

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA

Grado en Gestión Turística



“Guía de un protocolo de actuación para la realización de prácticas en el sector de la hostelería”

Autora

Saray Serrano Álvarez

Tutora:

Cristina Santandreu

GANDÍA, Septiembre 2014

Agradecimientos

En primer lugar a mi tutora Cristina Santandreu por su apoyo inestimable y paciencia a lo largo del desarrollo del trabajo sin la cual jamás habría podido llevar a cabo la guía de protocolo de actuación.

En segundo lugar a aquellos profesores que cuando les pedí consejo no dudaron en ponerse en contacto conmigo para ayudarme los cuales son Enrique Sigalat, Paloma Herrero, Bernat Roig, pero sobre todo a Estefanía Osorio por su gran ayuda y asesoramiento sobre los departamentos más importantes y otras ideas a las cuáles por mi cuenta no habría llegado.

Por último y no por ello menos importante a mi familia por soportar mis nervios a lo largo de todo el trabajo y sobre todo a mi pareja por ser la mejor y más paciente visión objetiva de mi trabajo.

Resumen

En el presente TFG (Trabajo Fin de Grado) se procederá a detallar cada una de las funciones que el alumno tendrá en los diferentes departamentos por los cuales pase al realizar sus prácticas en un hotel y se mostrarán a su vez aquellas pautas de actuación recomendadas que el estudiante deberá tener en cuenta al realizar sus tareas.

Se considera que con dicho trabajo los empleados encargados de ayudar y enseñar al estudiante tendrán un trabajo más sencillo y en el cual deberán invertir menos tiempo ya que la base del alumno será aún más amplia, es decir con la guía de actuación la intención es ayudar a las dos partes del contrato: al alumno y al hotelero.

Por ello con dicho TFG se pretende el diseño de una guía para el alumno en el cual se reflejen cada una de las posibles áreas de trabajo dentro del hotel donde se desarrollaran sus prácticas y cuáles serán cada una de las posibles funciones.

Palabras clave:

- Guía
- Prácticas
- Hotel
- Funciones
- Tiempo

Abstract ´

In this final project I will proceed to detail each of the functions that the student will have in each of the departments assigned to carry out the practices in a hotel and were shown to turn those patterns of action recommended that the student should consider when performing their tasks.

It is considered that such work employees charged with assisting and teaching the student will have easier work and which should spend less time since the basis of the student will be even wider, the principal intention of the guide it´s to help the two parties to the contract: the student and the hotelier.

So with that final project we pretend to design a guideline for the student which is reflected in each of the possible areas of work within the hotel where their practices were developed and what will each of the possible functions intended.

Keywords:

- Guide
- Practices
- Hotel
- Functions
- Time

Contenido

Agradecimientos.....	2
Resumen	3
Abstract ´	4
1. Introducción	7
1.1 Justificación	7
1.2 Objetivo principal	7
1.3 Objetivos secundarios.....	7
1.4. Etapas TFG	7
1.4.1 Primera fase: recogida de toda la información posible relacionada con el tema y contraste de la misma.	8
1.4.2 Segunda fase: Organización de la información.....	8
1.4.3 Tercera fase: Elaboración de las encuestas para los alumnos	8
1.4.4 Cuarta fase: Análisis de las encuestas y situación en el trabajo.....	8
1.4.5 Plan de trabajo.....	9
2. Metodología	9
2.1 Metodología cuantitativa.....	10
2.1.1 Pasos a seguir en la realización de una encuesta.....	10
2.1.2 Estructura de la encuesta	10
2.2 Metodología cualitativa	14
2.3 Error de muestreo.....	15
3. Prácticas en empresa	16
3.1 Definición	16
3.2 Historia	16
3.3 Protocolo prácticas empresariales en el sector hotelero.....	16
3.3.1 Definición de guion.....	17
3.3.2 Definición de protocolo	17
3.4 ¿Por qué es necesario la implantación de un guion de actuación?	17
3.4.1 Estructura de la presentación de los departamentos en el guión de actuación	18
3.5 Departamentos seleccionados	18
3.5.1 Departamento comercial	18
3.5.2 Recepción.....	22
3.5.3 Departamento financiero.....	29
3.5.4 Departamento de alimentos y bebidas	32

3.6 Orden del recorrido recomendado por los cuatro departamentos seleccionados	35
3.7 Otros departamentos del hotel	36
3.7.1 Departamento de mantenimiento	36
3.7.2 Departamento de seguridad	36
3.7.3 Departamento de animación	37
3.7.4 Departamento de limpieza	37
3.7.5 Departamento de lavandería	38
3.8 Distribución general de un hotel.....	38
3.8.1 Áreas comunes.....	38
3.8.2 Zona de personal	39
4. Conclusiones	40
5. Bibliografía	42

1. Introducción

1.1 Justificación

En primer lugar, me gustaría indicar cual fue uno de los principales motivos por los cuales acepté dicho TFG, como la gran mayoría de mis compañeros uno de los principales sentimientos que tenemos al acercarse el momento de las prácticas y enfrentarse al “mundo real” es el miedo, al aceptar el trabajo mi única intención fue ayudar a los futuros estudiantes con mi estudio en el caso y la experiencia de mis prácticas.

La teoría a lo largo de la carrera nos ayuda a formarnos, introducirnos en el sector hotelero y a especializarnos en una temática u otra, pero la práctica es el único instrumento que poseemos para demostrar todos aquellos conocimientos adquiridos, pero para una mejor experiencia práctica será necesaria una guía que muestre aquellas tareas que deberemos aprender y aquellos pasos a seguir ante una situación con un cliente.

Para proporcionar una información más concreta y que de dicha manera pueda servir a un mayor número de hoteles nos centraremos en 4 de los departamentos comunes que podremos encontrar incluso en los hoteles más sencillos, departamentos serán:

1. Departamento comercial
2. Recepción
3. Departamento de alimentos bebidas
4. Departamento financiero

1.2 Objetivo principal

- Realización de un protocolo de actuación ante las diferentes tareas que los alumnos en prácticas deben realizar en cada departamento de un hotel.

1.3 Objetivos secundarios

- Reducir el margen de error de los alumnos al realizar sus prácticas en hoteles
- Especificar cada una de las tareas de las diferentes áreas de trabajo
- Facilitar la realización de las tareas para el estudiante dentro del hotel

1.4. Etapas TFG

A la hora de desarrollar el trabajo se han llevado a cabo diferentes fases:

1.4.1 Primera fase: recogida de toda la información posible relacionada con el tema y contraste de la misma.

Etapas en la cual se buscó toda aquella información relacionada con las funciones de cada departamento, la definición de cada uno de ellos, los diferentes cargos que existían, etc

La búsqueda se realizó por Internet, libros relacionados con el tema, diccionarios, etc.

1.4.2 Segunda fase: Organización de la información.

Una vez recogida toda la información se procedió a seleccionar aquellos datos que sí que serían importantes para el trabajo y cuáles no.

El criterio principal que se llevó a cabo para la selección de la información fue la idea de escoger tan sólo aquella información que estaría directamente relacionada con el alumno en su lugar de prácticas, es decir, se pensó que sería más importante proporcionarle al estudiante aquellas funciones que el llevaría a cabo, que todas y cada una de las tareas que se desarrollan en los diferentes departamentos.

1.4.3 Tercera fase: Elaboración de las encuestas para los alumnos

Con el fin de manejar unos datos más precisos y cercanos a las verdaderas necesidades de los alumnos en prácticas se procedió a la elaboración de una encuesta.

En cuanto al criterio que se siguió para determinar cuál sería aquella población que mejor representaría las necesidades de los estudiantes fue simplemente que fuesen alumnos de la titulación en Gestión Turística, que se hubiesen matriculado de prácticas en el sector hotelero en el curso 2013-2014 debido a que serían los que mejor recordarían su experiencia en dichas prácticas y podrían ser de mayor utilidad para la elaboración de la guía de protocolo de actuación.

1.4.4 Cuarta fase: Análisis de las encuestas y situación en el trabajo

Una vez realizadas dichas encuestas fue necesario el analizar la información, es decir se realizó un recuento de aquellos datos que los alumnos nos habían proporcionado y se procedió a reflejarlos en diagramas de flujos para poder observar los datos obtenidos de una mejor manera.

A partir de toda la información encontrada, proporcionada y recibida (encuestas) se procedió al desarrollo del TFG y por lo tanto de las conclusiones a las cuales se había llegado con el estudio.

1.4.5 Plan de trabajo

- Búsqueda de la información (conceptos, funciones, pautas a seguir): 45 horas
- Síntesis información: 70 horas
- Redacción: 40 horas
- Investigación de campo: 30 horas
- Revisión y maquetado: 25 horas
- Presentación : 15 horas

El total de horas dedicadas a la elaboración y desarrollo del trabajo fue de 225 horas

2. Metodología

En el siguiente apartado desarrollaremos todos aquellos métodos que hemos llevado a cabo para obtener la información necesaria para la realización de la guía de protocolo de actuación, distinguiremos entre la metodología cuantitativa (mediante las encuestas) y la metodología cualitativa (mediante la observación participante).

Pero antes de centrarnos en las dos técnicas metodológicas, diferenciaremos previamente las fuentes^{1 2} que se han empleado para el estudio de las funciones de los departamentos de los hoteles en los cuales los estudiantes realizarán las prácticas.

Fuentes primarias: son aquellas que proporcionan una información de primera mano, es decir datos que anteriormente no ha sido citados, algunos ejemplos de ésta tipología son: entrevistas, encuestas, discursos, etc.

Fuentes secundarias: se trata de las fuentes que se encargan de interpretar y analizar las fuentes primarias, a continuación podremos observar algunos de los ejemplos: enciclopedias, directorios, etc.

¹ Información que fue consultado para un mejor desarrollo de las definiciones de los dos tipos de fuentes, fue (VARGAS, 2008)

² Otra de las página a las cuáles se recurrió para las definiciones de fuentes, fue (G. MÉNDEZ, s.f.)

2.1 Metodología cuantitativa

Consiste en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de la población estudiada.

Será aquella información obtenida gracias a las encuestas realizadas a los alumnos, en las cuales se les preguntaba sobre su experiencia en las prácticas intentando detectar aquellas áreas donde se podría centrar más el trabajo para reforzar la formación de los alumnos. A continuación podemos observar la definición de encuesta.

“Método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado”³

2.1.1 Pasos a seguir en la realización de una encuesta⁴

Definición de los objetivos: es decir, preguntarnos qué es lo que pretendemos con los resultados de nuestras encuestas. En éste caso por ejemplo, nuestro objetivo es el saber cómo es la experiencia de los alumnos en prácticas en hoteles, sus necesidades en cuanto a formación y cómo podemos nosotros ayudarlos con la elaboración de dicho TFG.

Definición de la población: “Conjunto de elementos de referencia sobre el cual se realizan las observaciones”⁵

Determinación de la muestra: decidir a quién nos queremos dirigir, para la elaboración de la encuesta para el presente TFG se determinó que tan sólo sería necesario realizar el cuestionario a los alumnos en prácticas de hoteles.

Diseño del cuestionario: deberemos redactar aquellas preguntas que sean necesarias para el objeto de investigación. Será necesario el empleo de un vocabulario sencillo, evitando las palabras técnicas.

2.1.2 Estructura de la encuesta

Para tener una idea más aproximada se procedió a buscar aquellas encuestas que se habían realizado a los alumnos durante su “vida universitaria” y se pudo comprobar que la única encuesta que más se parecía era aquella que los estudiantes

³ Definición de encuestas, fuente: (Diccionario marketing cultural S.A., 1989)

⁴ Toda la información reflejada de las encuestas fue desarrollada con ayuda a todo lo leído en (ine, 2014)

⁵ Definición de la población de una encuesta, fuente: (STRUCH, 2008)

cumplimentaban al finalizar sus prácticas en empresa que como su propio nombre indica se trata de un cuestionario dónde se evalúa la experiencia de las prácticas⁶ (tanto por parte del alumno como por parte de la empresa)

En función a esas dos encuestas encontradas se intentó diseñar un cuestionario similar. Los datos obtenidos debían ser de utilidad y lo más cercanos posible a la realidad.

La encuesta que se realizó a los estudiantes que habían estado de prácticas en un establecimiento hotelero, los alumnos debían indicar en primer lugar el hotel en el cual habían realizado sus prácticas, su edad y tenían una explicación sobre las dos tipologías de preguntas que deberían contestar (preguntas abiertas y cerradas) y cómo hacerlo y a su vez una breve definición de lo que es una guía de protocolo de actuación.

En el curso 2013-2014, 45 alumnos se matricularon en prácticas de empresa de los cuáles 19 decidieron realizarlas en el sector hotelero, de esas 19 personas, 9 aceptaron realizar la encuesta.

Los alumnos rellenaron una encuesta de 10 preguntas (anexo 1) todas ellas relacionadas con su experiencia en el hotel de prácticas en las cuales se pretendía obtener todos los datos necesarios para poder realizar una guía de protocolo de actuación más preciso y que reflejase aquellos puntos en los cuales era necesario reforzar para una mejor formación del estudiante.

Con las encuestas se pretendía conseguir la siguiente información:

- Conocer el tiempo que el alumno había necesitado para adaptarse al ritmo de trabajo
- Saber si había existido alguna dificultad con el vocabulario técnico
- Observar el tiempo en horas a la semana aproximadas que el tutor o la plantilla del hotel había empleado para enseñar al alumno
- Analizar cuales había sido las asignaturas que los estudiantes habían puesto más en práctica.

⁶ La investigación sobre las encuestas se realizó en la página oficial de la UPV y del departamento de prácticas de empleo de la universidad.

- Y una de las más importantes era saber si los alumnos veían importantes el desarrollo de una guía de protocolo de actuación que les ayudase en sus prácticas.

Tras recoger toda aquella información proporcionada por los alumnos encuestados (se sintetizaron los datos para poder determinar unos porcentajes y crear una serie de gráficos en los cuales se reflejase la experiencia de los alumnos en prácticas. Los resultados los podemos observar a continuación:

- El 75% de los alumnos indicaron que tan sólo había sido posible el trabajar en el departamento de recepción. Aspecto que podemos ver reflejado en el diagrama de sectores siguiente (Figura 1)

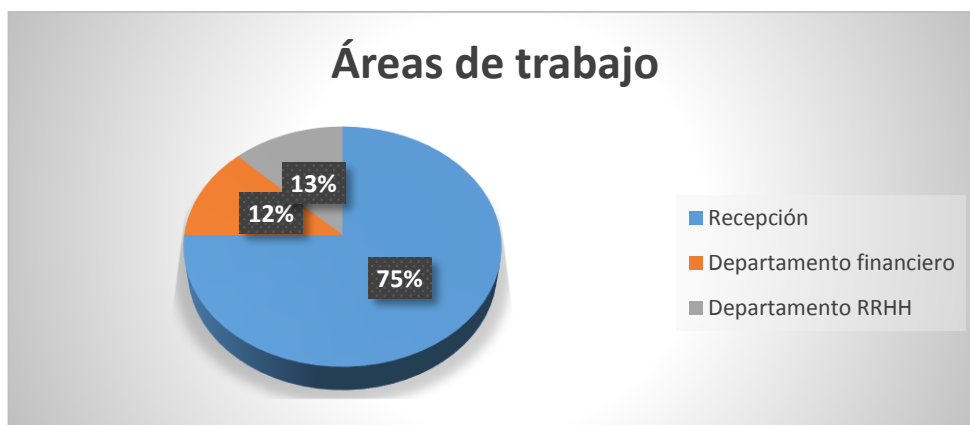


Figura 1. Áreas de trabajo de los alumnos en prácticas. Fuente: elaboración propia

- El 60% considera el protocolo de actuación necesario para una gestión más eficaz de las prácticas, mientras el 40% restante prefería en lugar de un guía de actuación ayuda personalizada. (Figura 2)



Figura 2. Preferencia alumnos, Fuente: datos encuestas alumnos. Diagrama de elaboración propia.

- Los estudiantes indicaron que el tiempo aproximado de adaptación era de entre 1 semana y 2 meses, para poder realizar una estimación lo más cercana posible a la realidad se estimó que no se podía llevar a cabo una media ya que los valores se alejaban mucho entre sí(de 7 días a 60), por lo tanto se estimó que lo más correcto sería observar la moda, definición que podemos ver a continuación:

“La moda es el valor que tiene mayor frecuencia absoluta. Se representa por Mo.

Se puede hallar la moda para variables cualitativas y cuantitativas.”⁷

Mo= 7

Es decir, según los resultados de las encuestas los alumnos tardan aproximadamente una semana en adaptarse al nivel de trabajo del hotel donde se llevaron a cabo las prácticas. (Figura 3).

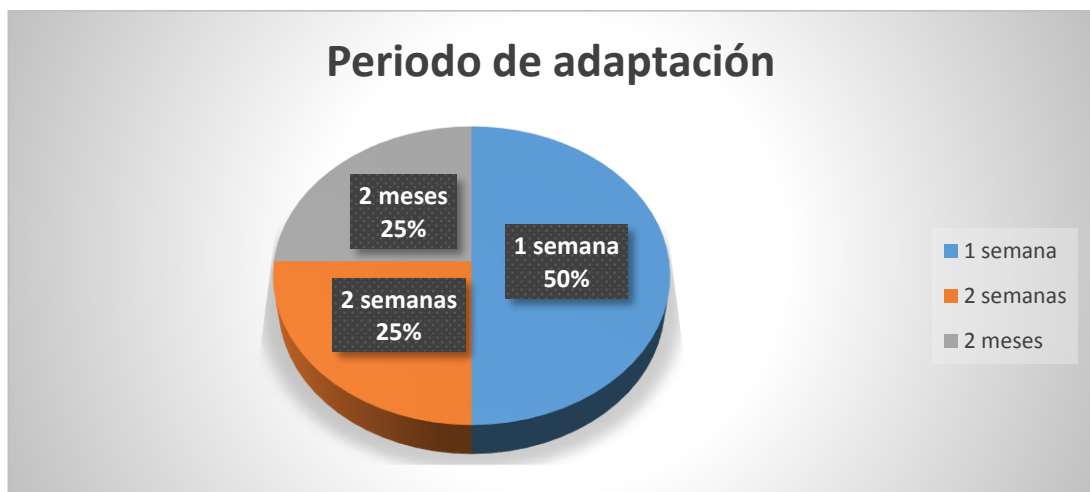


Figura 3. Periodo de adaptación. Fuente: datos encuestas alumnos. Diagrama de elaboración propia.

- El 80% no tuvo problemas con el vocabulario técnico
- Otra de las preguntas de la encuesta era sobre aquellas asignaturas que habían estado más presentes en el día a día y que por lo tanto eran más útiles según el parecer de los alumnos encuestados.

⁷ Definición de moda, fuente: (Vitutor, 2012)

Si observamos la gráfica se puede contemplar que con un 38% la asignatura de más utilidad en la vida diaria de la recepción (según los alumnos encuestados) es Gestión de la producción de Alojamientos, lo cual es lógico ya que debemos recordar que tan sólo el 25% de los encuestados estuvo realizando sus prácticas en otros departamentos aparte de recepción. (Figura 4)

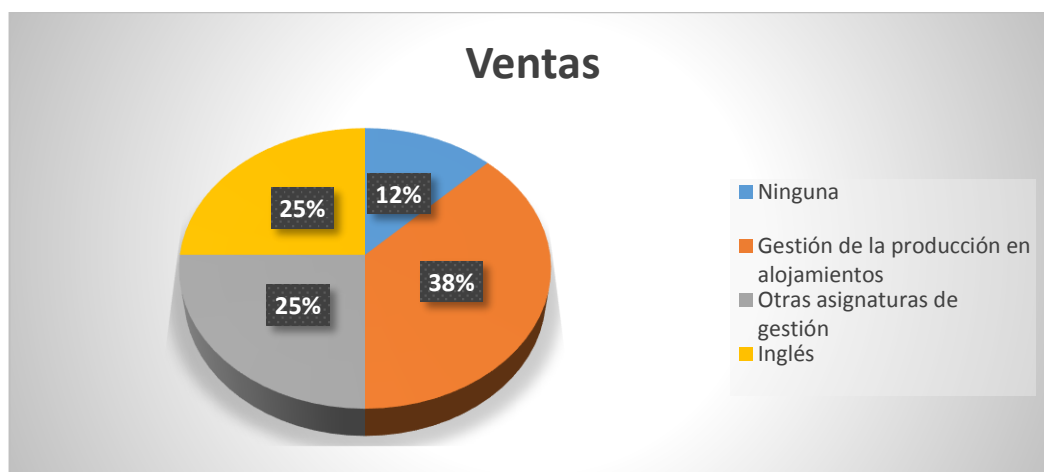


Figura 4. Asignaturas más empleadas en las prácticas. Fuente: encuestas alumnos .Diagrama de elaboración propia

2.2 Metodología cualitativa

Para poder entender mejor de qué tipo de metodología estamos hablando a continuación podemos observar una definición sobre dicha técnica cualitativa.

“Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”.⁸

Para el desarrollo de dicha metodología se consideró la más adecuada la “observación participante”, ya que no sólo son importantes para el diseño de la guía los conocimientos adquiridos con la materia de la universidad y con la búsqueda en

⁸ Definición metodología cualitativa, fuente: (RODRÍGUEZ, 1996)

recursos bibliográficos y online sino también con la experiencia, a continuación podemos observar una de las definiciones de la metodología anteriormente citada.

“La observación participante es una técnica de investigación empírica diseñada para trabajar directamente sobre el terreno, sobre el lugar en el que se desenvuelve la vida real. Aunque en sus orígenes estuvo asociada a la descripción etnográfica de los primeros misioneros españoles en el Nuevo Mundo y, luego entrado ya el siglo XX, fue desarrollada por los antropólogos sociales, hoy en día es una técnica que puede enriquecer el conjunto de herramientas de cualquier tipo de investigador social que la aplique sin tergiversarla.”⁹

Es decir, el principal objetivo de la observación es el estudiar, analizar y evaluar en función de la experiencia, por lo tanto se consideró que dicha metodología podría servir de ayuda para elaborar un guion que se ajustase a las necesidades de los futuros alumnos en prácticas del sector hotelero. Porque como podemos observar a continuación la metodología cualitativa nos puede proporcionar una información más “personal” que la metodología cuantitativa:

“Los métodos cuantitativos se utilizan para conocer aspectos concretos relacionados con los hábitos de la información, compra y consumo, pero son menos apropiados para investigar el aspecto psicológico, las actitudes y sentimientos del consumidor, sus deseos y percepciones”¹⁰

Es decir, con la combinación de las técnicas cuantitativas y de las cualitativas podremos conseguir una guía de protocolo de actuación que por un lado muestre aquellos aspectos más técnicos (con la encuesta) junto con aquellas sensaciones experimentadas por los estudiantes e incluso por los clientes mediante las recomendaciones obtenidas de la observación participante y de recursos bibliográficos.

2.3 Error de muestreo

“Entenderemos por errores muestrales aquellos errores cometidos por estudiar una muestra en lugar de la población”¹¹

⁹ Definición de la observación participante, fuente (GARCÍA, 2002)

¹⁰ Aclaración sobre la importancia de la combinación de la metodología cuantitativa y la cualitativa, fuente (ALTÉS MACHÍN, 1997)

¹¹ Definición de error muestral, fuente (CALVO, 1994)

Al realizar una encuesta siempre tenemos que tener en cuenta que aquellos datos que nosotros obtenemos no son del todo fiables, ya que no podemos llevar al 100% de esa población.

En este caso una de las limitaciones que hemos tenido ha sido el no poder llegar a esas 19 personas que realizaron en el curso 2013-2014 sus prácticas en hoteles, pero sí a 9 de ellos haciendo de este modo que con una muestra de 9 personas, un nivel de confianza del 95% y una población de 45 estudiantes el error muestral es de 32,4%.

Pero aunque se hubiese podido llegar a esas 19 personas anteriormente citadas, la fiabilidad todavía no podría ser una representación de la población del todo fiable ya que para cada alumno la experiencia es diferente, pero pese a ello se intentará en su totalidad conseguir proporcionar la máxima información sobre los departamentos, las funciones y las prácticas de estudio a seguir por el estudiante para hacer de las prácticas la experiencia más sencilla posible.

3. Prácticas en empresa

3.1 Definición

Se trata de una experiencia tanto académica como laboral que pretende llevar a cabo y desarrollar todos aquellos conocimientos que se han estudiado a lo largo de los cursos académicos que el alumno ha ido superando, tienen como fin el complementar su formación y a su vez comenzar a trabajar en el sector estudiado¹².

3.2 Historia

Antiguamente no era obligatorio el cumplimentar la formación académica con las prácticas en empresa, sin embargo la carrera de Turismo fue una de las primeras en “introducir” a los alumnos en el sector turístico mediante las prácticas en empresa

Actividades que permitían poner en práctica todos aquellos conocimientos teóricos que a lo largo de la “vida universitaria” se le habían ido impartiendo al alumno, trabajando como agentes de viajes, guías turísticos, recepcionistas, etc.

3.3 Protocolo prácticas empresariales en el sector hotelero

En primer lugar procederemos a definir dos de los conceptos más importantes de dicho TFG: guion y protocolo ya que se trata de una guía de protocolo de actuación.

¹² Definición de elaboración propia

3.3.1 Definición de guion

“Escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin...”¹³

3.3.2 Definición de protocolo

“Conjunto de normas y formalidades que deben guardar los que concurren a un acto público o privado, según la naturaleza y fines del mismo, en función del cargo que ostentan los invitados.”¹⁴

La idea de dicha guía de protocolo de actuación, es poder proporcionar un apoyo a la hora de ejercer las prácticas en un hotel, ayudando de este modo:

- Al establecimiento hotelero: el periodo de aprendizaje se reduce, siendo más productivo el periodo de prácticas.
- Al alumno: disminuye la sensación de pérdida ante cada departamento y aumenta la seguridad.
- Al cliente: recibe un mejor servicio en el caso de ser atendido por un “aprendiz”.

3.4 ¿Por qué es necesario la implantación de un guion de actuación?

La razón por la cual dicho trabajo es necesario y de gran utilidad para los alumnos, es para reducir el margen de error por parte del estudiante en el lugar de prácticas, al tener una mejor formación previa y una guía de protocolo de actuación que consultar ante las dudas que puedan surgir en el lugar de prácticas.

Uno de los problemas de trabajar cara al público es el hecho de que nuestros errores se muestran al cliente e incluso en algunas ocasiones éstos mismos se ven afectados por las actuaciones del “principiante”, pero si el alumno al empezar sus prácticas tiene a su alcance una guía que le permita conocer más sobre cada departamento en los cuales podrá estar, el estudiante progresará más rápido y el personal del hotel le podrá dejar más libertad.

Si la universidad difundiese dicha guía de protocolo de actuación a aquellos hoteles que se encuentran dentro del convenio de las prácticas de empresa con las diferentes universidades la experiencia del trabajo realizado por el alumno en el hotel sería

¹³ Definición de guión, fuente (Real Academia Española, 2001)

¹⁴ Definición de protocolo, fuente: (HERRERO)

mucho más positiva por parte del cliente, de la plantilla del hotel y del estudiante ya que sería mucho menos costosa, más rápida y con mejores resultados

Los cambios a mejor en las prácticas por parte de los alumnos podrían incluso hasta aumentar la confianza en los estudiantes y permitirles llegar más lejos de la recepción del hotel. Sería un progreso que les permitirían poner en práctica todos aquellos conocimientos que con el paso de los años han ido adquiriendo.

3.4.1 Estructura de la presentación de los departamentos en el guión de actuación

En el presente TFG no nos podíamos limitar tan sólo a mostrar las funciones de cada una de las áreas de trabajo sin más, por ello dentro de la descripción de cada uno de los departamentos, junto con las características de los mismos, cuadros explicativos de la áreas de trabajo de los departamentos y las prácticas de estudio para el estudiante podremos observar un apartado en el cual se determinan las funciones básicas que el alumno ya conoce desde la carrera (y las asignaturas con las cuales adquiere esos conocimientos) permitiendo “ahorrar” tiempo de aprendizaje en dicho aspecto e “invirtiéndolo” en la formación de aquellas funciones que el estudiante desconoce pero a su vez, también se mostraran aquellas funciones dónde el alumno necesitará ayuda por parte de la plantilla del hotel.

3.5 Departamentos seleccionados

Como ya hemos podido observar en el apartado de justificación el trabajo se centra principalmente en la explicación de cuatro departamentos en concreto, a dicha conclusión se llega porque la idea de la guía de actuación es el poder llegar al sector hotelero en general sin centralizarse en estrellas, simplemente teniendo como objetivo el mejorar la experiencia de las prácticas con un modelo standard.

A continuación podemos observar la descripción de cada uno de los cuatro departamentos:

3.5.1 Departamento comercial

Al hablar sobre el departamento comercial de una empresa, una de las primeras ideas que nos vienen a la mente es marketing por ello antes de seguir hablando sobre ésta área de trabajo procederemos a definir dicho concepto.

“El marketing es tanto una filosofía como una técnica. Como filosofía, es una postura mental, una actitud, una forma de concebir la relación de intercambio por parte de la empresa o entidad que ofrece sus productos al mercado, esta concepción parte de las necesidades y deseos del consumidor y tiene como fin su satisfacción del modo

más beneficioso, tanto para el comprador o consumidor como para el vendedor. Como técnica, el marketing es el modo específico de ejecutar o llevar a cabo la relación de intercambio, que consiste en identificar, crear, desarrollar servir a la demanda¹⁵

Actualmente dicho departamento supone una de las áreas de trabajo más importantes del hotel ya que debido al gran número de competidores se deben buscar diferentes medios, estrategias y actos para poder llegar a nuevos clientes, la función esencial de dicho departamento es el conseguir el mayor número de entradas y reservas posibles al igual que diferenciarse entre todos y cada uno de nuestros competidores bien sea por precio, servicios, etc., pero todo ello será un plan elaborado en el departamento comercial del establecimiento hotelero.

Además, el departamento comercial tiene como competencias tanto las referidas a compras a proveedores como las ventas a los clientes, su función principal es la comercialización del producto¹⁶

Es uno de los departamentos en los cuales es imprescindible la innovación, creatividad y buena organización, ya que en gran medida las tareas realizadas por dicha área de trabajo pueden determinar en muchas ocasiones el éxito de la empresa.

Un producto se vende si detrás de él existe una política de marketing consistente que haga del producto algo deseable y necesario.

Para tener una imagen más clara de cómo se encuentra estructurado el departamento será necesario observar el cuadro explicativo que se encuentra a continuación (Figura 5)

Áreas de trabajo del departamento comercial	
Definición	
Ventas	Área de trabajo en la cual se deberán gestionar todas las ventas que se han realizado dentro del establecimiento hotelero.

¹⁵ Fuente definición de marketing: (SANTESMASES, 2009)

¹⁶ Información obtenida del departamento comercial, fuente (FAYOS SOLÀ, 1997)

Compras	Se encargará de tener una buena comunicación con el economato, bar y el restaurante para llevar un control de aquello necesario.
Marketing	Es una de las áreas de trabajo más importantes ya que es la encargada de “vender” al hotel a los clientes potenciales frente al resto de establecimientos hoteleros de la competencia. Se encarga de tareas como la elaboración de un plan de marketing por ejemplo.

Figura 5. Cuadro explicativo de las áreas de trabajo del departamento comercial:
Fuente: (DORADO J. A., 2011).

Descripción de la plantilla del departamento comercial

Director comercial: es aquella persona que se encarga de dirigir y supervisar las actividades comerciales llevadas a cabo por la empresa para poder conseguir cumplir aquellas metas que el establecimiento se marca con su actividad empresarial.

Gerente de ventas: persona encargada de la motivación, dirección y organización de la plantilla de dicha área para conseguir alcanzar los objetivos previstos de ventas marcados por la empresa.

Gerente investigación y desarrollo: es aquel empleado encargado de dirigir a un grupo de investigadores que tienen como único fin el encontrar mejoras y novedades en el producto ofrecido por el hotel al cliente.

Gerente de expansión: se encarga del desarrollo de la cifra de negocios, contribuye a la negociación de nuevos contratos

Gestor de ingresos: persona encargada de llevar a cabo la técnica que se basa en analizar datos, realizar previsiones en base a la información obtenida y analizada con el fin de maximizar nuestro beneficio ofreciendo la habitación correcta al cliente correcto, en el momento adecuado a un precio correcto para la fecha correcta.¹⁷

Investigadores de mercado: aquellos empleados que tienen la función de cómo su propio nombre indica, estudiar cada una de las decisiones o estrategias que toma

¹⁷ Definición del Gestor de ingresos cuya fuente es (Comunidad Hosteltur, 2010)

nuestra competencia al igual que también se encargan de aspectos como las nuevas tendencias de los clientes potenciales por ejemplo.

Publicistas: su trabajo es el diseñar una publicidad que cree una necesidad en el cliente al verlo.

Tareas operativas a realizar por el alumno ya estudiadas durante la carrera y asignatura/s correspondiente/s

- Actualización del perfil del establecimiento hotelero en las redes sociales (Informática de gestión)
- Seguimiento de las campañas publicitarias. (Marketing turístico).
- Dar soporte al equipo de marketing ayudando a crear una necesidad en el cliente: proyectar de tal forma nuestro establecimiento que el cliente vea en él el lugar perfecto para pasar una estancia, recibir unos servicios (spa, masajes, etc.) o simplemente vivir una experiencia diferente. (Marketing Turístico y Dirección comercial)
- Promover y aplicar herramientas para la gestión de la innovación (Informática de gestión)
- Identificar y analizar los factores del entorno turístico.(Organización y gestión de empresas I)
- Uso de la metodología adecuada para la realización de investigaciones (Matemáticas para el Turismo II)
- Creación encuestas satisfacción de los clientes y el uso por tanto de las herramientas que se utilizan para ello (Gestión de Calidad)
- Estudio de las nuevas tendencias del cliente potencial (Comportamiento Consumidor)
- Ejecución de planes comerciales y hechos comerciales (Marketing Turístico)
- Llevar a cabo estudios de mercado y elaborar informes (Marketing Turístico)
- Redacción de notas de prensa (Estrategias de comunicación)

Funciones operativas del alumno en las cuáles tendrá que recibir una formación:

- Promover y crear tendencia sobre los productos que ofrecemos en el hotel (es necesario que nos formen en el hotel porque desconocemos las características de éste)
- Apoyo comercial y administrativo para el cumplimiento de los objetivos

- Apoyo en la elaboración de estrategias por parte del hotel para conseguir la consecución de los objetivos
- Proporcionar ideas en la elaboración de los planes de acción, planes en los cuales se deben destacar los puntos más importantes del negocio y en la forma que va a atraerse el mercado potencial¹⁸

Prácticas de estudio para el estudiante:

- Intentar ser innovador
- Tener ideas de comercialización que creen una sensación de necesidad a nuestros clientes potenciales
- Se deberá observar a la competencia: sus precios, sus habitaciones dentro de las diferentes categorías (doble, suite, junior suite), instalaciones, servicios extra.
- Llevar a cabo un estudio sobre aquellas actividades o servicios que puedan dar un valor añadido a nuestro producto, aquello que sea lo que ponga “la guinda al pastel” es decir, aquello que marque la diferencia entre la competencia.
- Debemos tener claro cuál es el segmento al cual nos estamos dirigiendo y determinar qué serie de actividades o servicios vamos a desarrollar dependiendo del segmento por ejemplo si queremos dirigirnos a un segmento familiar, dar servicios de guardería, animación infantil, etc.
- Para poder conseguir vender de una manera más efectiva nuestro producto será necesario el dominio del habla (para una mayor convicción) y capacidad de pensar por sus propios medios.

3.5.2 Recepción

Se trata de una de las áreas de trabajo más importantes del hotel ya que supone el primer y último contacto del cliente con el establecimiento hotelero, en numerosas ocasiones dependiendo del trato recibido en la recepción el cliente podrá llevarse una mejor o peor imagen de su estancia, por lo tanto deberemos ser muy cuidadosos en dicho departamento para que el cliente se encuentre lo mejor posible.

En dicho departamento encontramos diferentes áreas de trabajo, y las funciones que se llevan a cabo las podremos observar en el siguiente cuadro (Figura 6)

¹⁸ Información sobre el plan de acción de ventas, fuente (GREENE.M, 1993)

Áreas de trabajo del departamento de recepción		Definición
Reservas		Se encarga del control de salidas y llegadas al hotel, con la responsabilidad de intentar vender las máximas habitaciones posibles y a su vez confeccionando, hojas de reservas, hojas de entrada, etc.
Mostrador		Supone el primer y último contacto con el cliente ya que es el espacio en el cual se reciben y despiden a los huéspedes Punto en el cual los clientes de paso pueden entrar directamente al hotel sin reserva previa (si hay disponibilidad).
Facturación		Área de trabajo en la cual se ponen al día todas las cuentas de los clientes, añadiendo cargos(en el caso de que los haya) y cálculo de las comisiones y descuentos (en el caso de tener que aplicarlos)
Caja		Su función es el encargarse del cobro de las facturas de los clientes, a su vez tiene como obligación la realización de los pagos a personal y proveedores, con una previa autorización de administración.

Figura 6. Cuadro explicativo de las áreas de trabajo del departamento de recepción.
Fuente: (NAVARRO UREÑA, 2008)

Descripción de la plantilla del departamento de recepción

Director de alojamientos: director encargado de la supervisión del buen funcionamiento de la cuenta de explotación del hotel, y a su vez de la dirección de los empleados de ésta área de trabajo entre los cuales encontramos por ejemplo el personal de recepción.

Jefe de recepción: persona encargada de la dirección de los empleados del área de recepción, se encargará de la elaboración de los horarios, control de la ocupación,

pero sobre todo se encargará de gestionar y supervisar las actividades llevadas a cabo en dicho departamento para garantizar de dicha manera que el servicio que el cliente recibe en recepción es de calidad.

2º Jefe de recepción: se trata de la persona que supe el puesto del jefe de recepción en su ausencia.

Auditor de noche: se trata de aquel recepcionista que realiza los turnos de noche en la recepción y que a su vez asume las funciones del jefe de recepción en la ausencia de este.

Recepcionistas: es aquella persona que dará la primera impresión al cliente sobre el hotel. Es una persona comunicativa, carismática, con la habilidad de gestionar rápidamente de una manera eficaz las necesidades que un huésped puede tener a lo largo de su estancia.

Jefe de reservas: será el encargado de dirigir aquella área de trabajo en la cual se realizan reservas para aumentar la ocupación hotelera, dichas reservas se pueden hacer por teléfono, por email, por agencias de viajes, por portales web de tour operadores e incluso acudiendo directamente al hotel.

Cajero: es aquel empleado que se encarga del registro de la entrada y salida de dinero de recepción a su vez en ocasiones también ofrece el servicio de caja de seguridad.

Tareas operativas a realizar por el alumno ya estudiadas durante la carrera y asignatura/s correspondiente/s

- **Control de habitaciones:** la recepción debe tener los datos actualizados en todo momento de qué habitaciones se encuentran preparadas para la entrada de los clientes y cuáles no, no sólo para la entrada sino también para el cambio de una habitación ya asignada a otra limpia por cualquier problema que haya habido con ésta o simplemente por las preferencias del cliente. (Informática de gestión)
- **Gestión de reservas:** para dicha tarea el empleado deberá comprobar antes aquellas habitaciones disponibles para poder realizar nuevas reservas. (Idiomas e Informática de gestión).
- **Realización del check in:** supone la primera toma de contacto con el cliente, la función principal será la atención de los clientes a su llegada tomándoles

todos los datos, asignándoles una habitación e informadores sobre las instalaciones del hotel. (Idiomas e Informática de gestión)

- **Realización del check out:** última toma de contacto con el hotel, normalmente es el momento en el cual el cliente abona el total de la estancia y aquellos servicios extra que hubiese podido tener durante el tiempo que se ha encontrado alojado.(Idiomas, Informática de Gestión y Contabilidad)
- **Asignación de servicios adicionales a las cuentas de los clientes:** en algunas ocasiones los clientes deciden consumir algunos servicios que se encuentran fuera de la tarifa contratada con el hotel (mini bar, servicio de lavandería, *roomservice*) por ello el recepcionista deberá llevar un control y añadirlo a la cuenta de cada cliente que le corresponda. (Contabilidad, Informática de gestión y Matemáticas del Turismo)
- **Labor informativa a los clientes:** la recepción es el lugar en el cual los clientes a parte de realizar las entradas y salidas también reciben información no sólo sobre las instalaciones y servicios sino también de aquellos sitios de interés de la zona, se les puede indicar donde se encuentran las paradas de autobús, tren, metro o incluso aquellos restaurante para comida típica o las atracciones turísticas más importantes.
(Guías turísticos)
- **Atención telefónica:** es un papel muy importante ya que se trata de una de las muchas formas de vender nuestras habitaciones e incluso resolver algunas dudas los clientes pueden tener sobre nuestras instalaciones o servicios.(Idiomas e Informática de gestión)
- **Revisar el libro de incidencias:** en cada cambio de turno la persona que llegue deberá revisar aquellas posibles incidencias que haya podido haber con las habitaciones o con los clientes.
- **Comprobar que todos los clientes tengan facturadas todas las pernoctaciones:** es decir, se tienen que hacer una revisión de todos aquellos clientes que hayan salido para comprobar que efectivamente se les facturó aquellos que les correspondía. .(Matemáticas del Turismo, Contabilidad e Informática de gestión)
- **Realización de la caja:** el hotel tiene un control de todos aquellos movimientos que se realizan en la caja a lo largo de la jornada laboral.(Matemáticas del Turismo y Contabilidad)

- **Atención al cliente:** los recepcionistas se encuentran las 24 horas del día (en diferentes turnos) para atender al cliente en todo momento ante cualquier necesidad que puedan tener. (Idiomas en el caso de ser extranjeros aquellos que necesitan atención, Informática de gestión para el uso de la central de reservas, Matemáticas del turismo I para el cobro de facturas).
- **Actualización de listados:** debemos tener un listado con todas las llegadas y salidas que pueda haber ese día en el hotel, a medida que se vayan realizando más reservas, entradas o incluso salidas anticipadas se deberán realizar nuevas copias ya actualidad.(Informática de gestión)
- **Gestión del correo electrónico:** el cliente puede comunicarse con el hotel por vía telefónica, a través de una agencia de viajes y por el correo electrónico, por ello es muy importante el tener actualizado el correo electrónico en el cual se nos pueden solicitar nuevas reservas.(Informática de gestión)
- **Realización de la copia de seguridad informática:** día a día con todos los datos de los clientes se va creando una base de datos por ello y para prevenir posibles pérdidas de datos se realizará todas las noches una copia de seguridad (Informática de gestión).

Funciones operativas del alumno en las cuáles tendrá que recibir una formación:

- **Cálculo de comisiones y descuentos:** reducir el precio final, por confianza, oferta o algún desperfecto¹⁹
- **Comprobación de la programación de los despertadores en centralita:** normalmente los hoteles tienen servicio de despertador para aquellos clientes que lo soliciten, por ello se deberá elaborar un listado con el número de habitación y a la hora a la cual se deberá despertar al huésped.
- **Realización del envío de las fichas policiales de los clientes:** al realizar la entrada en el establecimiento hotelero los huéspedes, el recepcionista deberá solicitarles el DNI para la realización de una fotocopia y poder de dicha manera registrar sus datos en el ordenador para por la noche enviarlos a la policía. (El alumno necesitará saber cómo se realizan y envían dichas fichas).

¹⁹ Información sobre el cálculo de comisiones y descuentos, fuente (NAVARRO UREÑA, 2008)

- **Coordinación de las horas de entrada y salida de los clientes:** tarea que el recepcionista realiza para que la gobernanta pueda organizar al equipo de limpieza y las habitaciones se encuentren preparadas y listas para cada huésped. Se deberá instruir al estudiante simplemente cómo se organiza.

Prácticas de estudio para el estudiante:²⁰

- El recepcionista tiene que ser una persona comunicativa ya que el aproximadamente el 75% del tiempo de su jornada laboral lo emplea comunicando.
- En recepción los idiomas son muy importantes pero a su vez también lo son los conocimientos en ofimática.
- Para la obtención de unos buenos resultados es muy importante la meticulosidad, la motivación por aprender día a día y la polivalencia.
- Pasos para responder correctamente al teléfono:
 - Contestar con educación y amabilidad, por ejemplo: “Hotel Atenea, buenos días”
 - En el caso de que el cliente comente mucho pero no indique directamente que es lo que quiere para evitar ser cortantes podemos responderle con “¿En qué le puedo ayudar? ¿Cuál es el motivo de su llamada?”
 - Si la persona que llama al hotel nos pide un asunto el cual no podemos solucionar, debemos indicarle con amabilidad que le pasaremos con el departamento en cuestión, por ejemplo: “Será necesario que hable con el departamento x, le paso enseguida con ellos”.
- Pasos para realizar una llamada por teléfono .Es muy importante tener claros los siguientes conceptos:
 - Debemos ser directos: “Buenos días, ¿puedo hablar con Rodolfo García?, debemos evitar el “Buenos días llamo del hotel Atenea y me gustaría hablar con Rodolfo García, ¿podría ser?”
 - Si la persona a la cual llamamos no se encuentra en ese momento debemos dejar nuestro mensaje a aquella persona que nos coja el teléfono pero sin indicar ningún detalle “Dígale que llamaba con motivo a una reserva que tenía con nosotros”, nada más.

²⁰ Pautas de elaboración propia en base a lo experimentado a mis prácticas y a recursos bibliográficos

- Siempre hay que ser educados y pacientes con el cliente al cual nos estamos dirigiendo y al terminar la llamada es muy importante un buen cierre de conversación “Muchas gracias por su tiempo”, por ejemplo.²¹
- Nunca debemos decirle directamente al cliente que espere un momento, porque en ocasiones esa persona se puede enfadar si ha estado esperando mucho o hemos tardado en tramitar aquello que nos había pedido, por ello es aconsejable indicarle el porqué de la espera “Perdone Señor Ramírez pero necesito localizar a éste cliente, ¿le importaría esperar un minuto? Enseguida estaré con usted”
- Nunca deberemos cortar a un cliente cuando éste enfadado nos cuente aquello negativo que dentro de nuestro hotel le ha ocurrido, deberemos escuchar con atención, mirar con seguridad pero sin intimidar, ser comprensivos e intentar buscar una solución que le deje satisfecho.
- El cliente siempre debe ver una sonrisa, deberemos evitar resoplar, poner cara de cansancio ante las numerosas preguntas o peticiones que un cliente puede tener.
- El personal de recepción debe saber gestionar las quejas de los clientes de una manera rápida, eficiente y eficaz.
- Siempre se ha de ser profesional, pese a tener problemas personales, nunca se lo mostraremos al cliente.
- En la recepción del hotel se debe ver reflejado en todos los trabajadores un clima de compañerismo con actos como el de no culpar ante el huésped aquellos posibles errores que haya podido tener un compañero, si tenemos algún problema con un compañero se lo diremos cuando la recepción se encuentre vacía.
- La imagen del recepcionista muestra la imagen del hotel, por ello será de vital importancia cuidar tanto la imagen personal (maquillaje, peinado, higiene, vestimenta) como la verbal, es decir, deberemos hablar con cordialidad y educación al dirigirnos tanto a las personas alojadas en el hotel como a los propios compañeros.
- Al mirarnos desde el otro lado del mostrador de recepción tienen que ver nuestra seguridad y confianza a la hora de elaborar nuestras tareas.

²¹ Descripción de los pasos a seguir ante una llamada telefónica, fuente (GRANT SOKOLOSKY, 1995)

- Desde el momento que aprendemos cuáles son nuestras tareas en recepción deberemos crearnos un esquema mental de todas aquellas tareas que todos los días se deben llevar a cabo para de dicha manera crear una buena organización en nuestra manera de trabajar.
- Aprender cómo llegar en un momento de disconformidad con el huésped a un punto que satisfaga a ambas partes sin faltar el respeto en ningún momento.
- Seguir los consejos de los compañeros siempre será algo gratificante
- Escuchar a los clientes aquello que de verdad quieren para llevarse una buena imagen de la atención recibida
- Intentar crear una relación cordial pero agradable, evitando los silencios incómodos o la realización de nuestras tareas sin tener en cuenta que es una persona, hacerle sentir que sus sensaciones en el hotel son importantes para nosotros con preguntas como: ¿Está todo de su agrado? ¿Ha visitado nuestra playa? ¿Necesita un mapa de la ciudad o algún teléfono de contacto?
- Al tener ante nosotros a un huésped al cual no conocemos es de vital importancia analizar cómo es el cliente al que nos estamos dirigiendo para poder de dicha manera acercarnos un poco más a él, dependiendo de sus actos podremos observar si es un cliente desconfiado, tranquilo, con prisa, enfadado, etc²²
- El alumno en prácticas deberá ser cortés no sólo con los huéspedes sino también con sus compañeros, un buen clima de trabajo es esencial para trabajar bien.
- Si surge una duda delante de un cliente o si incluso se ha realizado un error, se debe disimular, no hacer gestos ni miradas de miedo, una vez tranquilos preguntamos a nuestro compañero, pero sin perder la calma.

3.5.3 Departamento financiero

El papel de éste es crucial para la empresa ya que se encarga de gestionar el presupuesto que el hotel tiene para poder conseguir la consecución de los objetivos marcados por el gerente del establecimiento hotelero.

Es un área de trabajo que tiene como objetivo principal la creación de valor para la empresa y el aumento continuo de los beneficios.

²² Información sobre cómo actuar ante un cliente, fuente: (DORADO & CERRA, 1996)

Áreas de trabajo del departamento financiero	
Contabilidad	“El Departamento de Contabilidad se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que coadyuve a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables” ²³ .
Administración	Es aquella área de trabajo que tiene como principal función el controlar y planificar el proceso económico de la empresa.

Figura 7. Cuadro explicativo de las áreas de trabajo del departamento financiero. Fuente (Cinvestav, 2010) y (mcgraw-hill.es, s.f.)

Funciones plantilla del departamento

Director financiero: se trata de aquel empleado que tiene como misión el administrar de una forma coherente el presupuesto de la empresa para la consecución de los objetivos marcados por la empresa.

Jefe de administración: se encarga de la dirección del control y seguimiento de las actividades contables, administrativas y de recursos humanos.

Jefe financiero: es el encargado de la optimización del proceso administrativo y del proceso de administración financiera de la organización

²³ Descripción funciones departamento de contabilidad, fuente (Cinvestav, 2010)

Contable: aquella persona que se encarga de llevar a cabo como su nombre indica el control de la cuentas de la empresa.

Ayudante de administración: se trata de aquel auxiliar que tiene como responsabilidad la realización de tareas o actividades de carácter administrativo tales como la redacción de informes, atención telefónica, etc.

Funciones operativas a realizar por el alumno ya estudiadas durante la carrera y asignatura/s correspondiente/s

- Medición de los resultados a partir de los ingresos y los costes. (Contabilidad)
- Control de las cuentas del hotel, realización de informes para determinar si existen o no beneficios.(Contabilidad)
- Control de la caja central(Matemáticas del Turismo y Contabilidad)
- Control facturas proveedores.(Contabilidad)
- Preparación administrativa pago a proveedores (Informática de gestión y Contabilidad)
- Archivo de impuestos. (Gestión fiscal)
- Análisis datos financieros: supone la transformación de los datos de tal forma que puedan utilizarse para la posición financiera de la empresa.
- Manejo de las herramientas ofimáticas (Informática de gestión)

Funciones operativas del alumno en las cuáles tendrá que recibir una formación:

- Realización de conciliaciones bancarias
- Seguimiento de los pagos en coordinación al departamento de compras (economato).
- Tratamiento de las incidencias en las facturas de compras
- Manejo del SAP, él se define como: “La compañía más importante en enterprise mobile software, soluciones analíticas y aplicaciones; la más grande en soluciones cloud y es la empresa de bases de datos de más rápido crecimiento”²⁴

²⁴ Definición de SAP, fuente www.sap.com

Prácticas de estudio del estudiante

- Los datos o cifras que se mencionen o se determinen en dicho departamento deberán ser confidenciales.
- No debemos opinar en exceso sólo cuando se nos pida nuestra opinión.
- No debemos exaltarnos ni exclamar exageradamente al escuchar cifras que nos puedan parecer desorbitadas.
- Debemos ser discretos pero atentos, demostrar que tenemos interés.
- Es muy importante la organización en todos los departamentos pero en dicha área de trabajo más aún.

3.5.4 Departamento de alimentos y bebidas

Área de trabajo que se encarga de brindar al cliente un servicio extra al del alojamiento, es un departamento que con una buena gestión y un buen servicio al cliente puede suponer unos grandes beneficios para el hotelero. A continuación podemos observar otra definición más oficial:

“Servicios de preparación y elaboración de alimentos para consumo, adquisición, almacenamiento, conservación-administración de víveres y mercancías, limpieza y conservación de útiles, maquinarias y zonas de trabajo”²⁵

Para comprender mejor en qué consiste el departamento de alimentos y bebidas, previamente vamos a estudiar cuáles son aquellas áreas de trabajo que lo comprenden, (Figura 8)

Áreas de trabajo del departamento de alimentos y bebidas	Definición
Cocina	Espacio en el cual se llevan a cabo toda la preparación de los alimentos para poder dar un servicio de desayunos, comidas y cenas.
Repostería	Como su propio nombre indica su función será la elaboración de toda la repostería

²⁵ Definición del departamento de alimentos y bebidas, fuente (IV Acuerdo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de Hostelería)

Economato	Tiene por objetivo el suministrar todos aquellos materiales necesarios para poder dar servicio de comida y bebida.
Servicio de habitaciones	Equipo formado para dar servicio gastronómico en las habitaciones.
Bar	Lugar en el cual se les da el servicio a los clientes de bebidas, cocktails y pequeños aperitivos.
Restaurante	Espacio del hotel en el cual se sirven desayunos, comidas y cenas.

Figura 8. Cuadro explicativo departamento alimentos y bebidas, Fuente *V Acuerdo laboral de Ámbito estatal para el sector de la hostelería*

Funciones plantilla del departamento

Gerente alimentos y bebidas: es el encargado del economato, su función más importante es el gestionar los alimentos y bebidas del almacén.

Chef ejecutivo: Es la persona a cargo de la cocina, es el responsable de las recetas elaboradas que a su vez del diseño de los diferentes menús para el restaurante del hotel.

Gerente servicio habitaciones: encargado de aquel equipo que se encarga del brindar el servicio gastronómico a las habitaciones del hotel.

Maître: es el jefe de salón es el encargado de dirigir el trabajo de los camareros del restaurante, a su vez se encarga de otras funciones como la alineación de las mesas, sillas y cubierto y también de la planificación de horarios por ejemplo.

Sous Chef: se trata del suplemente del Chef el día que éste se encuentra de descanso.

Cocineros: se encuentra bajo las órdenes del Chef, es uno de los encargados de la preparación de los platos para el servicio del cliente.

Barman: especialista en la realización de *cocktails* y que a su vez realiza las funciones de camarero

Repostero: como su propio nombre indica es aquella persona que se encarga de todas las labores de repostería de la cocina.

Ayudante de cocina: empleado que se encargará de ayudar en la elaboración de los platos, la decoración de éstos y a su vez e la limpieza de la cocina.

Funciones operativas a realizar por el alumno ya estudiadas durante la carrera y asignatura/s correspondiente/s

- Limpieza de la cocina, vajilla y cristalería
- Servicio de comidas y bebidas
- Soporte en el paso de todos los gastos al departamento financiero y al departamento de recepción.(Contabilidad e Informática de gestión)

Funciones operativas del alumno en las cuáles tendrá que recibir una formación:

- Seguimiento del inventario del economato
- Llevar a cabo una buena conservación de los alimentos, es decir controlar que estén a la temperatura adecuada en los frigoríficos y que se lleve a cabo la ley de “lo que primero entra primero sale”
- Coordinación con del economato con el restaurante y el bar del hotel para llevar a su vez un control de sus necesidades

Prácticas de estudio para el estudiante:

- Nunca deberemos descuidar la higiene, debido a que la salud de los clientes está en nuestras manos.
- Llevar a cabo todas las pautas que sanidad indique para la elaboración de los alimentos
- Respetar la idea de “lo que primero entra, primero sale”, es decir para evitar un deterioro en aquellos alimentos que se encuentren en las cámaras frigoríficas o en la despensa del hotel deberemos utilizar lo primero que entró para un buen uso de los alimentos evitando tirarlos o servirlos en mal estado.
- Seguir un orden a la hora de realizar las tareas que se nos han asignado.
- Evitar distracciones y centrarnos en nuestro trabajo para conseguir mejores resultados.
- No mezclar utensilios de cocina que han sido empleados para la llevar a cabo la preparación de otros alimentos diferentes sin haberlos limpiado antes.
- Intentar tener el mínimo contacto directo posible con los alimentos a la hora de manipularlos.

- Limpiar nuestra zona de trabajo después de haber terminado.
- No comer mientras trabajamos
- Tener mucha paciencia ante las exigencias que un huésped puede tener para la elaboración de un plato, evitar resoplar y poner malas caras, sólo deberemos sonreír y llevar otra vez el plato a cocina para que se ajuste
- a los gustos del cliente.
- Intentaremos ser rápidos con nuestro servicio
- Siempre deberemos ser educados, agradables y atentos con los comensales.

3.6 Orden del recorrido recomendado por los cuatro departamentos seleccionados

Las prácticas curriculares de empresa son de 18 créditos, es decir equivalen a 450 horas, con un horario de 40 horas semanales el periodo total de prácticas equivaldría aproximadamente a 3 meses de prácticas. En los cuales el orden del recorrido (esquema explicativo figura 9) y la distribución aconsejable del tiempo sería:

1. **Recepción:** es un departamento muy importante en el cual podremos llevar a cabo desde tareas relacionadas con la ofimática hasta la práctica de idiomas, por ello el tiempo aconsejable para que el alumno ponga en práctica aquello que ya sabe desde la carrera y adquiera conocimientos nuevos, sería de un mes.
2. **Departamento financiero:** a lo largo de nuestra carrera hemos podido aprender las múltiples tareas de gestión y contabilidad que se llevan a cabo en dicho departamento por ellos sería aconsejable para una mejor formación para el estudiante que el periodo de prácticas en el departamento financiero sea de un mes.
3. **Departamento comercial:** gracias a las asignaturas de Marketing y Comportamiento del consumidor el alumno ha podido aprender diversos conceptos que le ayudaran durante el periodo de 15 días en el departamento de marketing.
4. **Departamento de alimentos y bebidas:** última área de trabajo en la cual el estudiante terminará su formación de prácticas, en éste departamento la duración será de 15 días.

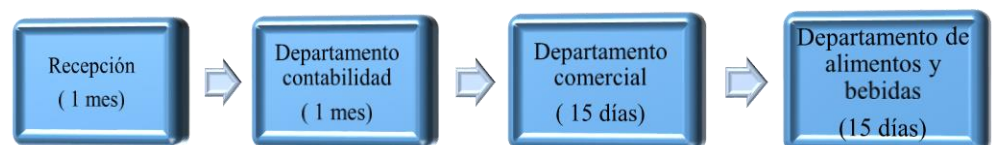


Figura 9. Proceso recomendado a seguir por el estudiante. Elaboración propia

3.7 Otros departamentos del hotel

En la actualidad para reducir costes los establecimientos hoteleros prescinden de algunos de los departamentos con los cuales antes sí que contaban, dichas áreas de trabajo han sido substituidas por empresas externas que a largo plazo resultan más económicas para el hotel y que les permite una mayor margen de beneficio con el precio que se le ofrece al cliente y a su vez un mayor margen para poder realizar ofertas atractivas.

A continuación podemos observar aquellos departamentos de los cuales los establecimientos hoteleros suelen prescindir, en las siguientes descripciones de los departamentos y de sus funciones tendremos en ésta ocasión una visión general, sin centrarnos en aquello que debería hacer el alumno en prácticas, sólo observaremos aquello que hacen los empleados de éstos departamentos en general y sin concretar

Dentro de aquellos departamentos que han sido reemplazados encontramos:

3.7.1 Departamento de mantenimiento

Como su propio nombre indica se trata de aquella área de trabajo que tiene como tarea el reparar todos aquellos daños que se puedan provocar en las instalaciones permitiendo de éste modo que la estancia de los clientes sea más agradable.

Dispone de un equipo técnico formado por carpinteros, pintores, fontaneros, electricistas, tapiceros, etc.

Tareas realizadas por los empleados de mantenimiento:

- Seguimientos de todos aquellos desperfectos del hotel.
- Reparación uno por uno de aquellas averías que hayan ido surgiendo.
- Revisión del estado de la pintura y de la madera
- Reparaciones en la instalación eléctrica.
- Reparación por parte del fontanero de posibles fugas.

3.7.2 Departamento de seguridad

Será el encargado de asegurar la seguridad de los clientes durante toda su estancia, los establecimientos hoteleros en algunas ocasiones contratan los servicios de empresas exteriores que les ofrecen a cambio de una remuneración vigilante de seguridad que controlan las instalaciones del hotel.

Funciones a realizar por los guardas de seguridad:

- Control por el sistema de video vigilancia de todas las áreas de establecimiento hotelero
- Estado de vigilia durante toda la noche para evitar intrusiones y malas acciones
- Utilización de los sistemas de seguridad de la empresa como por ejemplo las cámaras de grabación.

3.7.3 Departamento de animación

Para conseguir que el cliente se encuentre más a gusto los hoteles deciden contratar a empresas que puedan entretener durante el día o parte de la noche a los huéspedes con actividades, bailes, animación para los niños, etc.

Normalmente son servicios que se contratan en las temporadas de más ocupación.

Funciones a realizar por los animadores/as:

- Organización de actividades para la animación infantil (manualidades, yincanas, etc.).
- Organización de eventos para toda la familia (fiestas temáticas: ibicenca, *hippie*, fiesta del pijama)

3.7.4 Departamento de limpieza

Es uno de los departamentos más importantes del hotel pero probablemente uno de los más rentables de contratar de forma externa, la superior de dicho departamento se llama gobernanta, es la encargada de organizar a las diferentes empleadas de la limpieza para que las habitaciones se encuentren en perfecto estado al igual que las áreas comunes.

Funciones a realizar por el equipo de limpieza:

- Limpieza habitaciones
- Limpieza zonas comunes
- Recogida de la ropa sucia tanto de los huéspedes como del hotel(cortinas, alfombras, sábanas, toallas, etc)

3.7.5 Departamento de lavandería

Se trata de un área de trabajo bastante importante e incluso imprescindible ya que se encarga de la limpieza de todo el textil tanto de los huéspedes como de las cortinas, tapicerías, alfombras y sobre todo toallas y sábanas del hotel.

Dentro de dicha área de trabajo encontramos diferentes secciones en las cuales se pretende entregar las prendas de la mejor manera posible. Dichas secciones son:

- Zona de lavado y secado
- Planchado
- Arreglos

Funciones a realizar por el equipo de lavandería:

- Clasificar y control de la ropa sucia
- Lavado, secado y planchado
- Limpieza instalaciones lavandería.

3.8 Distribución general de un hotel

En los puntos anteriores hemos conocido aquellos cuatro departamentos comunes que incluso en los hoteles más sencillos podemos encontrar, hemos detallado cuales son cada una de las funciones de los empleados en base a un organigrama departamental, también hemos estudiado aquellas pautas a seguir detalladas al final de la descripción de cada uno de los cuatro departamentos elegido que en función a mi propia experiencia y a aquel estudio que llevé a cabo en libros y páginas web.

A parte de toda esa información es necesario a su vez conocer la distribución general del hotel. Información que encontraremos a continuación:

3.8.1 Áreas comunes: espacios que cómo su propio nombre indica todos los huéspedes comparten, las cuáles comprenden:

Vestíbulo: “sala de amplias dimensiones próxima a la entrada.”²⁶

Recepción: espacio en el cual se interactúa por primera y última vez con el cliente

Salones: lugar diseñado para el confort del huésped buscando incluso que se encuentre como en su propia casa

²⁶Definición de vestíbulo, fuente (wordreference, s.f.)

Sala de reuniones: el hotel no es sólo un establecimiento destinado al ocio y al relax también es un lugar donde se pueden llevar a cabo congresos, reuniones importantes etc.

Bar y Restaurante: espacio de desconexión del hotel y además en el caso del restaurante lugar donde se puede disfrutar de la gastronomía

Área habitacional: espacio destinado a las habitaciones, donde encontraremos:

Habitaciones (dobles e individuales): dependiendo del precio y número de personas los clientes podrán pasar su estancia en habitaciones de diferentes características.

Suites: habitación más lujosa del hotel en la cual se disfrutaran unos servicios extra como consecuencia de su precio.

Áreas de servicio: espacios del hotel a los cuáles tan sólo puede acceder el personal del hotel

- Entrada de servicio
- Economato, cocina, cámaras

3.8.2 Zona de personal

Vestuarios: los empleados deben ir uniformados por lo tanto deberán cambiarse en un lugar lejos de las zonas comunes y de los huéspedes.

Taquillas: espacio donde la plantilla deja sus pertenencias durante su jornada laboral

Comedor: para una buena imagen del establecimiento hotelero, los empleados no compartirán las zonas comunes con los clientes en su hora de descanso, estarán en un espacio a parte como el comedor por ejemplo.

4. Conclusiones

Una vez realizado el estudio de todos aquellos procesos que se llevan a cabo en los cuatro departamentos en los que se centra el trabajo, he podido llegar a diferentes conclusiones en función de los estudios realizados tanto cualitativos (observación participante) como cuantitativos (encuestas).

En primer lugar destacar la presencia de los alumnos mayoritariamente en el departamento de recepción de los hoteles al realizar sus prácticas. Hecho que demuestra la poca confianza por parte del hotelero al no destinarle otros departamentos de mayor responsabilidad y aspecto que afecta negativamente al alumno porque no le permite llevar a la práctica todos aquellos conocimientos que a lo largo de cuatro años de carrera se le han ido impartiendo.

El presente trabajo muestra un modelo standard que permite al alumno recordar y a su vez aprender más. A lo largo del proyecto se le muestra al estudiante como se encuentra distribuido cada departamento, las funciones que se realizan en él y sobre todo, aquellas prácticas de estudio recomendadas a seguir para el alumno.

La guía también es un apoyo y ayuda para el hotelero ya que en su interior se plantea un recorrido recomendado para el buen aprendizaje del estudiante.

Se intenta conseguir una mejor experiencia por parte del alumno (disminuyendo por parte de éste la sensación de pérdida y el grado de dependencia del mismo de los empleados del hotel) y por parte del hotelero y su plantilla, conseguir que tengan una mayor confianza en el alumno.

Dicho trabajo no ayuda sólo a la formación para un alumno en prácticas, ayuda también a un futuro trabajador, debido a que en muchas de las empresas los alumnos en prácticas pasan a ser un empleado más de la plantilla, sí el alumno no ha llevado a cabo durante su periodo de aprendizaje tareas de otros departamentos, al incorporarse a otras áreas de trabajo diferentes a la de recepción deberá ser sometido otra vez al aprendizaje de cada una de las tareas. Provocando de ésta manera una pérdida de tiempo por parte de la plantilla a la hora de explicarle desde cero cada una de las tareas de recepción (en el caso de que no existiese una guía de protocolo de actuación) y pérdida de tiempo otra vez al explicarle cuales son cada una de las tareas de trabajo del nuevo departamento (en el caso de que sólo se haya estado desarrollando las prácticas en área de trabajo de recepción).

Con la guía de actuación se pretende una avance en las prácticas hoteleras de los alumnos, a su vez, si dicho protocolo se distribuye por diferentes hoteles y éstos observan una mejora en las prácticas de empresa de los mismos aparte de expandirse por más hoteles podría llevar incluso a la creación de nuevos protocolos que mejoren las prácticas de otros futuros estudiantes de otras carreras diferentes consiguiendo de ésta forma una mejor base para todos aquellos que posean la guía de protocolo de actuación de la empresa donde realizar las prácticas.

5. Bibliografía

- ALTÉS MACHÍN, C. (1997). *Marketing y turismo*. Gerona: Síntesis.
- CALVO, F. (1994). *Estadística aplicada*. Bilbao: Deusto.
- Cinvestav. (2010). Recuperado el 1 de 09 de 2014, de <http://administracion.cinvestav.mx/Secretar%C3%ADaAdministrativa/Subdirecci%C3%B3ndeRecursosFinancieros/DepartamentodeContabilidad.aspx>
- Comunidad Hosteltur. (Octubre de 2010). Recuperado el 2 de 09 de 2014, de comunidadhosteltur.com
- CORRALES MESTAS, F. (2006). *Manual de recepción hotelera: principios y técnica*. Oviedo: Septem.
- Diccionario marketing cultural S.A. (1989).
- DORADO, y CERRRA. (1996). *Manual de recepción y atención al cliente*. Madrid: Síntesis.
- DORADO, J. A. (2011). *Dirección de alojamientos turísticos*. Madrid: Síntesis.
- FAYOS SOLÀ, E. (1997). *Marketing hotelero: Principios y aplicaciones para la gestión día a día*. Bilbao: Deusto.
- G. MÉNDEZ, A. (s.f.). *bibliotecavirtualut.suagm.edu*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de <http://bibliotecavirtualut.suagm.edu/Instruccion/fuentes.htm>
- GARCÍA, IBAÑEZ y ALVIRA. (2002). *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.
- GRANT SOKOLOSKY, V. (1995). *Protocolo corporativo: Breve manual de urbanidad internacional para los negocios*. México: Castillo.
- GREENE, M. (1993). *Marketing de hoteles y restaurantes: Enfoque sistemático para el aumento de ventas*. Bilbao: Deusto.
- HERRERO, P. (s.f.). *Gestión y organización de congresos: operativa, protocolo y ceremonial*. Valencia: Síntesis
- ine. (2014). Recuperado el 25 de julio de 2014, de http://www.ine.es/explica/explica_pasos_primera_encuesta.htm
- IV Acuerdo laboral de Ámbito estatal para el sector de la hostelería. (s.f.).
- mcgraw-hill.es. (s.f.). Recuperado el 2 de 09 de 2014, de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169565.pdf>
- NAVARRO UREÑA, A. (2008). *Recepción y reservas*. Madrid: Paraninfo.
- Real Academia Española. (2001).
- RODRÍGUEZ, GIL Y GARCÍA. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Aljibe.

ROSSMAN Y MARSHALL.. (1989).

SANTESMASES, M. S. (2009). *Fundaments de marketing*. Madrid: Pirámide.

SOLER, J. M. (2003). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Gestión 2000.

STRUCH, G. (2008). *Estadística y probabilidad*. Valencia: Editorial de la UPV.

VARGAS, S. (Enero de 2008). *ponce.inter.edu*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

Vitutor. (2012). Recuperado el 2 de 09 de 2014, de www.vitutor.com/estadistica/descriptiva/a_8.html

wordreference. (s.f.). Recuperado el 2 de septiembre de 2014, de <http://www.wordreference.com/definicion/vest%C3%ADbulo>

www.sap.com. (s.f.). Recuperado el 03 de 09 de 2014, de <http://www.sap.com/latinamerica/about.html>