



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

## ACTIVIDADES QUE INTEGRAN EL SUBPROCESO DE RECEPCIÓN ESTANCIA

**MSc. Mayra Domínguez Suárez\***

**MSc. Maithé del Toro Soto\*\***

**Betsy Santana González**

Estudiante

**Odelyn Valladares Lantigua**

Estudiante

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mayra Domínguez Suárez, Maithé del Toro Soto, Betsy Santana González y Odelyn Valladares Lantigua (2018): "Actividades que integran el subproceso de Recepción. Estancia", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:  
<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/recepcion-estancia.html>  
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25recepcion-estancia>

### Resumen

El servicio de alojamiento, constituye el soporte estratégico de la actividad turística. Su concepto básico es la venta de habitaciones, servicios y comodidades. Dentro del alojamiento turístico, la Recepción destaca como un subproceso fundamental, que actúa como el centro nervioso del hotel. Una de las principales actividades de este departamento es la atención durante la estancia del cliente, que implica brindar información, el análisis de quejas y reclamaciones, cambio de habitación y cambios en la duración de la estancia. El subdepartamento de Conserjería, es básico para garantizar la óptima satisfacción del cliente durante su estancia, al igual que el servicio especial de mayordomía, en el caso de los hoteles de lujo. El objetivo general del tema en cuestión radica en explicar el funcionamiento del departamento de Recepción durante la estancia del cliente en la instalación hotelera. Para ello se asume una metodología de investigación cualitativa, con un enfoque dialéctico materialista, utilizándose diversos métodos y técnicas para la recogida de información. Las técnicas empleadas son la observación no participante, la entrevista en profundidad y el

#### **Mayra Domínguez Suárez.**

Profesor Principal del Centro de Capacitación Delegación MINTUR Varadero. Curso estudios postgraduados, Diplomado en Dirección de empresas Turísticas. Diplomado de Gestión de Alojamiento. Diplomado: Preparación Psicopedagógica para la Educación Turística. Es Máster en Gestión de Empresas Turísticas.

#### **Maithé del Toro Soto.**

Profesor metodólogo de I+D+I del Centro de Capacitación Delegación MINTUR Varadero. Profesora auxiliar de la universidad de Matanzas. Curso estudios postgraduados, Diplomado en Metodología de la Investigación, Diplomado Nacional en Dirección Académica. Diplomado en Dirección de empresas Turísticas. Diplomado de Gestión de Alojamiento. Diplomado: Preparación Psicopedagógica para la Educación Turística. Es Máster en Ciencias de la Educación Superior y Máster en Gestión de Empresas Turísticas.

análisis de documentos. Además, se utilizó la matriz de conceptos como una herramienta para el análisis conceptual.

**Palabras clave:** recepción, estancia, atención al cliente.

### **Abstract**

The lodging service is the strategic support of the Tourism. Its basic concept is selling rooms, services and comforts. In the tourism lodging, the Reception is detached, that is a basic subprocess, which acts as the hotel anxious center. One of its main activities is to attend to clients during their stay, that means to offer information, to analyze complaints and claims, room change and stay duration changes. In luxury hotels there are special services, which guarantee the clients satisfaction during their stay. The main goal of this work is to explain the Reception department working during the client stay in the hotel. For this, a methodology of qualitative research is assumed, with a dialectical materialist approach, using diverse methods and techniques for the collection of information. The techniques used were observation, interview and analysis of documents. Besides, it was used the Concept Matrix, tool to the conceptual analysis.

**Key words:** reception, stay, client attention.

### **Introducción**

El turismo conforma una actividad que por su amplitud, efectos y dinámica se ha convertido en esencial para muchos países. El fenómeno turístico genera impactos de carácter social, económico y ambiental, que requieren ser tratados para lograr su correcta regulación y favorecer un adecuado uso y conservación de los recursos naturales, históricos y culturales que poseen los pueblos como preciosa herencia.

El turismo en Cuba contribuye al estado económico de sus distintas ciudades, propicia empleo y oportunidades de progreso, lo que conlleva a la consolidación de Cuba como destino turístico mundial y del Caribe.

En el desarrollo de la industria turística juega un papel fundamental el servicio de alojamiento, el cual constituye el soporte estratégico de esta actividad y cuyo concepto básico es la venta de habitaciones, servicios y comodidades.

El verdadero propósito de los alojamientos turísticos como empresa de servicios, consiste en dedicarse principalmente a ofrecer estancias para el descanso y el reposo, pero lo que mejor representa es la hospitalidad y el confort, es decir la cualidad y la actitud de acoger amablemente a los visitantes, para así garantizar su bienestar.

Dentro del alojamiento turístico, la Recepción destaca como un subprocesso fundamental, pues es el principal nexo de unión entre el cliente y la empresa, y el departamento con el que el huésped mantiene una relación más estrecha.

Para muchos autores, la Recepción es el centro nervioso del hotel, donde el cliente recién llegado tiene su primer contacto, obtiene sus primeras impresiones acerca del servicio, que en general se ofrece, y ve en la Recepción una prolongación de la gerencia, por lo que acude de inmediato a ella ante cualquier necesidad o dificultad.

La misión fundamental de todo hotelero, es la plena satisfacción del cliente, por lo que dentro de la Recepción existen tres momentos principales donde se materializa este objetivo y ellos son: el Check in, la Estancia y el Check Out o Salida del huésped.

Diversos autores como Jesús Felipe Gallego (2002), han planteado sus consideraciones acerca de la atención del departamento de Recepción durante la estancia del cliente, contribuyendo a ofrecer criterios interesantes para su conocimiento.

La estancia del cliente es una actividad de gran valor dentro del sistema hotelero, pues el cliente es la persona más importante para una empresa; debe ser el objeto de atención principal y el departamento de Recepción debe concienciar que su trabajo consiste en servir y satisfacer al cliente, ya que su repitencia depende en gran medida de la calidad, el servicio y el grado de satisfacción que reciba durante su estancia.

A partir de lo anterior se hace necesario plantear el siguiente problema científico: ¿Cómo contribuir a mejorar el servicio de la Recepción en la atención al cliente durante su estancia?

Los autores del presente trabajo plantean como objetivo general: Explicar el funcionamiento del departamento de Recepción durante la estancia del cliente en la instalación hotelera.

Los objetivos específicos propuestos para las diferentes etapas de la investigación son los siguientes:

- 1- Caracterizar la atención al cliente durante su estancia por parte de la Recepción del hotel.
- 2- Explicar los procedimientos que intervienen en esta actividad.
- 3- Valorar los elementos claves para garantizar una óptima atención al cliente.

La metodología que se asume en la investigación es la cualitativa, con un enfoque general dialéctico-materialista. Para el desarrollo de la misma se aplican diferentes métodos teóricos: el histórico-lógico, el analítico-sintético y el inductivo-deductivo, según las clasificaciones que establece Gregorio Rodríguez (2008). Se emplearon para la recogida de información las siguientes técnicas: la observación no participante, la entrevista en profundidad y el análisis de documentos.

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se llevó a cabo una recopilación documental de libros, e información de páginas Web vinculadas con el tema objeto de estudio.

El presente trabajo es una investigación acerca de la atención del departamento de Recepción durante la estancia del cliente, su importancia, así como los procedimientos que intervienen en esta actividad y las tendencias actuales del alojamiento para mejorar la estancia del cliente y a su vez, lograr una mayor satisfacción de este.

La importancia de la investigación está dada en conocer el funcionamiento de la Recepción durante la estancia del cliente en el hotel, para garantizar una mayor satisfacción al cliente y una mejor experiencia al culminar su viaje.

## **Epígrafe 1: El departamento de Recepción en función de la atención al cliente.**

### **1.1 Generalidades de la Recepción.**

La Recepción es el primer departamento del hotel y, además, constituye la tarjeta de presentación de la instalación, al ser el primer contacto que tiene el cliente o huésped con la misma. Es el eslabón comunicativo entre la empresa y el cliente, además de dar la imagen del establecimiento, por lo que para resolver gran parte de los asuntos que se puedan producir en este departamento se requiere atención, amabilidad, adaptabilidad, actitud y apariencia. (Manual de Recepción, s.f)

Entre las principales funciones de la Recepción planteados por Mallorquín (2010) Material de apoyo básico para la especialidad de Recepción Hotelera se encuentran:

- 1- Prepara y realiza todo lo necesario antes de la llegada del cliente.
- 2- Recibe y da entrada a los clientes cuando estos arriban a la instalación.
- 3- Promueve y vende los servicios de la instalación.
- 4- Informa y atiende a los huéspedes durante toda su estancia.
- 5- Da seguimiento continuo a todas las situaciones informadas por los huéspedes.
- 6- Mantiene actualizado los controles establecidos.
- 7- Conoce el estado ocupacional del hotel y la disponibilidad de alojamiento existente.
- 8- Garantiza un óptimo aprovechamiento del área habitacional.
- 9- Despide a los huéspedes en el momento de su partida, garantizando el cobro de sus cuentas.
- 10- Emite información a otros departamentos del hotel.
- 11- Lleva el control de las cuentas de los huéspedes para evitar que pasen de los límites establecidos por la administración.
- 12- Está pendiente de las salidas previstas del día y garantiza que el Check Out se realice a la hora señalada.
- 13- Cumple con las gestiones que los huéspedes le encomiendan (toma de mensajes, llamadas telefónicas, reservaciones, entre otras).
- 14- Da un trato amable, rápido, eficiente y sincero.
- 15- Cumple con todas las orientaciones de la gerencia.

El recepcionista debe estar preparado para resolver varias funciones a la vez. Esto requiere de gran esfuerzo y un amplio dominio de la técnica. En ocasiones actúa como diplomático, otras veces lo hace como relacionador público, como consejero, como agente de ventas. Siempre aplica sus conocimientos de psicología, lenguas, comunicación, ética y además emplea su elevada cultura e información de todo lo que le rodea.

La Recepción comprende cinco actividades que son indispensables para el buen funcionamiento del departamento, estas son: la reserva, el Check in, la estancia, el Check out y el cobro.

### **1.2 Atención durante la estancia del cliente.**

A partir de la bibliografía consultada se seleccionó una muestra de seis conceptos acerca de la atención al cliente, que sirvieron de base para la elaboración de una matriz de conceptos, la cual facilita una mayor comprensión del contenido en cuestión; como se muestra fueron identificadas tres ideas comunes.

Tabla 1: Matriz de conceptos. Atención al cliente.

	Autor	Año	Definición	Ideas Comunes		
				1	2	3
1	Campo Victoria	2000	Es aquel utilizado por una empresa o institución para establecer una conexión con sus clientes, con vistas a mejorar la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes.	X	X	
2	Wikipedia	2014	Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa así sea macro o micro y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su total satisfacción.	X	X	
3	Definición ABC	2015	Aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional y solicitar servicio técnico.	X		X
4	Miquel y Parra	2015	Es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.			X
5	Castillo	2018	Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.	X	X	

6	Izquierdo	2018	Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.	X	X	X
---	-----------	------	--	---	---	---

Fuente: Elaboración propia.

Ideas comunes:

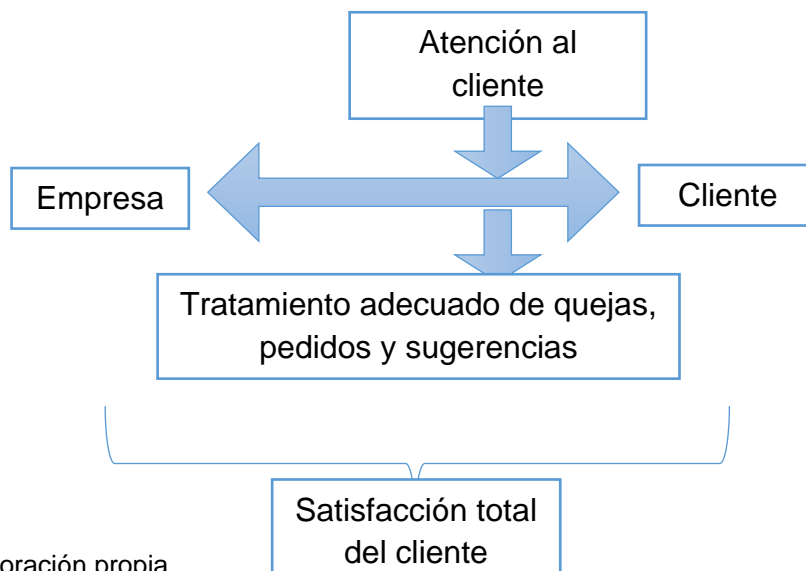
1. Relación con los clientes.
2. Busca la satisfacción total.
3. Tratamiento adecuado de quejas, pedidos y sugerencias.

Teniendo en cuenta el análisis de los criterios aportados por diferentes investigadores se ha elaborado la siguiente definición:

La atención al cliente es la que ofrece una empresa con el fin de relacionarse con el cliente, para brindarle un asesoramiento adecuado en aras de mejorar la calidad de los servicios y lograr la plena satisfacción de sus necesidades y expectativas.

El siguiente mapa conceptual es una muestra gráfica del contenido implícito en la anterior definición.

Fig. 1: Mapa conceptual de la definición atención al cliente.



Fuente: Elaboración propia.

### 1.3 La Recepción y la estancia del cliente.

La estancia del cliente constituye una actividad realmente importante, pues permite garantizar un trato personalizado, conjuntamente con la particularización del servicio hasta el más mínimo detalle, para lograr que el huésped se sienta como en su casa, se le satisfagan sus necesidades según sus deseos y condiciones y, pueda vivir una experiencia diferente en espacios únicos.

La atención al cliente es un objetivo priorizado, teniendo en cuenta que es la razón de ser de la instalación hotelera; ante las nuevas tendencias del alojamiento es necesario fidelizar a la clientela, brindando un servicio de alta calidad, de la que se desprende la opinión del cliente, que es valiosísima para el hotel, de ella se aprende y de él se sacan muchas conclusiones sobre las necesidades y su grado de satisfacción, lo que ayuda a mejorar el servicio continuamente.

La satisfacción del cliente es analizada en la Enciclopedia de Turismo (2002) como el elemento que representa el resultado positivo del consumo de unos productos o la utilización de los servicios.

La Recepción es la encargada de coordinar, controlar y gestionar los diferentes servicios vinculados a la estancia, por lo que garantiza a su vez, con un adecuado nivel de gestión, la calidad del trabajo que se brinde en otras áreas. (Manual de Recepción, s.f)

Por parte del departamento de Recepción atender al cliente durante su estancia consiste en:

- ◆ Atenderle, solucionar o tramitar sus reclamaciones y resolver sus problemas.
- ◆ Brindar cualquier información con relación a la instalación, su entorno u otra que solicite el cliente y ayudarlos en la solución de problemas que se les presenten dentro y fuera de la instalación.
- ◆ Controlar el estado de las cuentas del cliente y garantizar el cobro de los servicios con Tarjetas de Crédito.
- ◆ Controlar y custodiar las llaves de las habitaciones según el sistema vigente.
- ◆ Promover todos los servicios de la instalación. (Restaurantes Especializados, Guardería, Masaje, Lavandería, Sauna, Peluquería, entre otros).

En los establecimientos hoteleros, el servicio que se ofrece al cliente no se centra en la actuación de una persona en concreto, como podría suceder con otros vendedores de cara al público. El buen funcionamiento de un hotel depende de la perfecta interrelación de los distintos departamentos que lo componen; es un trabajo eminentemente interdepartamental. La Recepción fracasaría si las camareras de piso se cruzan de brazos, o el restaurante perdería los clientes si la cocina no respetase las comandas emitidas por el comedor.

La atención al cliente depende de una serie de variables que, perfectamente interrelacionadas, logrará sensibilizar al personal para que sea capaz de transmitir el respeto, y la consideración, que para la empresa tiene cada uno de sus clientes.

Las variables que se van a tener en cuenta son las siguientes:

#### 1. Necesidad de disponer de un personal informado.

- Con relación a todos los servicios que ofrece el establecimiento.
- Con relación a cualquier información interior o exterior que pueda ser de interés para el cliente (excursiones, animación, centros culturales).

2. Necesidad de disponer de un personal motivado.

- Que se identificará con la consecución de los objetivos propuestos por la empresa.
- Que ha interiorizado la imagen que la empresa ha transmitido.
- Que se responsabiliza de la importancia del trabajo que desempeña.
- Que reivindica su profesionalidad.
- Que tiene una actitud de diálogo y tolerancia ante el cliente.

**Epígrafe 2: Procedimientos propios de la actividad de atención al cliente durante su estancia en una instalación hotelera llevados a cabo por el departamento de Recepción.**

**2.1 Flujograma de la atención al cliente por parte del departamento de Recepción durante su estancia.**

Como se planteó anteriormente, el cliente es la persona más importante para una empresa; debe ser el objeto de atención principal. Sin él no podría cumplir la finalidad para la que ha sido constituida. Si es importante la acogida de un cliente, no lo es menos la atención que se le debe dispensar durante su estancia.

Fig. 2: Atención durante la estancia del cliente.

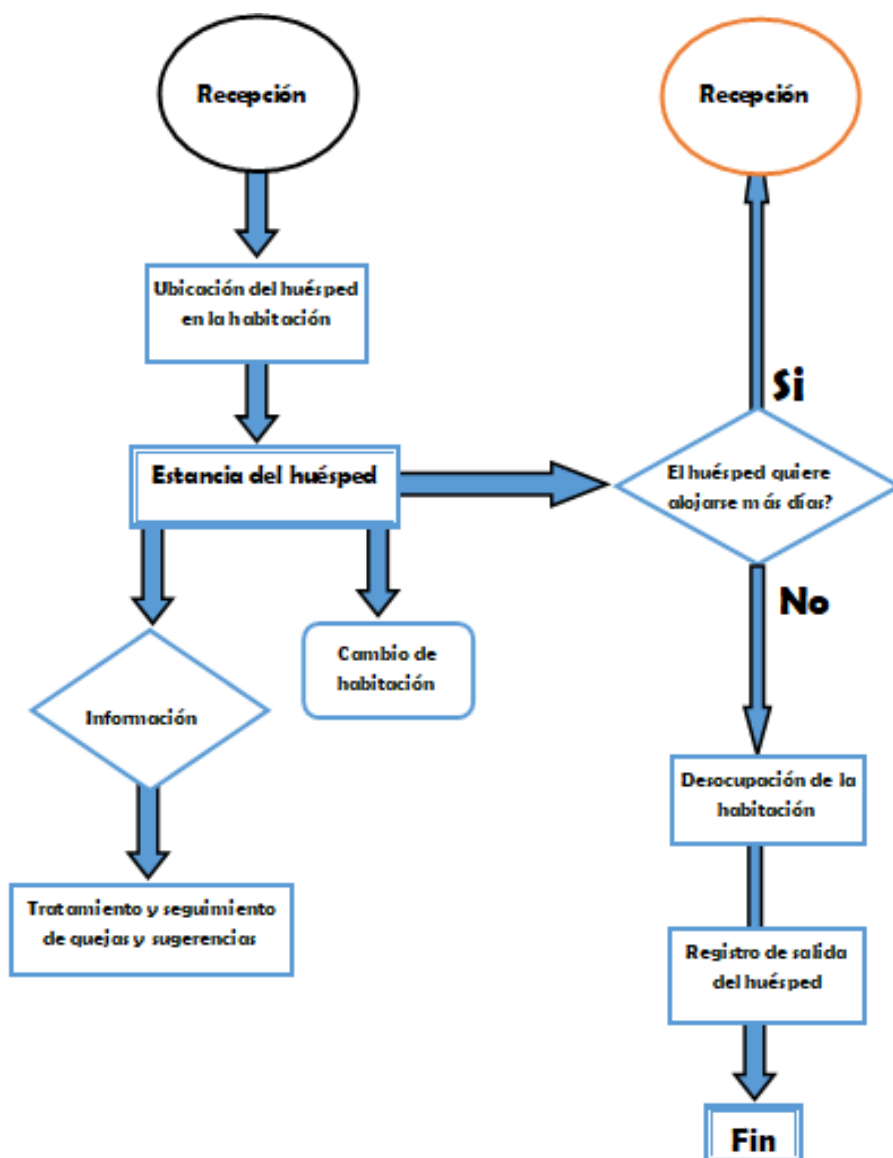


Fuente: Elaboración propia.

El personal debe concienciar que el cliente nunca interrumpe el trabajo, ya que este radica en servirle, y satisfacerle, su repitencia depende en gran medida de la calidad, el servicio y el grado de satisfacción. Ante las nuevas tendencias del alojamiento es necesario fidelizar a la clientela, brindando un servicio personalizado. En ello el departamento de Recepción desempeña un rol esencial, pues de su trato y actitud hacia el huésped depende en gran medida la percepción e imagen que este construye sobre la instalación. La atención al cliente durante su estancia, es una de las funciones claves del área de Recepción, el flujograma que se muestra a continuación refleja las aristas que abarca la atención, como actividad primordial.



Fig. 3: Flujograma de la atención al cliente por parte del departamento de Recepción durante su estancia.  
 Fuente: Elaboración propia.



## 2.2 Generalidades referentes a las quejas y reclamaciones.

Se entiende por quejas aquellas reclamaciones hechas por los clientes sobre la prestación del servicio, la instalación o la atención recibida. Las reclamaciones o quejas es el punto más desagradable que enfrenta la recepción, por ello evitarlas ocupa un orden de gran prioridad. No obstante, siempre existirán clientes insatisfechos con algún servicio, ante esto, todos los implicados deben estar en condiciones de dar acertadas respuestas y lograr que la persona sienta una acción consecuente ante el problema planteado.

Cada queja es una alerta de trabajo y un indicador de que no todo lo posible se hace. El tratamiento a una queja es de entera responsabilidad de quien la recibe, esté o no relacionada con su actividad o departamento, por ello es importante darle seguimiento hasta su solución y tener una constante información de cómo se está resolviendo para mantener informado al cliente.

Estudios realizados indican que el número de quejas transmitidas es menor a las insatisfacciones experimentadas por los consumidores, en una proporción de una queja por cada veinticinco no realizadas.

Las formas más frecuentes y utilizadas por los clientes para exponer sus quejas son: cuestionarios, y de forma personal.

Quejas mediante cuestionario (Encuestas de satisfacción): Un cuestionario es una relación de preguntas propuestas por los hoteles a sus clientes, las cuales se cumplimentan al finalizar la estancia, para luego ser valoradas, atendiendo a los objetivos previstos en cada uno de los departamentos. Habitualmente están colocados en las habitaciones. En ellos se solicita la colaboración sobre diversos aspectos relacionados con la calidad, el trato y servicios ofrecido en los departamentos claves, que sirven a la empresa para hacer una valoración del grado de satisfacción de los mismos y tomar conciencia de cuáles son los aspectos más positivos en esa relación y cuáles debieran mejorarse. Estos cuestionarios son, por tanto, una herramienta valiosísima para detectar las quejas más frecuentes de los clientes con el fin de subsanarlas, así como un acicate para, mantener aquellos aspectos más positivos.

Quejas recibidas de forma personal: Es la más frecuente. En este tipo de quejas el cliente expone de forma personal cualquier anomalía en el servicio prestado, deficiencias encontradas en el establecimiento, falta de consideración en el trato o en la atención. El desempeño del recepcionista buscará siempre el objetivo de evitar una reclamación oficial, lo cual resulta muy perjudicial para el establecimiento, económicamente y afecta la imagen en el mercado.

Algunos de los motivos de quejas más comunes en el área de Recepción son:

- Cuando no es atendido con rapidez y cortesía.
- Cuando no recibe una información adecuada.
- Cuando el teléfono suena más de seis veces sin ser atendido.
- Cuando no se conoce los horarios y servicios que ofrece el establecimiento.
- Cuando advierte discrepancias entre trabajadores.
- Cuando presencia suciedad o desorganización.
- Cuando no existe una comunicación idiomática.
- Cuando la habitación destinada no está limpia.
- Cuando sus quejas no son atendidas con rapidez.

Estos son algunos de los detalles que hay que tener en cuenta en las relaciones con el huésped, con el objetivo de evitar irritaciones y quejas. El huésped siente y padece y le laceran detalles que no se corresponden con la plena satisfacción de sus deseos.

Una vez recibida una queja es recomendable brindar la atención y el tratamiento requerido, en aras de solucionar la situación lo más pronto posible. En ningún caso, una queja debe desatenderse, aún, cuando no esté relacionada con el departamento; cualquier manifestación del huésped debe ser atendida y darle curso inmediato.

Tabla 2: Atención y tratamiento de quejas.

Atención a una queja	Tratamiento de una queja
1. Escuchar con atención e interés.	1. Tomar nota de la queja.
2. Mantener serenidad, no discutir.	2. Canalizar la queja de inmediato.

3. Tratar de persuadir al cliente y disculparse.	3.Determinar un tiempo para dar respuesta al caso, preferiblemente calculando por encima.
4. Usar el mismo idioma que el cliente conoce, si no disculparse ofreciendo la posibilidad de hablar otro conocido por ambos.	4.Supervisar sistemáticamente la solución del problema hasta lograr resultados favorables al huésped.
5. Darle satisfacción, aunque el cliente no tenga la razón.	5.Una vez obtenida la respuesta se le informará al cliente, si la queja no tiene lugar es necesario tener todos los argumentos para explicarle al cliente y demostrarle que está en un error.
6. Luego de ser solucionada la queja contactar con el cliente para conocer si está satisfecho y disculparse por las molestias causadas.	6.En caso de concluir el tiempo de turno de trabajo y aún no haya sido posible solucionar la queja, se debe informar al personal del turno entrante, para que se mantenga el seguimiento a la misma con extrema prioridad.
	7.Plasmear la queja en el Libro de Incidencias.

Fuente: Elaboración propia.

### 2.3 Información al cliente.

Durante la estancia en la instalación, el cliente espera encontrar respuesta a cualquier duda o necesidad que se le presente, por tanto, el recepcionista deberá tener pleno dominio de los servicios y horarios que presta la instalación, así como conocimiento de los lugares de interés local, nacional, cultura del país y principales lugares de interés turístico y de negocios.

La Recepción es en muchas ocasiones, el lugar donde acude el cliente para resolver determinadas situaciones. Ante la solicitud de información, el personal de Recepción está en la obligación de satisfacer esa necesidad o tratar de orientar dónde puede obtener la misma. Es por ello que este personal además de conocer diferentes idiomas (al menos tres), debe contarse dentro de los que mayor información tengan, no solo de todos los servicios y características del establecimiento, sino, además, de otros productos y servicios de la localidad y el territorio (hospitales, museos, teatros, eventos culturales, deportivos).

Información a ofrecer por parte del recepcionista:

- Plano de la Ciudad.
- Transportes en la localidad (taxis, autobuses).
- Transportes y horarios (avión, autobús).
- Información relacionada con los vehículos (talleres, garajes)
- Tiendas y horarios (boutiques, artesanía).
- Lugares históricos y horarios (museos, bibliotecas).
- Eventos (Ferias, Congresos).
- Lugares de ocio y horarios (cines, teatros, excursiones, restaurantes).

- Bancos y horarios.
- Asistencia Médica y Farmacias.
- Servicios Religiosos (misas, iglesias).
- Correos y tarifas postales.
- Cambios de monedas del día (expositor a la vista del cliente).
- Políticas implantadas en la instalación sobre Medio Ambiente.

El departamento de Recepción también es el receptor de todos los mensajes que se le dejen al cliente, por lo que es fundamental la tramitación inmediata de los mensajes y notificaciones. Los mensajes deberán hacerse llegar al cliente anotando los siguientes datos: nombre del cliente/ número de la habitación, fecha y hora de la llamada o entrega del mensaje, nombre de la persona que deja el mensaje, número de teléfono del que ha llamado, texto del mensaje, firma del Recepcionista o Telefonista, según la persona que recibió el mensaje. Las notificaciones deberán hacerse de forma discreta.

#### **2.4 Conserjería.**

En determinadas instalaciones aparece en el diseño de operaciones de la Recepción un área denominada Conserjería, la misma se dedica a la entrega de información a los clientes en correspondencia con las dudas o necesidades que los mismos puedan adquirir durante el período de estancia en el hotel.

La Conserjería, representa un importante papel en el servicio que ofrece el hotel a sus huéspedes y clientes. Dentro de sus funciones principales se destacan:

- Atención e información continua a los huéspedes y clientes del hotel.
- Solución de situaciones que los huéspedes presenten dentro y fuera del hotel.
- Se encarga de la puerta principal, el servicio de maleteros, el servicio de estacionamiento de autos, la transportación y custodia de equipajes, el cuarto de equipajes y los ascensores.
- Se ocupa de la recepción y de la distribución de la correspondencia del hotel y los huéspedes.
- Recepciona la prensa y la distribuye a los diferentes departamentos del hotel, así como a los huéspedes.
- Brinda el servicio de encargos a los huéspedes que lo soliciten.
- También se ocupa de la reservación de entradas para espectáculos teatrales, cabaret, restaurantes, confirmación de salida de vuelos, y la reservación de medios de transporte.
- Una de las funciones principales de la Conserjería está encaminada a la solución de los problemas surgidos en las habitaciones de los huéspedes. Se encarga de los cambios de las habitaciones que haya que realizar.
- Avisa a los huéspedes de afectaciones, por diferentes causas, en el servicio que brinda el hotel.
- Recepciona bultos o paquetes que los huéspedes o clientes deseen dejar en consigna, para recogerlos posteriormente o para que sean entregados a otras personas.
- Se ocupa de recibir los mensajes dejados a los huéspedes del hotel o de estos a cualquier otra persona, los que serán entregados con la prontitud requerida.

El conserje desempeña una labor muy importante en cuanto a la prestación del servicio que se realiza en el subdepartamento de Conserjería, y a su vez en el departamento de Recepción.

La persona que ocupa este puesto de trabajo debe tener características especiales para que los objetivos que se persiguen con su función sean alcanzados. Debe conocer perfectamente el trabajo que se realiza en el área de la Recepción y tener una vasta experiencia en esta labor. De lo anterior se infiere que tiene que dominar perfectamente todos los servicios del hotel, así como sus horarios de apertura y cierre. Su nivel cultural debe ser elevado, y debe estar informado de todo cuanto acontece en el mundo del turismo, así como conocer el entorno turístico que lo rodea. Tiene que dominar varios idiomas con buena fluidez, además de poseer conocimientos afianzados de psicología y técnicas de comunicación. Debe tener agradable presencia personal y dominar a profundidad las normas de cortesía, ser amable, solícito, ágil, e inteligente. Constantemente debe captar el estado de ánimo de los clientes para acudir en su ayuda en caso de que sea necesario.

El subdepartamento de Conserjería recoge además del conserje los cargos de parqueador, portero, maletero y ascensorista.

El portero: Es el auxiliar de la Recepción que se encarga de abrir y cerrar la puerta de acceso al lobby, donde se encuentra la Recepción del hotel. Realiza solicitudes de taxis a pedido de los huéspedes, contribuye a la seguridad de los clientes y huéspedes del hotel que se encuentran en el lobby, estando al tanto en todo momento del personal que arriba a la instalación. Controla la entrada y salida de los huéspedes en el hotel, evitando que alguno se marche sin pasar por la Recepción. Lleva mensajes a otros departamentos del hotel y a las habitaciones de los huéspedes. Da la bienvenida a las personas que llegan a la instalación usando frases de cortesía y saludando siempre de acuerdo a la hora del día.

El maletero: Es el auxiliar de la Recepción que se encarga de bajar los equipajes de los clientes que arriben a la instalación trasladándolos hacia la Recepción del hotel y custodiándolos durante todo el tiempo que dure el check-in. Conduce el equipaje de los huéspedes hasta sus habitaciones, caminando siempre delante del cliente e indicándole el camino. Responde cualquier pregunta formulada por los huéspedes. Al llegar a la habitación pide al huésped amablemente que espere unos instantes afuera para él chequear la habitación; si todo está bien, hace pasar al huésped llevando el equipaje al cuarto. Luego mostrará al huésped el funcionamiento de todo lo que se encuentre en la habitación. También llevará mensajes a otros departamentos del hotel o a las habitaciones cuando le sea solicitado. Entregará un comprobante al huésped cuando este deje cualquier equipaje en consigna; en dicho comprobante se describirá detalladamente las características del equipaje, así como, la fecha en que se entregó y el nombre del huésped. En caso de un paquete dejado para otra persona, se hará lo mismo, pero se dejará claro el nombre de la persona que lo recogerá. Para entregarlo se solicitará el documento de identidad a dicha persona.

El parqueador: Es el auxiliar de la Recepción que se encarga de aparcar los vehículos de los huéspedes. Durante esta acción, el parqueador deberá velar por la integridad del auto, o sea, el auto no podrá ser dañado, ni podrá perderse ningún objeto que en él se encuentre. El auto no podrá ser utilizado más allá de los límites del estacionamiento.

El ascensorista: Es el auxiliar de la Recepción que se encargará de trasladar a los huéspedes del hotel a sus pisos correspondientes. Indicará a los huéspedes el piso en que el ascensor se encuentra, así como los servicios que aquí puede encontrar y sus horarios de apertura y cierre. En caso de averías durante la transportación del personal, mantendrá la calma y el orden dentro del ascensor, buscando la forma de comunicar la avería, para que esta sea reparada lo antes posible.

El servicio de cajas de seguridad puede ofrecerse a los clientes a la entrada y durante su estancia en el hotel para el guardado de joyas, documentos, así como objetos delicados.

El servicio de seguridad al cliente comprende la responsabilidad de Recepción (Conserjería) sobre la Custodia de Equipajes, además incluye el Control de Objetos Olvidados por los clientes, la asistencia del cliente en casos de robos, de accidente o de enfermedad, así como el modo de proceder ante posibles casos de escándalos en habitaciones, o la llegada al establecimiento de clientes con escoltas. En caso de escándalos en habitaciones el recepcionista debe llamar a la habitación y solicitar al cliente que por favor no moleste, ya que se tienen quejas de otras personas.

Es frecuente encontrar en un mismo empleado varias de estas responsabilidades, esto obedece al tamaño de la instalación. En hoteles donde no existe el subdepartamento de Conserjería estos auxiliares de la Recepción se subordinan directamente al jefe de la Recepción, pero cuando esta existe, se subordinan al responsable de la Conserjería y a su vez este se subordina al jefe de Recepción.

Hoteles en Cuba con servicio de consejería:

- Royalton Cayo Santa María
- Paradisus Río de Oro
- Meliá Cayo Coco
- Paradisus Los Cayos
- Paradisus Varadero
- Meliá Buena Vista Cayo Santa María

## **2.5 Cambio de habitación, cambios en el período de estancia y canje de monedas.**

El cambio de habitación suele ser una situación muy frecuente, motivada por lo general, por problemas técnicos en la habitación, necesidad de reubicar al cliente por imprevistos o por preferencias del mismo. Cuando el cambio es propuesto por el cliente, siempre que sea posible, se debe satisfacer esa necesidad informándose a los departamentos involucrados en el mismo. Cuando no sea posible, debe asumirse una actitud positiva y demostrar al cliente que en la primera oportunidad que sea posible, dicha necesidad será satisfecha. Lo mismo debe proceder con el cambio de régimen alimentario.

Cuando el cambio se realiza por necesidad del establecimiento, es el jefe de Recepción, quien debe informar al cliente del mismo, exponiéndole, que será trasladado para una habitación del mismo rango o mayor, siempre por el mismo precio. De acuerdo al caso, se le debe ofrecer una cortesía, dado que es una molestia originada por el establecimiento. El cambio por desperfectos técnicos en la habitación, origina, de hecho, el traslado automático, siempre que el problema detectado no pueda ser resuelto en un breve plazo.

La ampliación y reducción de la estancia, por lo general, ocurre con clientes cuya estancia en el establecimiento está en función de negocios y reuniones. Extender el período de estancia dependerá de la disponibilidad existente y el interés del establecimiento. La reducción de la estancia siempre debe verse como una pérdida, aún, cuando esta no obedezca a disgustos del cliente con los servicios ofrecidos. La ampliación de la estancia, conocida también como prórroga, se confirma cerca del momento de finalizar la estancia del cliente en el establecimiento, aunque, de contarse con la disponibilidad, debe confirmarse previo a este momento a los efectos de evitar ansiedad en el cliente.

El canje de monedas como servicio requiere de ciertos procedimientos, que incluyen verificar la legalidad de la moneda, realizar canje según cotización vigente, efectuar el descuento correspondiente, confeccionar el modelo de boleta de canje y entregar el original de la boleta al cliente.

## **2.6 Servicios especiales. Mayordomía.**

En el hotel existen diferentes servicios especiales, tal es el caso del servicio de mayordomía, caracterizado por ser exclusivo y de lujo. Su fin es ofrecer un servicio personalizado, garantizar una estancia de los clientes con los más altos estándares de confort, atender todas sus solicitudes y facilitar toda la información.

La mayordomía abarca desde la atención especial a la llegada, incluyendo el cóctel de bienvenida, hasta los servicios de: acompañamiento a la habitación, hacer y deshacer maletas, servicio de cartas de almohadas y sábanas, cobertura, preparación del baño y menú de aromas y otros servicios de acuerdo con la instalación hotelera y el tipo de cliente que ha fidelizado.

El mayordomo es el encargado de buscar que la comodidad del cliente prevalezca en todo momento. Debe al menos dominar el idioma inglés, referente internacional y se debe valorar su dominio del idioma francés por la naturaleza y perfil de clientes. Debe manejar computadora y conocer la sistemática del sistema interno de gestión de averías que utilice cada instalación.

Las principales funciones y responsabilidades del mayordomo son: atender con agilidad las peticiones del cliente y anticiparse a sus deseos, realizar el servicio de empaque y desempaque de las maletas que le sean asignadas, preparar la bañera o el jacuzzi a petición del huésped, revisar los estándares de limpieza y dotación de la habitación y las peticiones específicas del huésped, recoger la información útil del cliente, asistir y realizar reservas en los restaurantes temáticos y servicios del hotel, contratación de tours y excursiones, con el representante, así como reservas fuera del hotel, atender las quejas y sugerencias de los clientes de manera asertiva, transmitiendo la información de manera inmediata al Director de Alojamiento y al Director General para que informen y coordinen con las áreas afectadas.

La mayordomía, al ser un servicio especial y de lujo, se aprecia fundamentalmente en hoteles de categoría 5 estrellas, tal es el caso del hotel Royalton Hicacos Resort and Spa, ubicado en el polo turístico Varadero.

## **Epígrafe 3: Elementos claves para una buena atención al cliente durante su estancia.**

### **3.1 Aspectos para otorgar una atención exclusiva al cliente.**

Para prestar un servicio esmerado se deben estudiar las características de los clientes y conocer su perfil. Es clave identificar datos como sexo, edad, profesión, estado social, nacionalidad, sistema de reserva; además de los atractivos que detectan de nuestra instalación como imagen, calidad, tipo de oferta, categoría o ubicación. Todo este tipo de información se obtiene mediante encuestas de opinión y estadísticas.

La atención al cliente dentro del Departamento de Recepción se lleva a cabo por medio de:

- Contacto directo: comunicación cara a cara.
- Contacto no directo (micro media): teléfono y carta.

El contacto directo es la comunicación más básica, personal y rica en matices. En esta modalidad de comunicación es de especial importancia saber escuchar al interlocutor y hacerlo activamente con todos los sentidos. La comunicación cara a cara ofrece la máxima posibilidad a la hora de transmitir, facilita la

comprensión de los mensajes y es el sistema más económico de transmisión. Requiere del uso de un vocabulario correcto, un adecuado aspecto personal, presencia física y utilización del lenguaje corporal.

El contacto no directo es más complejo que el directo, debido a la inexistencia de la presencia física de los interlocutores a lo largo del proceso comunicativo. Ello lleva implícita la pérdida de algunos matices expresivos que caracterizan el contacto cara a cara.

La atención telefónica es también una comunicación directa, pero a diferencia de la que se presta cara a cara, en esta modalidad los interlocutores no están presentes de forma física a la hora de emitir el mensaje. El teléfono implica otros modos y técnicas si se quiere prestar un buen servicio de atención a los clientes. La comunicación telefónica requiere una mayor capacidad de síntesis y claridad.

Los clientes de un establecimiento son distintos entre sí, por lo tanto no responden o reaccionan de la misma forma ante la atención recibida por parte del mostrador, de ahí que cada cliente sea único y requiera un trato personalizado. Pero no es menos cierto que entre ellos existen algunas características comunes que hacen que el personal del establecimiento les identifique en un grupo concreto.

Los puntos claves de una buena atención al cliente a lo largo de su estancia en el hotel son:

- a) Captar su atención.
- b) Recibir siempre al cliente con amabilidad y comprensión.
- c) Escuchar con atención los problemas del cliente.
- d) Tratar de solucionarle sus problemas con respuestas y acciones claras, rápidas y concretas.
- e) Explicar nuestra actitud, indicando por qué actuamos así sobre todo cuando la respuesta es negativa.
- f) Ser consciente de que el comportamiento de los trabajadores de Recepción condiciona el concepto que el cliente tiene del establecimiento.
- g) Estar atento a las necesidades del cliente en períodos de la jornada de menor volumen de trabajo.
- h) Valorar la personalidad del cliente.

La atención personalizada a clientes VIP, repitentes y grupos FAM es fundamental. Los clientes VIP son aquellos que se consideran distinguidos, por ser personalidades de reconocido prestigio nacional o internacional, ya sea por méritos, éxitos relevantes, o por el rango que lo distinga como personalidad.

Los Grupos FAM son aquellos conformados por agentes de viajes o turoperadores que participan en la venta directa del producto, o que se interesan por iniciarla, por lo cual se les ofrece una atención especial, que, aunque la mayoría de estos aspectos no se ejecutan específicamente por la Recepción, debe conocerse para información general.

Los clientes repitentes son aquellos que con anterioridad han visitado el hotel y regresan porque su estancia anterior fue placentera y desean revivirla, siempre buscando mejorar la experiencia pasada, por lo que son más exigentes a la hora de evaluar el servicio brindado ya que son capaces de hacer comparaciones entre una estadía y otra.

La calidad del servicio será la misma para todos los clientes que visiten la instalación, solo que con estos se tendrán otras atenciones que los distinguan de los demás, para lo cual se le pondrá en su tarjeta un distintivo solo apreciable por los trabajadores del hotel.



### 3.2 La correcta atención al cliente durante su estancia.

La atención al cliente es clave, pues este constituye la razón de ser de la instalación. El cliente satisfecho aumenta y repite la demanda de nuestro servicio. Además, la atención al cliente no solo tiene como cometido mejorar la venta de servicios dentro de un establecimiento hotelero, también es un sistema para incrementar la calidad del servicio.

**La atención al cliente es lo más importante para todos los negocios turísticos.** La experiencia positiva que se desprende de la prestación de un buen servicio generará lazos entre la empresa y el cliente, logrando su fidelización con esta y un adecuado posicionamiento de la entidad en la mente del consumidor, el cual no solo volverá a consumir nuevamente el producto, sino que lo recomendará a todos sus amigos como el lugar perfecto para encontrar nuevas oportunidades que satisfagan sus necesidades.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que para ofertar un servicio profesional en el área de Recepción es necesario contar con un personal altamente calificado y que posea las características de un buen profesional:

- 1. Presencia impecable.
- 2. Comportamiento correcto.
- 3. Conocimientos profesionales.

Algunos elementos claves para ofrecer un buen servicio al cliente según Robin Izquierdo (2018) son:

Empatía: Se trata de uno de los fundamentos de la atención al cliente. La empatía es la cualidad de las personas que les hace ser capaces de ponerse en el lugar de los demás.

Amabilidad: Cuando se trata de atención al cliente, el concepto de amabilidad engloba muchos aspectos. Tiene mucho que ver con las palabras que se utilizan, pero también con el tono de voz. Hace referencia al trato amable, cortés y servicial.

**Anticiparse a sus necesidades: No se trata solo de satisfacer al cliente sino de sorprenderlo, tener en cuenta la atención a los pequeños detalles que son los que hacen la diferencia.**

Profesionalidad: Su calidad profesional será uno de los factores clave para determinar el éxito o el fracaso del servicio. Para lograrlo, se deberá tener algunas de las cualidades como la empatía, la amabilidad y una **formación adecuada.**

Rapidez en la atención: Rapidez con la que se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos.

Ambiente agradable: Es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto.

Comodidad: Hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local.

Higiene: Es la limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores.

### 3.3 Tendencias para mejorar la estancia del cliente.

El departamento de Recepción como se planteó anteriormente es la encargada del tratamiento a las quejas y sugerencias del cliente ante incidentes que se le pueden presentar en cualquier momento de su estadía y que involucran a otros departamentos del hotel, no solo el de Recepción.

Las tendencias que a continuación se expresan van encaminadas a mejorar la estancia del cliente en la instalación, lo que permitirá reducir las quejas del huésped y mejorar su satisfacción con respecto a los servicios recibidos.

Hoteles inteligentes:

Dentro de estos nuevos hoteles "inteligentes", las tabletas controlan todo, desde ajustar la temperatura de la habitación hasta pedir el servicio al cuarto. Los celulares están reemplazando los teléfonos fijos, los cuales facilitan el uso del servicio de habitaciones o mensajería.

Hoteles más ecológicos:

Desde acciones inmediatamente visibles para los huéspedes (como optar por artículos de aseo respetuosos con el medio ambiente, los productos de limpieza orgánicos, sistemas de iluminación y aire acondicionado que se apagan cuando la habitación está vacía, o políticas de reutilización de toallas) hasta esfuerzos de puertas adentro (como dejar atrás las operaciones manuales en papel con la introducción de [sistemas de gestión hotelera en la nube](#)), este último es de gran importancia para el departamento de Recepción, pues permite reducir la cantidad de papel que utilizan para llevar el control de sus múltiples actividades.

El vestíbulo evoluciona:

Otra importante tendencia actual es la evolución del vestíbulo, de unos formales a unos más cálidos, más acogedores y hasta más domésticos en su apariencia general, el tradicional mostrador de recepción será reemplazado por un escritorio de "conserje". El cambio permite a los viajeros relajarse después de un largo viaje, algo que es una necesidad clave.

Adiós al servicio de cobertura o turn down:

**El turn down**, también llamado servicio de cobertura o descubierta, es la segunda entrada en la habitación por el equipo de camareras al caer la tarde. Dicho servicio tiene como finalidad **disponer la habitación para que el cliente**, una vez vuelva a su cuarto para pasar la noche, se lo encuentre listo con detalles muy agradables como la cama abierta, chocolate en la almohada o toallas limpias.

Cada vez más hoteles están haciendo el **servicio de cobertura como algo opcional**. Primero, por el precio y segundo, por la privacidad. Normalmente, se pasan por ciclos en los que los huéspedes son más abiertos o más cerrados, a estos últimos no les gusta que entren de nuevo a su habitación y la ordenen.

Existen nuevas tendencias en los hoteles inteligentes como el **Hotel 1000, Seattle (EE. UU.)**, donde los clientes que hagan uso de las habitaciones de este establecimiento de lujo comprobarán que bajo el timbre de la puerta de entrada existe otro botón que, al activarlo, permite que un escáner recoja la temperatura corporal de los habitantes e informe a los empleados si la habitación se encuentra ocupada. En el interior, el minibar está dotado de un sistema de memoria conectado con recepción que indica la necesidad de reponer los productos.

### **3.4 Importancia de una correcta atención al cliente durante su estancia.**

La atención al cliente es clave, pues este constituye la razón de ser de la instalación. Los clientes actuales son muy valiosos. Conseguir un nuevo cliente cuesta de cinco a seis veces más que retener a uno antiguo. Se debe buscar la Recomendación Personal del cliente satisfecho, pues hace sugerencias que pueden mejorar el servicio. La rentabilidad de tener clientes satisfechos, radica en que se evita que de nueve a veinte personas conozcan lo deficiente que es el servicio. Nos beneficiamos de una publicidad oral gratis. Además, la atención al cliente no solo tiene como cometido mejorar la venta de servicios dentro de un establecimiento hotelero, también es un sistema para incrementar la calidad del servicio.

## Conclusiones

1. Los auxiliares de Recepción deben ser empleados integrales que tengan un amplio conocimiento de todos los servicios que brinda el hotel, y sean capaces de dar soluciones rápidas a los problemas que puedan presentarse.
2. Los procedimientos fundamentales que intervienen en la estancia del cliente son la información, el cambio de habitaciones, ampliación o disminución del periodo de estancia y el tratamiento a quejas y sugerencias, además de los servicios especiales como consejería y mayordomía.
3. La Recepción brinda una buena atención al cliente al tratarlos con amabilidad, los atiende con rapidez, les ofrece un ambiente agradable, y los hace sentir cómodos y seguros.
4. La función principal de la Recepción en la estancia del cliente es facilitarle todo tipo de información y servicios de manera correcta, eficaz y fiable, estando siempre atentos a sus necesidades.

## Bibliografía

- Domínguez Suárez, Mayra. (2012) Metodología para la gestión del servicio de alojamiento en un hotel. Gestión por proceso en el área de alojamiento en las instalaciones hoteleras. Editorial Académica Española. España.
- Gallego, Jesús Felipe (2002). Gestión de hoteles: Una nueva visión. Capítulo 8.
- Galo, D. How to provide customer service excellence. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de <https://www.geog.cam.ac.uk./research>.
- González González, Yusemy y Ulacia Oviedo, Zoila: (2008). Apuntes sobre gestión de alojamiento primera parte. La Habana.
- JafariJafar, "Enciclopedia del Turismo", (2002), Editorial Síntesis S.A., Madrid, España.
- Mallorquín, Eduardo (2010). Material de apoyo básico para la especialidad de Recepción Hotelera.
- Mallorquín Muñoz, Eduardo y otros. (2005) Tecnología de la recepción hotelera. Editorial Pueblo y Educación. Habana Cuba.
- Mateo, C. La recepción como corazón del hotel. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de <https://www.cesae.es>
- Morales, C. Recepción y atención al cliente. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de <File:///books>
- Reyes, F. Customer service training. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de <https://www.failedireland.ie>
- Sánchez, N. Atención al Cliente y Recepción Hotelera. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de [www.enah.edu.ni](http://www.enah.edu.ni)
- Smith, S. Nine Highly Effective Ways to Get a Client's Attention. Online. Consultado el 9-10-18. Recuperado de <https://www.forbes.com>