja de que la actitud de las señoritas es muy desagradable, ya que suelen mostrar una actitud de indiferencia.
- ❖ Cuando se les pide en el cuestionario que evalúen el servicio recibido por parte del personal, el resultado es excelente, sin embargo, existe una pequeña cantidad de personas que no se sintieron a gusto con el servicio recibido.
- ❖ Algunos de los socios sintieron que al efectuar su registro para la entrada y salida el personal fue amable, pero un poco lento, sobre todo a su salida, ya que en algunos casos la recepcionista tardo en interpretar su estado de cuenta.
- ❖ Otro problema se encuentra en que al parecer las habitaciones incluyendo el baño, no se encuentran surtidas adecuadamente.
- ❖ Con referencia en el anterior punto, los huéspedes creen necesario colocar más jabones en el baño, al menos dos cobertores extras ya que la

habitación cuenta con dos camas matrimoniales y secadoras para el cabello ya que la mayoría de las socias la utilizan diariamente.

- ❖ Otra recomendación es que las almohadas sean cambiadas por unas más cómodas ya que las que les son brindadas actualmente son muy gruesas o muy duras, al igual que la cama, debido a que la base es de cemento es incomoda para ciertas personas.

- ❖ En el hotel 1 o anterior, tenemos que los controles para la televisión prestados a los socios por habitación se encuentran en muy malas condiciones y no han sido cambiados por otros desde que el hotel entro en funcionamiento, esto resulta molesto para el socio ya que tiene que estar regresando a recepción varias veces para que su control le sea cambiado.
- ❖ También es evidente que en algunos casos las recepcionistas no ofrecen información completa al socio por que algunos de ellos se quejan de que no se les aviso acerca de que podían o tenían derecho a pedir que se les colocara una cuna o cama adicional en su habitación, que en ciertos casos es incluido en el cargo que se les hace.

- ❖ Sería una buena opción prestar dos llaves por habitación al cliente, que es lo que generalmente brindan en la mayoría de los hoteles por que al contar solo con una cuando se trata de toda una familia, es difícil para ellos adivinar quien la tiene y más cuando cada integrante se encuentra en diferentes áreas del club y es incomodo estar pidiendo varias veces a recepción que les sea abierta la puerta de su habitación.

Cabe señalar que la calidad del servicio, no solo depende de la forma en que el personal se comporte ante el socio y de que tan eficiente sea en este sentido, sino que también es de gran importancia que las instalaciones, así como cualquier otro extra que se le preste al cliente deben encontrarse en condiciones

óptimas a fin de que no haya motivo suficiente para que el socio se sienta insatisfecho durante su estancia.

5.9. DISEÑO DEL SISTEMA DEL SERVICIO.

Para que el sistema del servicio funcione de manera ideal, se debe diseñar tomando en cuenta algunos puntos importantes como lo son:

1.- CALIDAD. En lo que se refiere al servicio que ofrece el personal, es decir, que se encuentre debidamente capacitado en cuanto a la eficiencia y eficacia al momento de resolver dudas o atender quejas y en la toma de decisiones, pero también me refiero a la calidad enfocada a las instalaciones, mobiliario, llaves de habitación, control remoto para la televisión, etc., ya que de ello depende la satisfacción del socio.

2.- SIMPLICIDAD Y RAPIDEZ. Que el hecho de brindar el servicio, no constituya que el socio tenga que atravesar por un proceso largo y fastidioso a su llegada, que traiga como consecuencia las quejas de su parte o que provoque el sentimiento de que es tratado simplemente como uno más.

3.- INFORMACION ACTUALIZADA. Es necesario hacer llegar a las manos del cliente por algún medio, de los cambios en tarifas, paquetes y calendario con los puentes del año y que se venderán en el área del hotel, para que puedan planear con mayor seguridad sus días de hospedaje, tal vez podría ocuparse un pequeño espacio en la gaceta mensual que publica el asturiano.

4.- CALIDEZ HUMANA. Es importante que además de que el personal este debidamente capacitado, se le haga saber que el trato hacia socio debe ser de manera cordial, cortés, amable, respetuosa, etc., ya que eso es lo que cualquier cliente espera recibir cuando asiste a un club para pasar un buen rato y descansar.

Recordando a lo que Jan Carlzon hacía mención sobre la trascendental que puede ser para una empresa el poco tiempo que un cliente pasa con un empleado, se enlista una serie de factores que ayudaran a que el personal este facultado de manera óptima para dar un servicio de calidad:

- ❖ **Tiempo.** Se debe de tratar que un cliente espere el menor tiempo posible antes de recibir un servicio, ya que de manera contraria se desesperara.
- ❖ **Cortesía.** Se refiere al trato que se le da al socio por parte del personal, sea directamente o no, como por ejemplo, por medio del teléfono o cualquier otro medio.
- ❖ **Consistencia.** Atender a cada cliente de igual forma sin distinción ya que cada uno de ellos es importante para el hotel, a menos que ocupen un cargo alto dentro del club asturiano.
- ❖ **Accesibilidad y comodidad.** Es la facilidad de llegar al lugar en donde se brinda el servicio, que se cuente con señalamientos visibles y un estacionamiento con capacidad suficiente, sin dejar de lado que existan instalaciones adecuadas al igual que el mobiliario.
- ❖ **Exactitud.** Evitar dar al socio algo que no quiere, ya que sobre todo cuando reservan para alguna fecha, la persona que la realiza llega a equivocarse en el precio, en el tipo de habitación o hay veces que los paquetes que son empezados a venderse, más adelante son modificados.
- ❖ **Flexibilidad.** Si surge algún problema con el socio que pueda arreglarse aunque ello signifique romper algunas reglas que no sean muy estrictas, pues que se haga, con la debida autorización del jefe a cargo.

Humberto Cantú Delgado, también propone algunas sugerencias claves para causar una buena impresión al cliente a través del servicio:

1.- Siempre recibir y atender al cliente con una sonrisa, saludarle y presentarse por su nombre y a su partida despedirle y dar las gracias por su visita.

2.- La presentación del personal debe ser impecable, en este caso el uniforme debe estar siempre limpio y encontrarse en óptimas condiciones al igual que la persona que lo porta y se recomienda usar gafete.

3.- Atender con rapidez y cortesía las llamadas telefónicas, no se debe permitir que el teléfono timbre más de tres veces, contestar siempre con un saludo, presentarse y, sobre todo, no dejarlo mucho tiempo en espera escuchando alguna música. Aunque en el caso del hotel esto se dificulta un poco, ya que no se cuenta con personal que se ocupe solamente de las llamadas, pero en realidad no hay necesidad.

4.- Cuando se le presente algún problema al socio, tratar de darle solución lo más pronto posible y darle seguimiento hasta estar seguro de que se le haya solucionado.

5.- Estar capacitado y preparado para dar la información que el socio solicite y ofrecer opciones si es necesario siempre haciendo saber al cliente que se trata de hacerle gastar lo menos posible.

6.- Ofrecerle diferentes formas para poder realizar su pago.

5.10. CONSTRUCCIÓN DEL PROTOTIPO.

A continuación se muestran algunos puntos que, pienso, serían la forma idónea de brindar el servicio a nuestros clientes, a partir del instante en el que asisten a la oficina de reservaciones en Tlalpan y hasta cuando entran y salen del hotel.

- Es de vital valor el hecho de brindar un curso acerca de atención al cliente al personal de reservaciones, en especial al que se encuentra en Tlalpan. Que se aprenda a tener tolerancia al socio cuando no entiende algunas cosas y tratarlo con paciencia, así como saludarle y despedirle de buena forma, tomando en cuenta que un mayor número de socios realiza sus reservaciones en esas oficinas. Así como proporcionarle al socio una hoja como la que se presenta en los anexos de este trabajo, figura 1.2 en la que se muestran los paquetes que pueden ser adquiridos del año en curso.

- En el momento en que el socio llega al hotel, recibirle con una actitud de servicio, saludarle y proceder a registrarle, así como hacerle saber de manera general lo que puede serle prestado para su comodidad durante su estancia y de los cargos extras que se le harán y porque.
- Recordarle la hora límite de su salida, según el día que la vaya a realizar y avisarle que si no sale a la hora pactada se le tendrá que cobrar el monto de media renta según el tipo de habitación que se le haya asignado por no dejarla a tiempo.
- También indicarle que a su salida deberá entregar la llave y control de televisión que le son prestados a su llegada y el pago de la renta de la habitación y cargos adicionales en caso de haberlos.
- Hacerle la indicación de que en su habitación se encuentra una agenda con los teléfonos internos y los servicios que se ofrecen.
- Siempre ofrecerle la ayuda de un botones ya sea para ayudarle con su equipaje o solo para mostrarle su habitación.
- Una vez instalado, el área de recepción deberá tratar de asegurarse de que el huésped tiene ya en su habitación el extra de blancos si es que solicito algo adicional.
- Si el socio se acerca para preguntar algo o para que se le auxilie en algún problema, tratar de darle solución y certeza a sus dudas con la mayor prontitud y darle seguimiento hasta asegurarse de que le fue resuelto.
- Cada vez que solicite un servicio, aclararle en que consiste y si es que tiene algún precio.
- Al momento de abandonar su habitación y pedir su cuenta, tratar de atenderle con rapidez y si en su estado de cuenta hay diversos cargos explicarle el concepto y a cuánto asciende cada uno de ellos.
- Preguntarle si necesitará copia de su estado de cuenta para poder facturar o no.
- Pedirle contestar el cuestionario acerca del servicio recibido si así lo desea.
- Despedirle, agradeciendo su estancia, esperando su pronto regreso.

- Colocar un croquis del todo el lugar, ya sea en el la casa club o en el hotel, para que pueda identificar las áreas que puede visitar y ubicar su localización inmediata.

5.10.1. Localización de la planta

En este punto se muestra el área en la que se localiza el club campestre ecológico asturiano, mapa que debería ser proporcionado a todo socio que lo solicite para poder ubicar y observar las rutas de posible acceso, dicho mapa se encuentra en los anexos.

5.10.2. NUMERACION Y UBICACION DE HABITACIONES EN HOTEL NUEVO

NIVEL	1er PISO	2do PISO	3er PISO	4to. PISO	5to PISO	6to PISO	7mo PISO	8vo PISO	MODULOS
-------	----------	----------	----------	-----------	----------	----------	----------	----------	---------

V I S T A C L U B				RECEPCION	ACCESO A RESTAURANTE	2601	2701		M O D U L O 1	
						2602	2702	2802		
						2503	2603	2703		2803
						2504	2604	2704		2804
				2405	2505	2605	2705	2805		
				2406	2506	2606	2706	2806		
				2407	2507	2607	2707	2807		
				2408	2508	2608	2708	2808		
				2409	2509	2609	2709	2809		
				2410	2510	2610	2710	2810		
				2411	2511	2611	2711	2811		
				2412	2512	2612	2712	2812		
			2313	2413	2513	2613	2713	2813		
V I S T A			2314	2414	2514	2614	2714		M O D U	
			2315	2415	2515	2615	2715			
			2316	2416	2516	2616	2716			
			2317	2417	2517	2617	2717			
			2318	2418	2518	2618	2718			

C L U B			2319	2419	2519	2619	2719		L O 2
			2320	2420	2520	2620	2720		
			2321	2421	2521	2621	2721		
		2223	2323	2423	2523	2623	2723		
V I S T A C L U B		2224	2324	2424	2524	2624			M O D U L O 3
		2225	2325	2425	2525	2625			
		2226	2326	2426	2526	2626			
	2127	2227	2327	2427	2527	2627			
	2128	2228	2328	2428	2528	2628			
	2129	2229	2329	2429	2529	2629			
	2130	2230	2330	2430	2530	2630			
	2131	2231	2331	2431	2531	2631			
	2132	2232	2332	2432	2532	2632			
2133	2233	2333	2433	2533					
V I S T A C U A U T L A	2134	2234	2334	2434	2534	2634			M O D U L O 4
	2135	2235	2335	2435	2535	2635			
	2136	2236	2336	2436	2536	2636			
	2137	2237	2337	2437	2537	2637			
	2138	2238	2338	2438	2538	2638			
	2139	2239	2339	2439	2539	2639			
	2140	2240	2340	2440	2540	2640			
	2141	2241	2341	2441	2541	2641			
	2142	2242	2342	2442	2542	2642			
2143	2243	2343	2443	2543					

A	0	0	1	1	1	2	1	1	JUNIOR ESP
B	0	0	1	1	1	1	0	0	JUNIOR ESP
D	0	0	9	19	30	30	22	11	DBCTVCLUB
E	0	0	9	9	9	8	0	0	DBCTVCUAU
F	7	11	11	9	0	0	0	0	DBSTVCLUB
G	10	10	0	0	0	0	0	0	DBSTVCUAU

TOTAL 17 21 31 39 41 41 23 12 225

ACOTACIONES:

JUNIOR ESP	Junior especial
DBCTVCLUB	Doble con terraza vista club
DBCTVCUAU	Doble con terraza vista cuautla
DBSTVCLUB	Doble sin terraza vista club
DBSTVCUAU	Doble sin terraza vista cuautla

Como podemos ver en la figura anterior, se tiene un esquema en el que se puede ubicar la localización de las habitaciones en el hotel nuevo para saber que tipo de habitación debe ser asignada a cada reservación y en que lugar, esto se hace de acuerdo a la antigüedad de dicha reservación.

5.10.3. NUMERACION Y UBICACIÓN DE HABITACIONES DE HOTEL ANTERIOR

VISTA CLUB				
	DBLT	JRS	P.B	
M	338	328	318	308
O	337	327	317	307
D	336	326	316	306
U	335	325	315	305
L	334	324	314	304
O	333	323	313	303
	332	322	312	302
3	331	321	311	301

	240	230	220	210
M	239	229	219	209
O	238	228	218	208
D	237	227	217	207
U	236	226	216	206
L	235	225	215	205

VISTA MONTAÑA

DBLT	JRS	P.B
------	-----	-----

DBLT	JRS	P.B
------	-----	-----

	440	430	420	410
M	439	429	419	409
O	438	428	418	408
D	437	427	417	407
U	436	426	416	406
L	435	425	415	405
O	434	424	414	404
	433	423	413	403
4	432	422	412	402
	431	421	411	401

	540	530	520	510
M	539	529	519	509
O	538	528	518	508
D	537	527	517	507
U	536	526	516	506
L	535	525	515	505
O	534	524	514	504
	533	523	513	503
5	532	522	512	502
	531	521	511	501

O	234	224	214	204
	233	223	213	203
2	232	222	212	202
	231	221	211	201
M	138	128	118	108
O	137	127	117	107
D	136	126	116	106
U	135	125	115	105
L	134	124	114	104
O	133	123	113	103
	132	122	112	102
1	131	121	111	101

ADMINISTRACION
RECEPCION

	P.B		DBLT		JRS		
M1	8		16		8		
M2	10		20		10		
M3	8		16		8		
M4	10		20		10		
M5	10		20		10		
=	46		92		46	=	184

5.11. PROGRAMACIÓN DEL MANTENIMIENTO PREVENTIVO.

1.- Mantener las agendas que son colocadas dentro de la habitación, actualizadas en toda la información que contienen.

2.- Proporcionar el mantenimiento necesario a las instalaciones del hotel; habitación, baños, pasillos, elevadores, escaleras, recepción, etc., para dar una buena impresión a los clientes.

3.- Procurar que se encuentren en buenas condiciones y bien asegurados los cristales que se encuentran en los pasillos, para evitar accidentes catastróficos.

4.- Otorgar a cada uno de los empleados que tienen acceso al sistema por medio de las computadoras, un resumido instructivo, para el óptimo uso del programa que es utilizado para el registro de los huéspedes, mismo en el que se lleva el estado de cuenta de cada uno de ellos.

5.- Enseñarle al personal como darle un buen mantenimiento a las computadoras, impresoras y fax que son utilizadas para llevar a cabo sus funciones.

6.- Es necesario que para poder dar el mantenimiento antes mencionado, la empresa proporcione a los empleados las herramientas necesarias para poder realizar dicha tarea.

7.- Es preciso dar mantenimiento al software o programas de cómputo, debido a que con el uso frecuente se pueden generar cambios en la configuración original del sistema, provocando una disminución en el rendimiento o generando problemas en el funcionamiento.

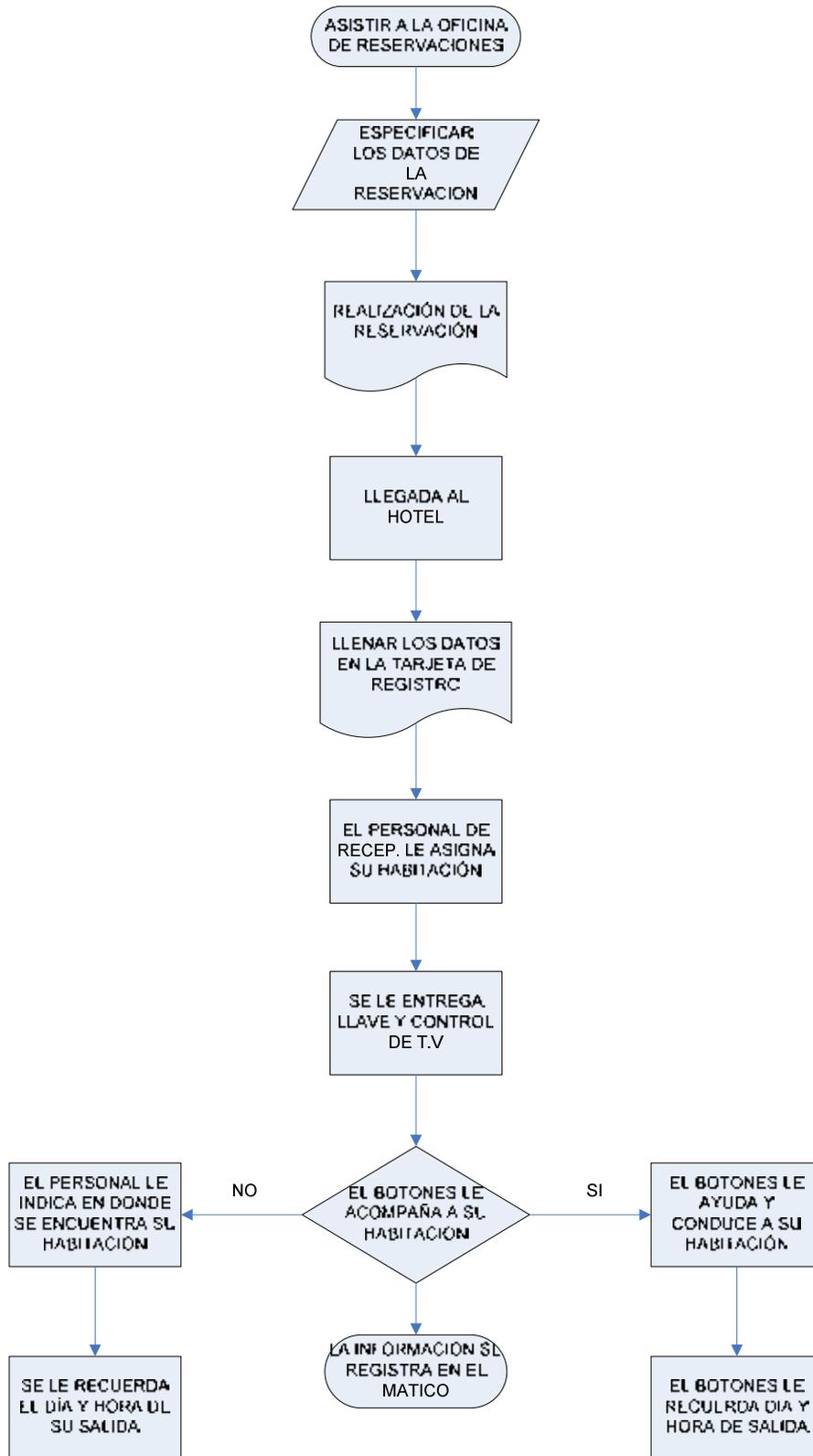
8.- Mantener en revisión periódica de al menos una vez por mes a los controles de televisión ya que por el uso constante que se les da, tienden a descomponerse muy a menudo o simplemente el nivel de las baterías se baja, de esta manera se evitara que al socio se le entregue el control en malas condiciones, provocando que se disguste.

9.- También es importante examinar las llaves que son entregadas ya que algunas de ellas por el mismo uso a veces tienden a quebrarse ya sea la propia llave o el llavero que tiene cada una de estas, sería bueno revisarlas antes de entregarlas para que así se tenga preparado un duplicado en caso de necesitarse.

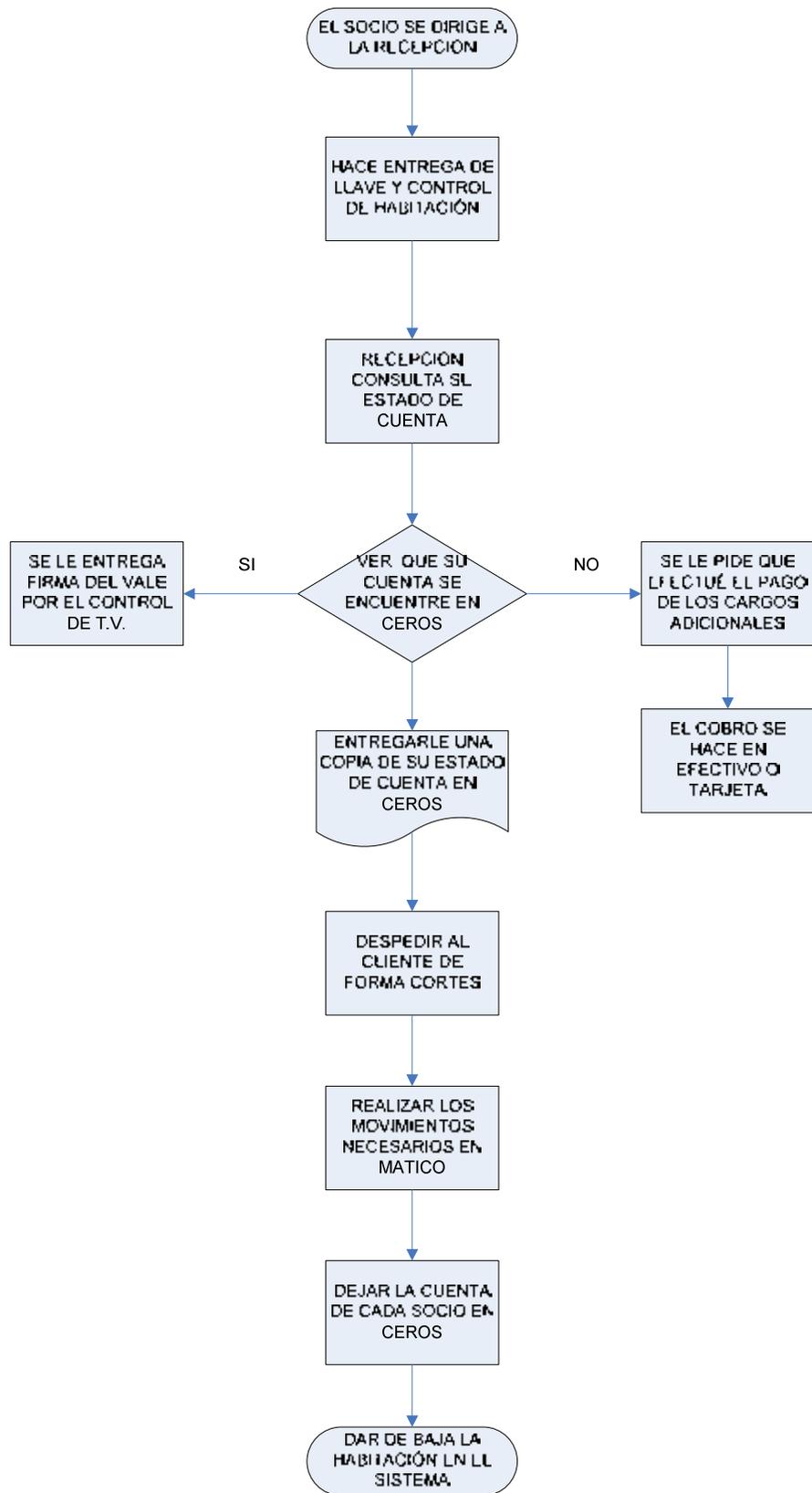
10.- Debe darse mantenimiento a los televisores de cada habitación, al sistema eléctrico y al sistema de tuberías, para no tener que cambiar de habitación al socio una vez que ya esta instalado a causa de problemas de este tipo.

11.- El personal debe dar instrucciones pertinentes al socio durante su estancia, es decir, que le proporcione la información adecuada para evitar conflictos futuros.

5.12. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO DE ENTRADA



5.13. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO DE SALIDA



5.14. CONTROL ESTADISTICO.

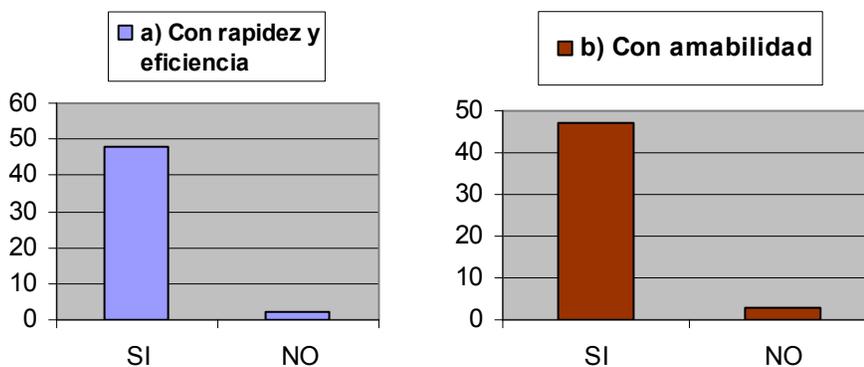
1.- ¿En dónde fue hecha su reservación?

a) Parque Asturias Tlalpan	37
b) Hotel villas asturianas	12
c) Otro	01



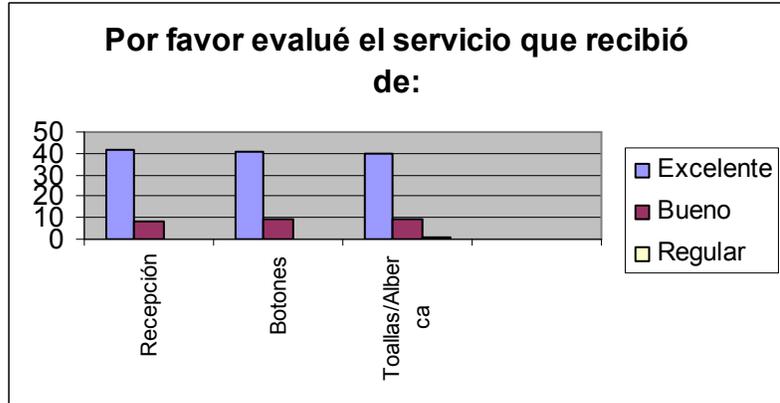
2.- ¿Cómo fue atendido al efectuar su reservación?

	SI	NO
a) Con rapidez y eficiencia	48	02
b) Con amabilidad	47	03



3.- Por favor evalúe el servicio que recibió de:

	Excelente	Bueno	Regular
Recepción	42	08	
Botones	41	09	
Toallas de alberca	40	09	01



4.- ¿Fue en su entrada y salida atendido con prontitud y cortesía?

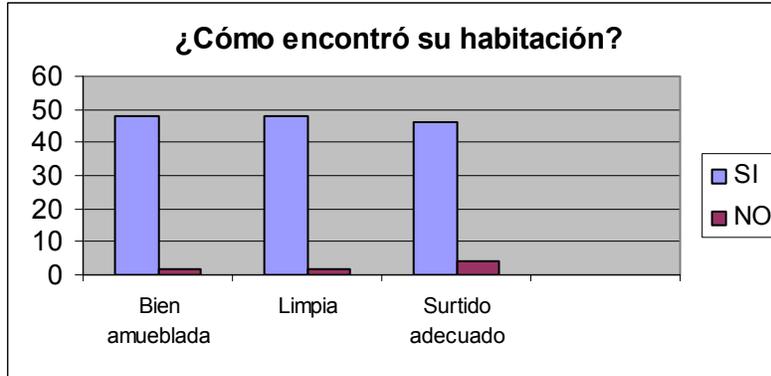
SI 45

NO 05



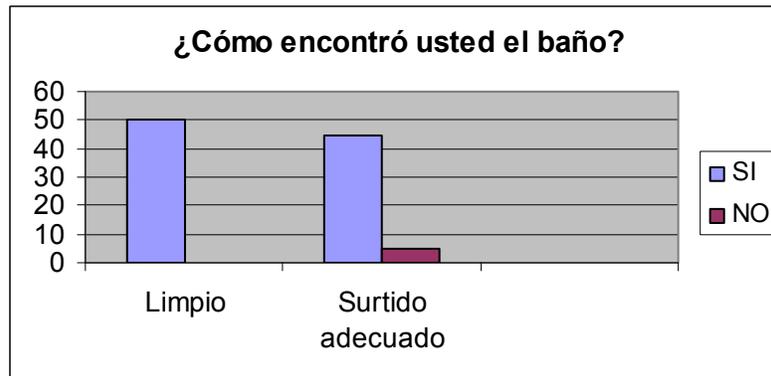
5.- ¿Cómo encontró su habitación?

	SI	NO
Bien amueblada y cómoda	48	02
Limpia	48	02
Surtida adecuadamente	46	04



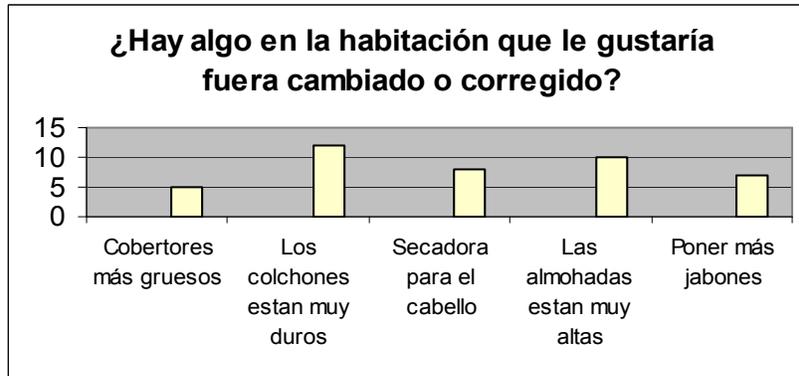
6.- ¿Cómo encontró usted el baño?

	SI	NO
Limpio	50	
Surtido adecuadamente	45	05



7.- ¿Hay algo en la habitación que le gustaría fuera cambiado o corregido?

- a) Cobertores más gruesos 05
- b) Los colchones están muy duros 12
- c) Secadora para el cabello 08
- d) Las almohadas están muy altas 10
- e) Poner más jabones 07



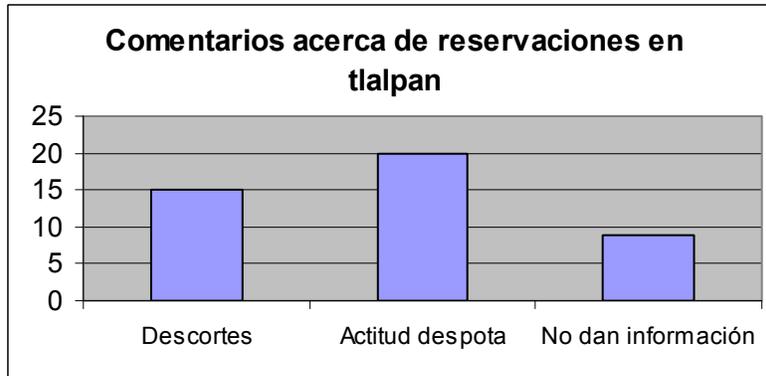
8.- ¿Cómo fue el trato que recibió por nuestros empleados?

	SI	NO
a) Cortés y eficiente	47	03
b) Bien presentado y limpio	47	03



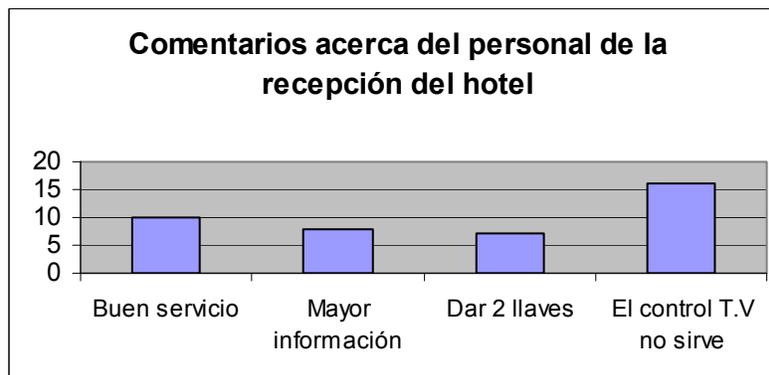
9.- Comentarios acerca de reservaciones en Tlalpan

a) Descortés, falta actitud de servicio	15
b) Actitud déspota	20
c) No dan la información que se les pide	09



10.- Comentarios acerca del personal de la recepción del hotel

- | | |
|--|----|
| a) Buen servicio | 10 |
| b) Proporcionar mayor información | 08 |
| c) Facilitar dos llaves por habitación | 07 |
| d) El control de la T.V no sirve | 16 |



CONCLUSIONES

Una vez finalizada esta investigación, me he percatado de que la calidad dentro del Hotel Villas Asturianas si existe, pero de manera deficiente, por lo que gracias a la implantación de algunos elementos que pueden ser tomados de autores como Carlzon y Deming, por mencionar solo algunos, la calidad en el servicio puede ser mejorada de forma que el servicio ofrecido sea de excelencia, sin dejar de lado el trabajo en equipo por parte del personal del hotel en unión con el gerente y los jefes de cada una de las áreas que lo integran.

Se sugiere que se someta al personal de recepción a un pequeño curso de capacitación debido a que el cliente no se queja de ser tratado de forma descortés, sino por el contrario siempre es atendido con prontitud y cortesía, pero esto no es suficiente argumento para poder decir que se esta ofreciendo un servicio con calidad ya que al momento de tener que resolver problemas o inconformidades con el socio, el personal no se encuentra facultado para proporcionar una solución rápida sin la necesidad de tener que consultar tal situación con su jefe inmediato, lo que provoca una gran demora para dar una respuesta al cliente sobre lo que ha de proceder y si la respuesta esperada será favorable, provocando el enfado del socio por no tener una pronta solución a su problema y por la pérdida de tiempo por la que se le ha hecho pasar, es por ello que con la capacitación se busca que el personal trate de tener siempre una respuesta expedita a las inquietudes que se le presenten en su trabajo, previéndolo de la información necesaria para ejecutar sus labores de manera óptima y si por alguna razón la solución será tardada, indicar al socio de que se llevará el seguimiento y se le mantendrá informado de los avances logrados, así se le demostrará que la empresa se encuentra comprometida con darles un servicio de primera.

Y por lo que he observado me doy cuenta de que el cambio si es posible, porque el gerente y jefes de área se han dado a la tarea de impartir pequeños

talleres de capacitación, ofrecidos por especialistas en la materia sobre el manejo de las cerraduras de las puertas principales de las habitaciones para el personal de mantenimiento y la forma correcta de darle uso a las tarjetas de acceso a la habitación para su correcta programación para el personal de recepción, así como el uso adecuado que se les debe dar dirigido al personal de ama de llaves.

La comunicación entre el personal y el jefe debe ser desarrollada de manera que las opiniones sean siempre bien recibidas debido a que el empleado es quien mejor entiende las problemáticas que se presentan y la forma posible de su resolución de forma óptima, es así que los ejecutivos del hotel deben estar abiertos a las sugerencias de mejora que les sean sugeridas para beneficio de todos.

Un factor que podría ser mejorado gracias a la comunicación, es el área de reservaciones que se da entre la persona encargada de tal área en el hotel y la que se encuentra en las oficinas de Tlalpan en el D.F, se podría empezar por que ambas tuvieran el mismo horario de trabajo, ya que el hecho de que en el hotel el personal entre una hora más tarde que en Tlalpan provoca que las dudas, cambios y aclaraciones de última hora, no puedan ser disipadas en el momento justo en el que ahí entran a trabajar, contando que a su llegada ya se encuentra gente para reservar y si algún socio solicita le sean acaradas sus incertidumbres, tienen que esperar a que alguien del hotel les comunique las últimas noticias.

El aspecto tecnológico también juega un papel importante para que se pueda ofrecer un servicio de calidad al cliente ya que ello evita retrasos a la hora de que el socio realiza ya sea su check-in o su check-out, es por esto que el gerente debe hacer conciencia de lo vital que representa contar con un sistema moderno que siempre se encuentre actualizado y en buenas condiciones para eficientar los procesos y hacer más fácil el trabajo del personal de recepción y lograr la satisfacción del cliente sobre el servicio recibido.

Algo que no debemos pasar por alto es el que una vez que se ha establecido el programa para lograr una mejora en la calidad, no se debe dejar de lado el tener que documentar y archivar los papeles generados que nos ayudaran a lograr los objetivos y por ende el éxito, pero sobre todo no perder la continuidad a lo que se ha empezado, realizando las modificaciones que sean pertinentes para que el programa pueda seguir siendo implantado en un futuro si temor a que pase a ser obsoleto en un futuro.

Otro factor que proporciona calidad al servicio, es el de mantenimiento, ya que si no se tienen en buen estado las instalaciones y aparatos eléctricos de cada habitación se generará inconformidad por parte del socio o cliente y con justa razón, por que ellos pagan para que se les brinde hospedaje de calidad, entonces una vez más hay que aclarar que el personal debe contar con el material adecuado de cada área para desempeñar en óptimas condiciones sus funciones dentro del Hotel.

Dentro del Plan Integral de Calidad se maneja la importancia de que el personal este enterado de los objetivos y metas que persigue la organización a corto y largo plazo, ya que esto ayudara a que se sientan comprometidos e importantes para pode llevar a cabo lo que juntos, empresa y personal se propongan, obteniendo grandes beneficios todos.

ANEXOS

Figura 1

VILLAS ASTURIANAS

CODIGO	NOMBRE	NOCHES EFC	NOCHES COB	PRECIOS				VIGENCIA
				HOTEL ANTERIOR		HOTEL NUEVO		
				HABITACION	COSTO	HABITACION	COSTO	
PV-1	PAQUETE AHORRES	3	2	P.B.	\$ 720.00	D.sin T	\$ 760.00	ANUAL NO PUEBLES NI VACACIONES
				D.T.	\$ 790.00			
				JRS	\$ 920.00	D.con T	\$ 850.00	
PV-2	PAQUETE QUEDES DE A 100	3	0.38	P.B.	\$ 135.00	D. sin T.	\$ 140.00	DOMINGO A JUEVES NO PUEBLES MINIMO 2 NOCHES
				D.T.	\$ 150.00			
				JRS	\$ 170.00	D. con T.	\$ 170.00	
PV-3	ENTRE SEMANA	1	0.5	P.B.	\$ 185.00	D. sin T.	\$ 190.00	DOMINGO A JUEVES NO PUEBLES NI VACACIONES
				D.T.	\$ 200.00			
				JRS	\$ 230.00	D.con T	\$ 215.00	
PV-4	PAQUETE DE REYES	4	4	P.B.	\$ 1,440.00	D.sin T	\$ 1,520.00	VIERNES 02 A MARTES 06 DE ENERO
				D.T.	\$ 1,580.00			
				JRS	\$ 1,840.00	D.con T	\$ 1,700.00	
PV-5	CONSTITUCION	3	3	P.B.	\$ 1,080.00	D.sin T	\$ 1,140.00	VIERNES 30 DE ENERO A LUNES 02 DE FEBRERO
				D.T.	\$ 1,185.00			
				JRS	\$ 1,380.00	D.con T	\$ 1,275.00	
PV-6	PRIMAVERA	3	3	P.B.	\$ 1,080.00	D.sin T	\$ 1,140.00	VIERNES 13 A LUNES 16 DE MARZO
				D.T.	\$ 1,185.00			
				JRS	\$ 1,380.00	D.con T	\$ 1,275.00	
PV-7	SEMANA SANTA	9	9	P.B.	\$ 3,240.00	D.sin T	\$ 3,420.00	VIERNES 03 A DOMINGO 12 DE ABRIL
				D.T.	\$ 3,555.00			
				JRS	\$ 4,140.00	D.con T	\$ 3,825.00	
PV-8	SEMANA DE PASCUA	6	6	P.B.	\$ 2,160.00	D.sin T	\$ 2,280.00	LUNES 13 A DOMINGO 19 DE ABRIL
				D.T.	\$ 2,370.00			
				JRS	\$ 2,760.00	D.con T	\$ 2,550.00	
PV-9	1° DE MAYO	5	5	P.B.	\$ 1,800.00	D.sin T	\$ 1,900.00	JUEVES 30 DE ABRIL AL MARTES 05 DE MAYO
				D.T.	\$ 1,975.00			
				JRS	\$ 2,300.00	D.con T	\$ 2,125.00	
PV-10	PAQUETE DEL MAESTRO	3	3	P.B.	\$ 1,080.00	D.sin T	\$ 1,140.00	JUEVES 14 A DOMINGO 17 DE MAYO
				D.T.	\$ 1,185.00			
				JRS	\$ 1,380.00	D.con T	\$ 1,275.00	
PV-11	VERANO FIN DE SEMANA	3	2.8	P.B.	\$ 1,010.00	D. sin T.	\$ 1,065.00	DE VIERNES A LUNES
				D.T.	\$ 1,110.00			
				JRS	\$ 1,290.00	D. con T.	\$ 1,190.00	
PV-12	VERANO ENTRE SEMANA	4	3.5	P.B.	\$ 1,260.00	D.sin T	\$ 1,330.00	LUNES A VIERNES
				D.T.	\$ 1,385.00			
				JRS	\$ 1,610.00	D.con T	\$ 1,490.00	
PV-13	VERANO SEMANAL	6	5.5	P.B.	\$ 1,980.00	D.sin T	\$ 2,090.00	SUJETO A DISPONIBILIDAD
				D.T.	\$ 2,170.00			
				JRS	\$ 2,530.00	D.con T	\$ 2,335.00	
PV-14	INDEPENDENCIA	***		P.B.	\$ -	D.sin T	\$ -	
				D.T.	\$ -			
				JRS	\$ -	D.con T	\$ -	
PV-15	MUERTOS	***		P.B.	\$ -	D.sin T	\$ -	
				D.T.	\$ -			
				JRS	\$ -	D.con T	\$ -	
PV-16	REVOLUCION	***		P.B.	\$ -	D.sin T	\$ -	
				D.T.	\$ -			
				JRS	\$ -	D.con T	\$ -	
PV-17	NAVIDAD	6	5	P.B.	\$ 1,800.00	D.sin T	\$ 1,900.00	VIERNES 18 AL JUEVES 24 DE DICIEMBRE
				D.T.	\$ 1,975.00			
				JRS	\$ 2,300.00	D.con T	\$ 2,125.00	
PV-18	AÑO NUEVO	9	9	P.B.	\$ 3,240.00	D.sin T	\$ 3,420.00	VIERNES 25 DE DICIEMBRE A DOMINGO 03 DE ENERO 2010
				D.T.	\$ 3,555.00			
				JRS	\$ 4,140.00	D.con T	\$ 3,825.00	
TARIFA NORMAL HOTEL ANTERIOR				TARIFA NORMAL HOTEL NUEVO				
DOBLE PLANTA BAJA		\$ 360.00		DOBLE SIN TERRAZA		\$ 380.00		PERSONA EXTRA \$ 75.00 CAMA EXTRA \$ 75.00
DOBLE CON TERRAZA		\$ 395.00		DOBLE CON TERRAZA		\$ 425.00		
JUNIOR SUITE		\$ 460.00						

***** PAQUETES PENDIENTES POR CONFIRMAR DE ACUERDO AL CALENDARIO ESCOLAR DE LA SEP

Figura 2
Folleto del programa

CRONOGRAMA

A continuación se enlistan los temas que serán vistos en el curso de capacitación para el personal de nuevo ingreso, así como los días en que serán impartidos y la duración de cada uno.

Nº	Actividad	Contenido	Fecha	Duración	Días								
					1	2	3	4	5	6	7		
1	¿Qué es la calidad y qué es su representación?		06/01/2009	1 h									
2	¿Qué es el servicio?		06/02/2009	1 h									
3	¿Qué es el cliente?		06/03/2009	1 h									
4	¿Qué es el servicio al cliente?		06/04/2009	1 h									
5	¿Qué es el servicio al cliente?		06/05/2009	1 h									
6	¿Qué es el servicio al cliente?		06/06/2009	1 h									
7	¿Qué es el servicio al cliente?		06/07/2009	1 h									
8	¿Qué es el servicio al cliente?		06/08/2009	1 h									
9	¿Qué es el servicio al cliente?		06/09/2009	1 h									
10	¿Qué es el servicio al cliente?		06/10/2009	1 h									
11	¿Qué es el servicio al cliente?		06/11/2009	1 h									
12	¿Qué es el servicio al cliente?		06/12/2009	1 h									
13	¿Qué es el servicio al cliente?		06/13/2009	1 h									

* Cabe mencionar que para una capacitación de adiestramiento que sería aplicada al personal que ya lleva tiempo trabajando en el hotel, se requerirá de otro tipo de cronograma ya que hay temas que ya conocen lo suficiente.

4

LISTA DE PARTICIPANTES

→ **RECEPCIONISTAS**
Córdoba Hernández Laura
Martínez Tenorio Isabel
Martínez Azucena
Miranda Rivera Reyna
Sanchez Moreno Liliana
Avaroa Carlos

→ **RESERVACIONES**
Micaela Condado

→ **SUPERVISORES**
Bautista Ponce Jorge
Martínez García Luciano
Ortiz Ramírez Juan Luis

→ **AUXILIARES DE RECEPCION**
Tapia Lizhét
Paola
Lady
Marcela
Karen

→ **BOTONES**
Alfaro Quiroz Rafael
Bautista Ponce Rene
Gómez Mauricio
López Guzmán Erick
Aguilar Arturo
Lara Daniel
Gregorio
Guillermo

5



**HOTEL VILLAS
ASTURIANAS DE
MÉXICO A.C**

**PROGRAMA: MEJORAMIENTO DE
LA CALIDAD EN EL SERVICIO**

**CAPACITACIÓN AL
PERSONAL DEL
ÁREA DE RECEPCIÓN**

FECHA: 01-JUNIO-2009

Figura 2.1

INDICE	PAG	INTRODUCCIÓN	TEMARIO
A) Introducción	2	Debido a la necesidad de mejorar el servicio, lo cual se detecto en los resultados arrojados por los cuestionarios aplicados en el hotel a los socios, se ha decidido llevar a cabo un programa de capacitación a todo el personal de recepción para lograr un mejoramiento en la atención al cliente de manera que se pueda evitar las quejas e insatisfacción de los mismos, esperando con ello prestar un servicio de calidad y elevar el autoestima del personal.	I.- ¿Qué es la calidad y cual es su importancia?
B) Objetivos	2	OBJETIVOS GENERAL. Mejorar de forma radical el servicio y la atención al cliente, gracias a que el personal se encontrará debidamente capacitado.	II.- Servicio
C) Temario	3	ESPECIFICO. Lograr que todo el personal de recepción asista al curso, tanto los de nuevo ingreso y los que ya están dentro.	III.- Atención al cliente
D) Cronograma	4	Que los empleados logren despejar todas sus dudas acerca de sus funciones y entender lo importante que son ellos para la empresa.	IV.- Misión, visión y filosofía del hotel
E) Lista de participantes	5		V.- Servicios que ofrece el Club Asturiano
			VI.- Información general
			VII.- Manejo del FRONT DESK
			VIII.- Tarifas y paquetes vigentes
			IX.- Interpretación de estados de cuenta
			X.- Reservaciones
			XI.- Manejo del punto de venta
			XII.- Manejo de GALE
			XIII.- Manejo del conmutador y tarifario
			3

Figura 3

**MAPA DE RUTAS DE ACCESO
AL CLUB CAMPESTRE ECOLOGICO**



\$ CASETA
S

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Bellón Alvarez, Luis Alberto (01). Calidad total, Qué la promueve, qué la inhibe. Panorama, México.

Cantú Delgado, Humberto (03). Desarrollo de una cultura de calidad. Mc. Graw Hill, 2da. Edición, México.

----- (06). Desarrollo de una cultura de calidad. Mc. Graw Hill, 3ra. Edición, México.

Colunga Dávila, Carlos (01). La calidad en el servicio. Panorama, México.

Fisher, Laura y Espejo, Jorge (04) Mercadotecnia. Mc. Graw Hill, 3ra. Edición, México.

Gitlow, Howard. S y Gitlow, Selly J (92). Cómo mejorar la calidad y la productividad con el método Deming. Una guía práctica para mejorar su posición competitiva. Norma, México.

Gutiérrez, Mario (03). Administrar para la calidad. Conceptos administrativos del control total de calidad. Limusa, México.

Gutiérrez Pulido, Humberto (05). Calidad total y productividad. Mc. Graw Hill, 2da. Edición, México.

Hernández Armendáriz, José Luis Consultoría en productividad para la competitividad,S.de R.L. MI. Introducción a la Norma ISO 9000:2000. (Conferencia). U.A.O, México, Octubre de 2006

Laudoyer, Guy (98). La certificación ISO 9000. Un motor para la calidad. Cecsca, México.

Oakland, John S (99). Administración por calidad total. Continental, 3ra. Edición, México.

Pola Maseda, Angel (99). Gestión de la calidad. Alfaomega, México.

Ruíz-Canela López, José (04). La gestión para la calidad en la empresa moderna. Alfaomega, México.

INTERNET

cofemer@economia.gob.mx

http://1.5.6.3.5.1.7.2.1.6/CDITI/congresos/web_cuiet/congreso/textdoc/C4.doc

www.comunidad_emagister

www.definiciones.de.com

www.geocities.com

www.gestiopolis.com

www.inegi.gob.mx

www.infomipyme.com

www.monografias.com

www.promonegocios.net

www.rincondelvago.com

www.wikipedia.com